FAKTOR-FAKTOR YANG MELATAR BELAKANGI MAHASISWA EKONOMI SYARIAH IAIN BENGKULU MEMILIH BELANJA ONLINE

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Syarat

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

Rika Yuliana
NIM 2103136339

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU

TAHUN 2017 M/1438 H

KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Telp. (0736) 51276, 51771 Fax (0736) 51771 Bengkulu

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Rika Yuliana, NIM 2103136339 dengan judul "(Faktor-faktor yang melatar belakangi Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Bengkulu Memilih Belanja Online)", Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran pembimbing I dan pembimbing II. Oleh karena itu, skripsi ini disetujui untuk diujikan dalam sidang *munaqasyah* skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

Bengkulu, Februari 2017

Pembimbing I	Pembimbing II
Drs. Nurul Hak, MA	Miti Yarmunida, M.Ag
NIP.196606161995031002	NIP. 197705052007102002

KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Telp. (0736) 51276, 51771 Fax (0736) 51771 Bengkulu

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul Faktor-faktor Yang Melatar belakangi Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Bengkulu Memilih Belanja Online, oleh Rika Yuliana NIM. 2103136339, Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam, telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 01 Maret 2017 M/ 2 Jumadil Akhir 1438 H

Dan dinyatakan **LULUS**, Telah diperbaiki, dapat diterima dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah, dan diberi gelar Sarjana Ekonomi (SE).

Bengkulu, 07 Maret 2017 M
08 Jumadil Akhir, 1438 H

Tim Sidang Munaqasyah

Ketua	**Sekretaris**
Dr. Toha Andiko, M.Ag	Miti Yarmunida, M. Ag
NIP. 197508272000031001	NIP. 197705052007102002
Penguji I	**Penguji II**
Drs. Khairuddin Wahid, M. Ag	Yunida Een Friyanti, M. Si
NIP. 195308031981031004	NIP. 198106122015032003

Mengetahui,
Plt. Dekan

Dr. Asnaini, MA
NIP. 197304121998032003

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan:

1. Skripsi dengan judul "Faktor-faktor Yang Melatar Belakangi Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Bengkulu Memilih Belanja Online". Adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di IAIN Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari pembimbing.
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, Februari 2017 M
Jumadil Awal 1438 H

Saya yang menyatakan

Rika Yuliana
NIM 2103136339

MOTTO

- *Ya Tuhan-ku berikanlah kepadaku ilmu dan masukkanlah aku ke dalam golongan orang-orang yang saleh (Asy-Syu'ara: 83)*
- *Sesungguhgnya bersama kesulitan ada kemudahan (Al-Insyarah: 6-8)*

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan kepada:

- *Kepada Allah SWT*
- *Ibu dan Ayah tercinta yang telah memberikan motivasi serta doa untukku*
- *Saudara-saudaraku tercinta (Endri Yanto Amd, Apriansyah, adikku Sadam Wijaya Putra) dan (Jerry Syaputra, ST) yang telah membuat hari-hariku menjadi lebih berwarna dan penuh canda tawa*
- *Sahabatku Laumi Armesi dan teman-temanku seperjuangan*
- *Almamater yang telah menempahku*

ABSTRAK

Faktor-faktor Yang Melatar Belakangi Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Bengkulu Memilih Belanja online. Oleh Rika Yuliana NIM 2103136339

Ada dua persoalan yang dikaji dalam skripsi ini, yaitu (1) Apa yang melatarbelakangi mahasiswa Ekonomi Syariah dalam Melakukan Belanja Online, (2) Bagaimana perspektif Ekonomi Islam terhadap perilaku mahasiswa Ekonomi Syariah yang melakukan belanja online. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang melatarbelakangi mahasiswa memilih belanja online dan untuk mengetahui perspektif ekonomi Islam terhadap perilaku mahasiswa yang melakukan belanja online. Untuk mengungkapkan persoalan tersebut secara mendalam dan menyeluruh, peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif yang bermanfaat untuk memberikan informasi, fakta dan data mahasiswa Ekonomi Syariah melakukan belanja online. Kemudian data tersebut diuraikan, dianalisis dan dibahas untuk menjawab permasalahan tersebut. Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa (1) faktor yang melatarbelakanginya yaitu waktu dan tempat fleksibel, pilhan bervariatif dan harga terjangkau, (2) Dalam perspektif Ekonomi Islam perilaku Mahasiswa Ekonomi Syariah masih belum didasari prinsip Ekonomi Islam. Dikarenakan perilaku mahasiswa harus mengandung nilai-nilai Islam dalam konsumsi.

Kata kunci: faktor, Mahasiswa, belanja online

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Skripsi ini berjudul "Faktor-faktor yang melatar belakangi mahasiswa ekonomi syariah institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu memilih belanja online". Tujuan penulisan skripsi ini untuk melengkapi persyaratan kurikulum yang sudah ditetapkan oleh Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

Penulis menyelesaikan skripsi ini banyak mendapat bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Sirajuddin, M, M.Ag., MH selaku rektor IAIN Bengkulu
2. Ibu Dr. Asnaini, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Ibu Desi Isnaini, MA selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
4. Bapak Drs. Nurul Hak, MA selaku pembimbing
5. Ibu Miti Yarmunida, M.Ag selaku pembimbing II
6. Bapak Drs. Khairuddin Wahid, M.Ag selaku dosen pembimbing akademik (PA) yang telah memberikan bimbingan dan motivasi kepada penulis semasa kuliah

7. Bapak dan ibu Dosen IAIN Bengkulu yang telah mengajar dan memberikan banyak ilmu dan bimbingan moral kepada penulis semasa kuliah
8. Bapak dan Ibu dosen penguji pada sidang *munaqasah* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
9. Staf dan Karyawan, LPKK, LPTQ, LPM, *Ma'had al jami'ah,* UPB, dan perpustakaan di IAIN Bengkulu.
10. Ayah, Ibu, mas Een, mas Apri, Sadam, Jerry, Laumi, Angga dan seluruh keluarga tercinta
11. Semua pihak yang telah membantu pelaksanaan penyusunan Skripsi.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangannya, untuk itu kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan punulisan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap skripsi ini berguna dan bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak yang memerlukan.

