

**PRAKTIK JUAL BELI *ONLINE*
OBAT HERBAL PRODUK CV DE NATURE INDONESIA
MAJENANG, CILACAP MELALUI PERANTARA PERSPEKTIF
FIQH *MU'ĀMALAH***



IAIN PURWOKERTO

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Syari'ah Institut Agama Islam Negeri Purwokerto
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Hukum (S.H)**

IAIN PURWOKERTO

**Oleh:
UMI SALAMAH
NIM. 1522301045**

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS SYARI'AH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PURWOKERTO
2020**

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini, saya:

Nama : Umi Salamah
NIM : 1522301045
Jenjang : S-1
Jurusan : Muamalah
Program Studi : Hukum Ekonomi Syari'ah
Fakultas : Syar'iah IAIN Purwokerto

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi berjudul “**PRAKTIK JUAL BELI ONLINE OBAT HERBAL PRODUK CV DE NATURE INDONESIA MAJENANG, CILACAP MELALUI PERANTARA PERSPEKTIF FIQH MU'ĀMALAH**” ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, bukan dibuatkan orang lain, bukan saduran, juga bukan terjemahan. Hal-hal yang bukan karya saya yang dikutip dalam skripsi ini, diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar akademik yang telah saya peroleh.

IAIN PURWOKERTO

Purwokerto, 24 Juli 2020

Saya yang menyatakan,



Umi Salamah
NIM. 1522301045



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS SYARI'AH

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126
Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.iainpurwokerto.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi berjudul:

**PRAKTIK JUAL BELI *ONLINE*
OBAT HERBAL PRODUK CV DE NATURE INDONESIA
MAJENANG, CILACAP MELALUI PERANTARA PERSPEKTIF
FIQH *MU'AMALAH***

Yang disusun oleh **Umi Salamah (NIM. 1522301045)** Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah Fakultas Syari'ah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto, telah diujikan pada tanggal **11 Agustus 2020** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Hukum (S.H.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/ Penguji I

Dr. H. Ansori, M.Ag.
NIP. 19650407 199203 1 004

Sekretaris Sidang/ Penguji II

M. Wildan Humaidi, S.H.I, M.H.
NIP. 19890929 201903 1 021

Pembimbing/ Penguji III

Sarmo, S.H.I, M.H.I.
NIDN. 2006128802

Purwokerto, 25 Agustus 2020

Dekan Fakultas Syari'ah



Dr. Supani, S.Ag., M.A.
NIP. 19700705 200312 1 001

NOTA DINAS PEMBIMBING

Purwokerto, 24 Juli 2020

Hal : Pengajuan Munaqasyah Skripsi Sdr. Umi Salamah

Lampiran : 3 Eksemplar

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Syari'ah IAIN Purwokerto
di Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : Umi Salamah
NIM : 1522301045
Jurusan : Muamalah
Program Studi : Hukum Ekonomi Syar'iah
Fakultas : Syari'ah
Judul : **PRAKTIK JUAL BELI *ONLINE* OBAT HERBAL
PRODUK CV DE NATURE INDONESIA
MAJENANG, CILACAP MELALUI PERANTARA
PERSPEKTIF FIQH *MU'AMALAH***

sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Syari'ah, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto untuk dimunaqosyahkan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H.).

Demikian, atas perhatian Bapak, saya mengucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing,



Sarmo, M.H.I.
NIDN. 2006128802

**PRAKTIK JUAL BELI *ONLINE* OBAT HERBAL PRODUK CV DE NATURE
INDONESIA MAJENANG, CILACAP MELALUI PERANTARA
PERSPEKTIF FIQH *MU'ĀMALAH***

**ABSTRAK
UMI SALAMAH
NIM: 1522301045**

**Jurusan Hukum Ekonomi Syari'ah, Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto**

Pada zaman modern ini, di mana zaman sudah dipenuhi dengan peralatan teknologi yang serba canggih orang memilih melakukan segala sesuatunya dengan mudah dan instan lewat internet. Salah satu bentuk kegiatan yang saat ini marak dilakukan manusia dengan mengandalkan internet adalah bisnis *online*. De Nature Indonesia, sebagai salah satu toko *online* obat herbal berkualitas yang memasarkan produknya melalui media sosial dengan metode *marketing* atau melalui perantara *online*. Pada praktiknya, terdapat kerjasama antara pemilik atau direktur dengan perantara *marketing online* untuk memasarkan produknya via *online* oleh si perantara (makelar) tersebut. Perantara *marketing online* tidak menyediakan atau memiliki stok barang yang akan dijualnya. ia hanya bertugas untuk memasarkan barang-barangnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dengan jelas bagaimana praktik jual beli *online* obat herbal dan tinjauan fiqh *mu'amalah* mengenai sistem akad praktik jual beli *online* produk CV De Nature Indonesia.

Metode penelitian menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) yaitu semua penelitian yang dilakukan di lingkungan masyarakat tertentu, baik lembaga-lembaga masyarakat (*social*), maupun lembaga pemerintahan. Adapun pendekatan penelitian yang digunakan adalah normatif-sosioologis, yakni membahas masalah yang diteliti dengan berdasar ketentuan norma-norma agama atau teori hukum Islam dengan pendekatan dari hukum ke masyarakat. Metode pengumpulan data yang digunakan yakni observasi, wawancara dan dokumentasi. Kemudian analisis data yang digunakan adalah deskriptif analisis.

Dari hasil penelitian, diperoleh kesimpulan bahwa CV De Nature Indonesia menggunakan jasa makelar/perantara *marketing online* dalam memasarkan produk obat herbal melalui internet. Skema jual beli *online* obat herbal produk CV De Nature Indonesia dengan sistem perantara *marketing* (makelar/*simsār*) memiliki kesamaan dengan akad *bai' as-salam*. Kemudian dalam tinjauan fiqh *mu'amalah*, praktik jual beli *online* obat herbal CV De Nature Indonesia dengan sistem perantara *marketing online* hukumnya sah atau diperbolehkan, dikarenakan rukun dan syarat jual beli terpenuhi dan juga telah memenuhi syarat dan rukun sesuai dengan konsep makelar. Pemberian upah atas dasar kesepakatan, memenuhi rukun makelar dalam hal upah dan sesuai syarat karena ada kejelasan pengupahan dan diketahui oleh kedua belah pihak.

Kata kunci: Perantara *Marketing Online*, Jual Beli *Online*, Fiqh *Mu'amalah*

MOTTO

لَا يَزَالُ الْمَرْءُ عَالِمًا مَا طَلَبَ الْعِلْمَ فَإِذَا ظَنَّ أَنَّهُ قَدْ عَلِمَ فَقَدْ جَهِلَ

“Seseorang Dikatakan Berilmu Selama Ia Masih Mau Belajar, Jika Ia Sudah Merasa Pintar Sesungguhnya Sebenarnya Ia Bodoh”.
(Qoul Ibnu al-Mubarak)



PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158 tahun 1987 Nomor: 0543 b/u/1987 tanggal 10 September 1987 tentang pedoman transliterasi Arab-Latin dengan beberapa penyesuaian menjadi berikut:

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	sa	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	de
ذ	zal	z	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	er
ز	Za	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	ẓa'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain ‘....	koma terbalik keatas
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	wawu	W	we
هـ	ha'	H	ha
ء	hamzah	'	apostrof
ي	ya'	Y	ye

B. Vokal

1) Vokal tunggal (monoftong)

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
ـَ	Fatḥah	A	A
ـِ	Kasrah	I	I
ـُ	Ḍamah	U	U

Contoh: تَمَنَ - *tsamana* تَرَاضِي - *tarāḍi*

سَلَفَ - *salafa* مُسْلِمٌ - *muslam*

2) Vokal rangkap (diftong)

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

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
ـَيَ	<i>Fatḥah dan ya</i>	<i>Ai</i>	a dan i
ـَوُ	<i>Fatḥah dan wawu</i>	<i>Au</i>	a dan u

Contoh: بَيْعٌ - *bai'u*

تَوَلِيَةٌ - *tauliyah*

C. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
...ا...	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i>	\bar{A}	a dan garis di atas
...ي	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	\bar{I}	i dan garis di atas
...و	<i>Ḍammah</i> dan <i>wawu</i>	\bar{U}	u dan garis di atas

Contoh:

سِمْسَار – *simsār*

شَرِيعَةٌ – *syarī'at*

خِيَار – *khiyār*

مَعْقُودٌ – *ma'qūd*

D. Ta Marbūṭah

Transliterasi untuk *ta marbūṭah* ada dua:

1) *Ta marbūṭah* hidup

ta marbūṭah yang hidup atau mendapatkan *ḥarakat fathah*, *kasrah* dan *ḍammah*, transliterasinya adalah /t/.

2) *Ta marbūṭah* mati

Ta marbūṭah yang mati atau mendapat *ḥarakat sukun*, transliterasinya adalah /h/.

3) Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *ta marbūṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al*, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *ta marbūṭah* itu ditransliterasikan dengan *ha* (h).

contoh:

شريعة الإسلامية	<i>Syarī'ah al-Islamiyyah</i>
معوضة	<i>Mu'awaḍah</i>
شبهة	<i>Syubhat</i>

E. *Syaddah (tasydid)*

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem 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* itu.

Contoh:

وضعية – *Wad'iyah*

إسلامية – *Islamiyyah*

F. Kata Sandang

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

- 1) Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah*, kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.
- 2) Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariyyah*, ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti huruf *syamsiyyah* maupun huruf *qamariyyah*, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sambung atau hubung.

Contoh:

الذمن – *aš-šamanu*

الصرف – *aš-šarfu*

المال – *al-mālu*

G. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrop. Namun itu, hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila Hamzah itu terletak di awal kata, ia dilambangkan karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

Hamzah di awal	أمانة	<i>Amanah</i>
Hamzah di tengah	رأس	<i>Ra'su</i>
Hamzah di akhir	الشرءاء	<i>Asy-syira'</i>



PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati, dan rasa syukur, penulis mempersembahkan karya sederhana ini kepada orang-orang yang telah mendo'akan dan memotivasi penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi pada tahun ini. Oleh karena itu, dengan rasa bangga dan bahagia saya haturkan rasa syukur dan terimakasih saya kepada Ayahanda dan Ibunda tercinta dan tersayang, Bpk. H. Shudiro dan Ibu Hj. Wasilah yang telah membesarkan dan mendidiku dengan penuh cinta dan kesabaran, mereka adalah kedua sayap yang nyata untukku yang selalu mengiringi langkahku untuk terbang meraih cita-citaku, Adik saya Najmi Haizah dengan umurnya yang masih kecil menjadikan saya lebih bersemangat, serta keluarga besar Mbah H. Muhrodin dan Mbah H. Mad Sulaiman yang ikhlas tulus memberikan dukungan dan do'a restunya kepada penulis.



IAIN PURWOKERTO

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan taufiq-Nya kepada kita semua sehingga dengan izin-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Sholawat serta salam kami haturkan kepada junjungan kita Nabi Agung Muhammad SAW yang telah menuntun umatnya ke jalan kebenaran dan keadilan untuk senantiasa mengikuti semua ajarannya. Semoga kelak kita mendapatkan syafa'atnya di hari akhir nanti. Aamiin.

Skripsi ini penulis susun dalam rangka memenuhi tugas dan melengkapi syarat guna untuk memperoleh gelar sarjana starta 1 pada Jurusan Hukum Ekonomi Syari'ah IAIN Purwokerto. Adapun judul skripsi ini adalah "**Praktik Jual Beli Online Obat Herbal Produk CV De Nature Indonesia Majenang, Cilacap Melalui Perantara Perspektif Fiqh *Mu'āmalah***".

Penulisan skripsi ini tidak lepas dari berbagai pihak yang telah memberikan dukungan moril maupun materiil serta pengarahan dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Oleh karena itu dengan penuh kerendahan hati, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. KH. Moh. Roqib, M.Ag. selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
2. Dr. Supani, S.Ag., M.A. Dekan Fakultas Syari'ah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
3. Dr. H. Achmad Siddiq, M.H.I., M.H. Wakil Dekan I Bidang Akademik Fakultas Syari'ah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.

4. Dr. Hj. Nita Triana, S.H. M.S.I. Wakil Dekan II Fakultas Syari'ah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
5. Bani Syarif Maula, M.Ag., LL.M. Wakil Dekan III Fakultas Syari'ah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
6. Agus Sunaryo, S.H.I, M.S.I. Ketua jurusan Hukum Ekonomi Syari'ah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
7. Sarmo, S.H.I., M.H.I. Dosen Pembimbing yang telah berkenan secara ikhlas dan sabar meluangkan waktu serta mencurahkan pikiran dan tenaganya memberi bimbingan dan pengarahan yang sangat berguna sejak awal proses penyusunan dan penulisan hingga terselesaikannya skripsi ini.
8. Segenap dosen IAIN Purwokerto terutama dosen Fakultas Syari'ah yang senantiasa memberikan ilmu-ilmu yang sangat bermanfaat.
9. Segenap staf Fakultas Syari'ah IAIN Purwokerto atas bantuan dan partisipasinya atas pelayanan administrasi selama ini.
10. Seluruh pegawai perpustakaan yang telah membantu dalam mencari referensi guna penulisan skripsi.
11. Ayahanda dan ibunda tercinta, Bpk. H. Shudiro dan Ibu Hj. Wasilah yang selalu memberi dukungan, bimbingan dan kasih sayangnya. Dan juga kepada adik Najmi Haizah yang selalu memberikan semangat dan senyuman. Kalian terbaik.
12. Teman-teman setongkrongan, yang beda karakter tapi ngangenin, Tika, Yolla, dan Ulfa yang selalu bersedia mendengarkan keluh kesahku dan membantuku ketika kegalauan melanda. Semoga pertemanan kita sampai nenek-nenek.

13. Teman-teman pondok pesantren ‘Ainul Yaqin dan Anwarul Haromain, yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Semoga kalian sukses dunia akhirat.
14. Teman-teman Hukum Ekonomi Syari’ah A angkatan tahun 2015 yang saya cintai dan rindukan. Semoga kita semua sukses tanpa terkecuali.
15. Dan semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu, semoga Allah SWT. memberikan balasan yang lebih baik.

Semoga bantuan do’a dan dorongan dari kalian mendapat pahala dari Allah SWT. penulis sadar bahwa dalam penulisan skripsi ini tentunya masih banyak kekurangan dan kesalahan, karena kesempurnaan hanya milik Allah SWT. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak. Aamiin ya robbal ‘alamin.

Purwokerto, 24 Juli 2020

Penulis



Umi Salamah
NIM. 1522301045

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	vii
PERSEMBAHAN.....	xii
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Definisi Operasioanal.....	7
C. Rumusan Masalah.....	8
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Manfaat Penelitian.....	9
F. Kajian Pustaka.....	9
G. Sistematika Pembahasan.....	14

BAB II JUAL BELI *ONLINE* MELALUI PERANTARA ATAU
MAKELAR

A. Konsep Jual Beli.....	16
1. Pengertian Jual Beli.....	16
2. Landasan Hukum Jual Beli.....	17
3. Rukun dan Syarat Sahnya Jual Beli.....	19
4. Macam-macam Jual Beli.....	22
5. Jual Beli Yang Dilarang.....	24
6. Ketentuan Hukum Jual Beli <i>Online</i>	26
B. Makelar Dalam Hukum Islam.....	28
1. Pengertian Makelar.....	28
2. Dasar Hukum Makelar.....	30
3. Pembagian Upah Makelar.....	31
C. Akad <i>Bai' As-Salam</i>	33
1. Pengertian <i>Bai' As-Salam</i>	33
2. Dasar Hukum <i>Bai' As-Salam</i>	34
3. Rukun Dan Syarat <i>Bai' As-Salam</i>	35

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	37
B. Pendekatan Penelitian.....	37
C. Metode Pengumpulan Data.....	38
D. Jenis Data.....	40
E. Metode Analisis Data.....	40

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Praktik Jual Beli <i>Online</i> Obat Herbal Produk CV De Nature Indonesia, Majenang Cilacap.....	45
1. Profil Singkat CV De Nature Indonesia, Majenang Cilacap	45
2. Tata Cara Menjadi Member CV De Nature Indonesia, Majenang Cilacap	47
3. Praktik Jual Beli <i>Online</i> Obat Herbal Produk CV De Nature Indonesia, Majenang Cilacap.....	48
B. Analisis Fiqh <i>Mu'āmalah</i> Terhadap Praktik Jual Beli <i>Online</i> Obat Herbal Produk CV De Nature Indonesia, Majenang Cilacap	52
1. Implementasi Akad Salam Dalam Jual Beli <i>Online</i> Obat Herbal Produk CV De Nature Indonesia, Majenang Cilacap	55
2. Peran Makelar Dalam Jual Beli <i>Online</i> Obat Herbal Produk CV De Nature Indonesia, Majenang Cilacap.....	59

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	64
B. Saran-saran	65

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Hasil Wawancara
- Lampiran 2 Dokumentasi
- Lampiran 3 Surat Kesediaan Pembimbing Skripsi
- Lampiran 4 Surat Keterangan Lulus Seminar
- Lampiran 5 Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif
- Lampiran 6 Blanko Bimbingan Skripsi
- Lampiran 7 Surat Izin Riset
- Lampiran 8 Surat Keterangan Wakaf Buku Perpustakaan
- Lampiran 9 Rekomendasi Munaqosyah
- Lampiran 10 Sertifikat BTA-PPI
- Lampiran 11 Sertifikat Pengembangan Bahasa Arab
- Lampiran 12 Sertifikat Pengembangan Bahasa Inggris
- Lampiran 13 Sertifikat Komputer
- Lampiran 14 Sertifikat KKN
- Lampiran 15 Sertifikat PPL
- Lampiran 16 Sertifikat OPAK

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini, konsep bisnis syari'ah mulai berkembang. Segala jenis kegiatan usaha dalam perspektif syari'ah islāmiyyah, termasuk ke dalam kategori *mu'āmalah* yang hukum asalnya *mubāḥ* (boleh dilakukan) asalkan tidak melanggar beberapa prinsip pokok dalam syariat Islam.¹

Fenomena semacam ini mengarahkan kita pada sebuah kondisi *real* masyarakat bahwa sedemikian luasnya cakupan ajaran muamalah sebagaimana di atas hanya akan dibatasi dalam aspek ekonomi (bisnis) dengan bertolak dari asumsi bahwa hukum Islam tentang muamalah bersifat fleksibel, dinamis, dan bisa berubah, sesuai dengan keadaan masyarakat yang bersifat dinamis dan selalu berubah/berkembang sepanjang masa.²

Lain daripada itu, pemaparan dalam hukum syariat Islam pun nampaknya sudah cukup jelas dan cukup spesifik. Hal ini sejalan dengan sebuah hadist riwayat Imam Tirmidzi dari Amr bin 'Auf, Rasulullah Saw. bersabda: "Segala macam transaksi dibolehkan berlangsung antara sesama kaum muslimin kecuali transaksi yang menghalalkan yang haram atau mengharamkan yang halal. Kaum muslimin boleh membuat segala macam persyaratan yang disepakati kecuali syarat yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram".³

¹ Kuswara, *Mengenal MLM Syariah dari Halal Haram, Kiat Berwirausaha, sampai dengan Pengelolaannya* (Depok: QultumMedia, 2005), hlm. 74.

