

**JUAL BELI BAJU BEKAS SECARA ONLINE PERSPEKTIF  
FIKIH MUAMALAH  
(Studi Kasus di Kecamatan Kejobong Kabupaten Purbalingga)**



**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Syariah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri  
Purwokerto untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Hukum (SH)**

**Oleh:**

**SINTA OKVIANI**

**NIM. 1717301128**

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS SYARIAH  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROF. KH. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
2022**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sinta Okvianai

NIM : 1717301128

Jenjang : S1

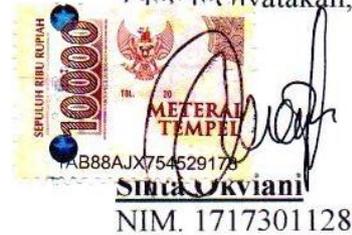
Fakultas : Ekonomi Syariah

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini adalah hasil penelitian dan hasil karya sendiri kecuali bagian-bagian yang dikutip dan dirujuk sumbernya.

Purwokerto, ..... April 2022

Yang menyatakan,



**Sinta Okviani**  
NIM. 1717301128



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS DAKWAH

Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126  
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553  
[www.uin-purwokerto.ac.id](http://www.uin-purwokerto.ac.id)

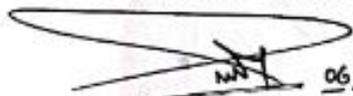
**PENGESAHAN**

**Skripsi Berjudul**

**JUAL BELI BAJU BEKAS SECARA ONLINE PRESPEKTIF FIKIH  
MUAMALAH (Studi Kasus di Kecamatan Kejobong Kabupaten  
Purbalingga)**

Yang disusun oleh saudara **Sinta Okviani**, (NIM. 1717301128) Program Studi **Hukum Ekonomi Syariah** Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada tanggal 19 Mei 2022, dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Hukum (S.H.)** pada Sidang Dewan Penguji Skripsi.

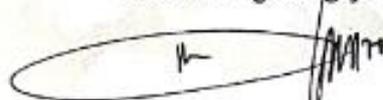
Ketua Sidang/ Penguji I

  
**Dr. H. Ansori, M.Ag.**  
NIP. 196504071992031004

Sekretaris Sidang/ Penguji II

  
**Ainul Yaqin, S.H.I., M.Sy.**  
NIP. 198812282018011001

Pembimbing/ Penguji III

  
**Muchimah, M.H.**  
NIDN. 2019079301



Purwokerto, ... 8-6-2022  
Dekan Fakultas Syariah

**Dr. Supani, S.Ag., M.A.**  
NIP. 197007052003121001

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Purwokerto, 26 April 2022

Hal : Pengajuan Munaqasyah Skripsi Sdri.

Sinta Okviani Lampiran : 3 Ekslembar

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Syariah IAIN Purwokerto Di Purwokerto

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi, maka melaluisurat ini saya sampaikan bahwa:

Nama : Sinta Okviani

NIM : 1717301128

Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Fakultas : Syariah

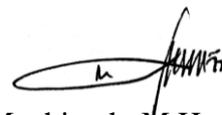
Judul : JUAL BELI BAJU BEKAS SECARA ONLINE  
PRESPEKTIF FIKIH MUAMALAH (Studi Kasus di  
Kecamatan Kejobong Kabupaten Purbalingga)

Sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Syariah, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk dimunaqosyahkan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H).

Demikian atas perhatian bapak, saya mengucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Pembimbing,



Muchimah, M.H  
NIDN. 2019079301

## **MOTTO**

“Jika ingin mendapatkan yang terbaik, maka menjadi baiklah terlebih dahulu”  
(Sinta Okviani, 2022)

## **PERSEMBAHAN**

Dengan penuh kerendahan hati, penulis panjatkan Puji Syukur kehadiran Allah SWT, sehingga skripsi ini dapat penulis selesaikan dengan kesenangan hati. Buah karya ini penulis persembahkan untuk kedua orangtua tercinta yang telah memberikan dukungan secara moril dan materil dan atas kesabaran yang tidak terbatas untuk selalu mendidik dan membimbing penulis hingga saat ini.

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi berguna dalam membantu pembaca dalam memahami teks bacaan yang disajikan dalam bahasa yang berbeda. Dalam penelitian ini penulis menggunakan bahasa Arab, sehingga penulis menyajikan transliterasi dalam bahasa Arab. Transliterasi dalam penelitian berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Ša	š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħ	ħ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha'	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Ze (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet

س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Ṣad	ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa'	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Za'	ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
هـ	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Aposrof

ي	Ya'	Y	Ye
---	-----	---	----

## B. Syaddah

Syaddah atau tasydid yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda syaddah atau tanda tasydid. Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah tersebut.

يَدُّلٌ	Ditulis	<i>Yadulla</i>
سَيِّدٌ	Ditulis	<i>Sayyidu</i>
حَتَّى	Ditulis	<i>Hatta</i>
أَنَّهَا	Ditulis	<i>Annaha</i>

## C. Ta' Marbutoh diakhir kata bila dimatikan ditulis h

الإِبَاحَةُ	Ditulis	<i>Al-Ib āhah</i>
مِرَابَهَاتٌ	Ditulis	<i>Al-Mudārabah</i>
مِرَابَهَاتٌ	Ditulis	<i>Al-Musyārahah</i>

Ketentuan ini tidak diperlukan pada kata-kata arab yang sudah terserap kedalam bahasa Indonesia, seperti zakat, salat, dan sebagainya, kecuali bila diketahui lafal aslinya.

## D. Vokal Pendek

ـَـ	Fathah	Ditulis	A
ـِـ	Kasrah	Ditulis	I

--- <sup>ُ</sup> ---	D'ammah	Ditulis	U
----------------------	---------	---------	---

### E. Vokal Panjang

1.	D'ammah + wawu mati	Ditulis	Ū
	العُقُودِ	Ditulis	<i>Al-'uqūd</i>
2.	Fathah + Alif	Ditulis	Ā
	الْجُعَالَةَ	Ditulis	<i>Al-Ju'ālah</i>
3.	Kasrah + ya' mati	Ditulis	ī
	زَعِيمٌ	Ditulis	<i>Za'īm</i>

### F. Vokal Rangkap

Vokal rangkap dalam bahasa Arab yang dilambangkan berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf yaitu:

Fathah + ya' mati	Ditulis	Ai
خَيْرٌ	Ditulis	<i>Khair</i>
عَلَيْهِ	Ditulis	<i>'alaihi</i>

### G. Kata Sandang Alif dan Lam

Kata sandang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti huruf *syamsiyyah* dengan kata sandang yang diikuti huruf *qomariyyah*.

1. Bila diikuti huruf Qomariyyah, ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

الأصل	Ditulis	<i>al-Aşlu</i>
-------	---------	----------------

العِقَابِ	Ditulis	<i>Al-'iqāb</i>
الْبِرِّ	Ditulis	<i>Al-Birri</i>

2. Bila diikuti huruf Syamsiyyah diikuti dengan menggunakan huruf Syamsiyyah yang mengikutinya, ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

الشَّرْعِ	Ditulis	<i>as-Syar'i</i>
-----------	---------	------------------

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan limpahan taufik dan hidayahnya kepada penulis sehingga senantiasa masih diberikan kesehatan, kesabaran serta kenikmatan dalam melakukan penyusunan skripsi ini. Shalawat serta salam tetap tercurah kepada Nabi Muhammad SAW sebagai suri tauladan yang baik bagi umatnya. Semoga skripsi ini dapat memberikan nilai manfaat bagi kita semua. Skripsi berjudul “Jual Beli Baju Bekas dengan Model *Business to Consumer* Perspektif Fiqih Muamalah Imam Syafi’i (Studi Kasus di Kecamatan Kejobong Kabupaten Purbalingga)” ditulis karena ketertarikan penulis terhadap fenomena jual beli baju bekas/*thrift/preloved* yang marak terjadi melalui jual beli online B2C (*Business to Consumer*). Perilaku konsumtif, gaya hidup serta *trend* melatarbelakangi seseorang untuk melakukan jual beli baju bekas yang dapat menimbulkan masalah pada kulit. Penulis mencoba menganalisis menurut pandangan Imam Syafi’i mengenai jual beli baju bekas model B2C (*Business to Consumer*). Skripsi ini tentunya jauh dari kesempurnaan, penulis akan sangat senang apabila dikemudian hari ada kritik dan saran membangun dari pembaca, dengan demikian penelitian ini akan lebih baik dari sebelumnya.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, maka sebagai wujud syukur penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Dr. H. Moh. Roqib, M.Ag., Rektor UIN K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan studi di UIN K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Dr. Supani, M.A, Dekan Fakultas Syariah K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah memberikan kesempatan dan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan studi.
3. Agus Sunaryo, M.S.I, Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Syariah UIN K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah memudahkan penulis dalam menyelesaikan studi.

4. Segenap Dosen dan Staff UIN K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah membantu dalam urusan administrasi.
5. Muchimah, M.H, Dosen Pembimbing Skripsi yang dengan sabar menuntun dan membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi melalui kritik, saran dan motivasi baik dalam penyelesaian skripsi maupun pelajaran hidup. Semoga Allah SWT senantiasa melindungi dan memberkahi;
6. Seluruh keluarga besar terutama orangtua penulis Bapak Karya akhmad Riyadi dan Ibu Suwiwi yang telah memberikan dukungan dan suport luar biasa, melalui motivasi dan doa yang senantiasa dicurahkan untuk penulis. Terimakasih sebesar-besarnya penulis sampaikan, semoga kesehatan dan kesejahteraan selalu meliputi kita semua;
7. Untuk teman-teman, sahabat dan kerabat dekat penulis, Siti Nurkhasanah, Fatwa Aulia, Zain Fatahillah Rofik yang selama ini telah menemani setiap kegiatan penulis selama menjalani perkuliahan di Fakultas Syariah UIN K.H Saifuddin Zuhri. Terimakasih kawan, doaku menyertai kalian semua.

Tiada kata yang dapat penulis sampaikan selain kata terimakasih dan tiada laku yang dapat penulis lakukan selain do'a. Terimakasih yang sebesar-besarnya penulis dampakan, semoga segala amal baik mendapat ridha dari Allah SWT. Aamiin.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu penulis mengharap kritik dan saran yang membangun dalam penulisan skripsi iini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Aamiin.

Purwokerto, 26 April 2022

Penulis,



Sinta Okviani

**JUAL BELI BAJU BEKAS SECARA ONLINE PERSPEKTIF FIKIH  
MUAMALAH  
(Studi Kasus di Kecamatan Kejobong Kabupaten Purbalingga)**

**ABSTRAK  
Sinta Okviani  
NIM. 1717301128**

**Jurusan Hukum Ekonomi Syariah, Program Studi Hukum Ekonomi Syariah  
Universitas Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto**

Jual beli baju bekas dengan model B2C (*Business to Consumer*) merupakan transaksi jual beli yang dilakukan secara online untuk mengurangi rantai distribusi sehingga harga barang dapat diperoleh dengan murah oleh pembeli. Tren jual beli baju bekas banyak dilakukan di Desa Timbang Kecamatan Kejobong Kabupaten Purbalingga untuk memenuhi gaya hidup dan mengikuti *trend fashion low budget*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi jual beli baju bekas B2C (*Business to Consumer*) dan bagaimana jual beli baju bekas model B2C (*Business to Consumer*) menurut Imam Syafi'i. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan normatif dan sumber data berasal dari data primer dan sekunder. Subjek penelitian ini adalah 15 pengguna aktif *Lazada, Bukalapak, Shopee, Marketplace (facebook)* dan *Shopping (Instagram)* di Kecamatan Kejobong Kabupaten Purbalingga, sementara objek dalam penelitian ini adalah jual beli baju bekas model B2C (*Business to Consumer*) dalam perspektif fiqh muamalah. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi serta analisis data menggunakan reduksi, display dan verifikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang melatar belakangi jual beli baju bekas model B2C (*Business to Consumer*) di Desa Timbang adalah tingkat konsumtif masyarakat terhadap baju bekas yang masih tinggi, pendapatan masyarakat yang pas-pasan dan *trend* atau gaya hidup. Jual beli baju bekas dengan model B2C (*Business to Consumer*) dalam perspektif Imam Syafi'i adalah boleh asal memenuhi syarat dan rukun, yaitu adanya akad dan ijab qabul; adanya pihak yang berakad; dan adanya objek akad.

**Kata kunci:** Baju Bekas, *Business to Consumer*, Imam Syafi'i

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Transkrip Hasil Wawancara .....	81
Lampiran 2. Dokumentasi Kegiatan .....	90
Lampiran 3. Daftar Riwayat Hidup .....	92

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>PERNYATAAN KEASLIAN.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING.....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>TRANSLITERASI.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiA</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Definisi Operasional .....	6
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	7
E. Kajian Pustaka .....	8
F. Sistematika Pembahasan.....	13
<b>BAB II : TINJAUAN HUKUM TENTANG JUAL BELI BAJU BEKAS</b>	
A. Konsep Jual Beli .....	15
1. Definisi Jual Beli .....	15
2. Dasar Hukum Jual Beli.....	17
3. Rukun dan Syarat Jual Beli .....	21

4. Macam-macam Jual Beli .....	28
B. Business to Consumer.....	33
C. Baju Bekas .....	35
1. Pengertian Baju Bekas.....	35
2. Faktor yang Mempengaruhi Pembelian Baju Bekas .....	35
3. Dampak Negatif Penggunaan Baju Bekas.....	37
D. Macam-macam <i>Platform</i> Jual Beli Online .....	38
1. <i>Shopee</i> .....	38
2. <i>Bukalapak</i> .....	45
3. <i>Lazada</i> .....	48
4. <i>Marketplace (Facebook)</i> .....	50
5. <i>Shopping (Instagram)</i> .....	52

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

A. Jenis Penelitian .....	56
B. Pendekatan Penelitian.....	56
C. Sumber Data .....	56
D. Objek dan Subjek Penelitian.....	57
E. Teknik Pengumpulan Data.....	58
F. Teknik Analisis Data .....	60

### **BAB IV : GAMBARAN UMUM LOKASI DAN APLIKASI PENELITIAN**

A. Profil Desa Timbang .....	63
B. Praktik Jual Beli Baju Bekas Model <i>Business to Consumer</i> ...	64
C. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pembelian Baju Bekas di Desa Timbang Kecamatan Kejobong Kabupaten Purbalingga	67
1. Tingkat Konsumtif Masyarakat .....	67
2. Pendapatan Masyarakat .....	69

3. Gaya Hidup .....	70
D. Analisis Jual Beli Baju Bekas Model <i>Business to Consumer</i> ..	71
1. Adanya Akad atau Ijab Qabul .....	73
2. Adanya Pihak yang Berakad` .....	74
3. Adanya Objek Akad .....	76

**BAB V : PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	78
B. Saran .....	78

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Indonesia saat ini telah mengalami perkembangan industri *E-commerce* yang signifikan. Signifikansi perkembangan industri *E-commerce* ditandai dengan dominasi pertumbuhan jual beli ritel berupa *fashion*, makanan dan kesehatan. Selain itu, perkembangan teknologi yang semakin pesat juga mendorong pelaku bisnis untuk membuka toko secara online melalui *marketplace* atau *platform* (situs) yang memudahkan proses transaksi jual beli serta dapat menjangkau pasar lebih luas. Mempermudah memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa harus bepergian keluar rumah. Pertukaran informasi antara penjual dan pembeli di dunia maya sebagai arena transaksi inilah yang disebut *E-Commerce*.<sup>1</sup>

Proses jual beli dalam Pasal 1457 KUHPdt berarti suatu perjanjian, dimana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu benda dan pihak lain untuk membayar harga benda yang telah diperjanjikan<sup>2</sup>. Sedangkan dalam Islam, jual beli dikenal dengan istilah muamalah. Menurut Rasyid Ridha, muamalah adalah tukar menukar barang atau sesuatu yang bermanfaat dengan cara-cara yang telah ditentukan<sup>3</sup>. Allah SWT berfirman:

---

<sup>1</sup>Rintho Rante Rerung, *E-Commerce Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi* (Jogjakarta: Deepublish, 2018), hlm. 18.

<sup>2</sup>Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perdata Indonesia* (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2014), hlm. 317.

<sup>3</sup>Abdul Rahman Ghazaly, dkk, *Fiqh Muamalat* (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 4.

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ قَلِي  
 ذَالِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا قَلِي فَمَنْ خَاءَهُ  
 مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ قَلِي وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ قَلِي وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ ج هُمْ  
 فِيهَا خَالِدُونَ<sup>4</sup>

Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barang siapa yang mendapatkan peringatan dari TuhanNya, lalu dia berhenti, maka apa yang diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barang siapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal didalamnya.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِإِطْلَالٍ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنكُمْ  
 قَلِي وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ قَلِي إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا.<sup>5</sup>

Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan batil kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.

Dua ayat diatas menjelaskan tentang apa itu jual beli dan bagaimana hukumnya. Jual beli dalam Islam mengatur secara detail syarat dan hak serta mengenai kewajiban seorang penjual dan pembeli. Transaksi jual beli dalam Islam juga sebaiknya dilakukan dengan *Akad* yang baik. Supaya tidak terjadi kesalah pahaman antara penjual dan pembeli yang kemudian menjadi permasalahan.

Zaman yang berkembang pesat berpengaruh pada model-model transaksi dalam jual beli, apalagi pada zaman 4.0 ini. Masyarakat dituntut

<sup>4</sup>Q.S. al-Baqarah: 275.

<sup>5</sup>Q.S. an-Nisa: 29.

untuk memiliki kemampuan akses digital yang baik agar dapat bersaing dan bertahan dalam kehidupan. Hal ini juga berpengaruh pada proses transaksi jual beli yang berbeda. Transaksi jual beli yang sebelumnya dilakukan secara langsung, bertemu dan bertatap muka, sekarang ini dapat dilakukan tanpa harus bertatap muka. Mereka dapat melakukan transaksi secara online. Proses transaksi secara online memiliki beberapa bentuk dinatarannya; (1) B2B, yaitu *Business to Business*, (2) B2C, yaitu *Business to Consumer*, (3) C2C, yaitu *Consumer to consumer*, (4) C2B, yaitu *Consumer to Business*, (5) B2G, yaitu *Business to Government*, dan (6) G2C, yaitu *Government to Consumer*.

B2C (*Business to Consumer*) adalah proses transaksi dalam *E-Commerce* yang dilakukan produsen kepada konsumennya secara langsung<sup>6</sup>. Artinya pemilik usaha langsung menjualnya kepada konsumen akhir tanpa melalui distributor atau perantara. Proses jual beli ini memiliki wadah yang disediakan oleh *Marketplace*, yaitu tempat elektronik yang menyediakan pasar bagi pelaku bisnis interaktif dimana perusahaan dapat bergabung dalam *B2B e-Commerce* dan atau kegiatan *e-Business* lainnya.<sup>7</sup> *Marketplace* sebagai penyedia jasa jual beli online yang mendukung beberapa model transaksi dan mempersingkat distribusi penjualan sehingga dapat meningkatkan keuntungan serta mempermudah proses jual beli.

---

<sup>6</sup>Mahir Pradana, "Klasifikasi Bisnis E-Commerce di Indonesia", *Jurnal Modus*, Vol. 27 (2), 2015, hlm, 170.

<sup>7</sup>Deni Apriadi, Arie Yandi Saputra, "*E-Commerce* Berbasis *Marketplace* dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian", *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem dan Teknologi Informasi)*, Vol. 1, No. 2, 2017, hlm, 132.

Dalam masa pandemi seperti ini kegiatan masyarakat dipermudah dengan adanya *marketplace* yang dapat membantu proses pemenuhan kebutuhan sandang, pangan dan papan tanpa harus berdesak-desakan dan melanggar aturan *social distancing*. *Marketplace* yang mendukung transaksi dengan model B2C diantaranya adalah Bukalapak, Lazada dan *Shopee*. *Platform* ini menjual berbagai macam kebutuhan rumah tangga mulai dari barang elektronik, pakaian, makanan dan kebutuhan rumah tangga lainnya. Karena, *marketplace* memiliki fitur jual beli yang mudah diakses oleh masyarakat sehingga dapat menampilkan gambar dan deskripsi produk dengan rinci, selain itu didalamnya juga terdapat fitur penilaian produk yang membantu pembeli untuk menilai suatu barang yang akan dibeli.

Penelitian ini akan membahas mengenai mekanisme B2C atau *Business to Consumer*, yaitu proses transaksi jual beli melalui *platform* atau situs jual beli online antara pebisnis ke konsumen secara langsung tanpa melalui distributor atau perantara lainnya. Penelitian ini dilatar belakangi bermunculannya *marketplace* yang tumbuh menjamur serta banyaknya permasalahan yang muncul dalam mekanisme jual beli online seperti barang berbeda dengan deskripsi produk, barang yang dipesan tidak sesuai, barang yang dijual merupakan barang curian, barang yang dijual merupakan barang bekas yang tidak terjamin dari aspek kebersihan dan memungkinkan timbulnya penyakit, barang tidak sampai pada konsumen, harga barang yang tidak sesuai dengan harga pada umumnya dan tak jarang yang mengalami penipuan.