Bengkulu, Februari 2017

Penulis

Rika Yuliana
Nim 2103136339

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING
HALAMAN PENGESAHAN
HALAMAN PERNYATAAN iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN v
ABSTRAK vi
KATA PENGANTAR vii
DAFTAR ISI ix
DAFTAR TABEL xi
DAFTAR LAMPIRAN xi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 7
C. Tujuan penelitian 8
D. Kegunaan Penelitian 8
E. Metode Penelitian 9
F. Penelitian Terdahulu 13
G. Sistematika Penulisan 13

BAB II LANDASAN TEORI

A. Jual Beli dalam Islam
   1. Pengertian Jual beli……16
   2. Dasar Hukum Dalam Jual Beli …….17
   3. Rukun dan Syarat Jual Beli…… 20
   4. Jual Beli Yang Dilarang dalam Islam……..23
   5. Macam-macam Jual Beli……..25
   6. Khiyar dalam Jual Beli ……26

B. Belanja Online (*Online Shopping*)
1. Pengertian belanja online (*Online Shopping)* ……..28
2. Akad dalam belanja Online ……. 41
C. Motif Belanja …… 48

BAB III GAMBARAN UMUM FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
A. Visi, Misi, Institut Agama Islam Negeri Bengkulu …….. 52
B. Visi, Misi, Tujuan dan Sasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam …… 53
C. Data Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam……... 58

BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN
A. Latar Belakang Mahasiswa Mahasiswa Ekonomi Syariah dalam Melakukan belanja online …….62
B. Perilaku Mahasiswa Ekonomi Syariah yang melakukan Belanja Online Perspektif Ekonomi Islam ……..72

BAB V PENUTUP
A. Kesimpulan ……76
B. Saran ……..77

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

A. Tabel 1.1 Data jumlah mahasiswa Fakultas FEBI …… 60

DAFTAR GAMBAR

A. 1.1 Ekspresi Motivasi dalam Pembelian dan Pemakaian Produk ……..49
B. 1.2 Struktur Organisasi FEBI …….61

DAFTAR LAMPIRAN

A. Formulir Pengajuan Judul Skripsi

B. Pedoman Wawancara

C. Surat Pengesahan Proposal Skripsi

D. Surat Penunjukan SK Pembimbing

E. Surat Pra Penelitian

F. Surat Permohonan Izin Penelitian

G. Surat Izin Penelitian dari Kepala Badan KESBANGPOL

H. Surat Izin Penelitian Dari Fakultas Ekonomi Syariah dan Bisnis Islam

I. Kartu Bimbingan Skripsi Pembimbing I

J. Kartu Bimbingan Skripsi Pembimbing II

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan perekonomian serta teknologi, memberi pengaruh terhadap pertumbuhan dan perkembangan dunia usaha. Sehubungan dengan perkembangan dunia usaha era teknologi informasi beberapa tahun belakangan ini, telah membawa dampak perubahan dalam praktek bisnis yang dilakukan dalam perusahaan. Internet merupakan sebuah sistem komunikasi yang mampu menghubungkan jaringan-jaringan komputer di seluruh dunia. Sebuah komputer akan dapat berhubungan dengan komputer lain di manapun berasal asalkan memiliki fasilitas internet. Selain itu internet juga memberikan beragam fasilitas yang memudahkan penggunanya untuk mengakses beragam informasi yang diinginkan.[1]

Pertumbuhan pengguna internet di Indonesia meningkat 34,9% dibandingkan tahun 2013. Ketua Umum APJII Samuel Abrijani Pangerapan, menjelaskan pertumbuhan pengguna internet di Tahun 2014 di dukung oleh perangkat mobile, khususnya smartphone mencapai 85%, sedangkan di Tahun 2013 mencapai 65%. Apabila pertumbuhannya semakin meningkat, pengguna internet di Indonesia bisa melebihi 50% pengguna internet di akhir Tahun 2015.[2] Semakin baiknya kualitas jaringan internet di Indonesia serta

[1] Ramadhan, A, *Seri Pelajaran, Komputer Internet dan Aplikasinya* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2005), h. 79

[2] Liputan 6. *http://tekno.liputan6.com/read/2197413/jumlah-pengguna-internet-indonesia-capai-881-juta* diakses pada tanggal 11 Jaunari 2016 pukul 11.06

semakin luas nya cakupan dari masing-masing penyedia jaringan menjadi salah satu alasan berkembangnya bisnis di dunia maya. Tiga toko online yang banyak dikenal oleh para pengguna seperti OLX, Lazada, Berniaga.com sementara dari sosial media seperti Facebook, Twitter serta kaskus dan Instragram juga menjadi sarana berbelanja online, selain itu instan messaging seperti Blackberry Messenger (BBM) dan LINE juga menyumbangkan potensi belanja online di Indonesia.

Jaringan sosial internet juga dapat mempengaruhi tingkat kebutuhan mahasiswa dalam kehidupannya. Perubahan lingkungan sosial juga tatanan kehidupan, mengubah pola hidup mahasiswa. Berbagai cara dilakukan mahasiswa untuk tetap eksis di lingkungannya mulai dari pemilihan cara belajar, memilih teman, cara berpenampilan, cara memilih hiburan hingga cara mereka mengekspresikan kreativitas. Mahasiswa mengekspresikan dirinya dengan mencari informasi yang terkait dengan tatanan kehidupan teknologi internet. Perkembangan teknologi membawa banyak perubahan dalam gaya hidup mahasiswa. Internet mengenalkan berbagai informasi mulai dari jejaring sosial, berita, video, foto hingga berbelanja.