² Muhammad Djakfar, *Hukum Bisnis* (Malang: UIN-Malang Press, 2009), hlm. 50.

³ Kuswara, *Mengenal MLM*, hlm. 74.

Sejalan dengan hadits ini, terdapat pula suatu kaidah yang masyhur di kalangan para ulama fiqh yang berbunyi:

الأَصْلُ فِي الْمُعَامَلَةِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يَدُلَّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا

“Hukum asal dalam semua bentuk muamalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya.”⁴

Artinya, pada asalnya segala sesuatu yang diciptakan Allah adalah halal. Tidak ada yang haram kecuali jika ada *nash* (dalil) yang *ṣahīh* (tidak cacat periwayatannya) dan *ṣarīh* (jelas maknanya) dari pemilik syariat (Allah SWT) yang mengharamkannya. Jika tidak ada *nash* shahih seperti beberapa ḥadīṣ ḍaʿīf atau tidak ada *nash ṣarīh* yang menunjuk keharamannya, sesuatu itu dikembalikan kepada hukum asalnya, yaitu halal.⁵

Tidak berhenti sampai disitu, sejalan dengan cepatnya perkembangan bidang teknologi, jumlah perusahaan-perusahaan yang termasuk dalam industri kecil, menengah maupun besar, yang merupakan salah satu dari sekian banyak pelaku dan penunjang kegiatan ekonomi semakin dipacu untuk menggunakan teknologi yang maju seperti teknologi *web* di internet.

Akibatnya, penggunaan teknologi diharapkan dapat memberikan manfaat yang besar terhadap dunia bisnis yang kompetitif tersebut. Perusahaan yang mampu bersaing dalam kompetisi tersebut adalah perusahaan yang mampu mengimplementasikan teknologi ke dalam perusahaannya. Salah satu jenis implementasi teknologi dalam meningkatkan persaingan bisnis adalah dengan

⁴ Djazuli, *Kaidah-Kaidah Fikih* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2006), hlm. 130.

⁵ Kuswara, *Mengenal MLM*, hlm. 74-75.

menggunakan *electronic commerce (e-commerce)* yaitu untuk memasarkan berbagai macam produk atau jasa, baik dalam bentuk fisik maupun digital. Dengan ini *e-commerce* didefinisikan sebagai proses pembelian dan penjualan antara dua belah pihak di dalam suatu perusahaan dengan adanya pertukaran barang, jasa, atau informasi melalui media internet.⁶

Konsekwensinya, peningkatan transaksi menggunakan *e-commerce* oleh perusahaan merupakan indikasi bahwa manajemen memiliki cara baru yaitu pada sistem penjualan bisnis *marketing online* dapat secara cepat dinikmati oleh pelanggan maupun perusahaan sendiri. Bisnis *e-commerce* mempunyai beberapa keuntungan antara lain yaitu: “Dapat memperluas jaringan mitra bisnis, jangkauan pemasaran menjadi semakin luas, aman secara fisik, efektif, efisien, dan fleksibel. Namun terdapat pula kekurangan dalam bisnis *e-commerce* ini antara lain: barang yang diperjualbelikan masih samar karena bukan dari tangan ke tangan dan terkadang menimbulkan kekecewaan.”⁷

Oleh sebab itu, agar jual beli menjadi sah secara syariah, maka dalam melakukan jual beli harus memenuhi rukun jual beli, yaitu akad (ijab kabul), orang-orang yang berakad (penjual dan pembeli), dan *ma'qūd 'alaih* (objek akad).⁸ Kemudian barang yang dijualbelikan harus memenuhi beberapa syarat, yaitu: barang yang diperjualbelikan harus suci, barang yang diperjualbelikan harus punya manfaat, barang yang diperjualbelikan harus dimiliki oleh

⁶ Richardus Eco Indrajit, *E-commerce: Kiat dan Strategi di Dunia Maya* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2006), hlm. 91.

⁷ Adi Nugroho, *E-commerce Memahami Perdagangan Modern di Dunia Maya* (Bandung: Informatika, 2006), hlm. 21.

⁸ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: PT Raja GrafindoPersada, 2008), hlm. 70.

penjualnya, barang yang diperjualbelikan harus bisa diserahkan, barang yang diperjualbelikan harus diketahui keadaannya.⁹

Seiring berjalannya waktu dengan perkembangan-perkembangan yang terjadi, permasalahan jual beli semakin banyak dan dalam pelaksanaannya berbeda-beda. Seperti halnya transaksi jual beli yang awalnya manual, yaitu penjual dan pembeli ada pada satu tempat, saat ini mulai berubah, yaitu proses jual beli dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja. Kemudian mulai diperkenalkan *e-commerce*, yang merupakan sebuah sarana untuk melakukan transaksi keuangan secara *online*.

Adapun beberapa motivasi bagi pebisnis untuk memfasilitasi pembayaran *online* bagi pelanggannya melalui suatu penyedia layanan pembayaran *online* adalah sebagai berikut: 1. Meningkatkan efisiensi *cash flow*; 2. Transaksi yang terjamin; 3. Biaya operasional yang hemat; 4. Meningkatkan proteksi informasi sensitif. Sementara itu, bentuk pembayaran pada toko *online* menggunakan media internet, tata cara pembayaran (transaksi) dapat dibagi menjadi lima mekanisme utama, yaitu: a. Transaksi model ATM. Transaksi ini hanya melibatkan toko *online* dan pemegang *account* yang akan melakukan pembayaran dari *account* masing-masing; b. Pembayaran dua pihak tanpa perantara, transaksi dilakukan langsung pada kasir toko *online* (*Cash Money*); c. Pembayaran dengan perantara pihak ketiga, umumnya proses pembayaran yang menyangkut debit, kredit maupun cek masuk dalam kategori ini; d. *Micropayment*, transaksi ini penting dikembangkan karena sangat diperlukan pembayaran receh yang kecil tanpa

⁹ Nazar Bakry, *Problematika Pelaksanaan Fikih-fikih Islam* (Jakarta: PT Raja Grafindo Perkasa, 1994), hlm. 59.

overhead transaksi yang tinggi pada toko *online*; e. *Anonymous digital cash*, uang elektronik yang di enkripsi.¹⁰

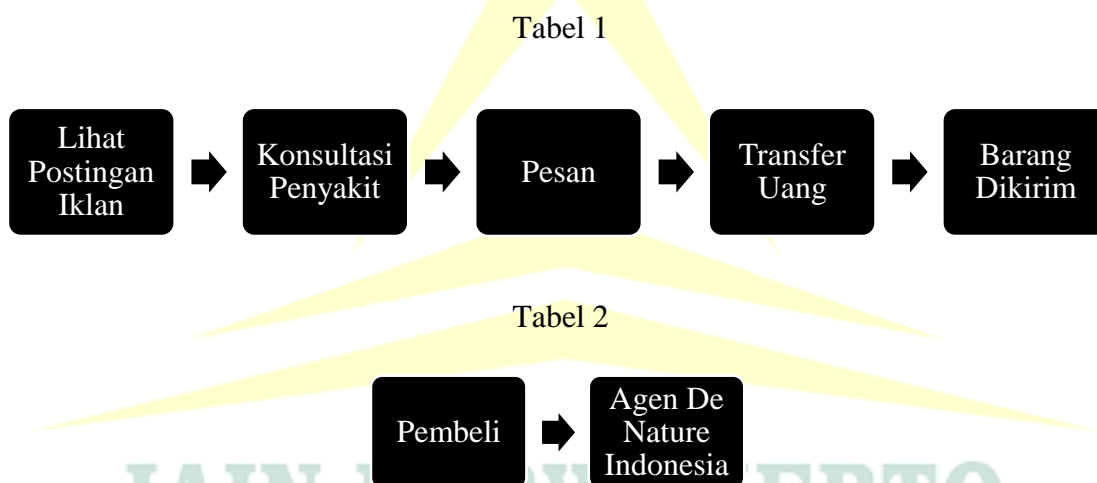
Hal ini terjadi pada jual beli *online* yang dipraktikkan oleh CV De Nature Indonesia di Majenang, Cilacap yang menggunakan *e-commerce* terlihat berbeda dari jual beli *online* seperti biasanya. CV De Nature Indonesia merupakan sebuah bisnis *marketing online* dalam penjualan berbagai produk obat herbal berkualitas dengan menggunakan sistem *freelance*, tanpa modal, hanya dengan iklan di media sosial seperti Facebook, Fanspage, Instagram dan media sosial lainnya oleh si *marketing*.

Terkait proses pendaftaran di CV De Nature Indonesia yaitu dengan hanya menyerahkan KTP dan nomor rekening dan tanpa biaya sama sekali. KTP tersebut digunakan hanya untuk keamanan saja apabila posting iklan yang tidak sesuai aturan, karena bisa dilaporkan. Kemudian di CV De Nature Indonesia ini, tidak ada sistem member kecuali Ia sudah menjadi karyawan tetap atau target baru, maka KTP tersebut akan digunakan untuk membuat surat tugas resmi. Sedangkan fungsi dari nomor rekening tersebut yaitu hanya digunakan untuk menerima *fee* penjualan setiap bulannya dan untuk mensinkronkan data antara KTP dan nomor rekening. Kemudian terkait objek akad tersebut yaitu selalu sudah *ready* dan siap kirim, karena disitu sudah ada bagian-bagiannya sendiri

¹⁰ Paul Benjamin Lowry, et al, *Online Payment Gateways Used to Facilitate E-commerce Transactions and Improve Risk Management*. CAIS vol 17. 2006, www.semanticscholar.org., diakses 1 Agustus 2019.

seperti *packing* pakaian admin, bagian ekspedisi, bagian cek transfer, semuanya sudah terorganisir dan si marketing hanya mencari order (pesanan).¹¹

Awal mula sistem pembeliannya yaitu si *customer* melihat postingan iklan di sosial media kemudian tertarik, konsultasi penyakit, pesan kepada si *marketing*, dan kemudian si *marketing* memesan ke pusat. Lalu terkait sistem pembayarannya yaitu si *customer* langsung transfer biaya pembayaran ke nomor rekening agen resmi CV De Nature Indonesia tersebut. Sedangkan dalam penyaluran produknya yaitu barang yang telah dipesan akan dikirim langsung dari pusat kepada si *customer*.¹²



Hal ini berbeda dengan cara penjualan dan pembelian *online* yang umum dilakukan oleh masyarakat yaitu dengan *ma'qud alaih* (objek akad) yang ada ditangan si penjual sedangkan dalam praktiknya objek akad tidak berada dalam kekuasaan si penjual. Dan cara pembayaran yang dilakukan ini tidaklah umum,

¹¹ Wawancara dengan Bapak Zaenal Arifin, salah satu karyawan marketing CV Denature Indonesia Majenang, Cilacap, tanggal 30 Juli 2019.

¹² Wawancara dengan saudari Anindita Rizki Nurfadilla, salah satu pembeli obat herbal di CV Denature Indonesia Majenang, Cilacap, tanggal 02 Oktober 2019.

karena tidak termasuk dalam lima mekanisme utama pembayaran (transaksi) *online* pada umumnya.

Pada akhirnya, dari latar belakang masalah tersebut di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian secara lebih mendalam mengenai jual beli *online* dan praktinya di masyarakat. Oleh sebab itu, dalam kajian ini penulis akan mengangkat judul penting dalam penelitiannya yaitu **“Praktik Jual Beli *Online* Obat Herbal Produk CV De Nature Indonesia Majenang, Cilacap Melalui Perantara Perspektif Fiqh *Mu’āmalah*”**.

B. Definisi Operasional

1. Jual Beli *Online*

Jual beli *online* adalah suatu kegiatan jual beli dimana pembeli dan penjual tidak harus bertemu untuk melakukan negosiasi dan transaksi dan komunikasi yang digunakan oleh penjual dan pembeli bisa melalui alat komunikasi seperti chat, telepon, sms dan lain sebagainya.

2. Obat Herbal

Obat herbal adalah jamu yang diracik dari bahan baku yang berbahan dasar herbal dari alam Indonesia asli seperti akar-akaran dan kulit pepohonan yang ditanam oleh petani local yang berada di sekitar pabrik. Karena sehat itu kembali ke alam.

3. CV De Nature Indonesia

CV De Nature Indonesia merupakan sebuah agen atau perusahaan yang bergerak dalam bidang pemasaran obat herbal dengan harga yang lebih

kompetitif dan khasiat yang spesifik untuk membantu menyembuhkan penyakit.¹³

4. Perantara

Perantara adalah orang yang menjualkan barang atau mencarikan pembeli, atau perantara antara penjual dan pembeli untuk memudahkan jual beli.¹⁴

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka yang menjadi masalah pokok yang akan diteliti oleh penulis adalah:

1. Bagaimana praktik jual beli *online* obat herbal produk CV De Nature Indonesia Majenang, Cilacap melalui perantara?
2. Bagaimana tinjauan fiqh *mu'āmalah* mengenai sistem akad praktik jual beli *online* obat herbal produk CV De Nature Indonesia Majenang, Cilacap melalui perantara?

D. Tujuan Penelitian

Merujuk pada rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dengan jelas bagaimana praktik jual beli *online* obat herbal produk CV De Nature Indonesia Majenang, Cilacap melalui perantara.

¹³ <https://denature.id.>, diakses 11 Oktober 2019.

¹⁴ M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam*, hlm. 289.

2. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana tinjauan fiqh *mu'āmalah* mengenai sistem akad praktik jual beli *online* obat herbal produk CV De Nature Indonesia Majenang, Cilacap melalui perantara.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan berguna untuk pengembangan ilmu pengetahuan serta menyempurnakan dan memperkuat teori yang sudah ada berkaitan dengan hasil penelitian ini.
- b. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberi sumbangan pemikiran bagi pengembangan studi Hukum Ekonomi Syar'iah pada umumnya dan pada khususnya bagi penelitian selanjutnya dalam bidang praktik jual beli *online* sebagai bahan koreksi guna penelitian selanjutnya agar lebih terarah.

2. Manfaat Praktis

- a. Untuk menjawab beberapa persoalan mengenai hukum jual beli khususnya pada bisnis *online*.
- b. Dapat dijadikan sebagai referensi bagi peneliti lain yang akan mengkaji objek yang sama atau yang berkaitan dengan jual beli *online*.

F. Kajian Pustaka

Pada dasarnya penelitian mengenai jual beli *online* memang bukanlah yang pertama kalinya. Sebelumnya telah terdapat penelitian mengenai hal tersebut, tapi dalam penelitian ini penulis membahas hal yang berbeda dan menjadikan penelitian yang terdahulu sebagai rujukan dalam penelitian ini.

Dalam pembahasan skripsi ini penulis akan menjelaskan dan mengkaji terhadap penelitian-penelitian dan beberapa studi ataupun literatur yang terkait dengan penelitian yang akan penulis kaji, antara lain:

Ariyadi dalam bukunya *Jual Beli Online Ibnu Taimiyah* menerangkan tentang sebuah metode *istinbath* hukum Ibnu Taimiyah tentang hukum jual beli *online* bahwasannya aplikasi tentang akad menurut Ibnu Taimiyah pada jual beli kontemporer yaitu jual beli *online* baik secara transaksi melalui *chatting* dan *video coverence*, transaksi melalui *e-mail* maupun secara transaksi melalui *web* atau *situs*. Maka hukumnya boleh. Hal ini selaras dengan metode *istinbath* hukum Ibnu Taimiyah karena bersandarkan pada asas suka sama suka dari kedua belah pihak serta tidak ada unsur *gharar*, *maisir* dan tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariat islam.¹⁵

Dalam buku yang berjudul *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam (Fiqh Muamalat)* karangan M. Ali Hasan menjelaskan adanya dasar hukum makelar dan membenarkan pekerjaan sebagai makelar selama tidak menyalahi ketentuan nash al-Qur'an dan as-Sunnah serta adanya unsur tolong-menolong dan saling mendapat manfaat.¹⁶

M. Yazid Afandi dalam bukunya yang berjudul *Fiqh Muamalah* menyebutkan rukun dan syarat jual beli yang harus ada terlebih dahulu agar akadnya dianggap sah dan mengikat. Tentang banyaknya rukun jual beli, Ulama' madzhab berbeda pendapat. Madzhab Hanafi menegaskan bahwa rukun jual beli

¹⁵ Ariyadi, *Jual Beli Online Ibnu Taimiyah* (Yogyakarta: Diandra Kreatif, 2018), hlm. 117.

¹⁶ M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2003), hlm. 290-293.

hanya satu ialah ijab. Menurut mereka, yang paling prinsip dalam jual beli adalah saling ridha yang diwujudkan dengan kerelaan untuk saling memberikan barang. Akan tetapi, menurut jumbuh ulama' rukun jual beli itu ada empat macam. Jual beli dianggap sah jika memenuhi syarat-syarat tertentu. Syarat-syarat tersebut ada yang berkaitan dengan orang yang melakukan akad, obyek akad maupun *ṣiġatnya*.¹⁷

Peneliti juga menelaah karya-karya tulis yang berupa skripsi terdahulu sebagai berikut.