B2C (*Business to Consumer*) merupakan kategori bisnis online yang menguntungkan, karena dapat memangkas rantai perantara sehingga dapat membuat harga barang semakin murah ketika sampai pada konsumen terakhir atau *end user*. Bisnis online dengan kategori B2C (*Business to Consumer*) sejatinya sudah banyak dilakukan dalam dunia perdagangan. Sebelum adanya jual beli online, toko-toko pakaian, makanan dan lain sebagainya yang menjajakan produknya secara ecer (*retail*) langsung berupa fisik kepada konsumennya merupakan salah satu tipe jual beli B2C, tetapi tipe jual beli ini memakan banyak rantai distribusi. Sehingga, seiring berkembangnya zaman muncullah *platform* jual beli online yang memudahkan gerak perusahaan atau produsen menjual langsung produknya kepada pelanggan tanpa melalui perantara dan produsen dapat memperoleh keuntungan yang lebih besar.

Kecamatan Kejobong Kabupaten Purbalingga merupakan daerah dengan mayoritas penduduknya bermata pencaharian sebagai petani yang letaknya kurang lebih 20km dari ibu kota kabupaten Purbalingga. Kecamatan Kejobong tergolong dalam daerah pedesaan dengan angka melek teknologi yang lumayan bagus, hal ini memungkinkan mereka untuk mengakses *platform* digital secara mudah. Pesatnya perkembangan teknologi ini dimanfaatkan oleh banyak masyarakat untuk mengikuti *trend fashion low-budget*, yaitu tampil trendi dengan modal yang sedikit. Hal ini dilakukan oleh beberapa orang dengan menggunakan *platform* jual beli seperti *Lazada*, *Bukalapak*, *Shopee*, *Marketplace (Facebook)* dan *Shopping (Instagram)* untuk membeli baju bekas langsung pada penjualnya dengan model B2C

(*Business to Consumer*) sehingga harga yang diperoleh lebih murah. Sehingga, berdasarkan latar belakang tersebut peneliti akan melaksanakan penelitian yang berjudul “Jual Beli Baju Bekas Secara Online Perspektif Fikih Muamalah (Studi Kasus di Kecamatan Kejobong Kabupaten Purbalingga)”.

## B. Definisi Operasional

### 1. Jual Beli

Dalam bahasa Arab jual beli berasal dari kata *Al-Bay'u* (البيع), *Al – Tijarah* (التجارة), atau *Al-Mubadalah* (المبادلة).<sup>8</sup> Jual beli disebut juga (*Offer and acceptance*), yaitu menyatakan hubungan antara individu yang membutuhkan satu sama lain melalui proses tawar-menawar.<sup>9</sup> Jual beli yang dimaksud dalam penelitian ini adalah jual beli pakaian bekas secara online dengan model B2C (*Business to Consumer*).

### 2. Business to Consumer

B2C (*Business to Consumer*) berarti proses jual beli atau transaksi langsung antara produsen dan konsumen akhir, yaitu pengguna akhir produk atau layanan.<sup>10</sup> Model jual beli B2C (*Business to Consumer*) dalam penelitian ini meliputi beberapa *platform* yaitu *Lazada*, *Bukalapak*, *Shopee*, *Marketplace (Facebook)* dan *Shopping (Instagram)*.

---

<sup>8</sup>Ahmad Sarwat, *Fiqih Jual-beli* (Jakarta Selatan: Rumah Fiqih Publishing, 2018), hlm. 5.

<sup>9</sup>Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perdata*: 317.

<sup>10</sup>Ida Sofiya, “Implementasi Strategi Digital Marketing pada Segmen B2C (*Business to Customer*) Guna Menarik Nasabah Pemula PT Pegadaian (PERSERO) Deputy Bisnis Area Jember”, *Skripsi*, (Jember: Institut Agama Islam Negeri Jember, 2020), hlm, 36.

### **3. Baju Bekas**

Baju bekas merupakan baju yang pernah dipakai sebelumnya. Baju bekas dalam penelitian ini adalah pakaian bekas yang dijual dalam kondisi layak pakai.

### **C. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apa faktor yang mempengaruhi jual beli baju bekas secara online?
2. Bagaimana jual beli baju bekas secara online perspektif fikih muamalah?

### **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mendeskripsikan model jual beli baju bekas secara online.
- b. Untuk menganalisis tinjauan model jual beli baju bekas secara online menurut fikih muamalah.

#### **2. Manfaat Penelitian**

##### **a. Manfaat Teoritis**

- 1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang Hukum Ekonomi Syariah, khususnya mengenai hukum jual beli baju bekas dengan metode B2C (*Business to Consumer*).
- 2) Dapat menambah informasi dan pengetahuan mengenai hukum jual beli baju bekas dengan metode B2C (*Business to Consumer*).

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan menjadi sebuah referensi bagi para pedagang agar menjual barang sesuai dengan aturan dan tidak melanggar hukum yang berlaku. Sehingga tidak menimbulkan resiko bagi konsumen. Kemudian bagi konsumen, penelitian ini juga diharapkan memberikan edukasi tentang bagaimana hukum jual beli baju bekas menurut tinjauan hukum Islam.

2) Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan tambahan wawasan bagi peneliti, khususnya yang berkaitan dengan jual beli pakaian bekas dengan model B2C (*Business to Consumer*).

**E. Kajian Pustaka**

Jual beli online merupakan sebuah *trend* masa kini yang terus menjamur ditengah-tengah masyarakat. Tuntutan zaman serta inovasi-inovasi teknologi dalam segala hal, termasuk pemenuhan kebutuhan manusia mendorong seseorang untuk mengikutinya agar tidak ketinggalan zaman. *E-commerce* sebagai *marketplace* penjualan secara digital, menyediakan layanan super canggih dan instan bagi masyarakat, sehingga memudahkan kegiatan jual beli, bahkan mereka dapat memasarkan produk, jual beli tanpa modal, sistem *dropshipping*, hingga *business to consumer* yang dapat memangkas rantai distribusi sehingga produsen atau perusahaan dapat

memperoleh keuntungan lebih besar. Namun, bagaimana pandangan islam mengenai hal tersebut.

Islam mengatur dengan cermat masalah jual beli dalam berbagai kitab Muamalah serta memberikan penjelasan terperinci, termasuk bagaimana hukum jual beli yang sepatutnya dilaksanakan agar tidak terjadi perselisihan. Penelitian-penelitian terdahulu menggali tentang hukum jual beli yang mengedepankan hukum islam sebagai landasan seseorang dalam berbisnis/berniaga.

*Pertama*, penelitian yang dilakukan oleh Munir Salim, yang berjudul “Jual Beli Secara Online Menurut Hukum Islam”, tahun 2017. Penelitian tersebut membahas mengenai akad atau transaksi yang terbagi menjadi dua yaitu, transaksi *As-Salam* yaitu transaksi dengan sistem pembayaran tunai/disegerakan namun barang tidak langsung diterima atau ditangguhkan dan transaksi *Al-Istishna* merupakan sistem pembayaran yang disegerakan atau ditangguhkan berdasarkan kesepakatan penjual dan pembeli dan penyerahan barang yang ditangguhkan. Penelitian tersebut, menyimpulkan bahwa jual beli online hukumnya adalah boleh, asalkan sesuai dengan hukum islam, agar tidak terjebak dengan keserakahan dan kezaliman.<sup>11</sup> Penelitian ini jelas berbeda dengan penelitian yang akan dilakukan. Penelitian ini membahas akad jual beli, sementara penelitian ini merupakan penelitian yang membahas mengenai hukum jual beli baju bekas menurut Islam. Dapat disimpulkan

---

<sup>11</sup>Munir Salim, “Jual Beli Secara Online Menurut Pandangan Hukum Islam”, *Jurnal Al-daulah*, Vol. 6, No. 2, Desember 2017, hlm, 385.

perbedaan yang ada terdapat dalam, tujuan, subjek dan objek penelitian, serta metodologinya.

*Kedua*, penelitian yang dilakukan oleh Deery Anzar Susanti, yang berjudul “Jual Beli Online Menurut Hukum Islam”, tahun 2020. Memiliki fokus penelitian pada jual beli online dilihat dari akad, rukun dan asas jual beli. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa jual beli online hukumnya adalah boleh asalkan sesuai dengan syariat Islam dengan mengedepankan prinsip kejujuran dan kemashlahatan harus dipegang teguh kedua belah pihak, yakni penjual dan pembeli agar senantiasa menciptakan transaksi jual beli yang saling menguntungkan keduanya.<sup>12</sup> Penelitian ini sama-sama membahas mengenai hukum jual beli online, namun metodologi penelitian, subjek dan objek penelitian berbeda dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini, jenis penelitian yang akan digunakan adalah kualitatif lapangan dengan metode normative dan pendekatan deskriptif. Sementara penelitian yang dilakukan oleh Deery Anzar Susanti merupakan jenis penelitian kualitatif pustaka dengan pendekatan deskriptif.

*Ketiga*, penelitian yang dilakukan oleh Nafa Amelsi Triantika, dengan judul “Tinjauan Hukum Islam Tentang Pelaksanaan Jual Beli Online Melalui E-Commerce Menurut Pasal 1320 KUHPerdara”, tahun 2020. Penelitian tersebut menggunakan metode yuridis normatif dengan mengambil data melalui kepustakaan berupa undang-undang, jurnal dan pendapat para

---

<sup>12</sup>Deery Anzar Susanti, “Jual Beli Online Menurut Hukum Islam”, *Jurnal Al-Sharf*, Vol. 1, No. 2, 2020, hlm, 188.

ahli yang dilakukan secara *offline* maupun *online*. model penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif yang bertujuan untuk memberikan gambaran penjelasan yang konkrit mengenai objek dan masalah penelitian kemudian disimpulkan secara umum, sehingga dapat diperoleh gambaran menyeluruh, lengkap dan sistematis. Penelitian ini menyimpulkan bahwa jual beli *online* melalui *e-commerce* masih menggunakan pasal 1320 KUHPerdara yang berisi syarat sah perjanjian jual beli, yang berarti hukum jual beli *online* menggunakan *e-commerce* masih mengacu pada pasal tersebut dan apabila penjual melakukan wanprestasi, maka bentuk penyelesaiannya ada pada pasal 38 Undang-Undang ITE dan Pasal 45 Undang-Undang Perlindungan konsumen. Melihat kelebihan dan kelemahan antara jual beli konvensional dan jual beli *online* jual beli *online* menurut peneliti banyak menimbulkan perbuatan wanprestasi karena hukum yang mengatur belum mampu mengcover seluruh peraturan jual beli.<sup>13</sup> Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan jelas terlihat pada tujuan penelitian, subjek dan objek penelitian, metodologi penelitian. Penelitian ini bertujuan mengetahui tujuan hukum Islam tentang pelaksanaan jual beli online, sementara penelitian yang akan dilakukan bertujuan untuk mengetahui hukum jual beli baju bekas menurut hukum Islam. Sumber data penelitian ini berasal dari buku, berbeda dengan penelitian yang akan dilakukan, yaitu berasal dari narasumber pengguna aktif aplikasi jual beli online. Penelitian yang akan dilakukan menggunakan jenis penelitian kualitatif lapangan dengan metode

---

<sup>13</sup>Nafa Amelsi Triantika, dkk, "Tinjauan Hukum Islam Tentang Pelaksanaan Jual Beli Online Melalui E-Commerce Menurut Pasal 1320 KUHPerdara", *Jurnal Ensiklopedia Social Review*, Vol. 2, No. 2, Juni 2020, hlm, 128.

normatif dan pendekatan deskriptif. Sedangkan penelitian ini menggunakan kualitatif yuridis.

*Keempat*, penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Ainun Najib dalam Skripsinya yang berjudul “Jual Beli Online Pakaian Bekas Impor di Akun “@secondisgood\_mjk” dalam Perspektif Hukum Islam dan Peraturan Menteri Perdagangan No. 51 Tahun 2015”, tahun 2019. Merupakan penelitian yang hampir relevan dengan penelitian penelitian ini. Penelitian tersebut memiliki kesamaan yaitu meneliti tentang jual beli pakaian bekas melalui sebuah akun *socialmedia* berupa *instagram* dengan tujuan untuk mengetahui tinjauan Hukum Islam mengenai hal tersebut. Penelitian tersebut menggunakan metode penelitian lapangan (*field research*), teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi sebagai data primer serta literatur sebagai data sekunder. Penelitian tersebut mendapatkan hasil yang baik yaitu, tidak adanya pelanggaran hukum nasional maupun hukum Islam yang merugikan pembeli. Namun, kebersihan pakaian masih diragukan dan ada kemungkinan berdampak bagi kesehatan pembeli di kemudian hari.<sup>14</sup>

Penelitian-penelitian tersebut telah memberikan gambaran aturan hukum konvensional dan hukum Islam mengenai jual beli Online dengan menggunakan transaksi online, *platform digital* dan *e-commerce*. Jenis penelitian dan metode penelitian yang digunakanpun memiliki perbedaan satu sama lain, sehingga kajian pustaka ini diharapkan mampu menjadi pembanding dan penjamin keaslian penelitian yang akan dilakukan oleh

---

<sup>14</sup>Ahmad Ainun Najib, “Jual Beli Online Pakaian Bekas Impor di Akun “@secondisgood\_mjk” dalam Perspektif Hukum Islam dan Peraturan Menteri Perdagangan No. 51 Tahun 2015, *Skripsi*, (Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019), hlm, 93.

peneliti. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada metode penelitiannya, yaitu metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang bertujuan untuk mengetahui model jual beli B2C (*Business to Consumer*) dan pandangan fiqh muamalah serta mendeskripsikan model transaksi B2C (*Business to Consumer*) yang belum secara luas diketahui oleh masyarakat. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini akan melalui tahap wawancara terstruktur, observasi dan dokumentasi serta literasi sebagai data sekunder yang kemudian akan dianalisis dengan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

#### **F. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan merupakan rancangan dasar untuk memudahkan dalam memahami isi Skripsi. Dengan demikian, peneliti akan membuat sistematika kepenulisan menjadi lima bab.

Bab I adalah Pendahuluan yang menerangkan permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian yang bertujuan untuk memberikan gambaran masalah-masalah yang akan dibahas serta fungsi landasan dalam melaksanakan penelitian lapangan. Meliputi Latar belakang, Rumusan masalah, Tujuan dan Manfaat penelitian, Kajian Pustaka, serta Sistematika Penulisan.

Bab II merupakan bagian yang menjelaskan secara rinci tentang landasan teori yang digunakan berdasarkan hasil pembahasan sub Bab I berupa Pengertian Jual Beli, Rukun dan Syarat Jual Beli, Hukum Jual Beli dan

B2C (*Business to Consumer*) sebagai teori-teori yang akan digunakan dalam penelitian.

Bab III adalah Metode penelitian yang berfungsi menunjukkan langkah-langkah untuk memulai penelitian. Bab ini berisi tentang Metode Penelitian, berupa jenis penelitian, waktu penelitian, subjek dan objek penelitian, pengumpulan dan analisis data, guna mempermudah peneliti dalam melakukan penelitian.

Bab IV merupakan bagian pemaparan hasil penelitian yang di dalamnya juga berisi gambaran umum lokasi, subjek penelitian dan pembahasan hasil penelitian.

Bab V merupakan bagian akhir sebuah penelitian yang menjelaskan tentang kesimpulan penelitian dan beberapa saran.

## BAB II

### TINJAUAN HUKUM TENTANG JUAL BELI BAJU BEKAS

#### A. Konsep Jual Beli

Jual beli merupakan kegiatan yang umum kita jumpai di pasar-pasar atau di pusat perbelanjaan. Jual beli dilakukan sebagai proses pemenuhan kebutuhan sehari-hari umat manusia. Untuk memahami konsep jual beli yang baik, disajikan dalam point-point berikut ini.

##### 1. Definisi Jual Beli

Dalam bahasa Arab jual beli berasal dari kata *Al-Bay'u* (البيع), *Al – Tijarah* (التجارة), atau *Al-Mubadalah* (المبادلة).<sup>15</sup> Jual beli disebut juga *Offer and acceptance*, yaitu dua pihak yang saling membutuhkan sesuatu melalui proses tawar-menawar.<sup>16</sup> Definisi jual beli menurut (Haroen: 2000), dalam bukunya yang berjudul *Fiqh Muamalah*, Jumhur Ulama menyatakan bahwa jual beli adalah saling tukar menukar harta.<sup>17</sup> Selain itu, Sayyid Sabiq menerangkan bahwa jual beli dengan:

مُبَا دَلَةٌ مَا لِي بِمَا لِي عَلَي سَبِيلِ التَّرَاضِي, أَوْ نَقْلُ مِلْكٍ بَعْوَضٍ عَلَي الْمَا ذُونِ فِيهِ.  
Jual beli ialah pertukaran harta dengan harta atas dasar saling merelakan. Atau memindahkan milik dengan ganti yang dapat dibenarkan.<sup>18</sup>

Dalam definisi yang dimaksud “harta” berarti semua hal yang dimiliki dan bermanfaat, dikecualikan yang bukan milik dan tidak

---

<sup>15</sup>Ahmad Sarwat, *Fiqh Jual-beli*: 5.

<sup>16</sup>Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perdata*: 317.

<sup>17</sup>Harun, *Fiqh Muamalah*: 66.

<sup>18</sup>Abdul Rahman Ghazaly, dkk, *Fiqh Muamalat*: 67.

bermanfaat, kemudian yang dimaksud “milik” adalah yang membedakan antara milik dan bukan milik; yang dimaksud dengan “ganti” merupakan perbedaan dengan hibah (pemberian); serta “dapat dibenarkan *ma'dzun fih*”, yaitu agar dapat dibedakan dengan jual beli terlarang.<sup>19</sup>

Suatu barang berharga yang diberikan hak miliknya kepada orang lain secara permanen melalui barter/pertukaran dan telah mendapat persetujuan syara' atas pemberian hak kepemilikan suatu manfaat yang diubah disebut dengan jual beli.<sup>20</sup> Pendapat ini juga di tegaskan oleh Hasbi ash-Shiddieqy, yang berpendapat bahwa jual beli merupakan tukar-menukar harta dan penukaran kepemilikan barang secara tetap.<sup>21</sup>

Jual beli berarti menukar suatu barang dengan barang yang lain dengan cara yang tertentu atau akad, yang berarti aturan jual beli akan sah apabila terdapat ijab qabul diucapkan oleh pembeli dan diterima dengan suka hati oleh penjual. Hal ini selaras dengan sabda Rasulullah yaitu:

إِنَّ مَا الْبَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ. رواه ابن حبان

Sesungguhnya jual beli itu hanya sah jika suka sama suka (Riwayat Ibnu Hibban).<sup>22</sup>

Dengan demikian, jual beli sejatinya berlangsung apabila penjual dan pembeli sepakat atas dasar suka sama suka dan nilai tukar yang sesuai serta mencapai kesepakatan satu sama lain. Oleh karena itu,

<sup>19</sup>Abdul Rahman Ghazaly, dkk, *Fiqh Muamalat*: 67.

<sup>20</sup>Ahmad Fauzi, “Jaul Beli Pakaian Bekas: 241.

<sup>21</sup>Syaifulлах, “Etika Jual Beli”, *Hunafa: Jurnal Studia Islamika*, Vol. 11, No. 2, 2014, hlm, 374.

<sup>22</sup>Sulaiman Rasjid, *Fiqh Islam*: 282.

disimpulkan bahwa jual beli merupakan perjanjian antara dua belah pihak yang saling sepakat atas pemindahan kepemilikan sebuah harta, benda atau barang yang membawa kemaslahatan dan telah memenuhi syarat serta rukun jual beli. Hubungan dan interaksi antar sesama dalam bidang ekonomi dalam Islam diatur dalam fiqih muamalah, berupa hukum-hukum syara' yang mengatur hubungan atau interaksi antar manusia dengan manusia lain dalam kegiatan ekonomi termasuk interaksi antara penjual dan pembeli.<sup>23</sup>

## 2. Dasar Hukum Jual Beli

Islam sebagai agama yang sempurna mengatur dengan jelas mengenai hukum jual beli. Hal-hal yang bertentangan dengan agama tentunya tertera jelas dalam Al-Qur'an dan Hadist. Jual beli atau muamalah dalam Islam diatur sedemikian rupa supaya tidak menimbulkan kerugian antar sesama. Hal ini berdasarkan dalil-dalil yang terdapat di dalam Al-Qur'an, Al-Hadits maupun ijma' ulama' sebagai berikut:

### a. Al-Qur'an

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ، ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا، فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ، وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ، وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ، هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ.<sup>24</sup>

Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila.

<sup>23</sup>Zha Zha Novpintriwasih, "Tinjauan Fiqh Muamalah terhadap Strategi Pemasaran pada Pelaksanaan Jasa Endorsment Produk Kecantikan di Media Sosial (Studi Kasus Online Shop Anda\_Beauty.id)", *Skripsi*, (Riau: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2021), hlm, 47.