Penggunaan internet semakin populer dikalangan para generasi muda tak terkecuali mahasiswa. Mahasiswa adalah bagian masyarakat yang sangat dekat dengan persoalan akses informasi dan dunia internet. Penggunaan internet sebagai salah satu akses informasi dalam melancarkan berbagai aktivitas mahasiswa. Internet digunakan sebagai penghubung ilmu dan mempermudah mahasiswa untuk mengakses berbagai kebutuhan yang

berhubungan dengan keilmuan.Internet memberikan beragam fasilitas yang sangat memudahkan penggunanya untuk mengakses beragam informasi yang diinginkan sehingga para pengguna internet dimanjakan oleh beragam fasilitas tersebut. Beragam fasilitas yang disajikan oleh internet memberikan warna baru dalam segi belanja yang sering disebut belanja online. Belanja Online merupakan Pembelian yang dilakukan via internet sebagai media pemasaran dengan menggunakan website sebagai katolog.[3]

Jika dahulu kegiatan usaha dilakukan dimana penjual dan pembeli harus bertemu dan berinteraksi secara langsung untuk melakukan proses jual beli suatu produk atau jasa (bisnis offline) maka pada saat ini dengan kemajuan teknologi informasi, transaksi bisnis dapat dilakukan secara online. Bisnis online merupakan bisnis yang dilakukan secara online dengan memajang barang dagangan secara virtual di internet, menggunakan media internet dan layanan komunikasi jarak jauh. Prosesnya melibatkan sebagian besar layanan internet. Sedangkan bisnis offline merupakan bisnis yang dilakukan dimana penjual dan pembeli harus bertemu dan berinteraksi secara langsung yang pada umunya menggunakan tempat fisik untuk menjajakan barang dagangannya.[4] Salah satu hal yang membedakan bisnis online dengan bisnis offline yaitu proses transaksi (akad) dan media utama dalam proses tersebut karena akad merupakan unsur penting dalam suatu bisnis.

[3] Yuhefizer, *Wahana Komputer (Membangun Toko Online Multiproduk dengan Wordpress dan WooCommerce,* Jakarta: PT Elexmedia Komputindo, 2014), h. 3

[4] Feri Sulianta, *Transaksi Online Dalam dan Luar Negeri* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2014), h. 3

Secara umum, jual beli dalam Islam menjelaskan adanya transaksi yang bersifat fisik, dengan menghadirkan benda tersebut ketika transaksi, atau tanpa menghadirkan benda yang dipesan, tetapi dengan ketentuan harus dinyatakan sifat benda secara konkret, baik diserahkan langsung atau diserahkan kemudian sampai batas waktu tertentu, seperti dalam transaksi as-salam. Transaksi as-salam merupakan bentuk transaksi dengan sistem pembayaran secara tunai/disegerakan tetapi penyerahan barang di tangguhkan.[5] Pada dasarnya belanja online tidak memiliki perbedaan dengan transaksi as-salam dan barangnya harus sesuai dengan apa yang telah disifati ketika bertransaksi. Oleh karena itu, transaksi online diperbolehkan menurut Islam selama tidak mengandung unsur-unsur yang dapat merusaknya seperti riba, kezhaliman, penipuan, kecurangan dan yang sejenisnya serta memenuhi rukun-rukun dan syarat-syarat didalam jual belinya.

Pada belanja online penjual dan pembeli tidak harus bertemu secara langsung tetapi mereka dapat melakukannya melalui internet sehingga transaksi dapat dilakukan dengan mudah, cepat, efektif dan efisien.[6] Di Negara-negara yang sedang berkembang seperti Amerika Serikat peningkatan dalam bisnis online tumbuh secara signifikan dilihat dari peningkatan penggunaan jejaring sosial sebagai saluran pembelian yang cenderung untuk komunikasi pemasaran dan pencitraan, kini sudah menggunakannya sebagai transaksi pembelian. Karena aspek kepraktisan ini para konsumen tertarik untuk berbelanja melalui internet. Begitu juga di Indonesia peningkatan

[5] Abdul Aziz Muhammad Azzam, *Fiqh Muamalat Sistem transaksi dalam fiqh islam* (Jakarta: Amzah, 2010), h. 284

[6] Diana Anastasia, Mengenal *E-Commerce* (Yogyakarta: PT Andi, 2001,) h. 1

dalam bisnis online terjadi seiring dengan semakin tingginya tingkat kenyamanan, keamanan masyarakat dalam mengakses internet. Konsumen dari Indonesia termasuk yang paling sering berbelanja online. Mereka menghabiskan lebih dari 10% dari pengeluaran belanjanya untuk berbelanja online.[7] Jika sebelumnya mereka membeli produk-produk di mall-mall yang terkenal, pada saat ini konsumen sudah mulai beralih ke transaksi belanja online. Tidak mengherankan jika banyak pelaku bisnis yang memanfaatkannya untuk meraup keuntungan di berbagai hal. Banyak oknum yang tidak bertanggung jawab memanfaatkan belanja online untuk mengambil keuntungan, meskipun tidak semua orang melakukan hal itu.[8]

Walupun demikian, di sisi lain belanja online memiliki potensi yang dapat merugikan pihak pembeli misalnya ketidaksesuaian kondisi barang seperti yang diharapakan, atau juga penipuan berupa pedagang palsu yang berkedok internet marketing. Kendati dirugikan, hingga saat ini konsumen yang memilih berbelanja online cenderung semakin meningkat, kecenderungan ini disebabkan oleh adanya ajang dimana para konsumen belanja online berlomba-lomba dalam pemanfaatan teknologi zaman sekarang.[9] Selain itu belanja online dijadikan sebagai sumber informasi untuk mengikuti trend fashion terbaru. Sehingga dari kompetisi inilah kemudian menjadikan media belanja online sebagai kebutuhan.