No.	Peneliti	Judul	Substansi	Perbedaan
1.	Desi Fatmawati 2017 Fakultas Syariah IAIN Purwokerto	“Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik <i>Dropship Online</i> (Studi Kasus <i>Ariana Shop</i>)” ¹⁸	Skripsi ini membahas tentang jual beli <i>online</i> dengan sistem <i>dropship</i> yang mana untuk menjalankan bisnis ini tidak memerlukan modal sepeser pun, karena dalam sistem ini tidak menyediakan atau memiliki stok barang dan hanya memasang <i>display items</i> atau katalog melalui situs media. Praktik <i>dropship online</i> ini kemudian dipandang sesuai dengan hukum Islam.	Perbedaan mendasar dengan skripsi yang penulis kaji terdapat pada sistemnya, penulis tidak hanya menjabarkan tentang apa itu jual beli <i>online</i> , namun lebih menitikberatkan pada sebuah sistem jual beli <i>online</i> dengan metode <i>marketing</i> atau melalui perantara <i>online</i> .
2.	Anisa Rahmawati 2014 Fakultas	“Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli	Skripsi ini membahas tentang jual beli tebasan melalui wakil yang	Perbedaan dengan skripsi yang penulis kaji terutama

¹⁷ M. Yazid Afandi, *Fiqh Muamalah* (Yogyakarta: Logung Pustaka, 2009), hlm. 57.

¹⁸ Desi Fatmawati, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik *Dropship Online* (Studi Kasus *Ariana Shop*)”, *Skripsi* (Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2017).

No.	Peneliti	Judul	Substansi	Perbedaan
	Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Purwokerto	Tebasan (Petai, Duku, Dan Durian) Melalui Perantara (Studi Kasus di Desa Kemiri Kecamatan Sigaluh Kabupaten Banjarnegara) ¹⁹	dalam hal ini sering disebut dengan makelar. Kemudian dilihat dari sisi Islam yang menekankan kepada pandangan hukum Islam itu sendiri terhadap jual beli tebasan melalui perantara.	pada perolehan upah yang didapat oleh si perantara. Yang penulis kaji, perantara hanya mendapat upah dari atasan (<i>upline</i>) sebagai upah atas jasanya. Sedangkan yang dianalisis oleh penulis sebelumnya, perantara mendapatkan upah ganda yaitu dengan menaikkan harga patokan petani serta mendapatkan imbalan dari pembeli atau penebas.
3.	Akhsan Zamzami 2012 Fakultas Syariah IAIN Walisongo Semarang	“Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktek Makelar Jual Beli Bawang Merah (Studi Kasus di Desa Keboledan Wanasari Brebes)” ²⁰	Skripsi ini membahas tentang bagaimana Islam mensyari’atkan jual beli dengan wakil karena manusia membutuhkannya. Tidak semua manusia berkemampuan untuk menekuni segala urusannya secara pribadi. Ia	Perbedaan mendasar dengan skripsi yang penulis kaji adalah pada peran perantara (<i>makelar</i>). Yang penulis kaji, peran perantara hanya memasarkan barang melalui iklan tanpa

¹⁹ Anisa Rahmawati, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Tebasan (Petai, Duku, Dan Durian) Melalui Perantara (Studi Kasus di Desa Kemiri Kecamatan Sigaluh Kabupaten Banjarnegara)”, *Skripsi* (Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2014).

²⁰ Akhsan Zamzami, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktek Makelar Jual Beli Bawang Merah (Studi Kasus di Desa Keboledan Wanasari Brebes)”, *Skripsi* (Semarang: IAIN Walisongo Semarang, 2012).

No.	Peneliti	Judul	Substansi	Perbedaan
			membutuhkan kepada pendelegasian mandat orang lain untuk melakukannya wakil darinya, yaitu orang menjalankan usaha sebagai perantara (<i>makelar</i>), yakni perantara antara penjual dan pembeli untuk melaksanakan transaksi jual beli.	mencarikan barangnya. Sedangkan yang dianalisis oleh peneliti sebelumnya, peran perantara yaitu mencari barang yang akan diperjualbelikan.
4.	Putra Kalbuadi 2015 Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta	“Jual Beli Online Dengan Menggunakan Sistem <i>Dropshipping</i> Menurut Sudut Pandang Akad Jual Beli Islam (Studi Kasus Pada Forum KASKUS)” ²¹	Skripsi ini membahas tentang apa itu jual beli <i>online</i> dan akan lebih menjurus kepada sistem <i>dropshipping</i> itu sendiri dan pandangan hukum Islam terhadapnya.	Perbedaan mendasar dengan skripsi yang penulis kaji yaitu terdapat pada sistemnya, bahwa yang penulis kaji lebih menyorot pada sistem jual beli <i>online</i> dengan metode <i>marketing</i> atau perantara <i>online</i> . Sedangkan pada peneliti sebelumnya menitikberatkan pada sebuah sistem jual beli <i>online</i> dengan metode <i>dropshipping</i> .

²¹ Putra Kalbuadi, “Jual Beli *Online* Dengan Menggunakan Sistem *Dropshipping* Menurut Sudut Pandang Akad Jual Beli Islam (Studi Kasus Pada Forum KASKUS)”, *Skripsi* (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2015).

G. Sistematika Pembahasan

Untuk memperoleh pembahasan yang sistematis, maka penulis perlu menyusun sistematika sedemikian rupa sehingga dapat menunjukkan hasil penelitian yang baik dan mudah dipahami. Adapun sistematika pembahasannya adalah sebagai berikut.

Bab I merupakan pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, dan sistematika pembahasan.

Bab II berisi teori umum tentang jual beli: pengertian jual beli, landasan hukum jual beli, rukun dan syarat sahnya jual beli, macam-macam jual beli, jual beli yang dilarang, serta ketentuan hukum yang terkait dengan jual beli *online*. Dalam makelar membahas tentang pengertian makelar, dasar hukum makelar, dan pembagian upah makelar. Kemudian dalam akad *bai' as-salam* membahas tentang pengertian *bai' as-salam*, dasar hukum *bai' as-salam*, rukun dan syarat *bai' as-salam*.

Bab III berisi tentang metodologi penelitian, meliputi jenis penelitian, pendekatan penelitian, metode pengumpulan data, jenis data dan metode analisis data.

Bab IV merupakan pembahasan mengenai praktik jual beli *online* obat herbal produk CV De Nature Indonesia Majenang, Cilacap melalui perantara yang meliputi gambaran umum praktik jual beli *online* obat herbal produk CV De Nature Indonesia Majenang, Cilacap melalui perantara dan analisis Fiqh

Mu'āmalah terhadap praktik jual beli *online* obat herbal produk CV De Nature Indonesia Majenang, Cilacap melalui perantara.

Bab V merupakan bab terakhir sekaligus penutup bagi bab-bab sebelumnya yang berisi kesimpulan dan saran.



BAB II

JUAL BELI *ONLINE* MELALUI PERANTARA

A. Konsep Jual Beli

1. Pengertian Jual Beli

Jual beli dalam istilah fiqh disebut dengan *al-bai'* yang berarti menjual, mengganti, dan menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain. Dalam bahasa Arab digunakan untuk pengertian lawannya, yaitu *asy-syira'* (beli).²²

Secara etimologi, jual beli adalah proses tukar menukar barang dengan barang, kata *bai'* yang artinya jual beli termasuk kata bermakna ganda yang berseberangan, seperti halnya kata *syira'*.²³ Secara istilah (terminologi) berdasarkan pendapat para ulama antara lain sebagai berikut:

a. Ulama Hanafiyah

مُبَادَلَةُ الْمَالِ بِالْمَالِ عَلَى وَجْهِ مَخْصُوصٍ.²⁴

“Tukar menukar harta dengan harta menurut cara yang khusus.”

b. Ulama Malikiyah

عَقْدٌ مُعَاوَضَةٌ عَلَى غَيْرِ مَنَافِعٍ وَلَا مُتَعَةٍ لَدَّةٍ أَوْ مُكَايَسَةٍ أَحَدٌ عَوَاضِيَةً غَيْرُ
ذَهَبٍ وَلَا فِضَّةٍ، مُعَيَّنٌ غَيْرُ الْعَيْنِ فِيهِ.²⁵

Akad *mu'awadah* (timbang balik) atas selain manfaat dan bukan pula untuk menikmati kesenangan, bersifat mengalahkan salah satu imbalannya bukan emas dan bukan perak, objeknya jelas bukan utang.

²² Gemala Dewi, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, Cet 1 (Jakarta: Prenada Media, 2005), hlm. 101.

²³ Wahbah az-Zuhaili, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu* (Jakarta: Gema Insani, 2011), V: 25.

²⁴ Abdurrahman Al-Jazairy, *Khitabul Fiqh 'Alal Madzahib al-Arba'ah* (Beirut: Darul Kutub Al-Ilmiah, 1990), II: 135.

²⁵ Syamsudin Muhammad ar-Ramli, *Nihayah Al-Muhtaj* (Beirut: Dar al-Fikr, 2004), III: 372.

- c. Imam Syafi'i memberikan definisi jual beli yaitu pada prinsipnya, praktik jual beli itu diperbolehkan apabila dilandasi dengan keridhaan (kerelaan) dua orang yang diperbolehkan mengadakan jual beli barang yang diperbolehkan.²⁶
- d. Menurut Sayyid Sabiq dalam kitab *Fiqh Sunnah* mendefinisikan jual beli adalah penukaran benda dengan benda lain dengan jalan saling merelakan atau memindahkan hak milik dengan adanya penggantiannya dengan cara yang dibolehkan.²⁷

Dari beberapa definisi di atas dapat dipahami bahwa inti jual beli ialah suatu perjanjian tukar-menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarela di antara kedua belah pihak, yang satu menerima benda-benda dan pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang telah dibenarkan syara' dan disepakati.²⁸

2. Landasan Hukum Jual Beli

a. Al-Qur'an

Surat al-Baqarah (2): 275:

... وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ...

“...Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba...”²⁹

²⁶ Imam Syafi'i Abu Abdullah Muhammad bin Idris, *Ringkasan Kitab Al-Umm*, penerjemah: Imron Rosadi, Amiruddin dan Imam Awaluddin (Jakarta: Pustaka Azzam, 2013), II: 1.

²⁷ Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah* (Bandung: Almaarif, tt), XII: 45.

²⁸ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008), hlm. 69.

²⁹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Bandung: CV. Penerbit Diponegoro, 2005), hlm. 48.

Surat al-Baqarah (2): 198:

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِنْ رَبِّكُمْ

“Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezeki hasil perniagaan) dari Tuhanmu.”³⁰

Surat an-Nisa’ (4): 29:

... إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ...

“...Kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu...”³¹

b. As-sunnah

Hadis riwayat Hakim yang diriwayatkan oleh Rifa’ah ibn Rafi’i:

عَنْ رِفَاعَةَ ابْنِ رَافِعٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ سُئِلَ : أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ؟ قَالَ: عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ.³² (رواه البزار و صححه الحاكم)

Artinya: “Dari Rifa’ah bin Rafi’i RA bahwasannya Nabi SAW pernah ditanya, “Pekerjaan apa yang paling baik?” maka Beliau menjawab: Pekerjaan seseorang dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang baik” (H.R. Al-Bazzar dan dianggap shahih menurut Hakim).

Hadis dari Ibnu Majah, Rasulullah menyatakan:

حَدَّثَنَا الْعَبَّاسُ بْنُ الْوَلِيدِ الدَّمَشْقِيُّ . ثنا مَرْوَانُ بْنُ مُحَمَّدٍ . ثنا عَبْدُ الْعَزِيزِ بْنُ مُحَمَّدٍ ، عَنْ دَاوُدَ بْنِ صَالِحِ الْمَدِينِيِّ ، عَنْ أَبِيهِ : قَالَ : سَمِعْتُ أَبَا سَعِيدٍ الْخُدْرِيَّ يَقُولُ : قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : إِنَّمَا الْبَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ .³³ (رواه ابن ماجه)

³⁰ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan*, hlm. 47.

³¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan*, hlm. 84.

³² Al Hafidh Ibnu Hajar al-Asqalani, *Bulughul Maram Min Adillatil Ahkam*, penerjemah Achmad Sunarto, Cet 1 (Jakarta: Pustaka Amani, 1995), hlm. 303.

³³ Abi Abdillah Muhammad bin Yazid at-Tafrawini, *Sunan Ibnu Majjah* (Beirut: Darul Fikr, tt), II: 737.

Artinya: “Diceritakan Abbas bin Walid ad Damasyqiy. Diceritakan Marwan bin Muhammad. Diceritakan Abdul Aziz bin Muhammad, dari Daud bin Shalih al Madaniy, dari bapaknya; berkata: ‘Saya mendengarkan Abu Sa’id al Khudriy berkata’: Nabi SAW bersabda, ‘Sesungguhnya jual beli harus dipastikan saling meridhai’” (H.R. Ibnu Majah).

Hadis yang diriwayatkan al-Tirmidzi, Rasulullah SAW bersabda:

حَدَّثَنَا هَنَّادٌ. حَدَّثَنَا قَبِيصَةُ. حَدَّثَنَا عَنْ سُفْيَانَ, عَنْ أَبِي حَمْزَةَ, عَنِ الْحَسَنِ, عَنْ أَبِي سَعِيدٍ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: أَلْتَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّينَ وَالصِّدِّيقِينَ وَالشُّهَدَاءِ³⁴. (رواه الترمذی)

Artinya: “Diceritakan Hannad. Diceritakan Qabishah. Diceritakan dari Sufyan, dari Abu Hamzah, dari Hasan, dari Abu Sa’id, dari Nabi Muhammad SAW bersabda: ‘Seorang pedagang yang jujur dan dapat dipercaya sejajar (tempatnyanya di surga) dengan para Nabi, Siddiqin, dan Syuhada!.” (H.R. Tirmidzi).

c. Ijma’

Para ulama fiqh dari dahulu sampai sekarang telah bersepakat bahwa jual beli itu diperbolehkan, jika di dalamnya telah terpenuhi rukun dan syarat. Alasannya karena manusia tidak bisa memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa bantuan orang lain.³⁵ Alasan inilah yang kemudian dianggap penting, karena dengan adanya transaksi seseorang dapat dengan mudah memiliki barang yang diperlukan orang lain.

3. Rukun dan Syarat Sahnya Jual Beli

Jual beli mempunyai rukun dan syarat yang harus dipenuhi, sehingga jual beli itu dapat dikatakan sah oleh syara’. Dalam menentukan rukun jual beli terdapat perbedaan pendapat ulama Hanafiyah dengan jumhur ulama.³⁶

³⁴ Abi Isa Muhammad bin Surah at Tirmidzi, *Al Jami’ush Shahih*, (Semarang: Toha Putera, tt), II: 341.

³⁵ Rachmat Syafe’i, *Fiqh Muamalah* (Bandung: Pustaka Setia, 2001), hlm. 75.

³⁶ Abdul Rahman Ghazaly, dkk, *Fiqh Muamalat* (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 70-71.

Rukun jual beli menurut ulama Hanafiyah hanya satu, yaitu ijab (ungkapan membeli dan pembeli) dan kabul (ungkapan menjual dari penjual). Menurut mereka, yang menjadi rukun dalam jual beli itu hanyalah kerelaan (*rida/tarāḍi*) kedua belah pihak untuk melakukan transaksi jual beli. Akan tetapi, karena unsur kerelaan itu merupakan unsur hati yang sulit untuk diindra sehingga tidak kelihatan, maka diperlukan indikasi yang menunjukkan kerelaan itu dari kedua belah pihak. Indikasi yang menunjukkan kerelaan kedua belah pihak yang melakukan transaksi jual beli menurut mereka boleh tergambar dalam ijab dan kabul, atau melalui cara saling memberikan barang dan harga barang (*ta'aḍi*).

Akan tetapi, jumhur ulama menyatakan bahwa rukun jual beli itu ada empat, yaitu:

- a. Orang yang berakad (penjual dan pembeli).
- b. *Ṣīgat* (lafal ijab dan qabul).
- c. Ada barang yang dibeli.
- d. Nilai tukar pengganti barang.³⁷

Adapun syarat-syarat jual beli sesuai dengan rukun jual beli yang dikemukakan jumhur ulama di atas sebagai berikut:³⁸

- a. Syarat-syarat orang yang berakad.

Para ulama fiqh sepakat bahwa orang yang melakukan akad jual beli itu harus memenuhi syarat:

³⁷ M. Ali Hasan, *Berbagai Macam*, hlm. 118.

³⁸ Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007), hlm. 115.

- 1) Berakal. Oleh sebab itu, jual beli yang dilakukan anak kecil yang belum berakal dan orang gila, hukumnya tidak sah. Jumhur ulama berpendirian bahwa orang yang melakukan akad jual beli itu harus telah baligh dan berakal. Apabila orang yang berakad itu masih mumayyiz, maka jual belinya tidak sah, sekalipun mendapat izin dari walinya.
 - 2) Yang melakukan akad itu adalah orang yang berbeda. Artinya, seseorang tidak dapat bertindak dalam waktu yang bersamaan sebagai penjual sekaligus sebagai pembeli.
- b. Syarat-syarat yang terkait dengan Ijab Kabul.

Para ulama fiqh sepakat bahwa unsur utama dari jual beli yaitu kerelaan kedua belah pihak. Kerelaan kedua belah pihak dapat dilihat dari ijab dan kabul yang dilangsungkan. Menurut mereka, ijab dan kabul perlu diungkapkan secara jelas dalam transaksi-transaksi yang bersifat mengikat kedua belah pihak.

Untuk itu, para ulama fiqh mengemukakan bahwa syarat ijab dan kabul itu sebagai berikut:³⁹

- 1) Orang yang mengucapkannya telah baligh dan berakal.
 - 2) Qabul harus sesuai dengan ijab.
 - 3) Ijab dan qabul itu harus dilakukan dalam satu majelis.
- c. Syarat-syarat Barang yang Diperjualbelikan (*Ma'qūd 'alaih*)

Syarat-syarat yang terkait dengan barang yang diperjualbelikan sebagai berikut:

³⁹ Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, hlm. 116-117.

- 1) Barang itu ada, atau tidak ada di tempat, tetapi pihak penjual menyatakan kesanggupannya untuk mengadakan barang itu.
 - 2) Dapat dimanfaatkan dan bermanfaat bagi manusia.
 - 3) Milik seseorang. Barang yang sifatnya belum dimiliki seseorang tidak boleh diperjualbelikan, seperti memperjualbelikan ikan di laut atau emas dalam tanah.
 - 4) Boleh diserahkan saat akad berlangsung atau pada waktu yang disepakati bersama ketika transaksi berlangsung.
- d. Syarat-syarat Nilai Tukar (Harga Barang).