<sup>24</sup>Q.S. Al-Baqarah: 275.

Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barang siapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu ia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barang siapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal didalamnya. (Q.S. Al-Baqarah: 275)

Ayat di atas secara umum tapi tegas memberikan gambaran tentang hukum kehalalan jual beli dan keharaman riba. Allah SWT tegas-tegas menghalalkan jual-beli dan mengharamkan riba. Menurut Muhammad Amin Suma sebagaimana dikutip oleh Arivan Kurniawan dalam Skripsinya mengatakan, meskipun keduanya (jual beli maupun riba) sam-sama mencari keuntungan ekonomi, namun terdapat perbedaan yang mendasar dan signifikan terutama dari sudut pandang cara memperoleh keuntungan disamping tanggung jawab risiko kerugian yang kemungkinan timbul dari usaha ekonomi.<sup>25</sup>

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ، وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ، إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا.<sup>26</sup>

Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu. (Q.S. An-Nisa': 29)

---

<sup>25</sup>Arivan Kurniawan, "Tinjauan Hukum Islam tentang Jual Beli Kadaver", *Skripsi*, (Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan, 2020), hlm, 17.

<sup>26</sup>Q.S. An-Nisa': 29.

Tafsir mengenai Q.S. An-Nisa' ayat 29 dalam Tafsir Al-Qur'an Majid An-Nuur, ayat tersebut menjelaskan “dilarang untuk orang-orang mukmin menjadi tamak (rakus) dengan hak orang lain, dan mengambil dengan melalui jalan yang salah. Karena itu janganlah kamu mengambil harta saudara-saudaramu (orang atau pihak lain) dan janganlah kamu bersengketa yang disebabkan oleh harta, yang diperoleh melalui jalan yang curang. Maka bernialah kamu untuk mendapatkan keuntungan dengan jalan yang sesuai dengan hukum Islam, perniagaan harus dijalankan oleh para pihak atas dasar suka sama suka. Tidak boleh dilakukan dengan paksaan, penipuan, kedzaliman, menguntungkan salah satu pihak dan merugikan pihak lain.”<sup>27</sup>

b. Jual Beli dalam Hadits

Islam mengajarkan agar umatnya melakukan aktivitas jual beli dengan cara yang halal dan menghindari haram. Hal ini sebagaimana ditanyakan Rafi' bin Khudaij kepada Rasulullah Saw tentang perihal usaha yang paling baik. Beliau menjawab:

عن رفاعة بن رافع - رضي الله عنه - ان النبي - صلى عليه وسلم - سئل:  
اي الكسب اطيب؟ قل: عمل المر ايده و كل بيع مبرور (رواه أحمد و  
البزار عن رافع بن خديج رضي الله عنه)

Nabi Shallallahu Alaihi wa Sallam pernah ditanya, “Pekerjaan apa yang paling baik? Beliau bersabda: Pekerjaan seseorang yang dihasilkan oleh tangannya sendiri dan jual beli yang mabrur (HR. Ahmad dan Bazar dari Rafi' bin Khudaij, ra).

---

<sup>27</sup>Nurul Hasanah, “Tinjauan Hukum Islam”: 16.

Hadits di atas menjelaskan kepada kita tentang keutamaan bekerja dalam rangka mencari rejeki, dan sebaik-baiknya perdagangan (jual beli) adalah berdasarkan syaria'at Islam, karena jual beli merupakan sumbunya peradaban dan tatanan kehidupan masyarakat. Oleh karena itu, keduanya termasuk di antara usaha yang paling utama dan paling baik.<sup>28</sup> Hadist lain juga mengatur dengan jelas mengenai jual beli dalam Islam, yaitu:

عَنْ جَابِرٍ لَعَنَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَكِلَ الرِّبَا وَمُوكِّلَهُ وَكَأْتِبَهُ  
وَمَا هَدَيْهِ.

Dari Jabir, “Rasulullah SAW, telah melaknat (mengutuk) orang yang makan riba, wakilnya, penulisnya, dan dua saksinya.” (Riwayat Muslim).<sup>29</sup>

c. Ijma’

Menurut Sayyid Sabiq di samping ayat-ayat Al-Qur’an dan Hadis Nabi SAW, dasar hukum jual beli juga bersumber dari ijma’, yaitu kesepakatan Mujtahid bahwa jual beli sebagai sebuah sarana mencari rizki telah dipraktikkan sejak zaman Nabi Muhammad SAW dan masih diakui sebagai sarana mencari rizki yang sah.<sup>30</sup> Selain itu para ulama *fiqh* juga *ber’ijma* bahwa hukum jual beli adalah mubah (boleh), karena manusia sebagai makhluk sosial yang saling

<sup>28</sup>Masruri, “Hukum Jual Beli Bertempo dalam Perspektif Hadits-hadits Al-Kutub As-Sittah”, *Skripsi*, (Salatiga: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga, 2019), hlm, 3.

<sup>29</sup>Sulaiman Rasjid, *Fiqh Islam*: 293.

<sup>30</sup>Purnama Lestari, “Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli dengan Sistem Taksir”, *Skripsi*, (Lampung: Universitas Negeri Raden Intan, 2019), hlm, 37.

membutuhkan satu sama lain dalam menunjang kelangsungan hidupnya<sup>31</sup>.

Diterangkan oleh Ibnu Hajar al-Asqolani di dalam kitabnya *Fath al-Bari* sebagai berikut:

واجمع المسلمون على جواز البيع وا حكمة تقتضية حاجة الانسان تتلو بما  
يد صاحبه قد لا يبذ له<sup>32</sup>

Telah terjadi ij'ma oleh orang-orang tentang kebolehan jual beli dan hikmah jual beli adalah kebutuhan manusia tergantung pada sesuatu yang ada ditangan pemiliknya terkadang tidak begitu saja memberikan kepada orang lain.<sup>33</sup>

### 3. Rukun dan Syarat Jual Beli

Rukun dan syarat jual beli merupakan bagian terpenting dalam jual beli agar terhindar dari perbuatan yang menjerumuskan. Oleh karena itu untuk memahami rukun dan syarat jual beli adalah sebagai berikut:

#### a. Rukun Jual Beli

Jual beli dalam Islam dikatakan sah apabila telah memenuhi rukun dan syarat jual beli. Kata *Arkan* merupakan bentuk jamak dari rukun yang berarti sesuatu yang paling kuat, sedangkan *arkan* berarti hal-hal yang harus ada untuk terwujudnya satu akad dari sisi luar.<sup>34</sup> Dari pengertian tersebut maka, rukun merupakan sesuatu yang harus ada dalam sebuah kegiatan, khususnya jual beli.

Rukun dalam akad jual beli ada 4 macam: 1). *'Aqid* (subjek jual beli), yakni penjual dan pembeli; 2). *Ma'qud 'alaih* (Objek jual

<sup>31</sup>Syaifullah, "Etika Jual Beli": 375.

<sup>32</sup>Ibnu Hajar al-Asqalani, *Fath al-Bari*, t.th: 287.

<sup>33</sup>Shobirin, "Jual Beli ddalam Pandangan Islam", *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, Vol. 3, No. 2, 2015, hlm, 244-245.

<sup>34</sup>Nurul Hasanah, "Tinjauan Hukum Islam": 18.

beli), yakni harga dan barang; 3). *Mahal Al- 'Aqdi (shighat/* pernyataan jual beli), yakni ijab dan qabul; dan 4). *Maudhu' Al- 'Aqdi* (tujuan jual beli), yakni untuk saling memenuhi kebutuhan antar manusia dengan jalan saling tukar menukar harga dengan barang oleh penjual dan pembeli sebagai kepemilikan bagi satu sama lain.<sup>35</sup>

#### 1. 'Aqid (Subjek Jual beli)

Secara umum syarat subjek jual beli atau 'aqid adalah *baligh*, berakal atau kecakapan hukum dan berbilang.<sup>36</sup> Syarat ini menunjukkan bahwa subjek jual beli sebaiknya mampu mengetahui baik dan buruk dan bertanggung jawab atas perbuatannya. Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah Pasal 2 menyatakan bahwa subjek jual beli ('aqid) harus memenuhi kriteria cakap hukum yaitu<sup>37</sup>:

- a. Seseorang dipandang memiliki kecakapan untuk melakukan perbuatan hukum dalam hal mencapai umur paling rendah 18 (delapan belas) tahun atau pernah menikah;
- b. Badan usaha yang berbadan hukum atau tidak berbadan hukum, dapat melakukan perbuatan hukum dalam hal tidak

---

<sup>35</sup>Ainul Yaqin, *Fiqh Muamalah Kajian Komprhensif Ekonomi Islam* (Pamekasan: Duta Media Publishing, 2018), hlm. 38.

<sup>36</sup>Ferry Syarifuddin dan Ali Sakti, *Praktik Ekonomi dan Keuangan Syariah oleh Kerajaan Islam di Indonesia* (Depok: Rajawali Pers, 2020), hlm. 110.

<sup>37</sup>Moh. Mufiq, *Kaidah Fikih Ekonomi dan Keuangan Kontemporer: Pendekatan Tematis dan Praktis* (Jakarta: Kecana, 2019), hlm. 111.

dinyatakan *taflis/pailit* berdasarkan putusan pengadilan yang telah memperoleh kekuatan hukum tetap.

Oleh karena itu, subjek jual beli tidak hanya *baligh*, berakal dan *mumayyiz*, namun juga harus patuh dan cakap hukum serta dapat dipertanggungjawabkan supaya tidak merugikan pihak lain dikemudian hari.

## 2. *Ma'qud 'alaih* (Objek Jual Beli)

*Ma'qud 'alaih* (Objek jual beli) atau disebut juga barang yang diperjual belikan menurut Ja'far merupakan sesuatu yang diperbolehkan oleh *syara'* untuk dijual dan diketahui sifatnya oleh pembeli.<sup>38</sup> Pendapat lain mengutarakan bahwa objek transaksi jual beli adalah mencakup barang dan uang.<sup>39</sup> Dengan demikian, objek jual beli berarti barang atau jasa yang diperjual belikan dan sah menurut *syara'*.

## 3. *Mahal al-'Aqdi (shighat/ Pernyataan Jual Beli)*

*Mahal Al-'Aqdi* atau dikenal dengan *shighat/ pernyataan* jual beli merupakan kesepakatan pihak-pihak yang berakad dinyatakan dalam ijab qabul dan memenuhi syarat ijab berupa pernyataan menunjukkan ijab-kabul, pernyataan kedua pihak yang berakad sesuai dengan ijab dan Kabul, kemudian

---

<sup>38</sup>Asri Putri, "Tinjauan Hukum Islam Tentang Praktek Jual Beli dengan Sistem Pembayaran GOBIZ (Studi Kasus Rumah Makan Pecel Lele Mbak Mar 3 Jln Z.A Pagar Alam Kedaton Labuan Ratu Bandar Lampung)", *Skripsi*, (Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan, 2020), hlm, 21.

<sup>39</sup>Asep Rudi Nurjaman, *Pendidikan Agama Islam* (Jakarta: Bumi Aksara, 2020), hlm. 129.

disambung dengan pernyataan ijab dan kabul serta tercapainya keinginan untuk melakukan akad pada saat terjadinya transaksi.<sup>40</sup>

#### 4. *Maudhu' al-'Aqid* (Tujuan Jual Beli)

Dalam hal jual beli berbeda akad maka berbeda pula tujuannya. Namun, secara pokok jual beli sebaiknya memiliki tujuan yang jelas dan diakui oleh *syara'*. Tujuan jual beli dalam Islam secara jelas berarti memindahkan hak-milik penjual kepada pembeli dengan memberikan sebuah imbalan, sedangkan dalam hal sewa menyewa pemindahan dalam mengambil manfaat disertai pengganti.<sup>41</sup>

#### b. Syarat Jual Beli

Syarat jual beli menurut ulama fiqih adalah komitmen yang harus dijalin antara satu dari beberapa pihak yang mengadakan transaksi dengan lainnya untuk mengambil manfaat dari barang tersebut.<sup>42</sup> Maksudnya kedua belah pihak harus sama-sama sepakat dengan ketentuan-ketentuan jual beli yang akan dilakukan sehingga keduanya mendapatkan manfaat dari aktivitas jual beli tanpa merasa dirugikan satu sama lain. Adapun syarat jual beli menurut Jumhur Ulama terbagi menjadi 4 (empat)<sup>43</sup>, diantaranya:

##### 1) Syarat Orang yang Berakad

---

<sup>40</sup>Moh. Mufiq, *Kaidah Fikih Ekonomi*: 111.

<sup>41</sup>Mu'Adil Faizin, *Hukum Perikatan Islam* (Lampung: Pustaka Warga Press, 2020), hlm.

<sup>42</sup>Nurul Hasanah, "Tinjauan Hukum Islam": 18.

<sup>43</sup>Afif Asri Fitriana, "Tinjaun Hukum Islam": 33.

Orang yang berakad (subjek) adalah kedua belah pihak yang terdiri dari *Bai'* (penjual) dan *Mustari* (pembeli). Disebut juga *Aqid*, yaitu orang yang melakukan akad dalam jual beli, dalam jual beli tidak mungkin terjadi tanpa adanya orang yang melakukannya. Ulama fiqih sepakat, bahwa orang yang melakukan transaksi jual beli harus memenuhi syarat-syarat: *pertama*, beragama Islam, hal ini diisyaratkan bagi pembeli dalam benda-benda tertentu. Misalnya, seseorang dilarang menjual hamba sahaya yang beragama Islam sebab ada kemungkinan pembeli tersebut akan merendahkan abid yang beragama Islam. *Kedua*, orang yang berakad adalah orang yang dapat membedakan atau memilih mana yang terbaik baginya. Maka orang gila atau bodoh tidak sah jual belinya, sekalipun miliknya sendiri. *Ketiga*, atas kehendaknya sendiri, maksudnya jual beli yang dilakukan merupakan atas kehendaknya sendiri yaitu bahwa dalam melakukan perbuatan jual beli tidak ada paksaan. *Keempat*, *baligh* atau telah dewasa. Dalam hukum Islam batasan menjadi seorang dewasa bagi laki-laki adalah apabila sudah bermimpi atau berumur 15 tahun dan bagi perempuan adalah sesudah haid. *Kelima*, keduanya tidak *mubazir* yaitu para pihak yang mengikatkan diri dalam

perjanjian jual beli tersebut bukanlah manusia boros (*mubazir*), sebagaimana disebutkan dalam surat An-Nisa' ayat 5<sup>44</sup>, yaitu:

ولا توتوا السفهاء أموالكم التي جعل الله لكم قيا ما وارزقوهم فيها  
واكسوهم وقولوا لهم قولا معروفا<sup>45</sup>

Dan janganlah kamu serakah kepada orang-orang yang belum sempurna akal nya harta (mereka yang ada dalam kekuasaan) yang dijadikan Allah sebagai pokok kehidupan, berilah mereka belanja dan pakaian (dari hasil harta itu) dan ucapkanlah kepada mereka kata-kata yang baik. (QS. An-Nisa: 5)

## 2) Syarat yang terkait dengan Ijab Qabul

Syarat yang terkait dengan ijab qabul ada tiga yaitu; (1)

Ijab qabul harus dilakukan oleh orang yang cakap hukum, (2)

Keseuaian anatar qabul dengan ijab, baik dari sisi kualitas maupun kuantitas dan (3) Ijab dan qabul dilakukan dalam satu

majelis, sekiranya para pihak yang melakukan transaksi hadir dalam satu tempat secara bersamaan, atau suatu tempat yang berbeda, namun keduanya saling mengetahui.<sup>46</sup>

## 3) Syarat yang dijual belikan

Secara umum uang dan barang adalah objek jual beli.

Barang sebagai objek jual beli dan uang sebagai alat transaksi.

Barang yang diperjual belikan memiliki syarat-syarat yang harus dipenuhi, seperti barang harus bermanfaat atau memiliki manfaat, barang merupakan milik penjual, barang dapat

<sup>44</sup>Shobirin, "Jual Beli dalam Pandangan Islam", *Jurnal Bisnis*, Vol. 3, No. 2, 2015, hlm, 248.

<sup>45</sup>QS. An-Nisa: 5.

<sup>46</sup>Suci Kartini, "Rukun dan Syarat Jual Beli", *Makalah*, (Lampung: Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Jurai Siwo Metro, 2016), hlm, 5.

diserahkan, barang yang diperjual belikan diperoleh dengan cara yang halal.<sup>47</sup>

4) Syarat nilai tukar

Syarat nilai tukar pengganti barang, yaitu sesuatu yang memenuhi tiga syarat; bisa menyimpan nilai (*store of value*), bisa menilai atau menghargakan suatu barang (*unit of account*) dan bisa dijadikan alat tukar (*medium of exchange*).<sup>48</sup>

#### 4. Macam-macam Jual Beli

Jual beli diklasifikasikan menjadi 3 segi, yakni dari segi hukum, dari segi obyek dan segi subjeknya.

a. Jual beli dari segi hukum

Menurut M. Ali Hasan sebagai mana dikutip oleh Afif Asri Fitriana, jual beli dari segi hukum dibedakan menjadi; jual beli *Sahih*, *Bathil*, dan *Fasid*.<sup>49</sup>

1) Jual beli *Sahih*

Jual beli yang *Sahih*, yaitu jual beli yang telah memenuhi rukun-rukun ataupun syarat-syarat yang telah ditentukan, barang itu bukan milik orang lain dan tidak terkait dengan *Khiyar* lagi, maka jual beli itu *Sahih* dan dapat mengikat keduanya.<sup>50</sup> Namun

---

<sup>47</sup>Mohammad Jauharul Arifin, “Keabsahan Akad Transaksi Jual Beli dengan Sistem *Dropshipping* dalam Perspektif Ekonmi Islam”, *lisyabab Jurnal Studi Islam dan Sosial*, Volume 1, Nomor 2, 2020, hlm, 287.

<sup>48</sup>Shobirin, “Jual Beli dalam Pandangan Islam”: 251.

<sup>49</sup>Afif Asri Fitriana, “Tinjauan Hukum Islam”: 33.

<sup>50</sup>Arivan Kurniawan, “Tinjauan Hukum Islam”: 30.

jual beli yang sah juga dapat dilarang dalam syariat bila melanggar ketentuan berikut<sup>51</sup>:

- a) Menyakiti penjual, pembeli, atau orang lain
  - b) Menyempitkan gerkan pasar
  - c) Merusak ketenteraman umum
- 2) Jual beli *Bathil*

Jual beli *Bathil* adalah jual beli yang tidak sesuai *syara'*, mengandung unsur penipuan, terdapat salah satu rukun dan syarat yang tidak terpenuhi serta mendatangkan kemudharatan.<sup>52</sup>

Jual beli *Bathil* meliputi<sup>53</sup>:

- a) jual beli barang yang tidak ada;
- b) jual beli yang tidak dapat diserahkan (burung di udara, ikan di laut);
- c) jual beli penipuan; jual beli barang najis dan mengandung najis;
- d) jual beli '*Urbun* (uang muka dari pembeli, yang jika tidak jadi jual beli, maka uang muka diambil penjual, artinya tidak dikembalikan lagi pada pembeli);
- e) jual beli air yang bukan milik sendiri;
- f) jual beli yang ditawarkan orang lain;

---

<sup>51</sup>Gemala Dewi, dkk, *Hukum Perikatan di Indonesia* (Depok: Kencana, 2005), hlm. 96.

<sup>52</sup>Shinta Anita, dkk, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Minyak Bekas Pakai", *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, Volume 4, No. 2, 2018, hlm, 649.

<sup>53</sup>Ainul Yaqin, *Fiqh Muamalah*: 40-41.

- g) jual beli anak kecil, orang gila, buta, idiot, bangkrut dan *Fudhuli* (milik orang lain), kecuali atas izin wali dan pemilik barang;
- h) jual beli saat adzan Jum'at;
- i) jual beli *Talaqqi Ar-Rukban* (pembeli mencegat penjual sebelum sampai di pasar dan pembeli telah mengetahui harga pasaran dengan tujuan mengelabui penjual agar bisa membeli dengan harga yang lebih murah);
- j) jual beli *Hadhirin Li Badin* (orang kota yang sudah mengetahui harga pasaran menjual barangnya kepada orang desa yang baru datang dan belum mengetahui harga pasaran);
- k) jual beli *Madhamin* (sperma yang berada dalam tulang punggung unta jantan);
- l) jual beli *Malaqih* (janin yang berada dalam perut induknya);
- m) jual beli *Habli Al-Hablah* (menjual janin dari janin yang ada di perut unta yang sedang hamil);
- n) jual beli *Munabadzah* (membuang);
- o) jual beli *Hashat* (melempar);
- p) jual beli *Mulamasah* (menyentuh);
- q) jual beli *Najsyi* (lelang dengan harga tinggi untuk mengelabui penawar yang lain atau dengan cara penjual

menjelaskan kriteria atau harga pokok barang yang tidak sebenarnya);

- r) jual beli riba;
- s) jual beli '*Usbi Al-Fahli* atau seperma pejantan atau menyewa pejantan untuk mengawini betina, kecuali jika pemilik betina memberi sejumlah uang kepada pemilik pejantan dengan syarat bukan uang sewa pejantan, maka dibolehkan.