---

[7] Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen di Era Internet (Implikasinya pada Strategi Pemasaran,* Yogyakarta: PT Graha Ilmu, 2013), h. 254

[8] *http://kampus.okezone.com/read/2013/03/20/95/778568/mencermati-fenomena-belanja-online*. diakses pada tanggal 28 Februari 2015 pukul 20.31

[9] Machfi chanani, *Majalah Pintar Pengusaha Muslim* (*Halal Haram Bisnis Online edisi 31),* Yogyakarta: E-Magazue, Yayasan Bina Pengusaha Muslim, 2012), h. 8

Berdasarkan hasil prasurvey melalui observasi dan wawancara yang dilakukan peneliti terhadap 5 mahasiswi program studi Ekonomi Syariah IAIN Bengkulu dengan usia antara 18-23 Tahun, mengenai belanja online. Menurut ke 5 subyek yang menjadi data awal penelitian menyatakan bahwa melakukan belanja online memudahkan dalam bertransaksi. Mahasiswa tergiur dengan gambar bagus, harga murah, dan ongkos kiriman gratis, sehingga mahasiswa mendapatkan ketidaksesuaian kondisi produk seperti yang diharapkan.[10] Dalam perspektif Islam, perilaku konsumsi seorang muslim harus senantiasa mengacu pada tujuan syariat yaitu memelihara maslahat dan menghindari mudarat. Maslahah dalam ekonomi Islam, diterapkan sesuai dengan prinsip rasionalitas muslim, bahwa setiap pelaku ekonomi selalu ingin meningkatkan maslahah yang diperolehnya. Jika mengonsumsi sesuatu mendatangkan kemafsadatan pada diri/lingkungan maka tindakan itu harus ditinggalkan.[11] Walaupun dirugikan hingga saat ini mahasiswa masih banyak yang melakukan belanja online. Jenis produk yang banyak dibeli oleh kalangan Mahasiswa program studi Ekonomi Syariah IAIN Bengkulu cukup bervariasi mulai dari pakaian, sepatu, aksessoris, tas, namun untuk pembelian rutin Mahasiswa program studi Ekonomi Syariah IAIN Bengkulu lebih memilih produk pakaian yang kian hari kian berganti model untuk menjadi tampil lebih *trendy*.[12] Kecenderungan mahasiswa

[10] Hasil wawancara mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Bengkulu pada tanggal 1 Maret 2016 Pukul 10.30 wib

[11] Rozalinda, *Ekonomi Islam:Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi,* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), h 97

[12] Hasil wawancara mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Bengkulu pada tanggal 1 Maret 2016 Pukul 10.30 wib

Ekonomi Syariah memilih berbelanja sebagai alternatif belanja salah satunya disebabkan oleh keinginan memenuhi kebutuhan secara cepat dan praktis. Sehingga mahasiswa mencari cara untuk memperoleh barang belanjaan untuk memenuhi kebutuhannya secara cepat melalui berbelanja online. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, dimana nantinya akan dibahas pada bab selanjutnya.

Dengan adanya fenomena ini telah menimbulkan rasa ketertarikan bagi penulis untuk melakukan penelitian dengan judul **"FAKTOR-FAKTOR YANG MELATAR BELAKANGI MAHASISWA EKONOMI SYARIAH IAIN BENGKULU MEMILIH BELANJA ONLINE"**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah yang dikemukakan dalam penulisan proposal skripsi ini adalah:

1. Apa yang melatar belakangi mahasiswa ekonomi syariah memilih melakukan belanja online?
2. Bagaimana perspektif ekonomi Islam terhadap perilaku mahasiswa ekonomi syariah yang melakukan belanja online?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui faktor yang melatar belakangi mahasiswa dalam melakukan belanja online.
2. Untuk mengetahui perspektif ekonomi Islam terhadap perilaku mahasiswa yang melakukan belanja online.

D. Kegunaan/Manfaat penelitian

1. Secara Teoritis

   Untuk mengembangkan dan menambah wawasan penulis berkaitan dengan masalah yang diteliti dan sebagai bahan rujukan atau referensi untuk penelitian selanjutnya yang terkait dengan belanja online.

2. Secara Praktis

   Hasil penelitian ini guna sebagai masukan bagi berbagai pihak dalam mengambil keputusan, yaitu:

   a. Bagi Akademisi

      Penelitian ini diharapkan dapat menambah koleksi kepustakaan sehingga dapat digunakan sebagai wahana untuk menggali ilmu pengetahuan.

   b. Bagi Mahasiswa

      Sebagai tolak ukur terhadap keputusan untuk melakukan transaksi belanja online. Dengan melihat tingkat kepuasan konsumen yang dicapai maka kegiatan tersebut dapat menjadi pilihan bagi konsumen yang ingin berbisnis secara online.

   c. Bagi Masyarakat

      Sebagai pelaku ekonomi diharapkan mendapat kemudahan berbelanja, informasi dan transaksi secara online.

E. Metode Penelitian

1) Jenis Penelitian

Jenis penelitian adalah keseluruhan dari informasi yang dapat memberikan data yang sesuai dengan masalah yang diteliti, penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan (*feild research*) yaitu penelitian untuk memperoleh data lapangan (data empiris).[13]

2) Waktu dan Lokasi penelitian

Waktu penelitian ini dilakukan selama kurang lebih satu bulan, lokasi penelitian ini adalah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu, Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Bengkulu. Telp 0736-51276, Fax. 0736-51172. Objek penelitian ini adalah mahasiswa program studi Ekonomi Syariah yang melakukan transaksi bisnis online. IAIN Bengkulu dipilih sebagai lokasi penelitian karena mahasiswa IAIN Bengkulu yang menjadi objek penelitian adalah mahasiswa yang berasal dari program studi Ekonomi Syariah, hal ini dianggap layak untuk diteliti karena berkaitan dengan perilaku konsumsi mahasiswa yang sudah menggunakan belanja online dan untuk memandangnya dari perspektif ekonomi Islam.

3) Subjek/Informan Penelitian

Penentuan informan dilakukan di kalangan mahasiswa ekonomi syariah IAIN Bengkulu melalui teknik *sampling purposive*. Teknik *sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan

[13] Soerjono, *metode penelitian kualitatif* (Malang: UMM Pres, 2004), h 100.

pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek/situasi sosial yang diteliti.[14] Merujuk pada Suharmi dan arikunto mengemukakan sampel dapat diambil antara 10% sampai 15 %.[15]

Purposive Sampling dipilih berdasarkan pertimbangan seperti mahasiswa Ekonomi Syariah yang melakukan belanja online lebih dari satu bulan. Dengan demikian penulis mengambil jumlah sampel yang dibutuhkan sebagai sumber data dalam penelitian adalah 7 orang mahasiswa. Atas pertimbangan sebagai sampel yang mewakili dari sekitar 65 orang populasi yang diteliti melakukan aktivitas belanja online pada Program Studi Ekonomi Syariah. Artinya, dalam penelitian ini, peneliti memilih informan yang dianggap mengetahui informasi secara mendalam dan dapat dipercaya untuk menjadi sumber data.

4) Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua jenis, yaitu:

a. Data primer

Data Primer ialah data yang langsung dan segera diperoleh dari sumber data oleh penyelidik untuk tujuan yang khusus.[16] Penelitian ini menggunakan data primer dari hasil wawancara yang diberikan

[14] Sugiyono, *Mitode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R dan D* (Bndung: PT. Alfabeta, 2006), h 219

[15] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian* (Jakarta: Bina Aksara, 2006), h. 131

[16] Winarno Surakhmad, *Pengantar Penelitian Ilmiah Dasar Metode Teknik* (Bandung: Tarsito, 1985), h 163.

kepada informan, yaitu diperoleh langsung dari objek penelitian dalam hal ini mahasiswa yang melakukan aktivitas belanja online.

b. Data Sekunder

Data Sekunder ialah data yang telah lebih dahulu dikumpulkan dan dilaporkan oleh diluar diri penyelidik sendiri, walaupun yang dikumpulkan itu sesungguhnya adalah data yang asli.[17] Data yang diperoleh dengan jalan penelitian pustaka yaitu berasal dari buku-buku, majalah, serta penelitian terdahulu atau data-data yang berkaitan dengan penelitian.

5) Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, antara lain:

a. Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks atau suatu proses yang tersusun dalam pengamatan meliputi kegiatan pemuatan penelitian terhadap seluruh objek dengan menggunakan seluruh alat indera.[18]

b. Wawancara (*indepth Interview*)

Wawancara atau kuesioner lisan, adalah percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan

[17] Winarno Surakhmad, *Pengantar …,* h. 163
[18] Sugiyono, *Metode Penelitian…,* h 226

jawaban atas pertanyaan itu.[19] Dalam pengumpulan data dengan metode ini penulis mengadakan tanya jawab langsung kepada Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Bengkulu yang diperlukan dalam penelitian ini.

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi yaitu mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, legger, agenda dan sebagainya. Metode ini digunakan untuk memperoleh data tertulis yang dianggap penting, bersumber dari arsip-arsip pada lembaga Kampus IAIN Bengkulu.

6) Teknik Analisis Data

Analisis data disebut juga pengelolaan data. Analisis data adalah rangkaian kegiatan penelaahan, pengelompokan, sistematis, penafsiran dan verivikasi data agar fenomena memiliki nilai sosial, akademis dan ilmiah.[20] tahap analisis data merupakan tahap yang paling penting dan menentukan. Pada tahap ini data dikerjakan dan dimanfaatkan sampai berhasil menyimpulkan kebenaran-kebenaran yang dipakai unyuk menjawab persoalan-persoalan yang diajukan dalam penelitian.

Metode yang peneliti gunakan adalah analisa data ini adalah *deskriptif kualitatif* artinya data yang diperoleh kemudian digambarkan menurut apa adanya, yaitu hanya merupakan

[19] Lexy J, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007), h 186.
[20] Imam Suprayoga dan Tobroni, *Mitode Penelitian Sosial-Agama* (Bandung: Rosdakarya, 2001), h. 191

penyingkapan fakta, tanpa pengujian hipotesa, secara obyektif berdasarkan kerangka tertentu yang telah dibuat, dengan ungkapan-unagkapan kalimat sehingga dapat dijadikan kesimpulan yang logis terhadap permasalahan yang diteliti.[21] Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pola fikir *deduktif* yaitu berawal dari fakta umum menuju hal-hal yang lebih khusus.[22]

F. Penelitian Terdahulu

1. Skripsi atas nama Anisa Qodaril Thohiroh dengan judul "Perilaku Konsumtif melalui Online Shopping pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Muhamdiyah Surakarta" pada tahun 2015. Dalam skripsi penulis ini membahas mengenai perilaku berbelanja produk fashion yang dilakukan sesuai terus-menerus dengan berlebihan.
2. Skripsi Atas nama Haning Dwi Pratiwi dengan judul "Online Shopping sebagai cara belanja di kalangan mahasiswa UNNES" pada tahun 2013. Dalam skripsi penulis ini membahas fenomena Online Shopping yang terjadi di kalangan mahasiswa UNNES.

G. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab.

---

[21] Suharsimi Arikunto, *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 1991), h. 202

[22] Sutrisno Hadi, *Metode research II* (yogyakarta: fakultas psikologi UGM, 1986), h. 42

Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II Landasan teori, yang berisi gambaran umum tentang Belanja Online yang berisi pengertian dan dasar-dasar hukum dan lainnya.

BAB III Gambaran umum Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Bengkulu.

BAB IV Hasil dan pembahasan penelitian, yang berisi hasil wawancara dan pembahasan.

BAB V Penutup, yang berisi kesimpulan dan saran.

Daftar Pustaka

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Jual Beli dalam Islam

1. Pengertian jual beli

Muamalah dalam Islam mempunyai posisi dan peran sangat signifikan, karena merupakan bagian penting dari hidup dan kehidupan manusia. Muamalah sangat menentukan keberlangsungan hidup manusia dan kehidupan masyarakat. Jual beli sebagai bagian dari muamalah mempunyai dasar hukum yang jelas, baik dari Al-Quran, Al-Sunnah dan telah menjadi ijma ulama dan kaum muslimin. Bahkan jual beli bukan hanya sekedar muamalah, akan tetapi menjadi salah satu media untuk melakukan kegiatan untuk saling tolong menolong sesama manusia.[23]Menurut etimologi atau bahasa, jual beli adalah pertukaran sesuatu dengan sesuatu (yang lain). Adapun jual beli menurut terminologi, para ulama berbeda pendapat dalam mendefinisikannya, antara lain:

1) Menurut ulama Hanafyah: jual beli adalah pertukaran harta (benda) dengan harta berdasarkan cara khusus (yang dibolehkan).
2) Menurut Imam Nawawi dalam Al-Majmu': jual beli adalah pertukaran harta dengan harta untuk kepemilikan.