Para ulama fiqh mengemukakan syarat-syarat *as-saman* sebagai berikut:

- 1) Harga yang disepakati kedua belah pihak harus jelas jumlahnya.
- 2) Boleh diserahkan pada waktu akad, sekalipun secara hukum seperti pembayaran dengan cek dan kartu kredit. Apabila harga barang itu dibayar kemudian (berhutang) maka waktu pembayarannya harus jelas.
- 3) Apabila jual beli itu dilakukan dengan saling mempertukarkan barang (*al-muqayadah*) maka barang yang dijadikan nilai tukar bukan barang yang diharamkan oleh syara', seperti babi dan khamar, karena kedua jenis benda ini tidak bernilai menurut syara'.⁴⁰

4. Macam-macam jual beli

Jual beli dapat dibagi menjadi beberapa macam sesuai dengan sudut pandang yang berbeda. Secara lebih rinci dapat dijelaskan sebagai berikut:

⁴⁰ M. Ali Hasan, *Berbagai Macam*, hlm. 124-125.

- a. Jual beli dilihat dari sisi obyek dagangan, dibagi menjadi:
- 1) Jual beli *muṭlaq*, yaitu tukar menukar uang dengan barang. Ini bentuk *bai'* berdasarkan konotasinya. Misalnya: tukar-menukar mobil dengan rupiah.
 - 2) Jual beli *muqayadah*, yaitu tukar menukar barang dengan barang (barter). Misalnya: tukar-menukar buku dengan jam.
 - 3) Jual beli *aṣ-ṣarf*, yaitu tukar menukar uang dengan uang. Misalnya: tukar-menukar rupiah dengan real.⁴¹
- b. Jual beli dilihat dari sisi waktu serah terima, *bai'* dibagi menjadi empat bentuk:
- 1) Barang dan uang serah terima dengan tunai. Ini bentuk asal *bai'*.
 - 2) Uang dibayar di muka dan barang menyusul pada waktu yang disepakati, ini dinamakan *salam*.
 - 3) Barang diterima di muka dan uang menyusul, disebut dengan *bai' ajal* (jual beli tidak tunai). Misalnya jual beli kredit.
 - 4) Barang dan uang tidak tunai, disebut *bai' dain bi dain* (jual beli utang dengan utang).⁴²
- c. Jual beli ditinjau dari cara menetapkan harta, *bai'* dibagi menjadi:
- 1) *Bai' musawamah* (jual beli dengan cara tawar-menawar), yaitu jual beli dimana pihak penjual tidak menyebutkan harta pokok barang, akan tetapi menetapkan harga tertentu dan membuka peluang untuk ditawar. Ini bentuk asal *bai'*.

⁴¹ Mardani, *Fiqh Ekonomi*, hlm. 108-109.

⁴² Mardani, *Fiqh Ekonomi*, hlm. 109.

- 2) *Bai' amanah*, yaitu jual beli dimana pihak penjual menyebutkan harga pokok barang lalu menyebutkan harga jual barang tersebut. *Bai'* jenis ini terbagi lagi menjadi tiga bagian:
- a) *Bai' murābahah*, yaitu pihak penjual menyebutkan harga pokok barang dan laba.
 - b) *Bai' al-waḍ'īyah*, yaitu pihak penjual menyebutkan harga pokok barang atau menjual barang tersebut dibawah harga pokok.
 - c) *Bai' tauliyah*, yaitu penjual menyebutkan harga pokok dan menjualnya dengan harga tersebut.⁴³

5. Jual Beli Yang Dilarang

Jual beli yang dilarang terbagi dua: *Pertama*, jual beli yang dilarang dan hukumnya tidak sah (batal), yaitu jual beli yang tidak memenuhi syarat dan rukunnya. *Kedua*, jual beli yang hukumnya sah tetapi dilarang, yaitu jual beli yang telah memenuhi syarat dan rukunnya, tetapi ada beberapa faktor yang menghalangi kebolehan proses jual beli.⁴⁴

- a. Jual beli terlarang karena tidak memenuhi syarat dan rukun. Bentuk jual beli yang termasuk dalam kategori ini sebagai berikut:
 - 1) Jual beli barang yang zatnya haram, najis, atau tidak boleh diperjualbelikan.
 - 2) Jual beli yang belum jelas. Sesuatu yang bersifat spekulasi atau samar-samar haram untuk diperjualbelikan, karena dapat merugikan salah satu pihak, baik penjual maupun pembeli. Yang dimaksud

⁴³ Mardani, *Fiqh Ekonomi*, hlm. 109-110.

⁴⁴ Abdul Manan Ghazaly, dkk, *Fiqh Muamalat*, hlm. 80.

dengan samar-samar adalah tidak jelas, baik barangnya, harganya, kadarnya, masa pembayarannya, maupun ketidakjelasan yang lainnya.

- 3) Jual beli bersyarat. Jual beli yang ijab kabulnya dikaitkan dengan syarat-syarat tertentu yang tidak ada kaitannya dengan jual beli atau ada unsur-unsur yang merugikan dilarang oleh agama.
- 4) Jual beli yang menimbulkan kemudharatan. Segala sesuatu yang dapat menimbulkan kemudharatan, kemaksiatan, bahkan kemusyrikan dilarang untuk diperjualbelikan, seperti jual beli patung, salib, dan buku-buku bacaan porno.
- 5) Jual beli yang dilarang karena dianiaya. Segala bentuk jual beli yang mengakibatkan penganiayaan hukumnya haram, seperti menjual anak binatang yang masih membutuhkan (bergantung) kepada induknya.

b. Jual beli terlarang karena ada faktor lain yang merugikan pihak-pihak terkait.

- 1) Jual beli dari orang yang masih dalam tawar-menawar.
- 2) Jual beli dengan menghadang dagangan di luar kota/pasar. Maksudnya adalah menguasai barang sebelum sampai ke pasar agar dapat membelinya dengan harga murah, sehingga ia kemudian menjual di pasar dengan harga yang juga lebih murah.

- 3) Membeli barang dengan harga memborong untuk ditimbun, kemudian akan dijual ketika harga naik karena kelangkaan barang tersebut.
- 4) Jual beli barang rampasan atau curian.

6. Ketentuan Hukum Jual Beli *Online*

E-commerce/E-business atau yang disebut juga dengan jual beli *online* merupakan suatu perkembangan baru yang pesat dalam dunia bisnis. Hal ini terutama disebabkan oleh pesatnya perkembangan teknologi informasi yaitu internet. Internet merupakan “*a global network of computer network*, atau jaringan komputer yang sangat besar yang terbentuk dari jaringan-jaringan kecil yang ada di seluruh dunia yang saling berhubungan satu sama lain. Salah satu fungsi internet adalah sebagai salah satu infrastruktur utama *e-business*.⁴⁵

Istilah *e-business* berkaitan erat dengan *e-commerce*. Bagi sebagian kalangan *e-commerce* diartikan secara sempit sebagai transaksi jual beli produk, jasa dan informasi antar mitra bisnis melalui jaringan komputer termasuk internet. Sedangkan *e-business* mangacu pada lingkup yang lebih luas dan mencakup pula layanan pelanggan, kolaborasi dengan mitra bisnis dan transaksi elektronik internal dalam sebuah organisasi. Namun demikian dalam kenyataannya keduanya dianggap sebagai istilah yang memiliki pengertian yang sama. Hal ini disebabkan bahwa *e-commerce* dapat didefinisikan berdasarkan setidaknya empat perspektif, yaitu: komunikasi,

⁴⁵ Muhammad dan Lukman Fauroni, *Visi al-Qur'an tentang Etika Bisnis* (Jakarta: Salemba Diniyah, 2002), hlm. 118.

proses bisnis, layanan dan transaksi *online*. Oleh karena itu dalam konteks yang luas *e-commerce* dapat dikatakan ekuivalen dengan *e-business*.

E-business adalah model bisnis yang menekankan pertukaran informasi dan transaksi bisnis yang bersifat *paperless*, melalui *Electronic Data Interchange (EDI)*, *e-mail*, *electronic bulletin boards*, *electronic funds transfer* dan teknologi lainnya berbasis jaringan. Perkembangan yang pesat model bisnis ini ditunjang oleh tiga faktor pemicu utama, faktor pasar dan ekonomi seperti kompetisi yang semakin intensif, perekonomian global, kesepakatan dagang regional dan kekuasaan konsumen yang semakin bertambah besar. Kedua, faktor sosial dan lingkungan seperti perubahan karakteristik angkatan kerja, deregulasi, pemerintah, kesadaran, dan tuntutan akan praktek etis, kesadaran akan tanggung jawab sosial perusahaan dan perubahan politik. Ketiga, faktor teknologi yang meliputi siklus hidup produk dan teknologi, inovasi yang muncul setiap saat. *Information overhead* dan berkurangnya rasio biaya teknologi terhadap kinerja.⁴⁶

Transaksi *online* (*e-commerce*) merupakan suatu cara untuk melakukan aktivitas perekonomian dengan infrastruktur internet memiliki jangkauan penerapan yang sangat luas. Sebagaimana halnya internet, dimana pun dan siapa pun dapat melakukan aktivitas ekonomi, *e-commerce* memiliki segmentasi penerapan yang luas. Secara garis besar, *e-commerce* saat ini diterapkan untuk melakukan aktivitas ekonomi, seperti: *business-to-business*, *business-to-consumer*, *consumer-to-consumer*. Jual beli *online* juga

⁴⁶ Muhammad dan Lukman Fauroni, *Visi al-Qur'an tentang Etika Bisnis*, hlm. 119.

merupakan kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen, manufaktur *service providers* dan pedagang perantara (*intermediaries*) dengan menggunakan jaringan komputer yaitu internet.⁴⁷

Dengan demikian *e-commerce* dapat didefinisikan sebagai satu set dinamis teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan dan informasi yang dilakukan secara elektronik. Keuntungan-keuntungan dari *e-commerce* adalah meliputi *revenue stream* (aliran pendapatan) baru yang mungkin lebih menjanjikan yang tidak dapat ditemukan pada transaksi tradisional, dapat meningkatkan *market exposure* (pangsa pasar), melebarkan *global reach* (jangkauan), meningkatkan *customer loyalty*, meningkatkan *supplier management*, memperpendek waktu produksi dan meningkatkan *value chain* (mata rantai pendapatan).⁴⁸

B. Makelar Dalam Hukum Islam

1. Pengertian Makelar

Makelar (السَّمْسَرَةُ = Bahasa Arab) ialah perantara perdagangan (orang yang menjualkan barang atau mencarikan pembeli), atau perantara antara penjual dan pembeli untuk memudahkan jual beli.⁴⁹

Dalam istilah fiqh, jual beli melalui perantara disebut *simsār*, yaitu seseorang yang menjualkan barang milik orang lain dengan mendapat

⁴⁷ Ariyadi, *Jual Beli Online Ibnu Taimiyah* (Yogyakarta: Diandra Kreatif, 2018), hlm. 29.

⁴⁸ Muhammad dan Lukman Fauroni, *Visi al-Qur'an tentang Etika Bisnis*, hlm. 119-120.

⁴⁹ M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam*, hlm. 289.

keuntungan tertentu dari hasil penjualan tersebut. Bentuk jual beli perantara seperti ini hukumnya boleh dalam Islam.⁵⁰

Badan perantara dalam jual beli disebut *simsār*, yaitu seseorang yang menjualkan barang orang lain atas dasar bahwa seseorang itu akan diberi upah oleh yang punya barang sesuai dengan usahanya.

Orang yang menjadi *simsār* dinamakan pula komisioner, makelar, atau agen, tergantung persyaratan-persyaratan atau ketentuan-ketentuan Hukum Dagang yang berlaku. Walaupun namanya *simsār*, komisioner, dan lain-lain, namun mereka bertugas sebagai badan perantara dalam menjualkan barang-barang dagangan, baik atas nama dirinya sendiri maupun atas nama perusahaan yang memiliki barang. Berdagang secara *simsār* dibolehkan berdasarkan agama asal dalam pelaksanaannya tidak terjadi penipuan dari yang satu terhadap yang lainnya.⁵¹

Pada zaman sekarang ini, banyak orang yang disibukkan dengan pekerjaan masing-masing, sehingga tidak ada waktu untuk menjualkan barangnya atau mencari barang yang diperlukannya. Ada pula orang yang waktunya lapang, tidak sibuk. Namun tidak punya keahlian untuk memasarkan (menjualkan) barangnya, atau tidak tahu bagaimana cara memperoleh barang yang diperlukannya itu.

Untuk memudahkan kesulitan yang dihadapi, pada saat ini ada orang yang profesinya khusus menangani hal-hal yang dikemukakan diatas. Ada yang bersifat perorangan dan merupakan biro jasa yang menangani berbagai

⁵⁰ Burhanuddin S, *Hukum Kontrak Syariah* (Yogyakarta: BPFE, 2009), hlm.80-81.

⁵¹ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, hlm. 85-86.

kegiatan. Dari persoalan ini kedua belah pihak mendapat manfaat. Bagi makelar (perantara), atau biro jasa mendapat lapangan pekerjaan dan uang jasa dari hasil pekerjaannya itu. Demikian juga orang yang memerlukan jasa mereka, mendapat kemudahan, karena ditangani oleh orang yang mengerti betul dalam bidangnya.

Pekerjaan semacam ini, mengandung unsur tolong-menolong yang saling menguntungkan. Dengan demikian pekerjaan tersebut tidak ada cacat dan celanya dan sejalan dengan ajaran Islam.⁵²

2. Dasar Hukum Makelar

a. Al-Qur'an

Surat an-Nisa' (4): 29:

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

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.⁵³

b. As-Sunnah

Hadist yang diriwayatkan oleh Bukhari:

حَدَّثَنَا مُسَدَّدٌ حَدَّثَنَا عَبْدُ الْوَاحِدِ حَدَّثَنَا مَعْمَرٌ عَنْ ابْنِ طَاوُسٍ عَنْ أَبِيهِ عَنْ ابْنِ عَبَّاسٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَنْ يُتَلَقَى الرَّكْبَانُ

⁵² M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam*, hlm. 289-290.

⁵³ Tim Penyusun al-Qur'an Terjemah Agama RI, *al-Qur'an dan Terjemah*, (Bandung: Sigma Axemedia Arkanlomea, 2007), hlm. 65.

وَلَا يَبِيعُ حَاضِرٌ لِبَادٍ قُلْتُ يَا ابْنَ عَبَّاسٍ مَا قَوْلُهُ لَا يَبِيعُ حَاضِرٌ لِبَادٍ قَالَ لَا
يَكُونُ لَهُ سِمَسَارًا.⁵⁴

“Telah menceritakan kepada kami Musaddad telah menceritakan kepada kami ‘Abdul Wahid telah menceritakan kepada kami_Ma’mar dari Ibnu Thowus dari bapaknya dari Ibnu ‘Abbas radhiallahu ‘anhuma; Rasulullah shallallahu ‘alaihi wasallam melarang menyongsong (mencegat) kafilah dagang (sebelum mereka tahu harga di pasar) dan melarang pula orang kota menjual kepada orang desa. Aku bertanya kepada Ibnu ‘Abbas radhiallahu ‘anhuma: “Apa arti sabda Beliau “dan janganlah orang kota menjual kepada orang desa”. Dia menjawab: “Janganlah seseorang jadi perantara bagi orang kota”.

3. Pembagian Upah Makelar

Makelar harus bersikap jujur, ikhlas, terbuka, dan tidak melakukan penipuan dan bisnis yang haram dan yang *syubhat* (yang tidak jelas halal/haramnya). Ia berhak menerima imbalan setelah berhasil memenuhi akadnya, sedangkan pihak yang menggunakan jasa makelar harus segera memberikan imbalannya, sesuai dengan Hadis Nabi:

حَدَّثَنَا الْعَبَّاسُ بْنُ الْوَلِيدِ الدَّمَشْقِيُّ حَدَّثَنَا وَهْبُ بْنُ سَعِيدِ بْنِ عَطِيَّةَ السَّلْمِيُّ
حَدَّثَنَا عَبْدُ الرَّحْمَنِ بْنُ زَيْدِ بْنِ أَسْلَمَ عَنْ أَبِيهِ عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عُمَرَ قَالَ قَالَ
رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَعْطُوا الْأَجِيرَ أَجْرَهُ قَبْلَ أَنْ يَجْفَ عَرْقُهُ.⁵⁵

“Telah menceritakan kepada kami Al Abbas bin Al Walid Ad Dimasyqi berkata, telah menceritakan kepada kami Wahb bin Sa’id bin Athiah As Salami berkata, telah menceritakan kepada kami ‘Abdurrahman bin Zaid bin Aslam dari Bapaknya dari Abdullah bin Umar ia berkata, “Rasulullah shallallahu ‘alaihi wasallam bersabda: “Berikanlah upah kepada pekerja sebelum kering keringatnya”.

⁵⁴ Imam Hafizh Ali bin Hajar al-Asqalani, *Fathul Baari Syarah Shahih Al-Bukhari* (Beirut: Dar al-Fikr, 1996), V: 212.

⁵⁵ Hafizh Abi ‘Abdillah Muhammad ibn Yazid al-Qaswani, *Sunan Ibnu Majah* (Beirut: Dar al-Fikr, 1996), II: 20.

Jumlah imbalan yang harus diberikan kepada makelar, adalah menurut perjanjian, sesuai dengan Firman Allah dalam Surat al-Maidah (5): 1:⁵⁶

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ

“Hai orang-orang yang beriman, penuhilah akad-akad (perjanjian-perjanjian) itu”.⁵⁷

Akad (perjanjian) yang dimaksudkan dalam ayat tersebut adalah janji prasetia hamba Allah dan perjanjian yang dibuat oleh manusia dalam pergaulan sesamanya. Janji itu ada yang tertulis dan ada pula yang hanya dengan lisan saja dan bahkan ada yang berpegang kepada adat-istiadat semata-mata. Hal itu semua dipandang sebagai janji dan tidak boleh dipungkiri.⁵⁸

Dalam masyarakat juga berlaku kebiasaan (adat-istiadat), bahwa imbalannya tidak ditentukan dan hanya berlaku sebagaimana biasanya yaitu 2,5 % dari nilai transaksi. Ada juga yang berlaku 2,5 % dari penjual dan 2,5 % dari pembeli.⁵⁹

Kebiasaan semacam ini pun dapat dibenarkan oleh syariat, sebagaimana kaidah hukum Islam

الْعَادَةُ مُحْكَمَةٌ

“Adat kebiasaan itu, diakui sebagai sumber hukum”.