### 3) Jual beli *Fasid*

Menurut Prof. Dr. H. Amir Syaifuddin, *Fasid* adalah kebalikan dari *Shah* atau akad yang rusak.<sup>54</sup>

Jual beli jenis ini meliputi<sup>55</sup>:

- a) jual beli sesuatu yang tidak diketahui dalam hal barang, harga, jenis, kadar, waktu dan media kepercayaan yang digunakan;
- b) jual beli *Mu'allaq* dan *Mudaf*;
- c) jual beli benda tidak terlihat (*Ghaib*);
- d) jual beli yang dilakukan orang buta;
- e) jual beli dengan harga yang diharamkan;
- f) jual beli *Nasi'ah* (pengakhiran pembayaran harga/kredit);
- g) jual beli anggur kepada pemereras arak;

---

<sup>54</sup>Ahliwan Ardinata dan Sunan Fanani, "Keridhaan (*Antaradhin*) dalam Jual Beli Online (Studi Kasus UD. KUNTAJAYA Kabupaten Gresik)", *Jurnal JESIT*, Vol. 2, No. 1, 2015, hlm, 50.

<sup>55</sup>Ainul Yaqin, *Fiqh Muamalah*: 41-42.

- h) jual beli bersyarat (1 jual beli 2 syarat). Misalnya penjual berkata “Aku jual bajuku ini padamu seharga 200 ribu kredit atau 1000 kontan”;
- i) jual beli sesuatu sebelum diterima;
- j) jual beli *Atba' wa ausaf* (jual beli barang atau sifat yang menjadi satu kesatuan secara eceran), misalnya kambing hidup dijual kepalanya saja, sebuah baju dijual lengan kirinya saja dan gula dijual manisnya saja;
- k) jual beli dengan syarat penyerahan harga atau barang pada waktu tertentu bukan ketika jual beli berlangsung, kecuali jual beli pesanan;
- l) jual beli dengan syarat *Fasid (Ats-Tsunaya)*, sebab ada unsur riba. Missal penjual berkata “Aku jual mobilku ini padamu dengan syarat aku boleh mengendarainya selama 1 bulan” atau jual beli dengan syarat *Bathil*. Missal “Aku jual mobilku ini padamu dengan syarat tidak boleh kamu jual/berikan pada orang lain”;
- m) jual beli buah atau tanaman sebelum berbuah atau tumbuh, dalam hal ini semua ulama sepakat tidak sah. Adapun setelah berbuah atau tumbuh, tapi belum matang dengan syarat dibiarkan semua, maka semua membolehkan. Sedangkan setelah berbuah atau tumbuh, tapi belum matang dengan syarat dipotong atau dipanen semua ulama

membolehkan. Sementara setelah berbuah atau tumbuh, dan telah matang mayoritas ulama dibolehkan.

b. Jual beli dari segi objeknya

Pembagian jual beli dari objeknya<sup>56</sup> adalah:

- 1) *Bai' Al-Mutlaq* adalah tukar-menukar suatu benda dengan mata uang, missal seperti dirham, rupiah atau dollar.
- 2) *Bai' As-Salam* atau *Salaf* adalah tukar-menukar atau menjual barang yang penyerahannya ditunda dengan pembayaran modal terlebih dahulu.
- 3) *Bai'As-sharf* adalah tukar-menukar tsaman dengan tsaman lainnya. Misalnya mata uang dengan mata uang, emas dengan emas atau perak dengan perak, bentuk jual beli ini memiliki syarat diantaranya adalah:
  - a) Saling serah terima sebelum berpisah badan antara kedua belah pihak.
  - b) Sama jenisnya barang yang di pertukarkan.
  - c) Tidak terdapat khiyar syarat didalamnya.
  - d) Penyerahan barangnya tidak ditunda.
- 4) *Bai' Al-Muqayadhah* (barter) adalah tukar menukar dengan harta selain emas dan perak. Jual beli ini disyaratkan harus sama dalam jumlah dan kadarnya. Misal tukar menukar kurma dan gandum.

---

<sup>56</sup>Purnama Lestari, "Tinjauan Hukum Islam": 51.

c. Jual beli dari segi subjeknya

Ditinjau dari segi subjeknya (pelaku akad), menurut Sayyid Sabiq jual beli dibedakan menjadi 3<sup>57</sup>, yaitu:

- 1) Akad jual beli yang dilakukan dengan lisan adalah akad yang dilakukan dengan mengucapkan ijab qabul secara lisan. Bagi orang yang bisu diganti dengan isyarat karena isyarat merupakan pembawaan alami dalam menampakkan kehendaknya.
- 2) Akad jual beli yang dilakukan dengan melalui utusan, perantara, tulisan atau surat-menyurat sama halnya dengan ijab qabul dengan ucapan. Jual beli ini dilakukan antara penjual dan pembeli yang tidak berhadapan dalam satu majlis. Dan jual beli diperbolehkan *Syara'*.
- 3) Jual beli dengan perbuatan (saling memberikan) atau dikenal dengan istilah *Mu'athah* yaitu mengambil dan memberikan barang tanpa ijab qabul. Seperti seseorang mengambil rokok yang sudah bertuliskan label harganya. Jual beli demikian dilakukan tanpa *Sighat* (ijab qabul) antara penjual dan pembeli.

**B. Business to Consumer**

*Platform* atau rencana kerja merupakan wadah atau media untuk menjalankan sebuah *Software* atau aplikasi. *Platform* yaitu program sistem koordinasi komputer yang memberikan perintah-perintah kepada proses dan

---

<sup>57</sup>Afif Asri Fitriana, "Tinjauan Hukum Islam": 43.

*Hardware* untuk melakukan operasi-operasi logis dan mengatur gerak data di komputer.<sup>58</sup> *Platform* merupakan dasar berjalannya suatu aplikasi, tanpanya sebuah aplikasi tidak dapat dijalankan. *Lazada, Shopee, Bukalapak* dan lain sebagainya merupakan beberapa contoh *platform* dalam bidang industri yang terus bermunculan sebagai media penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sarana elektronik seperti internet atau televisi, www, atau jaringan komputer lainnya yang disebut dengan *E-commerce*.<sup>59</sup>

*E-commerce* sangat berkaitan dengan *Digital Marketing*, karena pemasaran produk melalui *E-commerce* dapat menjangkau pasar lebih luas yang mengacu pada teknologi perdagangan seluler, transfer dana elektronik, manajemen rantai pasokan, pemasaran internet, pemrosesan transaksi online, pertukaran data elektronik (EDI), sistem manajemen inventaris, dan sistem pengumpulan data otomatis. *E-commerce* sebetulnya dibagi menjadi beberapa kategori. Namun, ada dua kategori yang sering dilakukan oleh perusahaan yaitu<sup>60</sup> B2B (*Business to Business*) dan B2C (*Business to Consumer*). B2C (*Business to Consumer*) merupakan bisnis atau transaksi yang dilakukan langsung antara perusahaan dan konsumen yang merupakan pengguna akhir produk atau layanan.

---

<sup>58</sup>Akmal, *Lebih Dekat dengan Industri 4.0*: 61.

<sup>59</sup>Harmayani, dkk, *E-Commerce: Suatu Pengantar Bisnis*: 2.

<sup>60</sup>Ida Sofiya, "Implementasi Strategi Digital": 36.

## C. Baju Bekas

### 1. Pengertian Baju Bekas

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 51/M-DAG/PER/7/2015 Tentang Larangan Impor Pakaian Bekas, Pasal 1 ayat (2) menyebutkan bahwa pakaian bekas adalah produk tekstil yang digunakan sebagai penutup tubuh manusia, yang termasuk dalam Pos Tarif/HS 6309.00.00.00,<sup>61</sup> tanpa keterangan yang lebih jelas. Menurut Hanjono sebagaimana dikutip oleh Hafifah Agustina, pakaian atau baju bekas adalah benda atau barang yang dipakai oleh seseorang untuk menutupi tubuhnya namun barang tersebut telah di pakai oleh orang lain.<sup>62</sup>

Baju bekas memiliki istilah lain yaitu, menyebutnya dengan cakar, gombal, rombeng atau moza.<sup>63</sup> Berdasarkan pengertian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa baju bekas merupakan produk tekstil yang digunakan sebagai pelindung tubuh dan sebelumnya telah digunakan orang lain.

### 2. Faktor yang Mempengaruhi Pembelian Baju Bekas

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian baju bekas adalah sebagai berikut<sup>64</sup>:

---

<sup>61</sup>Ismelia Fathonah, "Analisis Hukum Positif dan Hukum Islam terhadap Jual Beli Pakaian Bekas Impor", *Skripsi*, (Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2020), hlm, 51.

<sup>62</sup>Hafifah Agustina, "Perspektif Hukum Islam Tentang Jual Beli Pakaian Bekas (Studi di Pasar Perumnas Way Halim Bandar Lampung)", *Skripsi*, (Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018), hlm, 45.

<sup>63</sup>Edy Suprpto, *Peta Risiko Penyelundupan di Indonesia*, (Jakarta: Elex Media komputindo, 2021), hlm. 28.

<sup>64</sup>Hafifah Agustina, "Perspektif Hukum Islam": 45.

a. Harga

Harga barang yang murah, adalah salah satu alasan seseorang untuk membeli barang yang diinginkan. Harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang.<sup>65</sup> Mereka mau membeli barang dengan nilai tukar yang sesuai dengan produk yang mereka beli. Perbandingan harga mampu membuat seseorang untuk membatalkan pembeliannya. Selisih harga sedikit saja memberikan pengaruh besar terhadap daya beli konsumen.

Harga merupakan salah satu faktor yang sangat berpengaruh terhadap daya beli konsumen. Berdasarkan data penelitian yang dilakukan oleh Arohman, harga memberikan kontribusi sebesar 68,9% terhadap daya beli konsumen untuk berbelanja.<sup>66</sup> Angka ini menunjukkan bahwa harga mampu mendorong seseorang untuk membelanjakan uangnya demi suatu barang. Dengan demikian, salah satu faktor yang mempengaruhi seseorang untuk membeli baju bekas di antaranya adalah harga barang yang murah.

b. Tingkat konsumtif masyarakat

Indonesia merupakan negara dengan tingkat konsumtif masyarakat yang tinggi. Budaya konsumtif ini tidak melulu hanya tumbuh dalam masyarakat perkotaan namun juga sudah merambah

---

<sup>65</sup>Fenny Krisna Marpaung, dkk, "Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie pada PT. Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe", *Jurnal Manajemen*, Vol. 7, No. 1, 2021, hlm, 52.

<sup>66</sup>Arohman, "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen untuk Berbelanja di Pasar Tradisional Sendang Agung Lampung Tengah", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen*, Vol. 10, No. 02, 2019, hlm, 19.

kepada masyarakat pedesaan. Hal ini dilatar belakangi oleh adanya sistem jual beli online yang memudahkan akses masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan sandang.

c. *Merk* terkenal

*Merk* terkenal, menjadi alasan seseorang untuk membeli baju bekas karena, mengenakan barang *Branded* dapat menjadi kebanggaan tersendiri bagi segelintir orang. Mereka menganggap dengan mengenakan barang-barang *Branded* dapat menunjukkan kualitas hidup mereka, terlepas dari baru atau bekasnya barang tersebut. Asalkan masih dapat digunakan dan terlihat menarik, mereka akan tetap mengenakannya dengan bangga.

### 3. Dampak Negatif Penggunaan Baju Bekas

Dampak penggunaan baju bekas sangat merugikan bagi kesehatan masyarakat. Baju bekas dapat menimbulkan gatal-gatal, panu, flu.<sup>67</sup> Laporan Analisis Impor Pakaian Bekas, Pusat Kebijakan Perdagangan Luar Negeri Badan Pengkajian dan Pengembangan Kebijakan Perdagangan tahun 2015, telah menguji 25 contoh pakaian bekas yang beredar di pasar yang menunjukkan di dalam pakaian tersebut ditemukan sejumlah koloni bakteri dan jamur yang ditunjukkan oleh parameter pengujian Angka Lempeng Total (ALT) dan kapang yang nilainya cukup tinggi.<sup>68</sup>

---

<sup>67</sup>Ni Made Indah Krisna Dewi, dkk, "Implikasi Penjualan Pakaian Bekas Impor bagi Konsumen di Kota Denpasar", *Jurnal Interpretasi Hukum*, Vol. 1, No. 1, 2020, hlm, 220,

<sup>68</sup>Edy Suprpto, *Peta Risiko Penyeludupan*: 29.

Kementerian Perdagangan Indonesia juga pernah melakukan kerjasama dengan Direktorat Jenderal Standarisasi dan Perlindungan Konsumen untuk melakukan uji laboratorium terhadap 25 sampel baju yang diperoleh dari Pasar Senen. Hasil uji menyatakan bahwa pakaian-pakaian bekas tersebut positif mengandung bakteri di antaranya adalah bakteri *staphylococcus aureus* (penyebab bisul, jerawat dan infeksi luka pada kulit manusia), bakteri *Escherichia coli* (penyebab gangguan pencernaan/diare) serta jenis jamur *kapang (Aspergillus sp)* dan *khamir (Candida sp)* yang dapat menyebabkan gatal-gatal, alergi hingga infeksi pada saluran kelamin.<sup>69</sup> Berdasarkan data tersebut, sejatinya penggunaan baju bekas merupakan hal yang membahayakan bagi masyarakat karena didalamnya banyak mengandung bakteri dan jamur yang siap menginfeksi kapan saja.

#### **D. Macam-Macam Platform Jual Beli Online**

Praktik jual beli tipe B2C (*Business to Consumer*) berkembang dengan pesat karena didukung adanya *marketplace*, yaitu penyedia layanan jual beli online yang dapat memangkas rantai distribusi melalui berbagai *platform*, di antaranya:

##### **1. Shopee**

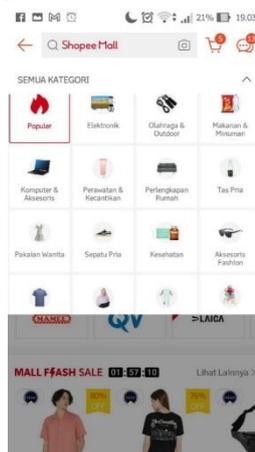
*Shopee* adalah aplikasi *online shop* atau *marketplace (platform* perdagangan elektronik yang dibuat guna mempermudah aktivitas jual

---

<sup>69</sup>Ahmad Afifudin, “Tinjauan Hukum Islam terhadap Jual Beli Pakaian Bekas Impor Perspektif Undang-Undang RI No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus di Toko Rama Desa Jambi Arum Kecamatan Jambi Arum Kabupaten Kendal)”, *Skripsi*, (Semarang, Universitas Islam Negeri Walisongo, 2015), hlm, 63.

beli. Dengan menggunakan *Shopee*, masyarakat dapat dengan mudah untuk berbelanja, menjelajah, dan menjual produk serta jasa apa saja dan di mana saja. *Shopee* juga mampu membantu para penjual lebih mudah dalam menawarkan barang dagangan dan membantu pembeli dalam melakukan transaksi serta berinteraksi langsung dengan para penjual melalui fitur *live chat*.

Bentuk bisnis *Shopee* awalnya mengusung konsep C2C atau pasar *Consumer to Consumer*, yang berarti interaksi antara pelanggan untuk pelanggan. Namun dengan berkembangnya zaman, *Shopee* beralih menjadi model hybrid C2C dan B2C atau *Business to Consumer* ditandai dengan diluncurkannya *Shopee Mall* kedalam *Platform* toko online milik *Shopee* untuk mendistribusikan produk dari *brand* ternama. Hal ini yang membedakan antara *Shopee* dengan toko online lainnya. Walaupun sama-sama disebut sebagai toko online, *Shopee* sedikitnya lebih berbeda karena tidak hanya menyediakan tempat bagi para penjual namun juga menjual produk mereka sendiri. Oleh karena itu, banyak produk *Shopee* yang dikirim dari luar negeri.



**Gambar 1** Tampilan fitur Shopee Mall

*Shopee* pertama kali muncul pada tahun 2005 di Singapura yang dipelopori oleh Chris Feng. Jangkauan perusahaan ini telah menguasai pasar Asia di antaranya, Thailand, Indonesia, Malaysia, Vietnam, Filipina dan Taiwan. *Shopee* berdiri dibawah naungan SEA Group yang sebelumnya bernama Garena dan dipimpin oleh Forrest Li sejak tahun 2009. Sementara itu, *Shopee* resmi masuk ke Indonesia pada tanggal 1 Desember 2015 dan menargetkan Indonesia sebagai sasaran pasar *Shopee* karena Indonesia merupakan Negara dengan populasi penduduk yang sangat besar di Asia Tenggara serta perkembangan internet di Indonesia yang semakin pesat dan terus bertambah penggunaannya.

*Shopee* didaulat sebagai *marketplace* no. 1 di Indonesia dengan meraih 72,9 juta pengguna dengan total pendapatan mencapai 13,2 triliun rupiah. *Shopee* memiliki fitur-fitur terbaik yang menarik para pelanggan di antaranya:

**a. Gratis Ongkir**

Gratis ongkir merupakan salah satu fitur kelebihan *Shopee* yang memudahkan pra penggunanya untuk menjual ataupun membeli produk dengan harga yang lebih terjangkau, sebab kita tidak perlu lagi membayar ongkos kirim. Para penjual dapat mendaftarkan tokonya dengan fitur gratis ongkir. Umumnya fitur ini dapat diaktifkan beberapa hari saja setelah disetujui dalam postingan produk akan tertera tulisan gratis ongkir.

**b. COD atau *Cash On Delivery***

COD atau *Cash on Delivery* adalah fitur yang digunakan untuk melakukan pembayaran ditempat atau di rumah ketika produk sudah sampai. Untuk menggunakan fitur ini, maka pelanggan harus memilih ekspedisi yang akan digunakan sebelum *checkout*.

**c. *Voucher dan Cashback***

Fitur *Vocher* dan *Cashback* adalah fitur *Shopee* yang memberikan potongan ketika melakukan transaksi pembelian. *Cashback* yang ditawarkan *Shopee* sendiri dibagi menjadi dua jenis. Pertama adalah dalam bentuk *Shopeepay* dan yang kedua adalah dalam bentuk *Shopee koin*. Kedua fitur ini dapat digunakan dengan cara melakukan klaim ketika penawaran dan ketika akan *Checkout* dan masukkan kode *vocher* yang sudah di klaim sebelum menyetujui pembayaran.

**d. *Shopeepay* atau *Shopee Koin***

*Shopeepay* adalah uang elektronik yang diberikan oleh *Shopee* saat melakukan pengguna memiliki *voucher* atau bermain game. *Shopeepay* sama seperti uang di rekening yang dapat digunakan untuk berbagai macam transaksi di dalam aplikasi *Shopee*. *Shopeepay* juga dapat di monetisasi melalui rekening bank. Sedangkan *Shopee Koin* adalah sebuah *reward* yang diberikan setelah pengguna memperoleh *voucher* ataupun ketika bermain game.

### e. *Shopee Game*

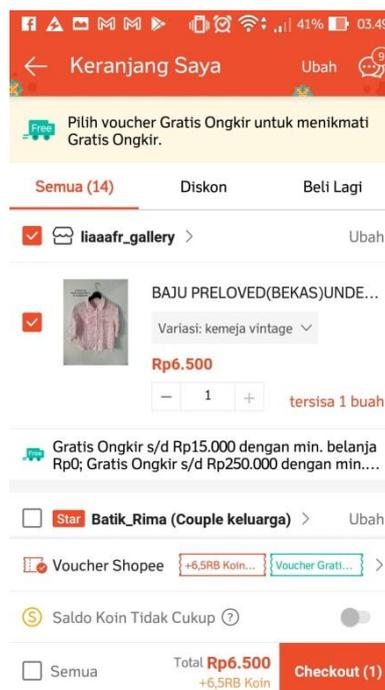
*Shopee game* adalah fitur terbaru dari *Shopee* yang menawarkan berbagai macam hadiah menarik sebagai apabila pengguna bermain *game* di aplikasi *Shopee*. Jenis-jenis *game* yang ditawarkan seperti *Goyang Shopee*, *Shopee Poli*, *Shopee Tanam*, *Shopee Potong*, *Shopee Candy* dan masih banyak lagi.

Cara pembelian barang di *Shopee* terbilang cukup mudah, karena hampir semua aplikasi jual beli online menggunakan fitur-fitur yang sama saat akan memesan barang. Berikut langkah-langkah pemesanan barang di *Shopee*:

- a. Pastikan kamu telah mendownload aplikasi *Shopee* melalui *playstore* atau *appstore*.
- b. Buat akun dengan melakukan registrasi menggunakan nomor Hp atau *E-mail*.
- c. Pilih barang yang akan dibeli dan ikuti cara belanja di *Shopee* secara aman. Masukkan ke keranjang saat akan membeli banyak barang sekaligus atau klik beli sekarang jika hanya akan membeli satu barang.