[23] Imam Mustofa, *Fiqh Muamalah Kontemporer,* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016), h. 22

3) Menurut Ibnu Qudamah dalam kitab Mugni: jual beli adalah pertukaran harta dengan harta untuk saling menjadikan milik.[24]

Secara terminologi, jual beli diartikan dengan "tukar menukar harta secara suka sama suka" atau "peralihan pemilikan dengan cara penggantian menurut bentuk yang dibolehkan". Kata tukar menukar atau peralihan pemilikan dengan penggantian mengandung maksud yang sama, bahwa kegiatan mengalihkan hak dan pemilikan itu berlangsung secara timbal-balik atas dasar kehendak dan keinginan bersama.[25]

Jual beli menurut bahasa ialah saling menukar (pertukaran), sedangkan menurut *syara'* jual beli adalah pertukaran harta atas dasar saling sukarela (*'antaradhin*), atau memindahkan hak kepemilikan harta terhadap suatu benda atau harta dengan ganti yang dapat dibenarkan oleh hukum (yaitu berupa alat tukar yang sah).[26] Berdasarkan pemaparan berbagai definisi di atas, maka dapat diambil simpulan bahwa jual beli secara terminologi atau istilah adalah tukar menukar harta dengan harta, biasanya berupa barang dengan uang yang dilakukan secara suka sama suka dengan akad tertentu dengan tujuan untuk memiliki barang tersebut. Objek jual beli berupa barang yang diperjualbelikan dan uang pengganti barang tersebut. Suka sama suka merupakan kunci dari transaksi jual beli, karena tanpa adanya kesukarelaan dari masing-masing pihak atau salah satu pihak. Maka jual beli tidak sah.

[24] Rachmat Syafe'i, *Fiqh Muamalah,* (Bandung: Pustaka Setia, 2000), h. 73
[25] Amir Syarifuddin, *Garis-Garis Besar Fiqih,* (Jakarta: Kencana, 2010), hal, 193.
[26] Gibtiah, *Fikih Kontemporer,* (Jakarta: Prenadamendia Group, 2016), h. 118

2. Dasar Hukum Jual Beli

Jual beli sebagai bagian dari muamalah mempunyai dasar hukum yang jelas, baik dari Al-Quran, Al-Sunnah dan telah menjadi ijma ulama dan kaum muslimin. Bahkan jual beli bukan hanya sekedar muamalah, akan tetapi menjadi salah satu media untuk melakukan kegiatan untuk saling tolong menolong sesama manusia. Jual beli disyariatkan berdasarkan Al-Quran, sunnah, dan ijma yakni:

1) Dasar dalam Al-Quran

a. Firman Allah dalam surat Al-Baqarah ayat 275

ٱلَّذِينَ يَأۡكُلُونَ ٱلرِّبَوٰاْ لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ ٱلَّذِي
يَتَخَبَّطُهُ ٱلشَّيۡطَٰنُ مِنَ ٱلۡمَسِّۚ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمۡ قَالُوٓاْ إِنَّمَا ٱلۡبَيۡعُ مِثۡلُ
ٱلرِّبَوٰاْۗ وَأَحَلَّ ٱللَّهُ ٱلۡبَيۡعَ وَحَرَّمَ ٱلرِّبَوٰاْۚ فَمَن جَآءَهُۥ مَوۡعِظَةٞ مِّن رَّبِّهِۦ
فَٱنتَهَىٰ فَلَهُۥ مَا سَلَفَ وَأَمۡرُهُۥٓ إِلَى ٱللَّهِۖ وَمَنۡ عَادَ فَأُوْلَٰٓئِكَ
أَصۡحَٰبُ ٱلنَّارِۖ هُمۡ فِيهَا خَٰلِدُونَ ٢٧٥

275. orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya. (Q.S Al-Baqarah-275)

Ayat ini menjelaskan bahwa riba itu ada dua macam: nasiah dan fadhl. Riba nasiah ialah pembayaran lebih yang disyaratkan oleh orang yang meminjamkan. Riba fadhl ialah penukaran suatu barang dengan barang yang sejenis, tetapi lebih banyak jumlahnya karena orang yang menukarkan mensyaratkan demikian, seperti penukaran emas dengan emas, padi dengan padi, dan sebagainya. Riba yang dimaksud dalam ayat ini Riba nasiah yang berlipat ganda yang umum terjadi dalam masyarakat Arab zaman jahiliyah. Riba yang sudah diambil (dipungut) sebelum turun ayat ini, boleh tidak dikembalikan.

b. Firman Allah dalam Surat Al-Baqarah ayat 282:

... وَأَشْهِدُوٓاْ إِذَا تَبَايَعْتُمْ ...

Artinya: *"...Dan persaksikanlah apabila kamu berjual beli..."*

c. Firman Allah dalam Surat Al-Nisa ayat 29:

يَـٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأْكُلُوٓاْ أَمْوَٰلَكُم بَيْنَكُم بِٱلْبَـٰطِلِ إِلَّآ أَن تَكُونَ تِجَـٰرَةً عَن تَرَاضٍ مِّنكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوٓاْ أَنفُسَكُمْ ۚ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: *"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 diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu: sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.* (Q.S Al-Nisa'-29)[27]

[27] Departemen Agama RI, *Mushaf Al-Quran* Terjemah (Depok: Al-Huda Kelompok Gema Insani, edisi tahun 2002)

Jelas bahwa dasar perniagaan adalah meridhai antara pembeli dan penjual, penipuan dan pendustaan dan pemalsuan adalah hal-hal yang diharamkan. Jadi ayat tersebut memberikan penjelasan bahwa jual beli atau perniagaan tidak dapat dilepaskan dari unsur keridhaan atau saling suka dan rela antara pihak penjual dan pembeli. Hal ini menunjukan bahwa jual beli yang tidak diiringi dengan kerelaan dilarang Allah SWT.