⁵⁶ Masjfuk Zuhdi, *Masail Fiqhiyah* (Jakarta: PT Gunung Agung, 1994), hlm. 128.

⁵⁷ Tim penyusun al-Qur'an Terjemah Agama RI, *al-Qur'an dan*, hlm. 84.

⁵⁸ M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam*, hlm. 292.

⁵⁹ M. Ali Hasan, *Berbagai Macam*, hlm. 290.

Tetapi kaidah hukum ini perlu diberi catatan: “Selama adat kebiasaan atau hukum adat itu tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip dalam al-Qur’an dan Sunnah”.⁶⁰

C. Akad *Bai’ As-Salam*

1. Pengertian *Bai’ As-Salam*

Dalam pengertian yang sederhana, *bai’ as-salam* berarti pembelian barang yang diserahkan di kemudian hari, sedangkan pembayarannya dilakukan di muka. *Salam* dalam istilah fiqh disebut juga *salaf*. Secara etimologi, kedua kata tersebut memiliki makna yang sama, yaitu mendahulukan pembayaran dan mengakhirkan barang. Penggunaan kata *salam* biasanya digunakan oleh orang-orang Hijaz, sedangkan penggunaan kata *salaf* biasanya digunakan oleh orang-orang Irak.⁶¹

Dalam menggunakan akad *salam*, hendaknya menyebutkan sifat-sifat dari objek jual beli *salam* yang mungkin bisa dijangkau oleh pembeli, baik berupa barang yang ditakar, ditimbang maupun diukur. Disebutkan juga jenisnya dan semua identitas yang melekat pada barang yang dipertukarkan yang menyangkut kualitas barang tersebut. Jual beli *salam* juga dapat berlaku untuk mengimport barang dari luar negeri dengan menyebutkan sifat-sifatnya, kualitasnya dan kuantitasnya. Penyerahan uang muka dan penyerahan

⁶⁰ Masjuk Zuhdi, *Masail Fiqhiyah*, hlm. 129.

⁶¹ M. Ali Hasan, *Berbagai Macam*, hlm. 143.

barangnya dapat dibicarakan bersama dan biasanya dibuat dalam suatu perjanjian.⁶²

Dalam dunia bisnis modern, bentuk jual beli *salam* dikenal dengan pembelian dengan cara pesan (*indent*).⁶³ Tujuan utama dari jual beli *salam* adalah untuk saling membantu dan menguntungkan antara konsumen dan produsen.

2. Dasar Hukum *Bai' As-Salam*

a. Al-Qur'an

Surat al-Baqarah (2): 282:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ.

"Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya dan hendaklah seorang penulis diantara kamu menuliskannya dengan benar".⁶⁴

b. As-Sunnah

Hadist yang diriwayatkan oleh Ibnu Abbas:

قَدِمَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ الْمَدِينَةَ وَهُمْ يُسَلِّفُونَ بِالتَّمْرِ السَّنَتَيْنِ وَالثَّلَاثِ
فَقَالَ مَنْ أَسْلَفَ فِي شَيْءٍ فَفِي كَيْلٍ مَعْلُومٍ وَوَزْنٍ مَعْلُومٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مَعْلُومٍ.⁶⁵

“(Suatu saat) Rasulullah datang di Madinah, disana para penduduk Madinah sudah mempraktekkan salam pada kurma yang berumur dua tahun atau tiga tahun. Maka Rasulullah berkata; “Barangsiapa yang melakukan (salaf) salam hendaknya ia melakukan dengan takaran yang jelas untuk jangka waktu yang diketahui”.

⁶² M. Ali Hasan, *Berbagai Macam*, hlm. 144.

⁶³ Mustafa Kemal, *Fikih Islam*, (Yogyakarta: Citra Karsa Mandiri, 2003), hlm. 356.

⁶⁴ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan*, hlm. 70.

⁶⁵ Al Hafidh Ibnu Hajar al-Asqalani, *Bulughul Maram Min Adillatil Ahkam*, hlm. 184.

3. Rukun dan Syarat *Bai' As-Salam*

Adapun rukun jual beli *salam* menurut jumhur ulama, terdiri atas:⁶⁶

- a. *Muslim* (Pembeli/pemesan)
- b. *Muslim ilaih* (Penjual/penerima pesanan)
- c. *Muslim fih* (barang yang dipesan)
- d. *Ra's al-mal* (harga pesanan/modal yang dibayarkan)
- e. *Ṣīgat ijab qabul* (ucapan serah terima)

Sedangkan persyaratan secara rinci dapat dilihat dari rukun-rukun *salam*.⁶⁷

- a. Syarat '*Aqidain: Muslim* (Pembeli/pemesan) dan syarat *Muslim ilaih* (Penjual/penerima pesanan)
 - 1) Harus cakap hukum.
 - 2) Sukarela, tidak dalam keadaan dipaksa/terpaksa/di bawah tekanan.
- b. Syarat *Ra's al mal* (pembayaran atau harga)
 - 1) Alat bayar harus diketahui dengan jelas jumlah dan jenisnya oleh pihak yang terlibat dalam transaksi.
 - 2) Pembayaran harus dilakukan seluruhnya ketika akad telah disepakati.
 - 3) Pembayaran tidak boleh dalam bentuk pembebasan hutang.⁶⁸
- c. Syarat *Muslim fih* (barang yang dipesan)
 - 1) Barangnya menjadi utang atau tanggungan bagi penjual. Dengan demikian barang pesanan yang telah menjadi tanggungan pihak penjual, keberadaannya tidak boleh diserahkan kepada pihak lain.

⁶⁶ M. Yazid Afandi, *Fiqh Muamalah*, hlm. 161.

⁶⁷ M. Yazid Afandi, *Fiqh Muamalah*, hlm. 162.

⁶⁸ Muhammad, *Model-model Akad Pembiayaan di Bank Syariah*, (Yogyakarta: UII Press, 2009), hlm. 79.

- 2) Komoditinya harus dengan sifat-sifat yang jelas, misalnya dengan disebutkan jenis, warna, ciri-ciri, macam dan ukurannya.⁶⁹
- 3) Barang yang dipesan harus tersedia di pasaran sejak akad berlangsung sampai tiba waktu penyerahan.
- 4) Barang yang dipesan dalam akad *salam* harus barang yang banyak pandanannya di pasaran yang kuantitasnya dapat dinyatakan melalui hitungan, takaran atau timbangan.
- 5) Penyerahan barang dilakukan dikemudian hari.⁷⁰

d. Syarat tentang waktu dan penyerahan barang

- 1) Mengenai tenggang waktu penyerahan barang dapat saja ditentukan tanggal dan harinya, tetapi tidak semua jenis barang dapat ditentukan demikian.⁷¹
- 2) Tempat penyerahan barang harus disepakati oleh pihak-pihak yang berakad.

e. Syarat *Ijab qabul*

- 1) Harus jelas disebutkan secara spesifik dengan siap berakad.
- 2) Antara ijab dan qabul harus selaras baik dalam spesifikasi barang maupun harga yang disepakati.
- 3) Tidak mengandung hal-hal yang bersifat menggantungkan keabsahan transaksi pada kejadian yang akan datang.
- 4) Akad harus pasti, tidak boleh ada *khiyār* syarat.⁷²

⁶⁹ Abdul Fatih Idris dan Abu Ahmadi, *Terjemahan Ringkas Fiqih Islam Lengkap*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1990), hlm. 141.

⁷⁰ Ahmad Mujahidin, *Kewenangan dan Prosedur Penyelesaian Sengketa Ekonomi Syariah di Indonesia*, Cet I, (Bogor: Penerbit Ghalian Indonesia, 2010), hlm. 177.

⁷¹ Adimarwan A. Karim, *Ekonomi Islam Suatu Kajian Kontemporer* (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), hlm. 93.

⁷² M. Yazid Afandi, *Fiqh Muamalah*, hlm. 164.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu semua penelitian yang dilakukan di lingkungan masyarakat tertentu, baik lembaga-lembaga masyarakat (*social*), maupun lembaga pemerintahan. Dengan kata lain, penelitian lapangan itu pada umumnya bertujuan untuk memecahkan masalah-masalah praktis dalam kehidupan sehari-hari.⁷³

Dalam penelitian ini diperoleh data dengan melakukan pengamatan secara langsung di CV De Nature Indonesia Majenang, Cilacap yang menjadi tempat penelitian. Kemudian data-data yang diperoleh disesuaikan dengan ketentuan yang terdapat dalam hukum islam yang bersumber pada al-Qur'an, as-Sunnah, serta kitab-kitab fiqh lainnya.

B. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan normatif-sosiologis, yaitu membahas masalah yang diteliti dengan berdasar ketentuan norma-norma agama atau teori hukum Islam sebagai upaya untuk memperoleh kebenaran, kemudian pengaruh hukum tersebut tertuju terhadap masyarakat dan sebagainya dengan pendekatan dari hukum ke masyarakat.⁷⁴

⁷³ Aji Damanuri, *Metodologi Penelitian Mu'amalah* (Ponorogo: STAIN Po PRESS, 2010), hlm. 6.

⁷⁴ Abdul Manan, *Aspek-Aspek Pengubah Hukum* (Jakarta: Prenada Media, 2009), hlm. 19.

C. Metode Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data, penulis menggunakan metode kuantitatif melalui tiga cara, yaitu:

1. Pengamatan (Observasi)

Pengamatan adalah teknik atau pendekatan untuk mendapatkan data primer dengan cara mengamati langsung objek datanya. Mengobservasi tidak hanya mengamati saja. Pendekatan observasi untuk mengumpulkan data dapat dilakukan dengan mengamati (dengan mata), mendengarkan (dengan telinga), membaca (dengan pikiran), mencium (dengan hidung) dan meraba (dengan tangan).⁷⁵ Teknik ini penulis gunakan untuk mengambil data dengan cara mengamati aktivitas yang berkaitan dengan praktik jual beli *online* produk obat herbal di CV De Nature Indonesia Majenang, Cilacap. Dari hasil pengamatan di lapangan, penulis berhasil menyaksikan langsung proses praktik jual beli *online* obat herbal produk CV De Nature Indonesia Majenang, Cilacap melalui situs jual beli *online* tersebut yang bertempat di CV De Nature Indonesia mulai dari pemasaran iklan, transaksi dengan pembeli, proses packing produk dan pengiriman barang.

2. Wawancara (Interview)

Wawancara merupakan salah satu pengumpulan data dengan jalan komunikasi yakni melalui kontak langsung atau hubungan pribadi antara

⁷⁵ Jogiyanto Hartono, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Edisi 6 (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2010), hlm. 109-110.

pengumpul data (pewawancara) dengan sumber data (responden).⁷⁶ Wawancara ini penulis gunakan untuk mendapatkan data yang perlu adanya penjelasan dari narasumber yaitu tentang praktik jual beli *online* produk obat herbal. Target yang ingin dicapai dengan teknik wawancara ini adalah menggali informasi tentang praktik jual beli *online* produk obat herbal di CV De Nature Indonesia Majenang, Cilacap.

Pengambilan sampel dalam wawancara ini menggunakan metode *Purposive/Judgmental* Sampling, dimana sampel yang dipilih berdasarkan pertimbangan/penelitian subyektif dari peneliti, jadi dalam hal ini peneliti menentukan sendiri informan mana yang dianggap dapat mewakili populasi.⁷⁷ Dalam wawancara ini peneliti bertatap muka secara langsung dengan subyek penelitian yaitu direktur CV De Nature Indonesia yang dikelola oleh bapak Awan Ukaya, dan peneliti mengambil sampel sebanyak 2 (dua) orang karyawan *marketing* CV De Nature Indonesia yaitu bapak Zaenal Arifin, saudara Sabit Mubarok dan admin pusat CV De Nature Indonesia yaitu Ibu Canty Susilowati.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan bahan-bahan dokumen, seperti catatan-catatan, monograf yang ada kaitannya dengan penelitian.⁷⁸ Pada jenis penelitian ini, peneliti melengkapi dokumen yang mendukung tercapainya tujuan penelitian, yaitu

⁷⁶ Rianto Adi, *Metodologi Penelitian Sosial dan Hukum*, Edisi I (Jakarta: Granit, 2004), hlm.

⁷⁷ Burhan Ashshofa, *Metode Penelitian Hukum* (Jakarta: Rineka Cipta, 1996), hlm. 91.

⁷⁸ Winarto Surahmat, *Pengantar Penelitian Ilmu Dasar* (Bandung: Tarsito, 1989), hlm. 86.

dokumen saat melakukan wawancara terhadap responden terkait iklan pemasaran, data laporan bulanan penjualan dan pembelian, packing produk, dan bukti transaksi transferan dana.

D. Jenis Data

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuisioner yang dilakukan oleh peneliti.⁷⁹ Data primer diperoleh langsung dari subyek dan obyek penelitian. Subyek penelitian yaitu pelaku jual beli *online* produk obat herbal CV De Nature Indonesia meliputi direktur, karyawan marketing, dan pembeli. Obyek penelitian yaitu praktik jual beli *online* produk obat herbal dengan menggunakan sistem perantara *marketing* di CV De Nature Indonesia Majenang, Cilacap.

Sedangkan untuk data sekunder penelitian ini adalah data yang diperoleh dari sumber-sumber kepustakaan, baik dari kitab, buku atau jurnal penelitian maupun pendapat para ulama yang membahas praktik jual beli *online*.⁸⁰ Seperti kitab *Fiqh Islam Wa Adillatuhu*, kitab *al-Umm*, buku *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam (Fiqh Muamalat)*, buku *Fiqh Muamalah*, dll.

E. Metode Analisa

Setelah data terkumpul semua, langkah selanjutnya yaitu menganalisis data dan mengambil kesimpulan dari data yang telah ada. Untuk metode analisa

⁷⁹ Husain Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, cet. VI, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2004), hlm.42.

⁸⁰ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Pendek* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1998) Cet. Ke-11, hlm. 114.

yang digunakan adalah menggunakan analisa deduktif-induktif, yaitu berupa penalaran dari hal-hal yang bersifat umum ke hal-hal yang bersifat khusus. Kemudian tipe penelitian yang diterapkan adalah bersifat deskriptif analisis yang bertujuan untuk mendeskripsikan data-data yang berkaitan dengan pokok permasalahan yang dirumuskan lalu dilakukan analisis.⁸¹

Secara detail analisis data ini memiliki langkah-langkah dalam menggambarkan tentang bagaimana jual beli *online* dengan sistem perantara marketing, kemudian manfaatnya sebagai salah satu peluang usaha, serta tinjauan fiqh muamalah terhadap jual beli *online* dengan sistem perantara marketing ini.

Dalam penelitian ini, penulis dalam menganalisis data menggunakan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Data yang diperoleh dalam lapangan ditulis atau diketik dalam bentuk uraian atau laporan yang terinci. Laporan ini akan terus-menerus bertambah dan akan menambah kesulitan bila tidak segera dianalisis sejak mulanya. Laporan-laporan perlu direduksi, dirangkum, dipilih hal-hal yang pokok, difokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema atau polanya, jadi laporan lapangan sebagai bahan "*mentah*" disingkatkan, direduksi, disusun lebih sistematis, ditonjolkan pokok-pokok yang penting, diberi susunan yang lebih sistematis sehingga mudah untuk dikendalikan. Data yang direduksi memberi gambaran yang lebih tajam tentang hasil pengamatan, juga mempermudah

⁸¹ Sutrisno Hadi, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998), hlm. 28.

peneliti untuk mencari kembali data yang diperoleh bila diperlukan. Reduksi dapat juga membantu dalam memberikan kode kepada aspek-aspek tertentu.

Data yang direduksi dalam penelitian ini berupa data-data hasil wawancara dengan berbagai narasumber yang menjadi subjek penelitian ini. Adapun tahap awal yang dilakukan peneliti dalam mereduksi data hasil wawancara adalah mencatat semua jawaban narasumber pada saat wawancara. Kemudian dari catatan hasil wawancara, peneliti pilih mana yang berkaitan dengan sasaran dalam penelitian ini. Setelah itu, peneliti meringkas data yang telah dipilih menjadi ringkasan singkat yang berisi ulasan hasil wawancara. Kemudian ringkasan singkat tersebut peneliti sajikan dalam penyajian data.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Data yang bertumpuk-tumpuk, laporan lapangan yang tebal, sulit ditangani, sulit melihat hubungan antara detail yang banyak, dengan sendirinya sukar melihat gambaran keseluruhannya untuk mengambil kesimpulan yang tepat agar dapat melihat gambaran keseluruhannya atau bagian-bagian tertentu dari penelitian tersebut harus diusahakan membuat berbagai macam matriks, grafik, network, dan charis. Dengan demikian peneliti dapat menguasai data dan tidak tenggelam dalam tumpuk detail. Membuat “*display*” juga merupakan analisis.⁸²

Data-data yang telah direduksi, penulis sajikan dalam bentuk penjelasan yang menggambarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh

⁸² Aji Damanuri, *Metode Penelitian Mu'amalah*, hlm. 85-86.

penulis. Dalam penyajian data penulis jelaskan dan gambarkan tentang perilaku karyawan *marketing* CV De Nature Indonesia dalam melakukan pemasaran produknya melalui *online*.