The screenshot shows a product page for 'ALIENA SET' on the Shopee app. The product is a light green two-piece outfit. The price is Rp60.000, with a 'FASH SALE' timer showing 00:17:49. The product has a 3.5-star rating from 74 reviews and 82 units sold per month. Shipping is free for orders over Rp70,000 to DKI Jakarta, Kota Jakarta Pusat, and Menteng. The seller is 'roundhand\_sweater', who is active 11 minutes ago. The page includes social sharing options, a 'Chat Sekarang' button, a 'Masukkan Keranjang' button, and a 'Beli Sekarang' button. At the bottom, there is a 'Garansi Shopee' banner and a summary box with 277 products, a 4.2 rating, and a 93% chat response rate.

- d. *Check out* belanjaan anda. Jika memesan banyak barang di *Shopee*, masuk ke keranjang belanja dan centang barang yang akan dibeli lalu *check out*.



- e. Saat anda melakukan *check out*, anda dapat menukarkan koin *Shopee* untuk mengurangi harga barang dan juga masukkan *Voucher* belanja baik itu gratis ongkir maupun *cashback*.
- f. Setelah *Check out*. Masukkan alamat dan nomor telepon. Masukkan juga catatan pembeli di bawahnya, misalnya warna yang dipilih tidak mau di ganti, atau pesan lainnya.

## ← Checkout

**Opsi Pengiriman**

---

**J&T Express** Rp20.000 >  
 Diterima dalam 3-5 hari  
jumanto.com

---

Pesan: di sini lokasi kolom catatan di [shopee](#)

---

Total Pesanan (1 Produk): **Rp139.000**

---

Metode Pembayaran ShopeePay >

**BUAT PESANAN**

- g. Pilih jasa pengiriman, apakah akan menggunakan *Gosend*, *JNE*, *J&T*, *Sicepat* atau lainnya.
- h. Pilih metode pembayaran, yaitu *cash on delivery* atau *COD*, via Indomaret atau Alfamart, transfer bank, atau yang lainnya. Anda juga dapat melakukan pembayaran dengan menggunakan *shopeepay* dan *shopeepaylater*.

## ← Metode Pembayaran

GARANSI SHOPEE

---

**Transfer Bank** ^  
 Bank Transfer jumanto.com

---

**Bank BCA (Dicek Otomatis)**  
 Hanya menerima dari Bank BCA  
Metode pembayaran lebih mudah

---

**Bank BRI (Dicek Otomatis)**  
 Hanya menerima dari Bank BRI  
Metode pembayaran lebih mudah

---

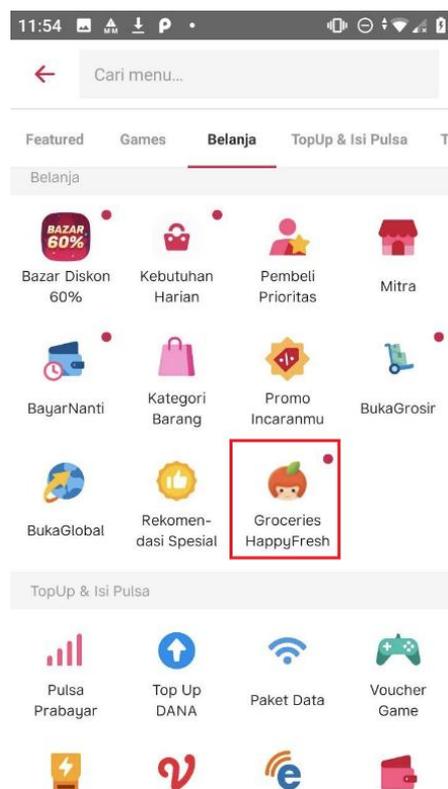
**Bank Mandiri (Dicek Otomatis)**  
 Hanya menerima dari Bank Mandiri  
Metode pembayaran lebih mudah

---

**Bank BNI (Dicek Otomatis)**  
 Menerima transfer dari semua bank te...  
Metode pembayaran lebih mudah

- i. Cek harga barang dan ongkos kirimnya. Jika setuju, maka lanjutkan dengan membuat pesanan, kemudian akan keluar kode pembayaran.
- j. Bayar sesuai dengan metode pembayaran yang dipilih sampai sukses.
- k. Tunggu barang dikirim sesuai dengan metode pengiriman yang dipilih.
- l. Cek resi pengiriman lewat aplikasi *Shopee* di menu saya kemudian status pengiriman barang.
- m. Saat barang sudah sampai, cek apakah benar atau tidak, jika sudah oke semua baru klik konfirmasi pesanan sudah diterima.

## 2. *Bukalapak*



**Gambar 2** Tampilan fitur aplikasi *Bukalapak*

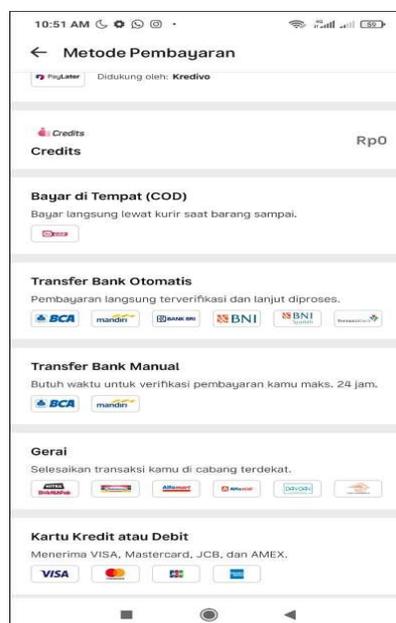
*Bukalapak* merupakan perusahaan teknologi yang merupakan bagian dari perusahaan Buka, yaitu perusahaan *e-commerce* yang mempunyai tujuan untuk mewujudkan ekonomi yang adil dan dapat diakses oleh semua orang. Misi perusahaan Buka adalah membantu semua orang mendapatkan akses untuk modal, teknologi, dan infrastruktur yang dibutuhkan dalam perdagangan dan mengembangkan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) melalui teknologi. Perusahaan Buka percaya bahwa mereka mampu mengatasi tantangan utama yang menghambat UMKM untuk tumbuh dan membawa Indonesia pada perekonomian yang lebih baik.

Sebelumnya Buka memulai karirnya sebagai *platform marketplace*, saat ini Buka telah berkembang menjadi *platform all commerce* yang melayani pasar online dan offline. Dengan lebih dari 100 juta pengguna, 13,5 juta mitra UMKM yang telah memanfaatkan *platform* dan teknologi perusahaan Buka dalam berbagai kegiatan komersial. Bisnis dalam perusahaan Buka fokus pada melayani pedagang dan mitra sebagai pelanggan. Secara umum bisnis perusahaan Buka terbagi menjadi *marketplace, o2o, b2b, finansial, logistic*, dll. Jika anda akan melakukan pembelian barang dengan aplikasi ini, maka langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

- a. Pilih produk yang ingin dibeli, kemudian tap “Beli”.



- b. Selanjutnya, pilih metode pembayaran, anda dapat memilih metode pembayaran yang tersedia. Seperti *cash on delivery*, transfer antar bank dan pembayaran melalui Alfamart tau Indomaret serta melakukan pembayaran dengan *paylater*, *akulaku* dan *kredivo*.



- c. Lakukan pembayaran dengan benar dan tunggu barang sampai di alamat tujuan.
- d. Selain itu, pembeli juga dapat memperoleh *voucher* gratis ongkir apabila produk mendukung *voucher* tersebut. Penggunaan *voucher* dilakukan sebelum pembeli tap “buat pesanan”.

### 3. *Lazada*



**Gambar 3** Tampilan fitur dalam aplikasi *Lazada*

*Lazada* merupakan perusahaan yang bergerak dibidang layanan jual belionline dan *retail e-commerce*. *Lazada* diluncurkan pada tahun 2012 pada bulan maret dan berkembang pesat hingga saat ini. *Lazada* merupakan pengembangan dari perusahaan incubator teknologi internet

asal Jerman, yaitu *Rocket Internet* yang telah membangun jejaring di enam Negara Asia Tenggara, yaitu Indonesia, Malaysia, Thailand, Vietnam, Singapore dan Filipina. Visi *Lazada* adalah menjadi tempat belanja online yang terpercaya dan memberikan kualitas terbaik dari segi mutu maupun pelayanan terhadap konsumen dan memiliki Misi untuk melayani segala kebutuhan pembeli baik mulai dari pemesanan hingga pengiriman barang sampai di tempat pembeli. *CEO Lazada* Indonesia saat ini adalah Magnus Ekbohm, keturunan asli Swedia yang memutuskan pindah ke Asia pada tahun 2011 karena tertarik pada pasar Asia Tenggara. Dengan ketekunannya, *Lazada* Indonesia kini memiliki kurang lebih lima ratus karyawan.<sup>70</sup>

Dalam aplikasi *Lazada* anda dapat memesan barang dengan mudah terdapat fitur-fitur seperti aplikasi jual beli online pada umumnya, yaitu *voucher* gratis ongkir misalnya atau masih banyak lagi. Cara pemesanan barang di *Lazada* adalah sebagai berikut:

- a. Buka aplikasi *Lazada* lalu cari barang yang akan dipesan.
- b. Klik barang yang akan dibeli.
- c. Tentukan kuantitas dan kualitas produk yang akan dibeli.
- d. Jika sudah yakin dengan barang tersebut, lalu klik “beli sekarang” atau *checkout* untuk melakukan metode pembayaran.

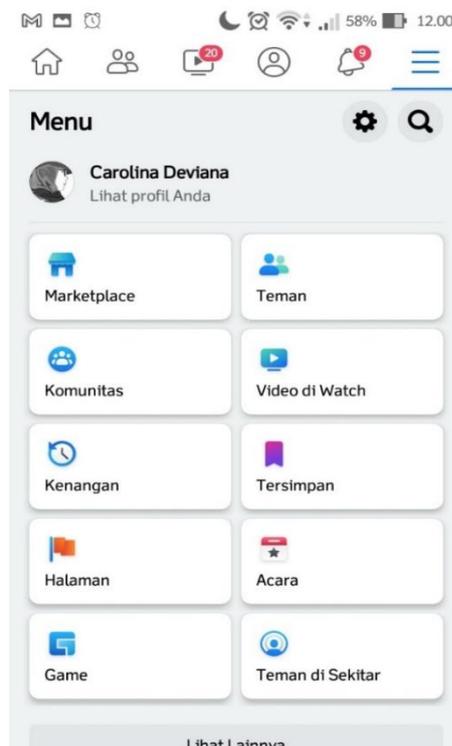
---

<sup>70</sup>Evi Oktaviani, “Profil Perusahaan Lazada Indonesia”, *Academia.edu*, diakses 26 Maret 2022.

- e. Jika anda memiliki *voucher*, silahkan masukkan kode voucher tersebut dan klik “gunakan”.
- f. Sebelum membuat pesanan, silahkan cek kembali rincian pesanan.
- g. Klik “buat pesanan” dan pilih metode pembayaran.
- h. Anda juga dapat memilih jasa pengiriman yang akan digunakan.
- i. Jika sudah, maka klik “bayar sekarang”.

#### 4. *Marketplace (facebook)*

*Facebook* merupakan *social platform* atau sosial media bentukan Mark Zuckerberg yang ingin mengembangkan jangkauan bisnisnya dengan meluncurkan fitur *Facebook Marketplace* pada tahun 2017. Fitur jual beli ini pada mulanya tidak berjalan secara maksimal. Namun, setelah dijajarkannya fitur jual beli dalam *fanpage facebook* ternyata mampu menarik minat pengguna *Facebook* untuk menggunakan fitur ini.



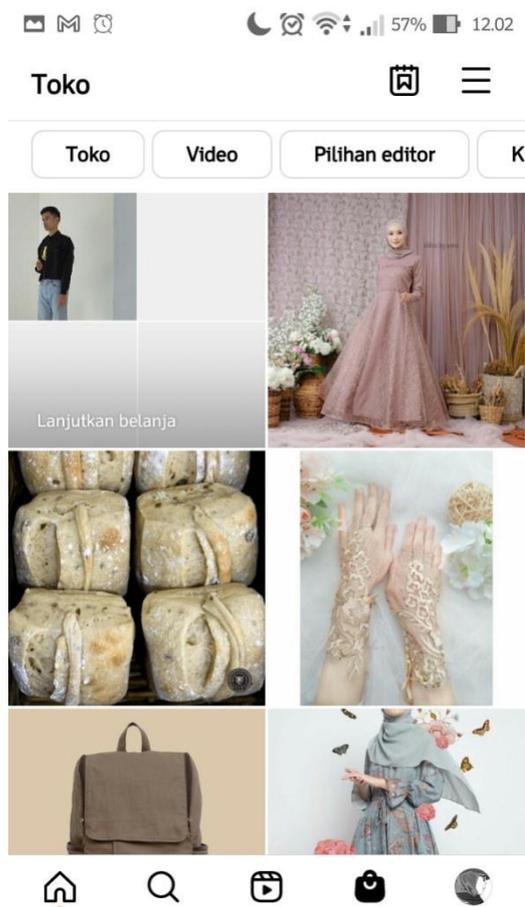
**Gambar 4** Tampilan fitur *Marketplace* dalam *Facebook*

*Facebook* menampilkan *Marketplace* dalam menu utama dengan tujuan menarik minat penggunaan untuk membuka toko-toko online dan bersafari di dalamnya. Di dalam fitur *marketplace* ini seseorang juga dapat memilih beberapa kategori, di antaranya berupa kategori populer dan semua kategori yang di dalamnya terdapat barang elektronik, otomotif, pakaian dan perlengkapan rumah tangga.

Cara berbelanja di *Marketplace* cukup mudah, yaitu:

- a. Buka *website* atau aplikasi *faceboook*.
- b. *Login* akun *facebook* menggunakan *E-mail* dan *password*,
- c. Klik *ikon facebook marketplace* yang berada di deretan menu bagian atas pada halaman beranda *facebook*.
- d. Cari barang yang diinginkan dengan menuliskannya di kolom *Telusuri marketplace*. Pengguna juga dapat menggunakan fitur *filter* berdasarkan lokasi dan kategori produk untuk memudahkan pencarian.
- e. Klik produk yang diinginkan.
- f. Pembeli dapat menanyakan kepada penjual terkait ketersediaan produk, harga produk dan kualitas produk melalui *facebook messenger*. Selain itu, pembeli juga dapat melakukan negosiasi terkait kondisi produk, harga produk, metode pengiriman dan metode pembayaran.
- g. Apabila anantara pembeli dan penjual telah sepakat, maka pembayaran dapat dilakukan dengan metode yang telah disepakati.

## 5. *Shopping (Instagram)*

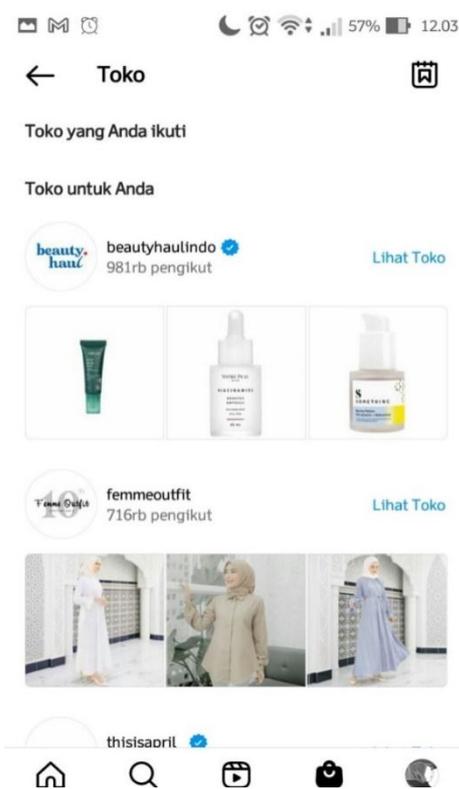


**Gambar 5** Tampilan fitur *Shopping Instagram*

*Instagram shopping* adalah fitur terbaru *instagram* yang *realese* pada tanggal 19 Mei 2020. Untuk menggunakan fitur ini sebagai penjual, maka seseorang terlebih dahulu diminta untuk membuat dan menampilkan katalog produk. *Instagram* sebagai salah satu media sosial yang menampilkan kontes gaya hidup akan membuat seseorang *memfollow* halaman toko untuk benar-benar tertarik dengan *brand* dan produk yang kita tampilkan. *BigCommerce* mengemukakan bahwa fitur

*Instagram Shopping* mampu meningkatkan *traffic* dan juga pendapatan, seperti *Brand* besar yang mengaku menerima peningkatan *traffic* sebesar 1.1416% dan peningkatan laba mencapai 20%.<sup>71</sup>

Dalam halaman resminya, Instagram menyebutkan bahwa halaman *Instagram* merupakan tempat para *influencer* memimpin dan menciptakan budaya, mencari trobosan di wilayah baru, dan membawa budaya yang ada ke arah yang tak terduga.<sup>72</sup>



**Gambar 6** Tampilan pencarian dengan kategori Toko dalam *Instagram*

<sup>71</sup>Anonim, “Pengertian dan Cara Menggunakannya Untuk Tingkatkan Penjualan Anda - Accurate Online”, <https://about.instagram.com>, diakses 27 Maret 2022.

<sup>72</sup>Anonim, “Instagram Business: Marketing di Instagram”, <https://business.instagram.com> diakses 27 Maret 2022.

Kemampuan menciptakan budaya baru inilah yang digunakan oleh para *influencer* sebagai strategi marketing yang ditampilkan melalui *instastory*, *reel* dan *sorotan*. Tampilan gambar yang menarik dan *fitur editing* serta *filter* yang ada dalam Instagram juga turut membantu para penjual untuk menarik banyak pelanggan dengan hasil foto yang *instagramable*.

Berbelanja dengan *Instagram Shopping* cukup mudah, hal ini karena *instagram* sebagai media sosial secara umum menampilkan banyak referensi bagi setiap penggunaanya. Sehingga cukup mudah bagi pelanggan menemukan barang yang diimpikan. Adapun langkah-langkah dalam berbelanja di *Instagram Shopping* adalah sebagai berikut:

- a. Buka aplikasi *Instagram*.
- b. Klik simbol tas yang ada di bagian bawah beranda. Pada menu ini, pengguna akan diarahkan pada halaman *Instagram Shopping*. Terdapat banyak toko dan produk yang dapat pelanggan temukan dengan mudah. Atau juga dapat menggunakan fitur *search*.
- c. Setelah barang yang dicari sudah ditemukan, kemudianklik foto untuk melihat keterangan barang. Kemudian, untuk melihat detail produk secara lengkap klik “lihat situs web” atau “*View On Website*”. Dengan demikian, pelanggan akan diarahkan pada *website landing page* atau informasi lengkap tentang toko untuk melihat keterangan lengkap produk yang dibeli, seperti ukuran, jenis bahan, warna, harga dan masih banyak lagi.

- d. Setelah memilih barang, langkah selanjutnya adalah klik “*Add to cart*” untuk menambahkan barang pada keranjang belanjaan.
- e. Kemudian *check out* dengan menghubungi seller melalui kontak *whatsapp* yang tertera dalam *wibesite*.

Berdasarkan hasil pemaparan *fitur-fitur* dalam *platform* digital diatas, dapat disimpulkan bahwa aplikasi *e-commerce* dibuat sejatinya untuk memudahkan aktivitas manusia. Terlebih dengan adanya pandemi *platform* jual beli memberikan kontribusi yang besar dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat. Dengan demikian, berkembangnya teknologi tidak serta merta memberikan dampak negatif namun juga diiringi dengan dampak positif yang dirasakan oleh masyarakat.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kualitatif karena prosedur dalam penelitian menggunakan data deskriptif yang menghubungkan antara aspek kualitas dan nilai-nilai atau makna dalam sebuah fakta.<sup>73</sup> Proses penelitian atau pengambilan data informasi dalam penelitian ini diambil dengan mendatangi secara langsung ke lokasi penelitian. Dengan demikian, penelitian ini merupakan penelitian lapangan atau (*field research*). Lokasi penelitian ini adalah Kecamatan Kejobong Kabupaten Purbalingga.

#### **B. Pendekatan Penelitian**

Metode pendekatan dalam penelitian yaitu metode normatif, yang berarti penelitian ini ditujukan untuk mengkaji kualitas dari norma hukum itu sendiri.<sup>74</sup> Penelitian hukum normatif adalah penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau bahan sekunder. Sesuai deskripsi tersebut, peneliti menggunakan metode normatif karena relitas dalam masyarakat belum mengetahui hukum jual beli pakaian bekas online dengan model B2C (*Bussines to Consumer*) perspektif fikih muamalah.

#### **C. Sumber Data**

Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan terbagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Sumber data primer merupakan sumber

---

<sup>73</sup>Muh. Fitrah, Luthfiyah, *Metodologi Penelitian (Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus)*(Sukabumi: CV Jejak, 2017), hlm. 44.