2) Dasar dalam Al-Sunnah

Dasar hukum yang berasal dari Al-Sunnah antara lain adalah sebagai berikut:

a. Hadis Rasulullah Saw. Yang diriwayatkan Rifa'ah bin Rafi' al-Bazar dan Hakim:[28]

شئل رسول الله صلى لله عليه و سلم– اى الكسب اطيب اوافضل قل:"عمل الرجل بيده وكل بيع مبرور"

"Rasulullah SAW. Bersabda ketika ditanya tentang mata pencaharian yang paling baik. Beliau menjawab, 'seseorang bekerja dengan tangannya dan setiap jual beli yang mabrur." (HR. Bajjar, Hakim menyahihkannya dari Rifa'ah Ibn Rafi')

Berdasarkan hadis tersebut jelas disebutkan bahwa usaha yang baik hasilnya adalah jual beli (berbisnis) karena dengan berbisnis manusia dapat memenuhi kebutuhannya. Berbisnis yang dimaksud adalah berbisnis yang jujur, tidak menipu atau berbohong. Dimana

[28] Abu Abdullah Ahmad ibn Muhammad ibn Hanbal ibn Hilal Ibn Asad as-Saibani, *Musnad Ahmad*, Juz 37, (Kairo: Mawqi' Wizarah al-Awqaf al Misriyah, t.th), h. 217 hadis ke-17728

diketahui bersama bahwa Rasulullah SAW adalah pedagang yang jujur.

b. Rasulullah Saw. Bersabda:

قل رسول الله صلى الله عليه و سلم :اغماالبيح عن تراض

"Rasulullah Saw. Bersabda: Sesungguhnya jual beli itu harus atas dasar saling merelakan".[29]

3) Ijma

Ulama telah sepakat bahwa jual beli diperbolehkan dengan alasan bahwa manusia tidak akan mampu mencukupi kebutuhan dirinya, tanpa bantuan orang lain. Namun demikian, bantuan atau barang milik orang lain yang dibutuhkannya itu, harus diganti dengan barang lainnya yang sesuai.

3. Rukun dan Syarat jual beli

Sebagai salah satu bentuk transaksi, dalam jual beli harus ada beberapa hal agar akadnya dianggap sah dan mengikat. Beberapa hal tersebut disebut sebagai rukun. Dalam menetapkan rukun jual beli, diantara para ulama terjadi perbedaan pendapat. Menurut ulama Hanafyah, rukun jual beli adalah ijab dan qabul yang menunjukan pertukaran barang secara rida, baik dengan ucapan maupun perbuatan.

[29]Muhammad bin Yasid Abu Abdillah al-Quzwaini, Sunan Ibnu Majah, (*Digital Library, al-Maktabah al-Syamilah al-Isdar al-Sani, 2005),* II/737.

Adapun rukun jual beli menurut jumhur ulama ada empat, yaitu[30]:

a. Penjual *(bai')*

   Penjual adalah pihak yang memiliki objek barang yang akan di perjual-belikan.

b. Pembeli *(mustari)*

   pembeli adalah pihak yang ingin memperoleh barang yang akan di harapkan, dengan membayar sejumlah uang tertentu kepada penjual.

c. Ijab dan qabul *(shigat)*

   Ijab dari segi bahasa berarti "pewajiban atau perkenaan", sedangkan *qabul* berarti "penerimaan". Dalam jual beli ucapan atau tindakan yang lahir pertama kali dari salah satu yang berakad disebut *ijab*, kemudian ucapan atau tindakan yang lahir sesudanya disebut *qabul*.

d. Benda atau barang *(ma'qud 'alaih)*, sebagai berikut:

   1) Bahwa di dalam ajaran islam dilarang melakukan jual-beli barang-barang yang mengandung unsur najis ataupun barang-barang yang dinyatakan diharamkan.
   2) Barang yang diperjual-belikan adalah sesuatu yang bermanfaat. Alasannya bahwa yang hendak diperoleh dari transaksi ini adalah manfaat itu sendiri. Bila barang tersebut tidak ada manfaatnya bahkan dapat merusak seperti ular kalajengking, maka tidak dapat di jadikan objek transaksi.

[30] Rachmat Syafe'i, *Fiqh Muamalah,* … h. 74-75

3) Baik barang atau uang yang dijadikan objek traksaksi itu betul-betul telah menjadi milik orang yang akan melakukan transaksi. Hal ini mengandung tidak boleh menjual barang orang lain, kecuali ada izin atau kuasa dari orang yang memilikinya.
4) Barang dan uang yang telah menjadi miliknya itu haruslah telah berada ditangannya atau dalam kekuasaanya dan dapat diserahkan sewaktu transaksi, dan tidak mesti berada dalam majlis akad, umpamanya tersimpan dalam gudang penyimpanan yang berjauhan letaknya.
5) Barang atau uang dijadikan objek transaksi itu mestinya sesuatu yang diketahui secara transparan, baik kuantitas maupun jumlahnya, baik timbang jelas timbangannya dan bila sesuatu takaran jelas takarnya.[31]

4. Syarat-syarat jual beli

Dalam jual beli terdapat empat syarat, yaitu syarat terjadinya akad, syarat sahnya akad, syarat terlaksananya akad, dan syarat lujum. Secara umum tujuan adanya semua syarat tersebut antara lain untuk menghindari pertentangan diantara manusia, menjaga kemaslahatan orang yang sedang akad, menghindari jual beli *gharar* (terdapat unsur penipuan) dan lain-lain.[32] Jika jual beli tidak memenuhi syarat terjadinya akad, akad tersebut batal. Jika tidak memenuhi syarat sah, menurut ulama Hanafiyah, akad tersebut fasid. Jika tidak memenuhi syarat nafadz, akad tersebut mauquf yang cenderung

[31] Rachmat Syafe'i, *Fiqh Muamalah,* … h 76
[32] Moh Rifa'i,*Ilmu Fiqih Islam Lengkap*, (Semarang: Toha Putra, 1978), h. 402

boleh, bahkan menurut ulama Malikiyah cenderung kepada kebolehan. Jika tidak memenuhi syarat lujum, akad tersebut *mukhayyir* (pilih-pilih), baik khiyar untuk menetapkan maupun membatalkan.