3. Kesimpulan (*Conclution*)

Sejak mulanya penelitian berusaha untuk mencari makna data yang dikumpulkannya. Untuk itu mencari pola, tema, hubungan, persamaan, hal-hal yang sering timbul, hipotesis, dan sebagainya. Jadi dari data yang diperolehnya sejak mulanya mencoba mengambil kesimpulan. Kesimpulan mula-mula masih sangat tentatif, kabur, diragukan, akan tetapi dengan bertambahnya data, maka kesimpulan akan lebih “*grounded*”. Jadi kesimpulan harus senantiasa diverifikasi selama penelitian berlangsung. Verifikasi dapat disingkat dengan mencari data baru, dapat pula lebih mendalam bila penelitian dilakukan oleh suatu tim untuk mencapai “*Inter-subjective consensus*” yakni persetujuan bersama agar lebih menjamin validitas atau “*Comfirmability*”.⁸³

Semua hasil data yang diperoleh dari observasi dan wawancara dianalisis dengan cermat, valid dan terpercaya keabsahannya. Sesuai dengan data yang sudah direduksi dan disajikan, kemudian akan ditarik kesimpulannya yaitu pengujian data hasil penelitian dengan teori yang berkaitan dengan perilaku jual beli *online* obat herbal CV De Nature Indonesia di Majenang, Cilacap melalui perantara *marketing*.

⁸³ Aji Damanhuri, *Metodologi Penelitian Mu'amalah*, hlm. 86.

Setelah data terkumpul maka penulis melakukan analisis dengan menggunakan metode deskriptif dan menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif adalah suatu penelitian yang bertujuan untuk membuat deskripsi atau gambaran mengenai fakta-fakta, sifat-sifat, serta hubungan antara fenomena yang diselidiki.

Dalam penelitian ini penulis menggambarkan bagaimana perilaku jual beli *online* yang dilakukan oleh perantara *marketing* dengan pembeli jika ditinjau dari fikih muamalah kemudian dianalisis menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif yang dimaksud disini adalah berupa pendapat, dalil-dalil al-Qur'an, informasi, dan keterangan yang berbentuk uraian dalam mengungkapkan masalah. Penelitian kualitatif adalah rangkaian kegiatan atau proses penyaringan data atau informasi yang bersifat sewajarnya mengenai suatu masalah dalam kondisi, aspek atau bidang tertentu dalam kehidupan obyeknya.



IAIN PURWOKERTO

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Praktik Jual Beli Online Obat Herbal Produk CV De Nature Indonesia, Majenang Cilacap

1. Profil Singkat CV De Nature Indonesia, Majenang Cilacap

Dengan semakin berkembangnya ilmu dan teknologi di zaman modern ini, berbagai macam kegiatan dapat dilakukan dengan megandalkan internet sebagai bentuk perkembangan di bidang ilmu dan teknologi. Salah satu bentuk kegiatan yang saat ini marak dilakukan manusia dengan mengandalkan internet adalah bisnis *online*. De Nature Indonesia, sebagai salah satu toko *online* obat herbal berkualitas yang memasarkan produknya melalui media sosial.

De Nature Indonesia adalah sebuah perusahaan yang berkontribusi di pengobatan alternatif berbahan dasar herbal dari alam Indonesia asli, dimana sepenuhnya terbuat dari 100% dari bahan yang disediakan oleh alam Indonesia, yang mempunyai visi misi membantu pemerintah mengurangi berbagai penderita penyakit sipilis, kutil kelamin, gonore, keputihan, ambeien atau wasir dan lain-lain. Perusahaan perseorangan ini berdiri pada tahun 2009 yang dipimpin oleh Bpk. Awan Ukaya, beliau berhasil mempekerjakan 51-200 karyawan.⁸⁴ Awalnya perusahaan tersebut masih CV kemudian berganti menjadi PT pada tahun 2019 bulan Desember kemarin.⁸⁵

⁸⁴ <https://id.linkedin.com/company/denatureindonesia> diakses pada tanggal 4 Februari 2020 pukul 11.05 WIB.

⁸⁵ Bpk Awan Ukaya, Direktur De Nature Indonesia, *wawancara*, pada tanggal 17 Januari 2020, pukul 15.36 WIB.

Perlu diketahui bersama bahwa produk herbal De Nature selama ini telah dikembangkan dan diolah secara modern melalui penelitian secara modern yang dilakukan oleh para ahli herbal yang menguasai pengobatan alternatif dan juga telah di rekomendasikan oleh para pakar medis yang memiliki kompetensi dan dedikasi tinggi di bidang masing-masing.

Jamu herbal yang dibuat oleh pabriknya ini pun, bukan asal-asalan. Hal ini ditandai dengan upaya yang dilakukan manajemen sebelum didirikan pabrik jamu ini. Mulai dari konsultasi dengan Balai Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM) Jawa Tengah terkait dengan perencanaan pabrik, proses produksi sampai bahan yang digunakan sejak 2016 lalu. Pengurusan sertifikat CPOTB (Cara Pembuatan Obat Tradisional yang Baik) ke BPOM. Memperkuat kualitas, pihaknya juga tidak lupa melakukan izin dari Dinas Kesehatan dan sertifikat halal ke MUI.

Selain itu, De Nature juga menggandeng petani lokal dalam menyediakan bahan baku. Karena bahan baku yang dibutuhkan oleh perusahaannya, juga ditanam petani di sekitar pabrik.⁸⁶

De Nature Indonesia merupakan sebuah agen atau perusahaan yang bergerak dalam bidang pemasaran obat herbal. De Nature Indonesia beralamat di Jl. Pahonjean, Perumnas Cendana, RT 006/001, Kec. Majenang, Kab. Cilacap, Jawa Tengah. De Nature Indonesia menyediakan berbagai jenis obat herbal dengan harga yang lebih kompetitif dan khasiat yang spesifik untuk berbagai macam penyakit. Di De Nature Indonesia ini satu produk

⁸⁶ <https://kompasiana.com> diakses pada tanggal 4 Februari 2020 pukul 11.30 WIB.

untuk satu penyakit sehingga manfaat kandungan herbal didalamnya lebih cocok untuk membantu penyembuhan penyakit pasien.

De Nature Indonesia menyediakan obat herbal untuk sipilis (raja singa), gonore (kencing nanah), keputihan abnormal, wasir/ambeien, herpes, kutil kelamin (jengger ayam/kondiloma), diabetes, eksim kering/basah, gatal (bersih darah), asam urat, rematik (*rheumatic*), penghilang tahi lalat/tompel, maag, kolestrol, batuk (TBC), asma, hipertensi (darah tinggi), amandel, tetes mata, ejakulasi dini, pembesar penis, pembesar payudara, penggemuk badan, pelangsing badan, madu asli, madu fermentasi, jantung, kanker, liver, stroke, solusi kewanitaan, dll.⁸⁷

2. Tata Cara Menjadi Member CV De Nature Indonesia, Majenang Cilacap

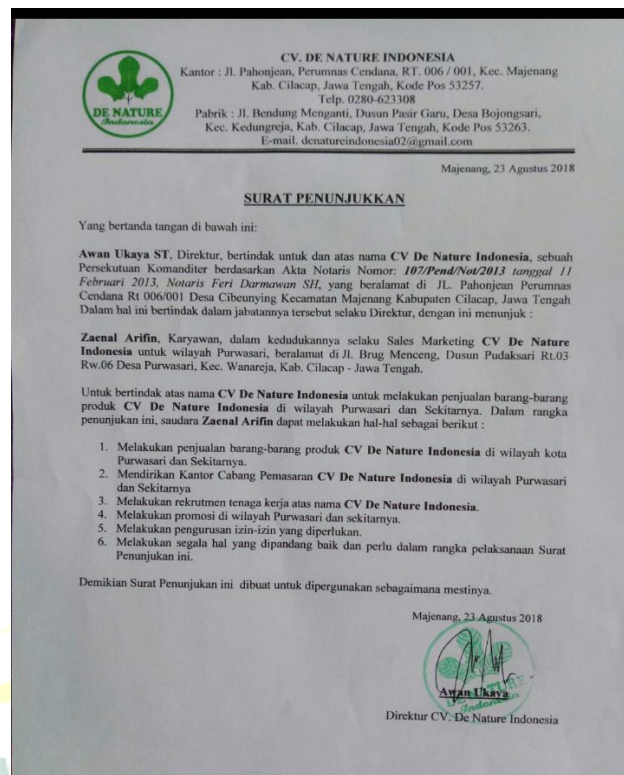
Terkait proses pendaftaran di CV De Nature Indonesia yaitu hanya dengan menyerahkan KTP sebagai jaminan, karena pada dasarnya di CV De Nature Indonesia ini tidak ada sistem member, kecuali ia sudah menjadi karyawan tetap (naik kantor), maka ia mengisi data lengkap sebagai berikut:

- a. Masukkan nama asli
- b. Masukkan jenis kelamin
- c. Masukkan nomor telepon
- d. Masukkan tanggal, bulan dan tahun lahir
- e. Masukkan lokasi tempat tinggal
- f. Melampirkan KTP dan No rekening (jika ada)

⁸⁷ Website Resmi PT. De Nature Indonesia, <https://denature.id> diakses pada tanggal 1 Februari 2020 pukul 11.05 WIB.

Setelah mengisi data lengkap diatas, ia akan memperoleh surat tugas resmi atau surat penunjukkan untuk melakukan penjualan barang-barang produk CV De Nature Indonesia di wilayah masing-masing ia tinggal.

Berikut contoh surat penunjukkan salah satu karyawan *seller marketing* CV De Nature Indonesia:



3. Praktik Jual Beli Online Obat Herbal Produk CV De Nature Indonesia, Majenang Cilacap

Pada zaman modern sekarang ini, dimana zaman sudah dipenuhi dengan peralatan teknologi yang serba canggih orang memilih melakukan segala sesuatunya dengan mudah dan instan. Transaksi jual beli yang sudah melekat di kalangan masyarakat dari dulu hingga kini merupakan sesuatu

yang prioritas untuk untuk bisa memenuhi kebutuhan sehari-hari. Pada masa kini itu bisa dilakukan dengan mudah lewat internet.

De Nature Indonesia merupakan sebuah perusahaan obat herbal via *online*, dimana dalam transaksi jual beli *online* obat herbal yang terjadi di CV De Nature Indonesia meliputi seorang konsumen, agen marketing, dan perusahaan CV De Nature Indonesia. Terkait kesepakatan pemesanan obat herbal produk CV De Nature Indonesia yaitu melalui chatting via whatsapp, facebook, dan media sosial lainnya. Seperti yang tergambar di bawah ini:



Dari gambar di atas, sudah dapat dilihat dengan jelas adanya kesepakatan pemesanan paket obat herbal wasir (Ambejoss De Nature dan Salwa).

Adapun agen marketing mendapatkan barang di CV De Nature Indonesia secara *online* melalui *smartphone* ataupun komputer milik agen

marketing. Untuk lebih jelasnya berikut gambaran transaksi jual beli *online* obat herbal produk CV De Nature Indonesia:

Proses 1 Konsumen dengan Agen Marketing CV De Nature Indonesia



a. Sistem Pembayaran Konsumen dengan Agen CV De Nature Indonesia

Berdasarkan hasil wawancara dengan Agen CV De Nature Indonesia, Konsumen yang akan membeli barang melihat postingan iklan di sosial media yang diposting oleh Agen Marketing CV De Nature Indonesia kemudian tertarik untuk membeli barang yang dibutuhkan. Setelah menentukan barang yang dibutuhkan konsumen memesan obat dan mentransfer uang pembayaran sesuai harga yang ditentukan ke No Rekening Agen De Nature Indonesia.⁸⁸

Proses 2 Agen Marketing De Nature Indonesia dengan CV De Nature Indonesia

⁸⁸ Bpk Zaenal Arifin, Manager Marketing di CV De Nature Indonesia, wawancara, pada tanggal 28 Januari 2020, pukul 08.37 WIB.



b. Sistem Pembayaran Agen CV De Nature Indonesia dengan CV De Nature Indonesia Pusat

Untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan Konsumen, Agen De Nature Indonesia melapor secara *online* ke De Nature Indonesia Pusat melalui aplikasi De Nature yang bisa diakses oleh Agen De Nature Indonesia melalui *Smartphone* ataupun komputer terkait pemesanan obat. Ketika obat sudah dipastikan oleh konsumen, Agen mentransfer uang pembayaran barang tersebut ke No Rekening De Nature Indonesia Pusat, kemudian barang yang sudah dibeli langsung dikirim dari De Nature Pusat ke Konsumen.⁸⁹

Selanjutnya penulis akan menjelaskan terkait *group marketing* CV De Nature Indonesia, dimana di De Nature Indonesia ada yang namanya upline dan downline. Upline disebut manager *marketing*, ia berhak merekrut downline sebanyak-banyaknya. Kemudian downline tersebut juga berhak merekrut downline lagi, dan apabila downline yang pertama sudah naik kantor, maka ia naik pangkat menjadi karyawan selebihnya

⁸⁹ Bpk Zaenal Arifin, Manager Marketing di CV De Nature Indonesia, *wawancara*, pada tanggal 28 Januari 2020, pukul 08.37 WIB.

disebut group marketing dan begitu seterusnya. Tugas mereka sama yaitu penjualan pemasaran, perbedaannya hanya pada hasil atau *fee*. Untuk *fee group marketing* yaitu 50% (Rp 50.000,00 per paket), marketing yang sudah naik kantor (karyawan) hasil *fee* nya 2x lipat yaitu 100% (Rp 100.000,00 per paket), dan untuk manager 100% + bonus 20% dari kantor.⁹⁰

Sesuai penelitian ini, peneliti mendapati bahwa praktik jual beli *online* obat herbal yang dilakukan oleh agen marketing De Nature Indonesia sama saja antara upline dan downline. Seperti yang dikemukakan oleh Bpk Zaenal Arifin, beliau adalah marketing De Nature yang mulai ikut berbisnis di De Nature pada akhir tahun 2015 sampai sekarang. Beliau membawahi 20-30 anggota group marketing dan 3 orang yang sudah naik kantor menjadi karyawan.⁹¹ Peneliti juga mewawancarai Saudara Sabit Mubarak, Ia adalah bawahan dari Bpk Zaenal Arifin atau disebut sebagai karyawan yang bergabung pada akhir tahun 2017 kemudian Ia naik kantor pada awal tahun 2019 dan sekarang membawahi 8 anggota group marketing.⁹² Selanjutnya ada Ibu Canty Susilowati, beliau adalah admin office pusat yang berwenang mengurus tentang

⁹⁰ Bpk Zaenal Arifin, Manager Marketing di CV De Nature Indonesia, *wawancara*, pada tanggal 28 Januari 2020, pukul 08.37 WIB.

⁹¹ Bpk Zaenal Arifin, Manager Marketing di CV De Nature Indonesia, *wawancara*, pada tanggal 28 Januari 2020, pukul 08.37 WIB.

⁹² Saudara Sabit Mubarak, Karyawan Marketing di CV De Nature Indonesia, *wawancara*, pada tanggal 29 Januari 2020, pukul 09.35 WIB.

marketing seperti pembayaran gaji karyawan, pembayaran keluar masuk produk, dan kebijakan lainnya.⁹³

B. Analisis Fiqh *Mu'āmalah* Terhadap Praktik Jual Beli *Online* Obat Herbal Produk CV De Nature Indonesia, Majenang Cilacap

Jual beli merupakan salah satu kegiatan dalam bidang muamalah. Prinsip dasar muamalah yang telah ditetapkan Islam dalam bidang perdagangan dan niaga adalah tolak ukur dari kegiatan berlandaskan kejujuran, kepercayaan, dan ketulusan. Dalam hukum Islam pada prinsipnya segala bentuk kegiatan mu'āmalah adalah mubah, kecuali ada larangan yang telah ditentukan al-Qur'an dan Sunnah Rasul, asalkan tidak karena paksaan atau hanya untuk memenuhi keuntungan pribadi, maka kegiatan muamalah diperbolehkan selama kegiatan itu bisa mendatangkan kemanfaatan dan dapat menjauhkan kemudharatan.⁹⁴ Seperti yang telah disebutkan dalam kaidah fikih dinyatakan:

الأَصْلُ فِي الْمُعَامَلَةِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يَدُلَّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا

“Hukum asal dalam semua bentuk muamalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya.”

Kaidah ini hanya berlaku di bidang muamalah. Artinya, pada dasarnya segala sesuatu dalam bidang muamalah adalah boleh. Kebolehan ini dibatasi sampai ada dasar hukum yang melarangnya.⁹⁵

Di dalam kajian fikih muamalah, interaksi sesama manusia dalam memenuhi kebutuhannya harus ada aturan mengenai hak dan kewajiban yang

⁹³ Ibu Canty Susilowati, Admin Office Pusat CV De Nature Indonesia, *wawancara*, pada tanggal 14 Januari 2020, pukul 14.55 WIB.

⁹⁴ Abdul Wahab Khalaf, *Ilmu Ushul Fiqh*, Cet.I.(Bandung: Gema Risalah Pres, 1996), hlm. 354.

⁹⁵ A. Djazuli, *Kaidah-kaidah Fikih*, Cet.I.(Jakarta: Prenada Media Group, 2006), hlm. 10.

berdasarkan atas kesepakatan. Proses untuk mencapai kesepakatan dalam rangka memenuhi kebutuhan keduanya disebut dengan akad atau kontrak. Hubungan ini merupakan fitrah yang sudah ditakdirkan oleh Allah. Oleh karena itu, manusia yang berkebutuhan dituntut untuk memahami hak milik. Islam sebagai agama yang komprehensif memberikan aturan cukup jelas mengenai proses akad. Hal ini untuk dapat diimplementasikan secara adil, benar dan menyeluruh. Salah satunya dalam hal hak milik dan akad.

Allah mensyaratkan jual beli untuk memberikan kelapangan kepada hamba-hambanya, hal ini disebabkan bahwa setiap orang dari suatu bangsa memiliki kebutuhan yang komplek, yang tidak dapat diabaikannya selama dia masih hidup, manusia tidak dapat memenuhi kehidupannya sendiri dalam memenuhi semua kehidupannya, sehingga dia memerlukan orang lain untuk memenuhi kebutuhannya, dan tidak ada cara yang lebih sempurna untuk mendapatkannya selain dalam bentuk tukar-menukar. Di mana seseorang memberikan apa yang dimilikinya dan tidak dibutuhkannya sebagai ganti atas apa yang diambilnya dari orang lain yang dibutuhkannya.⁹⁶

Pada masa dahulu sebuah transaksi perniagaan hanya dapat dilakukan dengan cara kedua belah pihak yang hadir dalam satu majelis,⁹⁷ hal ini tercermin dalam syarat suatu akad kiranya cukup sederhana terjadinya suatu peralihan hak milik suatu barang/benda disertai dengan pengucapan yang jelas terhadap suatu akad itu sendiri.