<sup>74</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*(Bandung:ALVABETA CV,2016), hlm. 137.

yang menghasilkan data dan sumber sekunder merupakan sumber yang mendapatkan data dari sumber primer.<sup>75</sup> Sumber primer atau sumber pokok dalam penelitian ini merupakan sumber data dari hasil wawancara bersama 15 pengguna aktif aplikasi *Lazada*, *Bukalapak*, *Shopee*, *Marketplace (Facebook)* dan *Shopping (Instagram)* di Kecamatan Kejobong Kabupaten Purbalingga yang pernah melakukan pembelian baju bekas model B2C (*Business to Consumer*).

Sedangkan sumber data sekunder diperoleh dari segala data literatur yang berkaitan dengan sistem jual beli B2C (*Business to Consumer*) yang diperoleh dari buku, jurnal, skripsi dan artikel internet yang mengangkat tema jual beli baju bekas dengan model B2C (*Business to Consumer*).

#### **D. Subjek dan Objek Penelitian**

##### **1. Subjek Penelitian**

Subjek dalam penelitian ini adalah 15 (lima belas) orang pengguna aktif aplikasi *Lazada*, *Bukalapak*, *Shopee*, *Marketplace (Facebook)* dan *Shopping (Instagram)* di Kecamatan Kejobong Kabupaten Purbalingga yang pernah melakukan pembelian baju bekas model B2C (*Business to Consumer*).

##### **2. Objek Penelitian**

Objek Penelitian dalam penelitian ini adalah jual beli baju bekas model B2C (*Business to Consumer*) dalam perspektif fikih muamalah.

---

<sup>75</sup>Gilbert A Churchil, *Dasar-Dasar Riset Pemasaran, Edisi 4, Jilid 1* (Jakarta: Erlangga, 2001), hlm. 219.

## E. Teknik Pengumpulan Data

### 1. Observasi

Observasi yaitu teknik pengumpulan data secara langsung di lapangan, selain itu peneliti juga terlibat langsung dengan partisipan dan melakukan pengamatan secara mendalam sehingga dapat memperoleh data sesungguhnya. Observasi dilakukan di Kecamatan Kejobong Purbalingga, yang ditunjuk oleh peneliti sebagai lokasi penelitian. Berdasarkan hasil observasi peneliti menemukan 15 (lima belas) orang pengguna aktif aplikasi *Bukalapak*, *Lazada* dan *Shopee* yang pernah melakukan jual beli baju bekas model B2C (*Business to Consumer*).

### 2. Wawancara

Wawancara berarti mengumpulkan data secara langsung dari sumbernya.<sup>76</sup> Wawancara juga mengarahkan narasumber untuk membahas suatu permasalahan tertentu. Proses pengumpulan data dengan teknik wawancara biasanya berupa tanyajawab lisan dan saling berhadapan secara fisik.<sup>77</sup> Wawancara terbagi menjadi dua, yaitu wawancara terstruktur dan tidak terstruktur yang dapat dilakukan dengan (*Face to Face*) ataupun dengan telepon. Penelitian ini akan menggunakan teknik wawancara terstruktur.

Dalam wawancara terstruktur, teknik pengumpulan data yang dilakukan seorang pengumpul data atau peneliti telah mengetahui secara

---

<sup>76</sup>Buchari Alma, *Belajar Mudah Penelitian untuk Guru Karyawan dan Peneliti Pemula* (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm. 74.

<sup>77</sup>Imam Gunawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif & Praktik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hlm. 162.

pasti informasi apa yang akan diperoleh. Dengan demikian, dalam melakukan wawancara, peneliti sebelumnya telah menyiapkan instrumen penelitian seperti pertanyaan-pertanyaan tertulis sbeserta alternatif jawaban yang disediakan.<sup>78</sup>

Wawancara dalam penelitian ini adalah wawancara dengan 15 dari 29 pengguna aktif aplikasi *Lazada*, *Bukalapak*, *Shopee*, *Marketplace* (*Facebook*) dan *Shopping* (*Instagram*) di Desa Timbang Kecamatan Kejobong Purbalingga, yang pernah melakukan jual beli pakaian bekas model B2C (*Business to Consumer*). Wawancara dilakukan sejak tanggal 16 Januari – 20 Februari 2022. Masing-masing terbagi dalam kategori pengguna *Shopee*, *Bukalapak*, *Lazada*, *Marketplace* (*Facebook*) dan *Shopping* (*Instagram*). Adapun rincian subjek penelitian adalah sebagai berikut:

**a) *Shopee***

No	Nama	Usia	Pekerjaan
1	Supriyati	42 Tahun	Wiraswasta
2	Andika Tri Wahyudi	18 Tahun	Pelajar
3	Darsinah	37 Tahun	Pedagang
4	Annisa Riskyana Setiarini	18 Tahun	Pelajar
5	Muhammad Amru Alfajri	16 Tahun	Pelajar

**b) *Bukalapak***

No	Nama	Usia	Pekerjaan
1	Youngki Pipiandanu	24 Tahun	Pedagang
2	Tofik Setia Nugroho	24 Tahun	Karyawan

---

<sup>78</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 138.

c) *Lazada*

No	Nama	Usia	Pekerjaan
1	Zain Fatahillah Rofik	23 Tahun	Mahasiswa
2	Fauziatun Alifah	23 Tahun	Ibu Rumah Tangga

d) *Marketplace (Facebook)*

No	Nama	Usia	Pekerjaan
1	Dzulfikar Nur Rofik	29 Tahun	Pedagang
2	Eramita	34 Tahun	Guru
3	Muhammad Faros Nue Rauzi	18 Tahun	Karyawan

e) *Shopping (Instagram)*

No	Nama	Usia	Pekerjaan
1	NandaShevira	18 Tahun	Pelajar
2	Dhiya Ashrof Hilmy	22 Tahun	Mahasiswa
3	Muhammad Solahudin Fardana	20 Tahun	Sopir

3. **Dokumentasi**

*Human resources* merupakan data yang paling banyak di peroleh dalam penelitian kualitatif data ini didapat melalui observasi dan wawancara. Sumber lain dalam penelitian (*non-human resources*) yang artinya data dari selain manusia seperti dokumen, foto dan bahan statistik. Dokumentasi pada penelitian ini adalah foto dan dokumentasi lain berupa literasi yang mendukung pemenuhan data penelitian.

F. **Metode Analisis Data**

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode *deduktif*, merupakan metode analitik yang berasal dari dasar-dasar pengetahuan yang memiliki sifat umum kemudian diterapkan pada realitas

empirik yang bersifat khusus.<sup>79</sup> Aktivitas dalam analisis data ini kemudian ditambah dengan 3 metode lain yaitu *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification*<sup>80</sup> guna memperoleh data yang sempurna. Ketiga komponen analisis data tersebut adalah sebagai berikut:

### **1. Reduksi Data**

Dalam reduksi data peneliti melakukan pemilihan data atau seleksi data serta memusatkan perhatian atau pemfokusan data penelitian untuk kemudian disederhanakan menjadi kerangka yang memuat jenis informasi yang mendukung data penelitian selama proses penggalian data di lapangan. Sepanjang penelitian ini berlangsung, proses reduksi ini selalu dilakukan. Artinya pelaksanaan reduksi data dimulai sejak peneliti memilih kasus yang dikaji hingga penelitian berakhir dan dilakukan terus menerus bahkan diulang-ulang.<sup>81</sup> Sehingga dapat disimpulkan bahwa reduksi data berarti pengorganisasian dan penyederhanaan informasi menjadi data spesifik yang akan disajikan oleh peneliti.

### **2. Data Display atau Penyajian Data**

*Data display* atau penyajian data merupakan gambaran secara menyeluruh mengenai sekumpulan informasi dalam penelitian. Dengan kata lain menyajikan data secara terperinci dan menyeluruh dengan mencari pola hubungannya.

---

<sup>79</sup>Agus Sunaryo dkk, *Pedoman Penulisan Skripsi Fakultas Syariah IAIN Purwokerto* (Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2019), hlm. 10.

<sup>80</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*: 246.

<sup>81</sup>Farida Nugrahani, *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*(Solo: Cakra, 2014), hlm. 174.

Penyajian data diawali dari hasil wawancara dengan pengguna aktif aplikasi jual beli online, yaitu *lazada*, *shopee* dan *bukalapak*. Wawancara akan dilakukan dengan metode wawancara terstruktur guna memperoleh data yang akurat. Data kemudian dirumuskan dengan hasil observasi dan dokumentasi yang mengarah pada seberapa besar pengaruh serta latar belakang penggunaan aplikasi tersebut sehingga selanjutnya dapat ditarik kesimpulan tentang pandangan hukum Islam dalam praktik jual beli B2C (*Business to Consumer*)

### **3. *Conclusion drawing/verification* atau verifikasi**

*Conclusion drawing/verification* atau verifikasi, lebih dikenal dengan kesimpulan, yaitu kegiatan untuk mencari arti, makna, penjelasan dari data yang telah dianalisis dengan menemukan hal-hal penting. Kesimpulan umumnya disusun secara singkat yang berisi pandangan hukum Islam mengenai praktik jual beli baju bekas secara online melalui sistem B2C (*Business to Consumer*) dengan mengacu kepada tujuan penelitian.

## **BAB IV**

### **GAMBARAN UMUM LOKASI DAN APLIKASI PENELITIAN**

#### **A. Profil Desa Timbang**

Desa Timbang termasuk wilayah Kecamatan Kejobong Kabupaten Purbalingga Provinsi Jawa Tengah, Secara administratif wilayah Desa Timbang terbagi dalam 5 Dusun, yaitu Dusun Lawiyan, Dusun Timbang Jurang, Dusun Karang Talun, Dusun Timbang Gunung dan Dusun Karanggude. Batas wilayah desa Timbang terbagi menjadi 4, yaitu:

1. Sebelah Barat : Desa Langgar Kecamatan Kejobong
2. Sebelah Utara : Desa Sambong Kec. Rakit Kab. Banjarnegara
3. Sebelah Timur : Desa Badamita Kec. Rakit Kab. Banjarnegara
4. Sebelah Selatan : Sungai Pekacangan Desa Kutawis Kec. Kejobong

Desa Timbang secara umum merupakan wilayah yang cukup luas, yaitu mencapai 312,987Ha. Luas wilayah tersebut terbagi menjadi 310,987Ha Tanah Kering dan 2,000Ha Tanah Sawah. Wilayah ini dihuni oleh 3.525 jiwa dengan jumlah penduduk laki-laki 1.797 jiwa dan 1.728 perempuan. Data ini menunjukkan bahwa masyarakat Desa Timbang merupakan wilayah yang banyak ditempati oleh laki-laki, dengan mata pencaharian sebagian besar penduduknya adalah petani.

Wilayah Desa Timbang memiliki sarana kemasyarakatan yang cukup baik, diantaranya terdapat sarana kesehatan dengan jarak yang terjangkau,

sarana olahraga, sarana peribadatan, sarana pendidikan dan lembaga kemasyarakatan yang mampu menunjang kegiatan kemasyarakatan di Desa Timbang Kecamatan Kejobong Purbalingga.

Detail prasarana di Desa Timbang, adalah sebagai berikut:

1. Prasarana Kesehatan : 1 Puskesmas dan 5 Posyandu
2. Prasarana Olahraga : 2 Lapangan Bola Voli  
1 Lapangan Bulu Tangkis  
2 Unit Papan Tenis Meja
3. Prasarana Peribadatan : 1 Masjid dan 16 Mushola
4. Prasarana Pendidikan : 3 Taman Kanak-kanak  
3 Tempat Pendidikan Alqur'an  
3 Sekolah Dasar  
1 Sekolah Menengah Pertama  
1 Sekolah Menengah Akhir
5. Lembaga Kemasyarakatan : BPD, LPMD, PKK, Karang Taruna, dan Kelompok Tani

## **B. Praktik Jual Beli Baju Bekas Model Business to Consumer**

Praktik jual beli baju bekas atau dikenal dengan *preloved* dan *thrift shop* menjadi sebuah fenomena transaksi bisnis yang kini menjanjikan. Usaha ini ternyata mampu menjadi penghasilan utama masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Dengan modal pas-pasan, antara 4 juta hingga 7 juta pembeli dapat memperoleh 1 bal atau 100kg baju bekas berupa Kaos, Kemeja, Celana dan Jaket yang kemudian dapat dijual dengan harga

5000 hingga ratusan ribu rupiah tergantung *merk* dan kualitas barangnya.<sup>82</sup> Artinya siapa saja dapat menjadi pemilik usaha jual beli baju bekas dengan modal yang minim.

*Business to Consumer* merupakan praktik transaksi langsung antara penjual dan pemakai akhir (*end user*) yang memiliki peran signifikan dalam berkembangnya *tren fashion low budget*, yaitu fenomena berpakaian keren dan modis dengan harga baju atau *outfit* yang murah. Model jual beli *Business to Consumer* sebetulnya sudah ada sejak zaman dahulu, model jual beli ini dikenal dengan jual beli retail atau ecer. Namun jual beli model retail atau ecer banyak memakan rantai distribusi, pada akhirnya harganya menjadi sangat mahal ketika sampai di tangan konsumen. Oleh karena itu, munculnya *platform* jual beli online memberikan kemudahan bagi pembeli untuk melakukan transaksi jual beli serta dapat memperoleh harga yang murah.

Jual beli baju bekas saat ini memang sedang menjadi trend, selain karena faktor berkembangnya *tren fashion low budget*, jual beli baju bekas atau dikenal dengan *thrift shop* menjadi lini bisnis baru bagi masyarakat, contohnya di kota Sidoarjo, Surabaya dan Malang Jawa Timur. Kota-kota tersebut merupakan kota pada posisi *TOP 3* penyebaran *thrift shop*.<sup>83</sup> Di Jawa Tengah sendiri perkembangan jual beli baju bekas sudah merambah ke kota-kota kecil seperti Purwokerto, Banjarnegara dan Purbalingga.

---

<sup>82</sup>Dita Septika Wati, "Praktik Jual Beli Pakaian Impor Bekas (Studi Kasus di Kota Slatiga)", *Skripsi*, (Salatiga: Institut Agama Islam Negeri (IAIN), 2016), hlm, 67.

<sup>83</sup>M. Roiful Husni, "Analisis *Maslahah Mursalah* dan Permendag No 51 Tahun 2015 Terhadap Praktik Jual Beli Pakaian Bekas (*Thrift Shop*) Impor di Akun IG @DODOLAN\_SECOND", *Skripsi*, (Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2022), hlm, 43.

Perkembangan jual beli online yang sangat pesat kemudian terus merambah ke pelosok daerah, tanpa terkecuali ke Desa Timbang Kecamatan Kejobong Purbalingga.

Sistem pembelian baju bekas secara online yang cukup mudah juga menjadi faktor berkembangnya bisnis ini. Pembeli hanya perlu membuat akun di *Platform* jual beli online, seperti *Shopee, Lazada, Bukalapak, Marketplace dan Shopping* untuk dapat melakukan transaksi. Setelah pembeli memiliki akun, pembeli dapat segera menggunakannya dengan melihat-lihat foto baju yang akan dibeli pada fitur yang sudah disediakan. Proses transaksi juga terbilang mudah, pembeli dapat melakukan pembayaran dengan menggunakan *transfer* antar bank, atau melakukan pembayaran melalui Indomaret atau Alfamart terdekat. Barang yang sudah dibeli kemudian akan diantar dengan jasa ekspedisi yang sudah dipilih sebelum pembeli melakukan *checkout*.

### **C. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pembelian Baju Bekas di Desa Timbang Kecamatan Kejobong Kabupaten Purbalingga**

Pakaian pada dasarnya merupakan kebutuhan yang sangat penting bagi manusia, namun perkembangan zaman dan teknologi saat ini justru mendorong seseorang untuk ikut dalam *tren fashion low budget* dan memanfaatkan *platform digital* untuk memenuhi kebutuhan *fashion* dan gaya hidup hemat melalui pembelian baju bekas sebagai penunjang penampilan masyarakat.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian baju bekas di Desa Timbang Kecamatan Kejobong Kabupaten Purbalingga adalah sebagai berikut:

### 1. Tingkat Konsumtif Masyarakat

Perilaku konsumtif merupakan tindakan dimana konsumen membeli sebuah produk hanya untuk memuaskan keinginan dan ego semata.<sup>84</sup> Tingkat konsumtif inilah yang melatar belakangi maraknya penjualan baju bekas karena minat masyarakat terhadap baju bekas masih sangat tinggi.

“karena modelnya bagus, kualitas juga bagus, apalagi baju bekas yang Import. Modelnya juga cenderung tidak pasaran, harganya juga murah. Jadi lebih suka beli baju bekas karena bisa tetap menggunakan baju bagus dengan harga yang pas dikantong”.<sup>85</sup>

“.....saya tetap dapat tampil trendi dengan harga yang terjangkau”.<sup>86</sup>

“karena brand yang susah didapat dan mahal bisa dengan mudah di dapatkan melalui facebook”.<sup>87</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa warga Desa Timbang, penulis menyimpulkan bahwa pembelian baju bekas dilatar belakangi oleh harga yang murah, kualitas barang yang relatif masih bagus atau layak pakai serta keinginan untuk menggunakan baju bermerek. Oleh karena itu, tingkat konsumtif masyarakat Desa Timbang terhadap baju bekas relatif tinggi.

---

<sup>84</sup>Ni Made Indah Krisna Dewi, dkk, “Implikasi Penjualan Pakaian Bekas Impor Bagi Konsumen di Kota Denpasar”, *Jurnal Interpretasi Hukum*, Vol. 1, No. 1, 2020, hlm, 217.

<sup>85</sup>Supriyati, Pembeli, Wawancara pada 20 Januari 2022.

<sup>86</sup>Wawancara Fauziatun Alifah, Pembeli, Wawancara pada 18 Januari 2022.

<sup>87</sup>Wawancara Dzulfikar Nur Rofik, Pembeli, Wawancara pada 16 Januari 2022.

Simpulan tersebut diambil berdasarkan hasil analisis yang menunjukkan bahwa perilaku konsumtif diartikan sebagai perilaku membeli sebuah produk bukan karena produk sudah habis, melainkan karena adanya *iming-iming* hadiah yang ditawarkan atau bahkan produk tersebut sedang *trend*.<sup>88</sup> Berdasarkan pendapat tersebut beberapa hasil wawancara juga menunjukkan hasil yang sama, yaitu sebagai berikut:

“karena ongkos kirim gratis dan diantar sampai tempat tujuan dengan cepat, selian itu banyak sekali promo seperti potongan harga, gratis ongkir.. intinya banyak promonya deh”.<sup>89</sup>

“karena platform ini mudah dan banyak promo gratis ongkos pengiriman, jadi terjangkau dua kali lipat dari aplikasi lain. Harga murah dan gratis ongkir pula”.<sup>90</sup>

“Karena Platform ini paling aman mba.. kalau return juga mudah, respon penjualnya juga baik”.<sup>91</sup>

Pendapat di atas memberikan titik terang bahwa *Platform* jual beli menggunakan promosi berupa *iming-iming* yang akan terus menarik minat seseorang untuk melakukan pembelian. Maka fenomena-fenomena *lifestyle* atau pemenuhan gaya hidup akan semakin berkembang apabila sesuatu yang mendorong perilaku konsumtif masih terus ada dan terus berinovasi. Bahkan dalam beberapa kasus belanja online dapat menimbulkan dampak negative bagi pelakunya, seperti kecanduan hingga gangguan yang disebut dengan *oniomania* dan *shopahilism* yang artinya motivasi berbelanja yang tidak terkendali hingga

---

<sup>88</sup>Ranti Tri Anggraini & Fauzan Heru Shantoso, “Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja”, *Gajah Mada Journal of Psychology*, Volume 3, No. 3, 2017, hlm, 132.

<sup>89</sup>Yongki Pipiandanu, Pembeli, Wawancara pada 18 Januari 2022.

<sup>90</sup>Zain Fatahillah Rofik, Pembeli, Wawancara pada 23 Januari 2022.

<sup>91</sup>Aninisa Rizkyana Setiarini, Pembeli, Wawancara pada 17 Januari 2022.

menginvestasikan banyak waktu serta tenaga untuk membeli sesuatu sampai mengenyampingkan urusan penting lainnya.<sup>92</sup>

## 2. Pendapatan Masyarakat

Tingkat pendapatan masyarakat yang minim menjadi faktor penyebab masyarakat lebih memilih membeli baju bekas. Bagi mereka baju bekas masih layak pakai dan memiliki kualitas barang yang lebih bagus. Selain itu membeli baju bekas juga dianggap *Worth it* bagi seluruh kalangan masyarakat, walaupun pembeli juga paham dengan segala dampak dan resiko yang timbul setelah pemakaian.<sup>93</sup> Pembelian baju bekas ini merujuk pada harga dan kualitas barang yang sebanding. Sehingga setiap orang dapat membeli baju bagus dengan harga murah.

“karena lebih menghemat biaya”.<sup>94</sup>

“karena murah tapi barang masih bagus dan layak pakai tentunya...”.<sup>95</sup>

“karena harganya terjangkau si mba..”.<sup>96</sup>

Pendapat-pendapat di atas tentunya sangat mewakili, bahwa warga Desa Timbang merupakan masyarakat menengah kebawah dan dengan pendapatan yang terbilang cukup, mereka dapat membeli baju bekas dengan harga murah. Apalagi, seperti yang kita ketahui bahwa dengan harga 5000 hingga ratusan ribu rupiah kita mampu mendapatkan

---

<sup>92</sup>Ardlilah Shamvique, “Pengaruh Kecanduan Internet terhadap *Online Complusive Buying* di Masa Pandemi *Coronavirus Desease (Covid-19)*”, (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2020), hlm, 6.

<sup>93</sup>Eramita, Pembeli, Wawancara pada 23 Januari 2022.

<sup>94</sup>Darsimah, Pembeli, Wawancara pada 17 Januar 2022.

<sup>95</sup>Eramita, Pembeli, Wawancara pada 23 Januari 2022

<sup>96</sup>Muhammad Faros Nue Fauzi, Pembeli, Wawancara pada 16 Januari.

baju bekas tergantung *merk* dan kualitas barangnya.<sup>97</sup> Maka dengan pendapatan yang pas-pasan pun baju bekas data diperoleh dengan mudah.

### 3. Gaya hidup

Sikap yang menunjukkan bagaimana cara seseorang hidup, membelanjakan uangnya dan mengalokasikan waktu termasuk dalam definisi gaya hidup. Seseorang yang memiliki gaya hidup tinggi, kebanyakan akan mengikuti *trend* yang sedang berlangsung, terutama dalam hal *fashion*. karena harus selalu mengikuti *trens* yang sedang berlangsung, alhasil seseorang harus mencari solusi agar dapat terus mengikuti *trend* dengan biaya yang relatif sedikit. Bagi kalangan atas, gaya hidup seperti itu mungkin dapat dengan mudah dijangkau, namun untuk kalangan menengah ke bawah akan memilih jalan lain agar dapat mengikuti *trend fashion*, yakni dengan membeli baju bekas.

Kualitas produk yang ditawarkan juga cukup menarik minat pembeli, yaitu dapat memperoleh baju ber*merk* dengan harga yang jauh lebih murah dari harga barunya. Sehingga alasan inilah yang mempengaruhi gaya hidup seseorang untuk membeli baju bekas.

Pendapat-pendapat ini di buktikan dengan hasil wawancara berikut:

“karena sedang trend mba...”<sup>98</sup>

“karena barangnya cenderung limited edition dan unik mba...”<sup>99</sup>

“...terus bisa beli baju yang modelnya bagus-bagus juga...”<sup>100</sup>

---

<sup>97</sup>Dita Septika Wati, “Praktik Jual Beli Pakaian Impor Bekas (Studi Kasus di Kota Slatiga)”, *Skripsi*, (Salatiga: Institut Agama Islam Negeri (IAIN), 2016), hlm, 67.

<sup>98</sup>Muhammad Solahudin Fardana, Pembeli, Wawancara pada 16 Januari 2022.

<sup>99</sup>Dhiya Ashrof Hilmy, Pembeli, Wawancara pada 16 Januari 2022.

<sup>100</sup>Andika Tri Wahyudi, Pembeli, Wawancara pada 18 Januari 2022

Dengan demikian, faktor yang mempengaruhi seseorang membeli baju bekas secara online dapat juga berasal dari gaya hidup seseorang itu sendiri. Nyatanya mereka lebih memilih membeli baju bekas karena *trend* dan model baju yang lebih bagus dan menarik. Sehingga dapat menambah kepercayaan diri ketika dikenakan. Seperti pendapat salah satu narasumber sebagai berikut:

“apalagi model bajunya juga tidak pasaran.. jadi terlihat keren kalau memakainya.. bikin tambah PD juga karena bajunya bermerk terkenal..”<sup>101</sup>

Pendapat-pendapat tersebut diperkuat dengan hasil penelitian yang menyebutkan bahwa membeli baju bekas merupakan suatu pilihan yang lebih ramah lingkungan, baju-baju bekas memiliki kualitas tinggi dan proses produksi hingga *finishing* yang sangat baik, sehingga mampu bertahan terhadap kemungkinan-kemungkinan buruk selama pemakaian, baju bekas juga bersifat eksklusif karena tidak ada yang menyamai, *tren fashion* sejatinya merupakan roda yang berputar, gaya dan *tren fashion* hari ini dan esok akan mengambil inspirasi dari *tren fashion* masa lalu dan selalu berputar lagi.<sup>102</sup>

#### **D. Analisis Jual Beli Baju Bekas Model Business to Consumer**

Jual beli dalam Islam khususnya dalam pandangan Imam Syafi'i hukumnya adalah boleh menurut *Ijma*, yaitu kesepakatan Mujtahid bahwa jual beli sebagai sebuah sarana mencari rizki telah dipraktikkan sejak zaman

---

<sup>101</sup>Dhiya Ashrof Hilmy, Pembeli, Wawancara pada 16 Januari 2022.

<sup>102</sup>Ayuni Setyaningsih, dkk, “Kuasa Baju Bekas: Kode Kultural Feyen Baju Bekas dalam Ranah Industri Kreatif”, *Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan*, Vol. 1, No, 1, 2018, hlm, 16.

Nabi Muhammad SAW dan masih diakui sebagai sarana mencari rizki yang sah.<sup>103</sup> Pendapat para ulama ini merujuk pada konsep jual beli konvensional secara umum. Sementara, jual beli secara online merupakan konsep jual beli baru dan memerlukan kajian secara mendalam terutama dalam pandangan hukum Islam mengenai hal tersebut. Dalam penelitian ini, jual beli online yang dimaksud adalah jual beli baju bekas model *Business to Consumer* yaitu istilah jual beli online yang dilakukan antara penjual langsung pada konsumen akhir. Proses jual beli model *Business to Consumer* adalah proses jual beli tanpa melalui distributor, melainkan langsung kepada pengguna atau biasa dikenal dengan jual beli retail.

Retail adalah semua kegiatan penjualan barang dan jasa secara langsung kepada konsumen akhir untuk pemakaian pribadi dan rumah tangga, bukan untuk keperluan bisnis.<sup>104</sup> Praktik jual beli seperti ini, sejatinya sudah ada sejak dahulu namun tidak dilakukan secara online. Seperti jual beli di toko-toko pakaian yang praktiknya dijual belikan langsung pada pengguna akhir atau tidak untuk dijual kembali. Jika praktik jual beli seperti itu secara jelas dan pasti relevan dengan pandangan Islam karena terpenuhi segala rukun dan syaratnya, maka jual beli baju bekas model *Business to Consumer* memerlukan analisis mendalam untuk melihat kemungkinan-kemungkinan tidak terpenuhinya rukun dan syarat yang dapat menyebabkan praktik jual beli dianggap tidak sah.

---

<sup>103</sup>Purnama Lestari, "Tinjauan Hukum Islam": 37.

<sup>104</sup>Yuni Wahyudi Hidayah, "Rancang Bangun Sistem Aplikasi Retail Berbasis Client Server", (Yogyakarta, Universitas Teknologi Yogyakarta, 2019).

Imam Syafi'i menyebutkan bahwa jual beli memiliki tiga rukun yaitu, akad atau ijab qabul, pihak yang berakad dan objek akad. Adapun analisis berdasarkan rukun tersebut adalah:

### 1. Adanya akad atau Ijab Qabul

Akad secara bahasa berarti mengikatkan anatara dua sisi sesuatu, baik berupa ikatan konkret maupun abstrak. Akad menurut Ulama syafi'i terbagi menjadi dua, yaitu secara umum dan secara khusus.<sup>105</sup> Adapun pengertian akad secara umum adalah sebagai berikut:

كُلُّ مَا عَزَمَ الْمَرْءُ عَلَى فِعْلِهِ، سَوَاءً صَدَرَ بِإِرَادَةٍ مُنْفَرِدَةٍ كَالْوَقْفِ، أَمْ اِحْتِاجَ إِلَى  
إِرَادَتَيْنِ فِي إِنْشَاءِ كَالْبَيْعِ، سَوَاءً مِنْ شَخْصٍ وَاحِدٍ أَوْ مِنْ شَخْصَيْنِ.

Segala sesuatu yang ingin dilaksanakan oleh seseorang, baik dari keinginan satu pihak saja seperti waqaf-maupun berasal dari keinginan dua belah pihak seperti jual beli, baik berasal dari satu orang maupun dua orang.

Sedangkan secara khusus, yaitu:

إِرْتِبَاطُ إِجَابٍ بِقَبُولٍ عَلَى وَجْهِ مَشْرُوعٍ يُشْبِثُ أَثَرَهُ فِي مَحَلِّهِ.

Mengaitkan Ijab (Penyerahan) dan Qabul (Penerimaan) sesuai ketentuan Syariat yang berdampak pada hukum tertentu.

Berdasarkan pengertian tersebut, maka akad yang dilakukan oleh orang yang melakukan jual beli baju bekas adalah pemilik toko online dan pembeli sebagai penerima ijab. Ijab dalam jual beli online dilakukan berdasarkan keinginan dari setiap pihak tanpa ada paksaan dari siapapun. Akad dalam jual beli online biasanya tertera sebelum pembeli melakukan

<sup>105</sup>Rosidin, *Fikih Muamalah*, (Malang: Edulitera, 2020), hlm. 6.

pembayaran. Inilah yang membedakan antara jual beli konvensional dan online.

Dalam praktiknya, barang yang akan diperjual belikan akan dideskripsikan dalam kolom deskripsi. Jenis bahan, ukuran, dan kondisi, serta terdapat perjanjian apabila terjadi kerusakan barang dapat dikembalikan dengan syarat dan ketentuan yang berlaku. Oleh karena itu, setiap orang yang akan membeli baju bekas melalui *platform* tentunya sudah paham dengan deskripsi barang dan konsekuensi yang didapat apabila terjadi kerusakan barang. Dengan adanya ketentuan tersebut maka pembeli sudah memikirkan dengan matang dan tanpa ada paksaan dari pihak manapun dikarenakan pembeli dan penjual tidak dipertemukan secara langsung namun hanya melalui fitur online saja.

## 2. Adanya pihak yang berakad

Syarat dan rukun jual beli adalah adanya pihak yang berakad, yaitu adanya penjual dan pembeli yang melakukan akad jual beli. Adapun syarat akad jual beli adalah Islam (diisyaratkan bagi pembelian benda-benda tertentu, seperti Al-Qur'an), berakal, atas kehendak sendiri dan *baligh* atau telah dewasa serta tidak *mubadzir* atau boros.<sup>106</sup> *Baligh* berarti genap menginjak usia lima belas tahun, sama saja antara laki-laki dan perempuan. Jika laki-laki ditandai dengan mimpi basah, sementara perempuan ditandai dengan haid. Jika kedua hal tersebut mereka alami

---

<sup>106</sup>Afif Asri Fitriana, "Tinjauan Hukum Islam": 33.

sebelum menginjak usia lima belas tahun, maka saat itu mereka sudah dianggap *baligh*.<sup>107</sup>

Dalam transaksi jual beli pakaian bekas model *Business to Conusmer*, penjual dan pembeli yang melakukan akad merupakan orang yang telah *baligh* dan berakal sehat. Hal ini dikarenakan untuk membuat sebuah akun dalam *Platform e-Commerce* seseorang di syartkan untuk membuat e-mail yang tidak mudah diakses oleh anak-anak, selain itu seseorang yang menggunakan *Platform e-Commerce* juga memerlukan keahlian dalam penggunaannya.

Berdasarkan hasil wawancara rata-rata pengguna *Platform e-Commerce* merupakan anak diatas 17 tahun. Sehingga hal ini telah memenuhi syarat pihak yang berakad yaitu *baligh* atau telah dewasa. Selain itu, transaksi jual beli juga mereka lakukan sendiri tanpa paksaan dari orang lain. Contohnya seperti hasil wawancara berikut:

“di Instagram juga banjunga keren-keren mba... terus keliatan lebih trendy.. jadi saya beli saja di Instagram. Apalagi sekarang banyak banget baju yang bagus-bagus kaya Korean Style yang dijual murah mba.. itu tambah bikin aku tertarik si.. jujur baju Korean Style itu cantik-cantik .. baguslah pokoknya dan modelnya juga ga monoton”<sup>108</sup>

Pendapat Nanda Shevira di atas menunjukkan bahwa pembelian yang dilakukan merupakan kehendak sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain. Ia melakukan pembelian berdasarkan ketertarikannya dengan baju-baju *Korean Style* pada *Platform* jual beli di *Instagram*. Artinya, ia

---

<sup>107</sup>Syaikh Ahmad Mustafa al-Farran, *Tafsir al-Imam asy-Syafi'i* (Jakarta Timur: Almahira, 2008), hlm. 21.

<sup>108</sup>Nanda Shevira, Pembeli, Wawancara Pada 18 Januari 2022.

benar-benar melakukan pembelian baju bekas atas dasar keinginannya sendiri.

### 3. **Objek akad**

Objek akad berarti barang yang akan diperjual belikan. Objek menjadi syarat sahnya jual beli karena tanpa ada barang yang diperjual belikan maka rukun dan syaratnya tidak sah. Maka dalam penelitian ini, objek akad yang dimaksud adalah baju bekas yang dijual dengan model *Business to Consumer* atau dijual secara retail melalui media online.

Dalam praktiknya, jual beli model ini menyajikan barang dalam bentuk foto dan ulasan video. Barang juga dideskripsikan dalam kolom deskripsi barang yang diperjual belikan. Sehingga pembeli dapat menilai dengan jelas barang seperti apa yang akan dibelinya nanti. Ulasan dalam bentuk foto dan video tidak hanya berasal dari penjual, namun juga berasal dari hasil penilaian para pembeli. Ulasan biasanya berisi tentang kualitas produk dan pelayanan yang dilakukan penjual terhadap pembeli. Semakin bagus sebuah ulasan, maka toko akan mendapat penilaian yang baik dari para konsumen. Selain itu, penjual juga menyajikan deskripsi secara jelas tentang produk yang diperjual belikan, termasuk memberi “label baju bekas, *thrift* atau *preloved*” dalam kolom deskripsi. Sehingga konsumen yang akan membeli tidak merasa tertipu karena baju yang dibelinya merupakan baju bekas. Menurut hasil observasi, secara umum baju-baju bekas yang diperjual belikan dalam *marketplace* merupakan baju bekas import yang masih sangat layak pakai dan merupakan *brand*

ternama. Oleh karena itu, baju bekas sebagai objek jual beli dalam penelitian ini merupakan barang dengan kualitas bagus dan layak untuk diperjual belikan secara online kepada para pengguna *marketplace*.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan tentang Jual Beli Baju Bekas Secara Online Perspektif Fikih Muamalah di Desa Timbang Kecamatan Kejobong Kabupaten Purbalingga”, penulis menyimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi jual beli baju bekas atau dikenal dengan *thrift* dan *preloved* adalah tingkat konsumtif masyarakat yang masih tinggi, Pendapatan masyarakat Desa yang tergolong pada masyarakat menengah ke bawah, kemudian *trend* atau gaya hidup.

Analisis jual beli baju bekas secara online model B2C (*Business to Consumer*) perspektif fikih muamalah dinyatakan “sah”. Dengan ketentuan: (1) Adanya akad atau ijab kabul; (2) Adanya pihak yang berakad, artinya ada penjual dan ada pembeli sebagai subjek akad; (3) Adanya objek akad, artinya ada barang yang diperjual belikan.

#### B. Saran

1. Untuk pengguna *marketplace* sebaiknya lebih berhati-hati dalam pembelian baju bekas, perhatikan kolom deskripsi dan tanyakan kepada *seller* apabila terdapat definisi produk yang kurang lengkap.
2. Untuk pelaku bisnis *online* baju bekas, sebaiknya definisikan secara detail barang yang diperjual belikan, seperti menyantumkan keterangan baju bekas, *preloved* atau *thrift* agar syarat dan rukun jual beli dapat

terlaksana dan jual beli dianggap sah karena tidak ada pihak yang merasa dirugikan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Hafifah. “Perspektif Hukum Islam Tentang Jual Beli Pakaian Bekas (Studi di Pasar Perumnas Way Halim Bandar Lampung)”. *Skripsi*. Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. 2018.
- Akmal. *Lebih Dekat dengan Industri 4.0*. Yogyakarta: Deepublish, 2019.
- Alma, Buchari. *Belajar Mudah Penelitian untuk Guru Karyawan dan Peneliti Pemula*. Bandung: Alfabeta, 2011.
- Al-Farran, Syaikh Ahmad Mustafa. *Tafsir al-Imam asy-Syafi’i*. Jakarta Timur: Almahira, 2008.
- Anggito, Albi dan Johan Setiawan. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak, 2018.
- Anggraini, Ranti Tri & Shusanto, Fauzan Heru. “Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja”. *Gajah Mada Journal of Psychology*, Volume 3, No. 3, 2017.
- Apriadi, Deni, Saputra, Arie Yandi. “E-Commerce Berbasis Marketplace dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian”. *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem dan Teknologi Informasi)*, Vol. 1, No. 2. 2017.
- Churchil, A Gilbert, *Dasar-Dasar Riset Pemasaran, Edisi 4, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga, 2001.
- Diabtha, I Made Pasek. *Metodologi Penelitian Hukum Normatif dalam Justifikasi Teori Hukum*. Jakarta: Kencana, 2017.
- Fatonah, Ismelia. “Analisis Hukum Positif dan Hukum Islam terhadap Jual Beli Pakaian Bekas Impor”. *Skripsi*. Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan. 2020.
- Fauzi, Ahmad. “Jaul Beli Pakaian Bekas dalam Perspektif Fikih Muamalah Iqtishodiyah”. *Iqtishodia: Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 4, No. 2, 2019.
- Fitrah, M dan Luthfiyah. *Metodologi Penelitian (Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus)*. Sukabumi: CV Jejak, 2017.
- Ghazaly, A. R dkk. *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Kencana, 2010.

- Gunawan, Imam. *Metodologi Penelitian Kualitatif & Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara, 2014.
- Harmayani,dkk.*E-Commerce: Suatu Pengantar Bisnis Digital*. Medan: Kita Menulis, 2020.
- , *Fiqh Muamalah*. Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2017.
- Muhammad, Abdulkadir. *Hukum Perdata Indonesia*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2014.
- Najib, A. A. “Jual Beli Online Pakaian Bekas Impor di Akun “@secondisgood\_mjk” dalam Perspektif Hukum Islam dan Peraturan Menteri Perdagangan No. 51 Tahun 2015”. *Skripsi*. Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019.
- Novpintriwasih , Zha Zha. “Tinjauan Fiqh Muamalah terhadap Strategi Pemasaran pada Pelaksanaan Jasa Endorsment Produk Kecantikan di Media Sosial (Studi Kasus Online Shop Anda\_Beauty.id)”. *Skripsi*. Riau: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2021.
- Nugrahani, Farida. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Solo: Cakra, 2014.
- Pradana, Mahir. “Klasifikasi Bisnis E-Commerce di Indonesia”. *Jurnal Modus*, Vol. 27 (2), 2015.
- Rasjid, Sulaiman. *Fiqh Islam*. Bandung: Sinar Baru Algesindo, 2011.
- Rerung, R. R.*E-Commerce Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*. Jogjakarta: Deepublish, 2018.
- Salim, Munir. “Jual Beli Secara Online Menurut Pandangan Hukum Islam”. *Jurnal Al-daulah*, Vol. 6, No. 2, Desember 2017.
- Sarwat, Ahmad. *Fiqh Jual-beli*. Jakarta Selatan: Rumah Fiqh Publishing, 2018.
- Shamvique, Ardililah. “Pengaruh Kecanduan Internet terhadap *Online Complusive Buying* di Masa Pandemi *Coronavirus Desease (Covid-19)*”. *Skripsi*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang. 2020.

- Sofiya, Ida. "Implementasi Strategi Digital Marketing pada Segmen B2C (*Business to Customer*) Guna Menarik Nasabah Pemula PT Pegadaian (PERSERO) Deputy Bisnis Area Jember". *Skripsi*. Jember: Institut Agama Islam Negeri Jember, 2020.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Sunaryo, Agus. *Pedoman Penulisan Skripsi Fakultas Syariah IAIN Purwokerto*. Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2019.
- Susanti, D. A. "Jual Beli Online Menurut Hukum Islam". *Jurnal Al-Sharf*, Vol. 1, No. 2, 2020.
- Triantika, N. A dkk. "Tinjauan Hukum Islam Tentang Pelaksanaan Jual Beli Online Melalui E-Commerce Menurut Pasal 1320 KUHPerdara". *Jurnal Ensiklopedia Social Review*, Vol. 2, No. 2, Juni 2020.
- Triantika, Nafa Amelsi, dkk. "Tinjauan Hukum Islam Tentang Pelaksanaan Jual Beli Online Melalui E-Commerce Menurut Pasal 1320 KUHPerdara". *Jurnal Ensiklopedia Social Review*, Vol. 2, No. 2, Juni 2020.