⁹⁶ Sayyid Sabiq, *Fikih Sunnah*, juz 5, diterjemahkan oleh Abdurrahman dan Masrukhin (Jakarta: Cakrawala Publisting, 2009), hlm. 159.

⁹⁷ Erwandi Tarmizi, *Harta Haram Muamalat Kontemporer* (Bogor: P.T. Berkah Mulia Insani, 2014), hlm. 232.

Bentuk-bentuk transaksi bisnis semakin hari semakin komplit, di era globalisasi ini semua bentuk transaksi sudah mengalami kemajuan yang sangat pesat dalam melakukan akad usaha, yaitu melalui media komunikasi modern.⁹⁸ Salah satu contoh penerapan transaksi yang mengandalkan kemajuan teknologi ini yaitu jual beli *online* melalui perantara *marketing* di CV De Nature Indonesia. Objek yang diperjualbelikan De Nature Indonesia adalah obat herbal.

Untuk melihat akad apakah yang digunakan dalam sistem jual beli *online* melalui perantara *marketing* di CV De Nature Indonesia ini, penulis mengacu lebih jauh kepada akad *salam* dan praktik *makelar*. Pada prinsipnya konsep *salam* diperuntukkan bagi transaksi yang jual beli barang yang belum diproduksi, dengan kata lain, *salam* adalah pemesanan barang yang spesifikasinya sudah disepakati dan harganya dibayar secara tunai di depan (*advance payment*), sementara penyerahan barang yang dipesan dilakukan kemudian.⁹⁹

Sedangkan *makelar*, pada prinsipnya adalah perantara perdagangan atau dengan kata lain seseorang yang menjualkan barang milik orang lain dengan mendapatkan keuntungan tertentu dari hasil penjualan tersebut. Dari persoalan ini kedua belah pihak mendapat manfaat. Bagi makelar (perantara) mendapat lapangan pekerjaan dan uang jasa dari hasil pekerjaannya itu. Demikian juga orang yang memerlukan jasa mereka, mendapat kemudahan, karena ditangani

⁹⁸ Ardiwarman A.Karim, *Fikih Ekonomi Keuangan Islam* (Jakarta: Darul Haq, 2004), hlm. 32-37.

⁹⁹ Irma Devita Purnamasari & Suswinarto, *Panduan Lengkap Hukum Praktis Populer Akad Syariah*, cet. I, (Bandung: PT Mizan Pustaka, 2011), hlm. 56.

oleh orang yang mengerti betul dalam bidangnya. Pekerjaan semacam ini, mengandung unsur tolong menolong yang saling menguntungkan.¹⁰⁰

1. Implementasi Akad *Salam* Dalam Jual Beli *Online* Obat Herbal Produk CV De Nature Indonesia, Majenang Cilacap

Akad salam merupakan salah satu jenis bentuk jual beli yang diperbolehkan dalam Islam. Transaksi *Salam* akan sah apabila memenuhi rukun dan syaratnya.

Dalam akad *salam*, perantara *marketing* bertindak sebagai penjual (tangan kedua) dimana penjual pertama adalah direktur. Namun tidak terdapat akad *salam* antara direktur dengan perantara *marketing*. Akad *salam* terdapat ketika terjadi transaksi antara perantara *marketing* dengan *customer* (konsumen), dimana konsumen melakukan pembayaran terlebih dahulu kepada perantara *marketing* atas barang yang ingin dibeli, kemudian perantara *marketing* memesan barang yang diinginkan oleh konsumen tersebut kepada direktur sesuai dengan kriteria pesanan si konsumen.

Implementasi akad *salam* yang telah disesuaikan dengan simulasi transaksi jual beli *online* obat herbal produk CV De Nature Indonesia adalah sebagai berikut:

a. *Muslim* (Pembeli)

Pembeli, dalam akad *salam* harus cakap hukum dan tidak ingkar janji atas transaksi yang telah disepakati.

¹⁰⁰ M. Ali Hasan, *Berbagai Macam*, hlm. 289-290.

b. *Muslim ilaih* (Penjual)

Penjual merupakan pihak yang menyediakan barang. Penjual disyaratkan harus cakap hukum dan tidak boleh ingkar janji.

c. Hasil produksi/barang yang diserahkan (*Muslim fihî*)

Hasil produksi merupakan objek barang yang akan diserahkan oleh penjual sesuai dengan spesifikasi yang telah ditetapkan dalam akad. Hasil produksi tidak termasuk dalam kategori barang yang dilarang (barang najis, haram, samar/tidak jelas/syubhat) atau barang yang dapat menimbulkan kemudharatan.

d. Harga

Harga disepakati pada saat awal akad antara pembeli dan penjual, dan pembayarannya dilakukan pada saat awal kontrak. Harga barang harus ditulis jelas dalam kontrak, serta tidak boleh berubah dalam masa akad.

Sesuai dengan praktik jual beli *online* obat herbal produk CV De Nature Indonsia Majenang, Cilacap yang telah dijelaskan sebelumnya, maka terdapat akad *salam* dalam sistem tersebut, yaitu:

- a. Orang yang berakad. Yaitu Bapak Awan Ukaya sebagai penjual (direktur), Bapak Zainal Arifin sebagai perantara *marketing* dan Anindita sebagai *customer* (pembeli).
- b. Objek barang. Terdapat objek barang yang jelas, yaitu obat herbal Amb, slw.

- c. *Ṣīgat* (Ijab dan Qabul). Kesepakatan yang terjalin baik antara *customer* dengan perantara *marketing* ataupun perantara marketing dengan direktur merupakan *ṣīgat*.

Sementara itu syarat yang disyariatkan dalam menggunakan sistem perantara *marketing online* pun telah sesuai dengan fikih, yaitu:

- a. Syarat orang yang berakad

Sesuai ketentuan syarat akad *salam* dimana para pelaku akad harus berakal dan baligh serta tidak dalam keadaan terpaksa. Disini baik Bapak Zainal Arifin, Bapak Awan Ukaya, maupun Anindita merupakan pihak yang telah memenuhi syarat.

- b. Syarat yang terkait dengan barang

Barang yang diperjualbelikan merupakan barang yang nyata wujudnya, kondisinya sempurna, dan barang dalam keadaan *ready stock*.

- c. Syarat yang terkait dengan Ijab Kabul

Unsur utama jual beli yaitu kerelaan kedua belah pihak. Kerelaan kedua belah pihak dapat dilihat dari Ijab dan Kabul yang dilangsungkan. Ijab dan Kabul perlu diungkapkan secara jelas dalam transaksi-transaksi yang bersifat mengikat kedua belah pihak dan harus dilakukan dalam satu majelis. Akan tetapi, pada zaman modern sekarang ini transaksi jual beli tidak selalu dilakukan dalam satu majelis seperti jual beli yang dipraktikkan di CV De Nature Indonesia, orang yang berakad mengucapkan Ijab Kabul melalui chatting *online*. Perantara *marketing* dan pembeli tidak saling bertatap muka secara langsung maka dari itu

dalam proses akad dapat dilakukan dalam bentuk tulisan. Seperti yang disampaikan oleh Bpk Zainal Arifin, selaku perantara *marketing* di CV De Nature Indonesia.¹⁰¹

Saya memposting iklan obat herbal di medsos lengkap dengan informasinya mengenai kegunaan dan manfaat obat sesuai dengan penyakitnya. Ketika ada pembeli yang tertarik dengan obat yang diposting, saya lanjuti dengan obrolan pribadi karena di postingan tersebut juga sudah mencantumkan kontak yang bisa dihubungi. Kemudian apabila pembeli sudah memutuskan akan membeli obat tersebut, saya menghubungi pihak pusat menanyakan ketersediaan obat yang diinginkan pembeli. Apabila ada dan *ready*, maka saya kembali menghubungi pihak pembeli untuk menginformasikan kembali. Setelah benar-benar *fix*, baru saya proses.

Berikut akad jual beli yang dilakukan melalui obrolan pribadi chatting whatsapp:



Berdasarkan penjelasan tersebut, dalam praktik jual beli *online* di CV De Nature Indonesia dilakukan dengan tulisan, dikarenakan transaksi

¹⁰¹ Wawancara dengan Bpk Zainal Arifin

tersebut dilakukan secara *online*, dimana perantara *marketing* dan pembeli tidak saling bertatap muka secara langsung.

d. Syarat tentang waktu dan tempat penyerahan barang dan pembayaran

Waktu penyerahan barang biasanya menghabiskan waktu 2 sampai 3 hari setelah barang dipesan. Dan tempat penyerahan barang bisa ditentukan oleh si *customer*.

Para pihak yang melakukan akad telah memenuhi syarat dengan menggunakan nilai rupiah sebagai alat transaksi dan juga Anindita telah melunasi seluruh pembayaran dengan mentransfer kepada Bapak Zainal Arifin pada awal akad.

2. Peran Makelar Dalam Jual Beli *Online* Obat Herbal Produk CV De Nature Indonesia, Majenang Cilacap

Dalam istilah fiqh, jual beli melalui perantara disebut *simsār*, yaitu seseorang yang menjualkan barang milik orang lain dengan mendapat keuntungan tertentu dari hasil penjualan tersebut. Bentuk jual beli perantara seperti ini hukumnya boleh dalam islam.¹⁰²

Hal ini sebagaimana dalam hadist yang diriwayatkan oleh Bukhari.

حَدَّثَنَا مُسَدَّدٌ حَدَّثَنَا عَبْدُ الْوَاحِدِ حَدَّثَنَا مَعْمَرٌ عَنْ ابْنِ طَاوُسٍ عَنْ أَبِيهِ عَنْ ابْنِ عَبَّاسٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَنْ يُتَلَقَى الرَّكْبَانُ وَلَا يَبِيعَ حَاضِرٌ لِيَادٍ قُلْتُ يَا ابْنَ عَبَّاسٍ مَا قَوْلُهُ لَا يَبِيعُ حَاضِرٌ لِيَادٍ قَالَ لَا يَكُونُ لَهُ سِمْسَارًا.¹⁰³

¹⁰² Burhanuddin S, *Hukum Kontrak Syariah* (Yogyakarta: BPFE, 2009), hlm. 80-81.

¹⁰³ Imam Hafizh Ali bin Hajar al-Asqalani, *Fathul Baari Syarah Shahih Al-Bukhari* (Beirut: Dar al-Fikr, 1996), V:212.

Artinya: “Telah menceritakan kepada kami Musaddad telah menceritakan kepada kami ‘Abdul Wahid telah menceritakan kepada kami Ma’mar dari Ibnu Thowus dari bapaknya dari Ibnu ‘Abbas radhiallahu ‘anhuma; Rasulullah shallallahu ‘alaihi wasallam melarang menyongsong (mencegat) kafilah dagang (sebelum mereka tahu harga di pasar) dan melarang pula orang kota menjual kepada orang desa. Aku bertanya kepada Ibnu ‘Abbas radhiallahu ‘anhuma: “Apa arti sabda Beliau “dan janganlah orang kota menjual kepada orang desa”. Dia menjawab: “Janganlah seseorang jadi perantara bagi orang kota”.

Berdasarkan hadist tersebut, bisa dipahami bahwa praktik makelar sudah ada sejak zaman Nabi Muhammad SAW. Hal ini terjadi lagi pada zaman sekarang, karena banyak orang yang disibukkan dengan pekerjaan masing-masing, sehingga tidak ada waktu untuk menjualkan barangnya atau mencari barang yang diperlukannya. Ada pula orang yang waktunya lapang, tidak sibuk. Namun tidak punya keahlian untuk memasarkan (menjualkan) barangnya, atau tidak tahu bagaimana cara memperoleh barang yang diperlukannya itu. Untuk memudahkan kesulitan yang dihadapi, pada saat ini ada orang yang profesinya khusus menangani hal-hal tersebut. Ada yang bersifat perorangan dan merupakan biro jasa yang menangani berbagai kegiatan.¹⁰⁴

Dalam persoalan ini, kedua belah pihak mendapat manfaat. Bagi makelar (perantara), atau biro jasa mendapat lapangan pekerjaan dan uang jasa dari hasil pekerjaannya itu. Demikian juga orang yang memerlukan jasa mereka, mendapat kemudahan, karena ditangani oleh orang yang mengerti betul dalam bidangnya. Pekerjaan semacam ini mengandung unsur tolong-

¹⁰⁴ M. Ali Hasan, *Berbagai Macam*, hlm. 289.

menolong yang saling menguntungkan. Dengan demikian pekerjaan tersebut tidak ada cacat dan celanya dan sejalan dengan ajaran Islam.¹⁰⁵

Praktik makelar tersebut dilakukan di CV De Nature Indonesia dalam praktik penjualan obat herbal via *online* dimana disini ada perantara *marketing* yang bertugas memasarkan produk obat herbal tersebut. Makelar menjadi perantara antara penjual dan pembeli. Praktik makelar tersebut boleh dilakukan asalkan memenuhi rukun dan syarat dalam makelar. Implementasinya dalam simulasi transaksi jual beli *online* obat herbal produk CV De Nature Indonesia adalah sebagai berikut:

a. *Al-Muta'āqidāni* (makelar dan pemilik harta)

Untuk melakukan hubungan kerja sama ini, maka harus ada makelar (penengah) dan pemilik harta supaya kerja sama tersebut berjalan lancar. Disini yang menjadi makelar (penengah) yaitu Bapak Zainal Arifin dan Bapak Awan Ukaya adalah pemilik harta.

b. Jenis transaksi yang dilakukan dan kompensasi

Jenis transaksi yang dilakukan harus diketahui dan bukan barang yang mengandung maksiat dan haram, dan juga nilai kompensasi (upah) harus diketahui terlebih dahulu supaya tidak terjadi salah paham.

Seorang makelar harus bersikap jujur, ikhlas, terbuka dan tidak melakukan penipuan dan bisnis yang haram dan syubhat (yang tidak jelas halal/haramnya). Ia berhak menerima imbalan setelah berhasil memenuhi akadnya, sedangkan pihak yang menggunakan jasa makelar

¹⁰⁵ M. Ali Hasan, *Berbagai Macam*, hlm. 290.

harus segera memberikan imbalannya. Jumlah imbalan yang harus diberikan pun harus menurut perjanjian. Berikut ini penjelasan dari salah satu perantara *marketing* CV De Nature Indonesia.

Imbalan (*fee*) yang didapat oleh perantara *marketing* disini berbeda-beda menurut kedudukannya. Apabila ia masih *group marketing*, ia mendapat *fee* yaitu 50% (Rp 50.000,00 per paket), sedangkan apabila ia sudah naik kantor (karyawan) hasil *fee* nya 2x lipat yaitu 100% (Rp 100.000,00 per paket), dan untuk manager 100% + bonus 20% dari kantor. Ketentuan imbalan tersebut sudah merupakan kesepakatan sejak awal dari kantor.

c. *Ṣīgat*

Lafadz atau sesuatu yang menunjukkan keridhoan atas transaksi Pemakelaran tersebut. Supaya kerja sama tersebut sah, maka kedua belah pihak tersebut harus membuat sebuah akad kerja sama (perjanjian) yang memuat hak-hak dan kewajiban kedua belah pihak.

Adapun beberapa syarat makelar (*samsarah*) adalah:¹⁰⁶

- 1) Mengetahui pekerjaan yang diminta
- 2) Cakap dalam melaksanakan pekerjaan
- 3) Bekerja atas seizin yang memberikan wewenang, jika tanpa izin, maka tidak berlaku pekerjaannya
- 4) Mempunyai *attitude* yang baik

Jadi berdasarkan penjelasan diatas, bahwa praktik jual beli *online* obat herbal produk CV De Nature Indonesia menggunakan jasa makelar yaitu perantara *marketing online* yang memasarkan produk melalui iklan di

¹⁰⁶ Ika Yunia Fauzia, *Akad Wakalah dan Samsarah sebagai Solusi atas Klaim Keharaman Dropship dalam Jual Beli Online*. *Islamica: Jurnal Studi Keislaman* vol. 9. No. 2. 2015, https://www.researchgate.net/publication/298430102_Akad_Wakalah_dan_Samsarah_sebagai_Solusi_atas_Klaim_Keharaman_Dropship_dalam_Jual_Beli_Online., diakses 12 Mei 2020.

internet, hukumnya sah sesuai syariat Islam karena terpenuhinya rukun dan syarat. Dalam praktik jual beli *online* yang terjadi di CV De Nature Indonesia ini diperbolehkan, karena dari segi '*aqidain, ṣīgat, dan ma'qūd 'alaih* telah memenuhi syarat jual beli menurut fiqh *bai'* serta pemberian imbalan kepada makelar/perantara *marketing online* atas dasar kesepakatan.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan mengenai praktik jual beli *online* obat herbal produk CV De Nature Indonesia, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam praktiknya, CV De Nature Indonesia menggunakan jasa makelar/perantara *marketing online* dalam memasarkan produk obat herbal melalui internet. CV De Nature Indonesia merupakan sebuah bisnis *marketing online* dalam penjualan berbagai produk obat herbal berkualitas menggunakan sistem *freelance*. Pada praktiknya, terdapat kerjasama antara pemilik/direktur dengan perantara *marketing* dalam hal penunjukan dan perizinan untuk memasarkan produk obat herbal sesuai dengan wilayahnya, perantara *marketing online* tidak menyediakan atau memiliki stok barang yang akan dijualnya karena barang selalu sudah *ready* di pusat dan semua sudah terorganisir sesuai bagian-bagiannya seperti *packing* pakaian admin, bagian ekspedisi, bagian cek transfer, dsb. Skema jual beli *online* obat herbal produk CV De Nature Indonesia dengan sistem perantara *marketing* (makelar/*simsār*) memiliki kesamaan dengan akad *bai' as salam*. Dalam skema ini terdapat *muslam* (pembeli), *muslam ilaih* (penjual), *muslam fih* (objek barang) dan juga *ṣīgat* (ijab dan qabul) didalamnya. *Fee* yang didapat oleh makelar berasal dari perjanjian nilai harga jual antara makelar dengan direktur.