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## Lampiran 1. Transkrip Hasil Wawancara

### 1. Tanggal Wawancara 20 Januari 2022

**Nama** : Ibu Supriyati  
**Usia** : 42 tahun  
**Pekerjaan** : Wiraswasta  
**Aplikasi** : Shopee

Sinta : Apa alasan ibu membel baju bekas?  
 Ibu Supriyati : karena modelnya bagus, kualitas juga bagus, apalagi baju bekas yang Import. Modelnya juga cenderung tidak pasaran, harganya juga murah. Jadi lebih suka beli baju bekas karena bisa tetap menggunakan baju bagus dengan harga yang pas dikantong.

Sinta : Kenapa Ibu lebih suka membeli baju bekas di shoppe?  
 Ibu Supriyati : Karena menurut saya aplikasi ini amanah dan Alhamdulillah dari awal pakai aplikasi shoppe sampe searang belum pernah tertipu atau produk tidak sesuai deskripsi.

Sinta : Apakah ibu tahu dampak dari penggunaan baju bekas?  
 Ibu Supriyati : Kalo dulu belum tau tapi sekarang sudah tau seperti bisa rentan terkena infeksi kulit.

Sinta : Kenapa Ibu tetap membelinya?  
 Ibu Supriyati : Karena saat ini saya sudah tau cara menanganinya seperti barang yang baru di beli di sterilkan terlebih dahulu/ di uap agar kuman dll hilang. Dicuci dengan bersih dan dijemur di bawah terik matahari.

Sinta : Menurut Ibu hukum jual beli baju bekas secara online itu bagaimana?  
 Ibu Supriyati : Kalau menurut saya hukumnya ya boleh-boleh saja yang penting itu suka sama suka dan barang sesuai dengan deskripsi.

### 2. Tanggal Wawancara 18 Januari 2022

**Nama** : Andika Tri Wahyudi  
**Usia** : 18 tahun  
**Pekerjaan** : Pelajar  
**Aplikasi** : Shopee

Sinta : Apa alasan kamu membeli baju bekas ?  
 Andika : Ya.. karena harganya lebih terjangkau mba.. terus bisa beli

baju yang modelnya bagus-bagus juga. Jadi aku bisa beli pakai uang jajan yang aku sisihkan. Kan harganya juga mahal-mahal banget tuh.. terjangkau lah mba... aku juga bisa pake baju bagus-bagus dan keren..

Sinta : Kenapa kamu lebih suka membeli baju bekas di shoppe?  
Andika : Karena platform yang menjual baju bekas brand yang saya inginkan secara online hanya ada di aplikasi shopee.

Sinta : Apakah kamu tahu dampak penggunaan baju bekas?  
Andika : Tidak tau mba...

Sinta : Kenapa tetap membelinya?  
Andika : karena saya belum merasakan dampak dari memakai pakaian bekas jadi saya tetap membeli. Se jauh ini si aman-aman saja..

Sinta : Menurut kamu hukum jual beli baju bekas secara online itu bagaimana?  
Andika : kalau menurut saya boleh saja karena tidak merugikan bagi saya mba..

### 3. Tanggal Wawancara 18 Januari 2022

**Nama** : **Yongki Pipiandanu**  
**Usia** : **24 tahun**  
**Pekerjaan** : **Pedagang**  
**Aplikasi** : **Bukalapak**

Sinta : Apa alasan anda membeli baju bekas?  
Yongki : karena ongkos kirim gratis dan di antar atau di kirim sampai alamat tujuan dengan cepat, terus kualitas produk juga tidak mengecewakan dan sesuai dengan deskripsi yang idtampilkan penjual.

Sinta : Kenapa lebih suka membeli baju bekas di Bukalapak?  
Yongki : Karena di platform ini banyak promo seperti potongan harga barang ataupun gratis ongkos kirim, intinya banyak promonya deh..

Sinta : apakah anda tau dampak dari penggunaan baju bekas?  
Yongki : ya... Tau tapi menurut saya itu tidak terlalu menjadi masalah, jadi saya tetap membelinya.

Sinta : Menurut anda hukum jual beli bekas secara online itu bagaimana?  
Yongki : Mungkin boleh karena saya tidak pernah mempelajarinya

dan saya juga tidak terlalu memperdulikannya.

#### 4. Tanggal Wawancara 18 Januari 2022

**Nama** : Fauziatun Alifah  
**Usia** : 23 tahun  
**Pekerjaan** : Ibu rumah tangga  
**Aplikasi** : Lazada

Sinta : Apa alasan Ibu membeli baju bekas?  
 Fauzia : Karena lebih terjangkau, barangnya juga tidak pasaran, dan saya tetap dapat tampil trendi dengan harga yang terjangkau. Sebagai ibu rumah tangga saya juga ingin tampil trendi mbak, jadi beli baju bekas bisa mengirit pengeluaran. Saya bisa pakai baju bagus tapi tidak mengeluarkan banyak uang.

Sinta : Kenapa lebih suka membeli baju bekas di Lazada  
 Fauzia : karena platform ini yang paling nyaman saya gunakan.

Sinta : Apakah ibu tahu dampak bagi kesehatan dari pemakaian Baju bekas?  
 Faizia : Tau... terutama buat kesehatan kulit mungkin ya.. akan tetapi itu bukan sebuah masalah bagi saya karena kulit saya aman aman saja tidak sensitive. Jadi saya tetap membelinya, ngga masalah deh pokoknya...

Sinta : Menurut kamu hukum jual beli baju bekas secara online itu bagaimana?  
 Fauzia : kalau menurut saya boleh sekali karena sangat membantu fashion saya akan tetapi dengan harga yang terjangkau

#### 5. Tanggal Wawancara 18 Januari 2022

**Nama** : Nanda Shevira  
**Usia** : 18 Tahun  
**Pekerjaan** : Pelajar  
**Aplikasi** : Instagram

Sinta : Apa alasan kamu membeli baju bekas di Instagram?  
 Nanda : Karena tampilan di Instagram menurut saya lebih menarik dan lebih mudah cekout di aplikasi tersebut dari pada aplikasi aplikasi lain.  
 Di instagram juga bajunya keren-keren mba...terus kelihatan lebih trendy.... Jadi saya beli saja di Instagram. Apalagi sekarang banyak banget baju-baju yang bagus-bagus kaya Korean Style yang dijual murah di Instagram

mba.. itu tambah bikin aku tertarik si.. jujur baju Korean Style tu cantik-cantik.. bagus lah pokoknya.. modelnya juga ga monoton...

- Sinta : Apakah kamu tahu dampak bagi kesehatan akibat pemakaian baju bekas?
- Nanda : ya.. tau si...tapi setau saya baju bekas yang dijual lagi dari tokonya sudah di seterilkan dan sudaah aman utamanya untuk kesehatan, jadi saya tetap membeli baju bekas karena selama saya membeli baju di toko langganan saya, kesehatan kulit saya aman-aman saja dan tidak ada keluhan apapun.
- Sinta : Menurut kamu hukum jual beli baju bekas secara online bagaimana?
- Nanda : pasti boleh karena ketika membeli kan sama sama sepakat terus juga deskripsinya jelas, jadi tidak ada pihak yang dirugikan.

#### 6. Tanggal Wawancara 17 Januari 2022

**Nama** : Ibu Darsimah  
**Usia** : 37 Tahun  
**Pekerjaan** : Pedagang  
**Aplikasi** : Shoppe

- Sinta : Apa alasan Ibu membeli baju bekas  
 Ibu Darsimah : karena lebih menghemat biaya mba. Sejak pandemi kan Apa-apa mahal dan ibu-ibu harus pinter-pinter ngatur keuangan mba.
- Sinta : Kenapa lebih suka membeli baju bekas di Shoppe?  
 Ibu Darsimah : Karena, saya taunya aplikasi jual beli online hanya shoppe mba..
- Sinta : Apakah Ibu tahu tetang dampak bagi kesehatan akibat penggunaan baju bekas?  
 Ibu Darsimah : Tidak tau karna baju bekas yang saya beli selalu sampai dengan keadaan bersih ,wangi dan tidak rusak.
- Sinta : Kenapa Ibu tetap membeli baju bekas?  
 Ibu Darsimah : karena harganya jauh lebih murah dari harga baju yang baru. Kualitasnya juga sama saja terus modelnya juga bagus-bagus, ngga pasaran lah mba..
- Sinta : Menurut Ibu jual beli baju bekas secara online hukumnya bagaimana?

Ibu Darsimah : boleh-boleh saja kan bajunya tidak cacat dan saya juga tidak merasa di rugikan

#### 7. Tanggal Wawancara 23 Januari 2022

**Nama** : Zain Fatahillah Rofik

**Usia** : 23 tahun

**Pekerjaan** : Mahasiswa

**Aplikasi** : Lazada

Sinta : Apa alasan kamu membeli baju bekas secara online?

Zain : karena kualitas barang oke akan tetapi harga jauh dari aslinya bahkan lebih murah 50% dari barang barunya

Sinta : Apa alasan kamu lebih suka membeli baju bekas di Lazada?

Zain : karena platform ini mudah dan banyak promo gratis ongkos pengiriman, jadi terjangkau dua kali lipat dari aplikasi lain. Harga murah dan gratis ongkir pula.

Sinta : Apakah kamu tahu dampak bagi kesehatan akibat penggunaan baju bekas?

Zain : Tau dong karena sebelum saya cekout barang tersebut saya cek terlebih dahulu kekurangan dan kelebihan nya, terus saya juga lihat ulasan-ulasan dari pembeli lainnya mengenai baju bekas tersebut.

Sinta : Kenapa Tetap membeli baju bekas secara online?

Zain : karena tidak begitu menjadi masalah sih.. bagi saya ..

Sinta : Menurut kamu hukum juela beli baju bekas secara online bagaimana?

Zain : ya.. hukumnya Boleh, asal sesuai deskripsi dan sesuai kesepakatan

#### 8. Tanggal Wawancara 17 Januari 2022

**Nama** : Annisa rizkyana setiarini

**Usia** : 18 Tahun

**Pekerjaan** : Pelajar

**Aplikasi** : Shoppe

Sinta : Apa alasan kamu membeli baju bekas secara online?

Annisa : karena yang baru model seperti itu sudah tidak diperjual belikan lagi di toko-toko biasa mba.. terus harganya juga terjangkau..

Sinta : Kenapa lebih suka membeli baju bekas di Lazada?

- Annisa : karena platform ini paling aman kalo di return juga mudah respon penjualnya juga baik
- Sinta : Apakah kamu tau dampak penggunaan baju bekas bagi kesehatan?
- Annisa : Tidak tau
- Sinta : Kenapa Tetap membeli?
- Annisa : karena setau saya aman aman saja tidak ada dampaknya untuk kesehatan
- Sinta : Menurut kamu hukum jual beli baju bekas secara online bagaimana?
- Annisa : Boleh mungkin mba... kan itu jual beli juga diperbolehkan dalam Islam.

#### 9. Tanggal Wawancara 16 Januari 2022

**Nama** : Dzulfikar nur rofik  
**Usia** : 29 Tahun  
**Pekerjaan** : Pedagang  
**Aplikasi** : Facebook

- Sinta : Apa alasan bapak membeli baju bekas?
- Rofik : karena brand yang susah didapat dan mahal bisa dengan mudah di dapatkan melalui facebook mba.
- Sinta : Kenapa lebih suka membeli baju beka di Facebook?
- Rofik : karena platform ini yang sering mengupload brand baju bekas yang saya Inginkan..
- Sinta : Apakah Bapak tau dampak bagi kesehatan akibat pemakaian baju bekas?
- Rofik : saya anu terlalu masa bodo si ya mba jadi saya tidak memikirkan sampai Kesitu, jadi saya tetap membelinya karena saya menyukai brand-brand dari baju bekas tersebut.
- Sinta : Menurut Bapak hukum jual beli baju bekas secara online bagaimana?
- Rofik : Saya tidak paham mba

#### 10. Tanggal Wawancara 16 Januari 2022

**Nama** : Dhiya ashrof hilmy  
**Usia** : 22 tahun  
**Pekerjaan** : Mahasiswa  
**Aplikasi** : Instagram

- Sinta : Apa alasan kamu membeli baju bekas secara online?  
 Dhiya : karena barangnya cenderung limited edition dan unik mba.. jadi utuk anak muda ya cocok. Sesuai harganya dan sesuai juga model-modelnya. Tetap bisa tampil kece dengan harga yang pas di kantong hehe...
- Sinta : Kenapa lebih suka membeli di Instagram?  
 Dhiya : karena gampang untuk memilih barang dan gambarnya juga jelas mba... looknya lebih menarik di instagram
- Sinta : Apakah kamu tahu dampak bagi kesehatan akibat penggunaan baju bekas?  
 Dhiya : Tau si... tapi saya belum pernah terkena dampaknya tuh.. jadi saya tetap membelinya.. apalagi model bajunya juga tidak pasaran.. jadi terlihat keren kalau memakainya.. bikin tambah PD juga karena bajunya bermerk terkenal..
- Sinta : Menurut kamu hukum jual beli baju bekas secara online bagaimana?  
 Dhiya : menurut saya hukumnya boleh si mba.. asal tidak merugikan ajah...

#### 11. Tanggal Wawancara 23 Januari 2022

- Nama : Ibu Eramita**  
**Usia : 34 Tahun**  
**Pekerjaan : Guru**  
**Aplikasi : Facebook**
- Sinta : Apa alasan ibu membeli baju bekas secara online?  
 Ibu Eramita : karena murah tapi barang masih bagus dan layak pakai tentunya..
- Sinta : Kenapa Ibu lebih suka membeli di Facebook:  
 Ibu Eramita : karena saya tidak pernah kecewa berbelanja di marketplace facebook
- Sinta : Apakah ibu tau dampak bagi kesehatan akibat penggunaan baju bekas?  
 Ibu Eramita : tau dan sebenarnya dimasa pandemi seperti ini sedikit takut akan tetapi karena wort it jadi tidak apa apalah.. lagian saya juga cuci bersih sebelum penggunaan.
- Sinta : Menurut Ibu hukum jual beli baju bekask secara online bagaimana?  
 Ibu Eramita : Boleh asal sesuai akad jual belinya mba..

### 12. Tanggal Wawancara 16 Januari 2022

**Nama** : Muhammad solahudin fardana  
**Usia** : 20 Tahun  
**Pekerjaan** : Sopir  
**Aplikasi** : Instagram

Sinta : Apa alasan kamu membeli baju bekas secara online?  
 Fardana : karena sedang trend mba... apalagi bajunya bagus-bagus dan yang penting adalah barangnya murah.. walaupun jadi supir.. tapi saya tetep bisa pakai baju yang lebih rapih mba..

Sinta : Kenapa kamu lebih suka membeli di instagram?  
 Fardana : karena platform ini mudah untuk akses jual beli menurut saya mba..

Sinta : Apakah kamu tau dampak bagi kesehatan akibat penggunaan baju bekas?  
 Fardana : tidak tau mba...jadi saya tetap membelinya.

Sinta : Menurut kamu hukum jual beli baju bekas secara online bagaimana?  
 Fardana : Kalau menurut saya mungkin boleh ya mba.. kan ngga merugikan dang a menipu juga..

### 13. Tanggal Wawancara 16 Januari 2022

**Nama** : Tofik setia nugroho  
**Usia** : 24 tahun  
**Pekerjaan** : karyawan  
**Aplikasi** : Bukalapak

Sinta : Apa alasan kamu membeli baju bekas secara online?  
 Tofik : karena modelnya bagus mba... harganya juga murah.. sesuaih antara barang dan harganya.

Sinta : Kenapa lebih suka membeli baju bekas di Bukalapak?  
 Tofik : punyaanya aplikasi bukalapak dan seringnya juga beli disitu mba..

Sinta : Apakah kamu ttahu dampak bagi kesehetan akibat penggunaan baju bekas?  
 Tofik : Tau mba tapi saya tetap membelinya karena model dan gambarnya bagus. Jadi saya tetap membeli...

Sinta : Menurut kamu hukum jual beli baju bekas secara online

bagaimana?  
 Tofik : mungkin tidak boleh karena bajunya bekas ya mba..

#### 14. Tanggal Wawancara 16 Januari 2022

**Nama** : **Muhammad amru alfajri**  
**Usia** : **16 Tahun**  
**Pekerjaan** : **Pelajar**  
**Aplikasi** : **Shopee**

Sinta : Apa alasan kamu membeli baju bekas secara online?  
 Fajri : karena ikut ikutan teman mba... mereka pada tampil kece-kece dan bajunya bagus-bagus. Jadi saya ikut-ikutan beli baju bekas di Shopee mba...

Sinta : Kenapa lebih suka membeli baju bekas di Shopee?:  
 Fajri : setau saya di aplikasi ini paling terpercaya jarang nipu mba..

Sinta : apakah kamu tahu dampak bagi kesehatan akibat penggunaan baju bekas?  
 Fajri : tidak tau mba....

Sinta : Mengapa kamu tetap membelinya?  
 Fajri : karena terpengaruh teman mba...

Sinta : Menurut kamu jual beli baju bekas secara online hukumnya bagaimana?  
 Fajri : ya boleh-boleh saja si mba... kan halal..

#### 15. Tanggal Wawancara 16 Januari 2022

**Nama** : **Muhammad faros nue rauzi**  
**Usia** : **18 Tahun**  
**Pekerjaan** : **karyawan**  
**Aplikasi** : **facebook**

Sinta : Apa alasan kamu membeli baju bekas secara online?  
 Faros : karena harganya terjangkau si mba..

Sinta : Kenapa lebih suka membeli baju bekas di Facebook?  
 Faros : karena di Facebook menampilkan model baju yang sesuai dengan model yang saya inginkan mba.. bagus-bagus juga.. murah...

Sinta : Apakah kamu tahu dampak bagi kesehatan akibat penggunaan baju bekas?  
 Faros : Tau mba.. tapi tidak masalah si.. santai ajah...Jadi saya

tetep beli karena saya pengen model baju sperti itu...

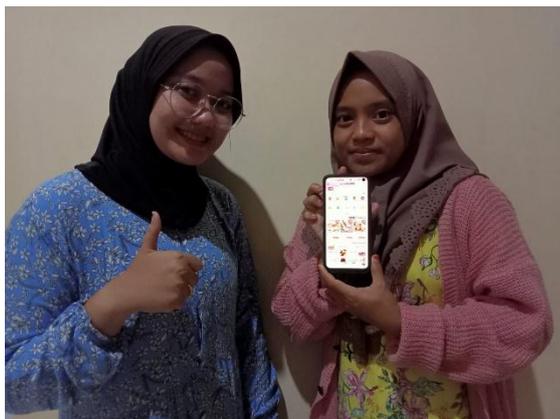
- Sinta : Menurut kamu hukum jual beli baju bekas secara online bagaimana?
- Faros : Ga paham si mba.. tapi ya halal-halal saja kan ga menipu.. lagian di deskripsinya juga ditulis kalau itu baju bekas..

## Lampiran 2. Dokumentasi Kegiatan

### 1. Pengguna Shopee



### 2. Pengguna Lazada



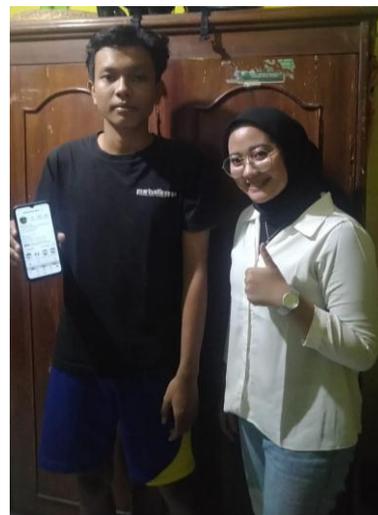
### 3. Pengguna Bukalapak



### 4. Pengguna Marketplace (Facebook)



### 5. Pengguna Shopping (Instagram)



**Lampiran 3. Daftar Riwayat Hidup****DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Nama : Sinta Okviani  
Usia : 22 Tahun  
TTL : Purbalingga, 04 Oktober 1999  
Agama : Islam  
Alamat : Desa Timbang Rt 13 Rw 04 Kecamatan Kecobong,  
Kabupaten Purbalingga  
No. HP : 087725967841

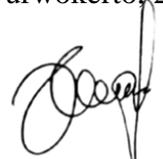
**RIWAYAT PENDIDIKAN**

1. SMK Muhammadiyah 1 Purbalingga (2014-2017)
2. MTS N 2 Rakit (2011-2014)
3. MI Muhammadiyah Timbang (2005-2011)
4. TK Aisyiyah Timbang (2004-2005)

**PENGALAMAN ORGANISASI**

1. BLC (Business Law Center)
2. Karangtaruna
3. IPM
4. Pramuka
5. Osis

Purwokerto, 28 April 2022



**Sinta Okviani**  
NIM. 1717301128