2. Dalam tinjauan fiqh mu'āmalah, praktik jual beli *online* obat herbal produk CV De Nature Indonesia tersebut diperbolehkan, karena rukun dan syarat dalam jual beli terpenuhi, sistem akad (kesepakatan) melalui chatting *online* dengan bentuk tulisan, *marketing online* yang menjadi perantara penjualan juga telah memenuhi syarat sesuai dengan makelar dalam hukum islam. Pemberian upah atas dasar kesepakatan, memenuhi rukun makelar dalam hal upah dan sesuai syarat karena ada kejelasan pengupahan dan diketahui oleh kedua belah pihak.

B. Saran-saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, penulis berusaha memberikan saran-saran diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi makelar agar selalu menjalankan tugasnya dengan penuh rasa jujur, ikhlas, terbuka, dan tanggung jawab.
2. Bagi pemilik/direktur harus memberikan izin penunjukan pemasaran dengan jelas dan mengarahkan makelar terkait praktik bisnis *online* yang diterapkan di CV De Nature Indonesia tersebut, serta jangan sampai mengabaikan prinsip tolong-menolong.

Selanjutnya diharapkan penelitian ini memberi manfaat kepada penulis, dan juga bagi siapa pun untuk memahami sistem perantara (makelar) dalam jual beli *online*.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, Panji. *Fikih Muamalah Adabiyah*. Bandung: PT Refika Aditama, 2018.
- Adi, Rianto. *Metodologi Penelitian Sosial dan Hukum*, Edisi I. Jakarta: Granit, 2004.
- Afandi, M. Yazid. *Fiqh Muamalah*. Yogyakarta: Logung Pustaka, 2009.
- Agustin, Risa. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Surabaya: Serba Jaya t.t.
- Al-Asqalani, Al Hafidh Ibnu Hajar. *Bulughul Maram Min Adillatil Ahkam*. Terj. Achmad Sunarto, Cet 1. Jakarta: Pustaka Amani, 1995.
- Ali, Imam Hafizh bin Hajar al-Asqalani. *Fathul Baari Syarah Shahih Al-Bukhari Juz V*. Beirut: Dar al-Fikr, 1996.
- Arifin, Zaenal. Wawancara pada Selasa 28 Januari 2020 pukul 08.37 WIB.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Pendek* Cet. Ke-11. Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1998.
- Ariyadi, *Jual Beli Online Ibnu Taimiyah*. Yogyakarta: Diandra Kreatif, 2018.
- Ar-Ramli, Syamsudin Muhammad. *Nihayah Al-Muhtaj Juz III*. Beirut: Dar al-Fikr, 2004.
- Ashshofa, Burhan. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Rineka Cipta, 1996.
- Az-Zuhaili, Wahbah. *Fiqh Islam Wa Adillatuhu Juz V*. Jakarta: Gema Insani, 2011.
- Bakry, Nazar. *Problematika Pelaksanaan Fikih-fikih Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Perkasa, 1994.
- Dahlan, Abdul Aziz. *Ensiklopedi Hukum Islam*, Cet. I. Jakarta: Ichtiar Baru Van Hoeve, 1997.
- Damanuri, Aji. *Metodologi Penelitian Mu'amalah*. Ponorogo: STAIN Po PRESS, 2010.
- Darmawan, Hendro, dkk. *Kamus Ilmiah Populer Lengkap*. Yogyakarta: Bintang Cemerlang, 2013.
- Dewi, Gemala. *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, Cet 1. Jakarta: Prenada Media, 2005.

- Djakfar, Muhammad. *Hukum Bisnis*. Malang: UIN-Malang Press, 2009.
- Djazuli, A. *Kaidah-Kaidah Fikih*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2006.
- Fatmawati, Desi. “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Dropship Online (Studi Kasus Ariana Shop)”, *Skripsi*, Fakultas Syari’ah Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2017.
- Fauzia, Ika Yunia. *Akad Wakalah dan Samsarah sebagai Solusi atas Klaim Keharaman Dropship dalam Jual Beli Online*. *Islamica: Jurnal Studi Keislaman* vol. 9. No. 2. 2015, https://www.researchgate.net/publication/298430102_Akad_Wakalah_dan_Samsarah_sebagai_Solusi_atas_Klaim_Keharaman_Dropship_dalam_Jual_Beli_Online
- Ghazaly, Abdul Manan, dkk. *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Kencana, 2010.
- Hadi, Sutrisno. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998.
- Haroen, Nasrun. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007.
- Hartono, Jogiyanto. *Metodologi Penelitian Bisnis*, Edisi 6. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2010.
- Hasan, M. Ali. *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam (Fiqh Muamalat)*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2003.
- <https://denature.id>,
- <https://id.linkedin.com/company/denatureindonesia>
- <https://kompasiana.com>
- Idris, Abdul Fatih dan Abu Ahmadi. *Terjemahan Ringkas Fiqih Islam Lengkap*. Jakarta: Rineka Cipta, 1990.
- Indrajit, Richardus Eco. *E-commerce: Kiat dan Strategi di Dunia Maya*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2006.
- Kalbuadi, Putra. “Jual Beli Online Dengan Menggunakan Sistem Drpshipping Menurut Sudut Pandang Akad Jual Beli Islam (Studi Kasus Pada Forum KASKUS)”, *Skripsi*, Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2015.
- Karim, Adimarwan A. *Ekonomi Islam Suatu Kajian Kontemporer*. Jakarta: Gema Insani Press, 2001.

- Karim, Ardiwarman A. *Fikih Ekonomi Keuangan Islam*. Jakarta: Darul Haq, 2004.
- Kemal, Mustafa. *Fikih Islam*. Yogyakarta: Citra Karsa Mandiri, 2003.
- Khalaf, Abdul Wahab. *Ilmu Ushul Fiqh Cet.I*. Bandung: Gema Risalah Pres, 1996.
- Kuswara. *Mengenal MLM Syariah dari Halal Haram, Kiat Berwirausaha, sampai dengan Pengelolaannya*. Depok: QultumMedia, 2005.
- Lowry, Paul Benjamin, et al. *Online Payment Gateways Used to Facilitate E-commerce Transactions and Improve Risk Management*. CAIS vol 17, 2006. www.semanticscholar.org
- Manan, Abdul. *Aspek-Aspek Pengubah Hukum*. Jakarta: Prenada Media, 2009.
- Mas'adi, Ghufron A. *Fikih Muamalah Kontekstual*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2002.
- Mubarok, Sabit. Wawancara pada Rabu 29 Januari 2020 pukul 09.35 WIB.
- Muhamad, Hafiz Abi 'Abdillah ibn Yazid al- Qaswani. *Sunan Ibnu Majah Juz II*. Beirut: Dar al- Fikr, 1996.
- Muhammad dan Lukman Fauroni. *Visi al-Qur'an tentang Etika Bisnis*. Jakarta: Salemba Diniyah, 2002.
- Muhammad, Abi Abdillah bin Yazid at-Tafrawini. *Sunan Ibnu Majjah Juz II*. Beirut: Darul Fikr, tt.
- Muhammad, Abi Isa bin Surah at Tirmidzi. *Al Jami'ush Shahih Juz II*. Semarang: Toha Putera, tt.
- Muhammad, Imam Syafi'i Abu Abdullah bin Idris. *Ringkasan Kitab Al-Umm Juz II*. Terj. Imron, Amiruddin, dkk. Jakarta: Pustaka Azzam, 2013.
- Muhammad. *Model-model Akad Pembiayaan di Bank Syariah*. Yogyakarta: UII Press, 2009.
- Mujahidin, Ahmad. *Kewenangan dan Prosedur Penyelesaian Sengketa Ekonomi Syariah di Indonesia, Cet I*. Bogor: Penerbit Ghalian Indonesia, 2010.
- Nugroho, Adi. *E-commerce Memahami Perdagangan Modern di Dunia Maya*. Bandung: Informatika, 2006.
- Nurfadilla, Anindita Rizki. Wawancara pada Sabtu 02 Oktober 2019 pukul 14.30 WIB.

- Purnamasari, Irma Devita & Suswinarto, *Panduan Lengkap Hukum Praktis Populer Akad Syariah* cet. I. Bandung: PT Mizan Pustaka, 2011.
- Rahmawati, Anisa. “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Tebasan (Petai, Duku, Dan Durian) Melalui Perantara (Studi Kasus di Desa Kemiri Kecamatan Sigaluh Kabupaten Banjarnegara)”, *Skripsi*, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2014.
- RI, Departemen Agama. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Bandung: CV. Penerbit Diponegoro, 2005.
- RI, Tim Penyusun al-Qur'an Terjemah Agama. *al-Qur'an dan Terjemah*. Bandung: Sigma Axemedia Arkanlomea, 2007.
- S, Burhanuddin. *Hukum Kontrak Syariah*. Yogyakarta: BPFE, 2009.
- Sabiq, Sayyid. *Fikih Sunnah* Juz 5. Terj Abdurrahman dan Masrukhin. Jakarta: Cakrawala Publisting, 2009.
- Sabiq, Sayyid. *Fikih Sunnah* Juz XII. Bandung: Almaarif, tt.
- Suhendi, Hendi. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008.
- Surahmat, Winarto. *Pengantar Penelitian Ilmu Dasar*. Bandung: Tarsito, 1989.
- Susilowati, Canty. Wawancara pada Selasa 14 Januari 2020, pukul 14.55 WIB.
- Syafe'i, Rachmat. *Fiqh Muamalah*. Bandung: Pustaka Setia, 2001.
- Tarmizi, Erwandi. *Harta Haram Muamalat Kontemporer*. Bogor: P.T. Berkas Mulia Insani, 2014.
- Ukaya, Awan. Wawancara pada Jum'at 17 Januari 2020 pukul 15.36 WIB.
- Umar, Husain. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, cet. VI. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2004.
- Website Resmi PT. De Nature Indonesia, <https://denature.id>
- Zamzami, Akhsan. “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktek Makelar Jual Beli Bawang Merah (Studi Kasus di Desa Keboledan Wanasari Brebes)”, *Skripsi*, Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang, 2012.
- Zuhdi, Masjfuk. *Masail Fiqhiyah*. Jakarta: PT Gunung Agung, 1994.



LAMPIRAN-LAMPIRAN

IAIN PURWOKERTO

Lampiran

Hasil Wawancara

Pertanyaan untuk Pemilik/Direktur CV De Nature Indonesia

Narasumber: Bpk Awan Ukaya

1. Kapan berdirinya CV De Nature Indonesia?

Jawab: Tahun 2009.

2. Bagaimana sejarah berdirinya CV De Nature Indonesia?

Jawab : Saya dulu kuliah jurusan Teknik Informatika yang bergelut di bidang komputer dan internet, saya lulus kuliah tahun 2006. Ketika lulus kuliah saya tertarik dengan dunia internet. Waktu itu saya bisa menjual beberapa tanaman ke Malaysia, jadi awal karir saya seperti itu. Beberapa bulan kemudian saya pun menjual produk lain dari internet, maka dari itu kemudian saya berfikir bahwasannya internet itu adalah sebuah gerbang baru dunia bisnis. Jadi intinya, ketika suatu saat kamu ingin jadi pengusaha yang pertama ketika tidak punya modal yang paling mudah adalah menjualkan produk orang lain, atau menjual keahlian orang lain. Awal mulanya dari situ dari menjual produk punya orang dan keahlian punya orang saya sampai dulu waktu pertama saya jualan jamu di rumah, saya pinjem komputernya. Itu sekitar tahun 2010-an.

3. Bagaimana struktur kepegawaian yang ada di CV De Nature Indonesia?

Jawab : Pemimpin (Direktur), Admin Produksi Pabrik, Admin CS Marketing, Admin Office Pusat, Karyawan Marketing.

4. Apa saja produk yang ditawarkan di CV De Nature Indonesia?

Jawab : Ajiba De Nature, Ambejoss De Nature, Ambetop De Nature, Basella De Nature, Bio Aura De Nature, Ceng Plus De Nature, Centillos De Nature, Diabeclear De Nature, Exc clear De Nature, Galgin Karomah, dll.

5. Bagaimana strategi pemasaran produk CV De Nature Indonesia?

Jawab : Hanya dengan memposting iklan di internet.



IAIN PURWOKERTO

Pertanyaan untuk Admin Pusat CV De Nature Indonesia

Narasumber: Ibu Canty Susilowati

1. Apa yang Ibu ketahui dari CV De Nature Indonesia?

Jawab : Perusahaan obat herbal yang memasarkan berbagai macam obat dengan menggunakan media sosial internet.

2. Produk apa saja yang dijual di CV De Nature Indonesia?

Jawab : Obat sipilis, wasir, melancarkan buang air besar, mengurangi lemak darah, memelihara kesehatan badan, meluruhkan batu urin di ginjal, dll.

3. Apa tugas Ibu sebagai admin pusat CV De Nature Indonesia?

Jawab : Saya yang mengurus semua yang terkait tentang marketing seperti pembayaran gaji karyawan, pembayaran keluar masuk produk, dan kebijakan lainnya.



IAIN PURWOKERTO

Pertanyaan untuk karyawan *marketing* CV De Nature Indonesia

Narasumber 1: Bpk Zaenal Arifin

1. Apa motivasi anda bergabung di CV De Nature Indonesia?

Jawab : Saya tertarik bisnis di CV De Nature Indonesia karena bisnis ini sangat mudah dan tanpa modal.

2. Kapan anda bergabung di CV De Nature Indonesia?

Jawab : Akhir tahun 2015.

3. Apa tugas anda sebagai karyawan *marketing* CV De Nature Indonesia?

Jawab: memasarkan produk obat herbal CV De Nature Indonesia dengan cara iklan di media sosial.

4. Produk apa saja yang ditawarkan di CV De Nature Indonesia?

Jawab : Ambejoss De Nature, Ambetop De Nature, Gurah “V” De Nature, Habatop De Nature, Chumariz De Nature, Propolis De Nature, dll.

5. Bagaimana cara mendaftar sebagai member CV De Nature Indonesia?

Jawab : Cuma menyerahkan KTP dan nomor rekening. KTP untuk membuat surat tugas resmi dan nomor rekening untuk menerima *fee* penjualan setiap bulannya.

6. Berapa banyak perolehan *fee* yang didapatkan daeri CV De Nature Indonesia?

Jawab : Kalau belum mencapai penjualan 50 juta gaji 50% (Rp 50.000,00 per paket), tapi kalau sudah mencapai penjualan 50 juta *fee* penjualannya akan diakumulasikan dua kali lipat menjadi 100% (Rp 100.000,00 per paket).

7. Bagaimana sistem pembayaran dan penyaluran produk yang dibeli?

Jawab : Transfer terlebih dahulu ke salah satu rekening agen De Nature Indonesia, kemudian barang akan dikirim langsung dari pusat kepada pembeli.



Narasumber 2: Saudara Sabit Mubarak

1. Apa motivasi anda bergabung di CV De Nature Indonesia?

Jawab : Saya ingin kerja dari rumah hanya dengan duduk santai sambil memposting iklan di HP atau komputer.

2. Kapan anda bergabung di CV De Nature Indonesia?

Jawab : Akhir tahun 2017.

3. Apa tugas anda sebagai karyawan marketing CV De Nature Indonesia?

Jawab : Jual obat dengan memasarkan di internet.

4. Produk apa saja yang ditawarkan di CV De Nature Indonesia?

Jawab : Gurah V De Nature, Habatop De Nature, Salwa De Nature, Slimming Herbal, Zaitop De Nature, Ziirzax dan Typhogell dll.

5. Bagaimana cara mendaftar sebagai member CV De Nature Indonesia?

Jawab : Cuma bilang mau ikut jualan obat, terus menyerahkan KTP sebagai jaminan kemudian jika sudah naik kantor baru mengisi data lengkap seperti karyawan PT.

6. Berapa banyak perolehan fee yang didapatkan dari CV De Nature Indonesia?

Jawab : Jika masih *management group fee* Rp 50.000,00 per paket, jika sudah naik jabatan (naik kantor) *fee* Rp 100.000,00 per paket.

7. Bagaimana sistem pembayaran dan penyaluran produk yang dibeli?

Jawab : Pembayaran *via* transfer kemudian barang dikirim dari pusat

Pertanyaan untuk pembeli produk CV De Nature Indonesia

1. Kenapa anda lebih memilih membeli obat di CV De Nature Indonesia?

Jawab : Karena obat yang dijual di De Nature itu obat herbal, jadi saya ingin mencobanya.

2. Darimana anda mengetahui CV De Nature Indonesia?

Jawab : Saya disarankan sama mba saya, dan mba saya melihat dari postingan-postingan di media sosial.

3. Berapa kali anda melakukan pembelian di CV De Nature Indonesia?

Jawab : 1 kali.

4. Obat apa yang anda beli di CV De Nature Indonesia?

Jawab : Amb, Salwa

5. Bagaimana proses pembelian obat di CV De Nature Indonesia?

Jawab : Karena saya ditawarkan oleh mba saya, jadi yang melakukan pemesanan adalah mba saya dan dia juga yang mentrasfer biayanya.

IAIN PURWOKERTO

DOKUMENTASI



Bapak Awan Ukaya (Direktur CV De Nature Indonesia)

IAIN PURWOKERTO



Ibu Canty Susilowati (Admin Office Pusat CV De Nature Indonesia)



Bapak Zaenal Arifin (Manager Marketing CV De Nature Indonesia)



Sabit Mubarak (Karyawan Marketing CV De Nature Indonesia)



Pembeli CV De Nature Indonesia



Proses Packing Produk CV De Nature Indonesia

IAIN PURWOKERTO

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Umi Salamah
2. NIM : 1522301045
3. Tempat/Tgl. Lahir : Cilacap, 19 Juni 1997
4. Alamat Rumah : Dsn. Pudaksari, Desa. Purwasari rt/rw 03/06,
Kec. Wanareja, Kab. Cilacap
5. Nama Ayah : H. Shudiro
6. Nama Ibu : Hj. Wasilah

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
 - a. SD/MI, tahun lulus : SDN Purwasari 05, 2009
 - b. SMP/MTs, tahun lulus : SMPT Al- Anwar, 2012
 - c. SMA/MA, tahun lulus : MAT Al- Anwar, 2015
 - d. S1, tahun masuk : IAIN Purwokerto, 2015
2. Pendidikan Non-Formal
 - a. Pondok Pesantren Al- Anwar Durenan, Trenggalek
 - b. Pondok Pesantren 'Ainul Yaqin

Purwokerto, 05 September 2020

IAIN PURWOKERTO



Umi Salamah