Di antara ulama fiqh berbeda pendapat dalam menetapkan persyaratan jual beli. Dibawah ini akan dibahas sekilas tentang persyaratan jual beli tersebut.[33]

1. Syarat bagi orang yang melakukan akad antara lain:
    a) Baligh (berakal)
    b) Beragama islam
    c) Tidak dipaksa
2. Syarat barang yang diperjualbelikan antara lain:
    a. Suci atau mungkin disucikan, tidak sah menjual barang yang najis, seperti anjing, babi dan lain-lain.
    b. Bermanfaat.
    c. Dapat diserahkan secara cepat atau lambat.
    d. Milik sendiri.
    e. Diketahui (dilihat). Barang yang diperjualbelikan itu harus diketahui banyak, berat, atau jenisnya.

5. Jual beli yang dilarang dalam Islam

Berkenaan dengan jual beli yang dilarang dalam Islam, Wahbab Al-Juhailili meringkasnya sebagai berikut[34] :

1) Terlarang sebab Ahliah (ahli akad)

[33] Amir Syarifuddin, *Garis-Garis Besar Fiqh*, … h. 101

[34] Mahmud Yunus, dan Nadlrah Naimi, *Fiqih Muamalah* (Medan: CP. Ratu Jaya, 2011), h. 104

a. Jual beli orang gila

Ulama fiqh sepakat bahwa jual beli orang gila tidak sah. Begitu pula sejenisnya, seperti orang mabuk, sakalor, dan lain-lain.

b. Jual beli anak kecil

Ulama fiqh sepakat bahwa jula beli anak kecil dipandang tidak sah.

c. Jual beli orang buta

Jual beli orang buta itu tidak sah sebab ia tidak dapat membedakan barang yang baik dan mana barang yang jelek.

d. Jual beli fudhul

Jual beli fudhul adalah jual beli milik orang tanpa seizing pemiliknya. Menurut ulama fiqh jual beli fudhul tidak sah.

e. Jual beli orang yang terhalang

Maksud terhalang disini adalah karena kebodohan, bangkrut, atau sakit. Menurut ulama Malikiyah dan Hanafiyah jual beli ini tidak sah.

2) Terlarang sebab *shigat*, antara lain[35]:

a. Jual beli mu'athah

Jual beli beli yang telah disepakati oleh pihak akad, berkenaan dengan barang maupun harganya, tetapi tidak memakai ijab-qabul.

b. Jual beli melalui surat atau melalui utusan

Disepakati ulama fiqh bahwa jual beli melalui surat adalah sah. Tempat berakad adalah Sampainya surat dari aqid pertama ke aqid

[35] Mahmud Yunus, dan Nadlrah Naimi, *Fiqih Muamalah, …h. 105*

kedua. Jika qabul melebihi tempat, akad tersebut dipandang tidak sah.

c. Jual beli dengan isyarat atau tulisan

Apabila isyarat tidak dapat dipahami dan tulisannya jelek (tidak dapat dibaca), maka akad tidak sah.

3) Terlarang sebab ma'qud alaih (barang jualan)

a. Jual beli benda yang tidak ada atau dikhawatirkan tidak ada.

b. Jual beli barang yang tidak dapat diserahkan.

c. Jual beli *garar* (penipuan) adalah jual-beli yang mengandung unsur-unsur penipuan, baik dalam ketidak jelasan dalam objek jual-beli atau ketidak pastian dalam kesamaran. Hukum jual beli ini adalah haram.

d. Jual beli barang yang najis dan yang terkena najis.

e. Jual beli barang yang tidak ada di tempat akad, tidak dapat dilihat.

4) Terlarang sebab syara'

a. Jual beli riba.

b. Jual beli dengan uang dari barang yang diharamkan.

c. Jual beli waktu adzan jumat.

6. Macam-macam jual beli antara lain[36]:

1) Jual beli salam (pesanan), jual beli melalui pesanan, yakni jual beli dengan cara menyerahkan terlebih dahulu uang muka kemudian barangnya diantar belakangan. Contohnya jual beli online.

[36] abdul Aziz Muhammad Azzam, *Fiqh Muamalat sistem transaksi dalam fiqh islam*, (Jakarta: Amzah, 2010), h.289

2) Jual beli barter, yakni jual beli dengan cara tukar menukar barang dengan barang, seperti baju dengan sepatu.
3) Jual beli mutlak, yakni jual beli barang dengan sesuatu yang telah disepakati sebagai alat pertukaran, seperti uang.
4) Jual beli alat penukar dengan alat penukar, yakni jual beli barang yang biasa dipakai sebagai alat penukat dengan alat penukar lainnya, seperti uang perak dengan uang emas.

7. Khiyar dalam Jual Beli

Pada dasarnya akad jual beli bila terpenuhi rukun dan syarat maka akad jual beli itu bersifat lazim. Namun kadang muncul kepentingan yang lebih urgen dari akad ini oleh para pihak yang melakukan jual beli, maka syariat membolehkan khiyar sehingga kemaslahatan para pihak selalu terpelihara. Khiyar artinya boleh memilih antara dua, meneruskan akad jual-beli atau mengurungkan (menarik kembali, tidak jadi jual beli).[37] Khiyar merupakan hak yang dimiliki oleh dua orang yang berakad untuk memilih antara melanjutkan atau membatalkan akad yang telah terjadi. [38]

Khiyar berguna untuk menjaga hubungan timbal balik antara penjual dan pembeli agar keduanya sama-sama puas sehingga kesalahpahaman dan pertengkaran dapat dihindari. Khiyar menjamin kebebasan berpikir kedua belah pihak untuk melanjutkan atau membatalkan transaksi yang telah

[37] Abdul Ghofur Ansgori, *Hukum Perjanjian Islam di Indonesia (Konsep Regulasi, dan Implementasi),* (Yogyakarta: Gadja Mada Universitas press 2010), h. 51.
[38] Rozalinda, *Fikih Ekonomi Syariah (prinsip dalam implementasinya pada sector keuangan syariah),* (jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), h. 118

mereka sepakati. Hak khiyar pada setiap akad dapat terjadi bila memenuhi syarat-syarat:[39]

a. Antara penjual dan pembeli terjadi kesepakatan dengan cara-cara tertentu.
b. Terdapat cacat pada barang yang menyebabkan adanya penolakan.
c. Adanya imbalan atas barang yang lazim (harus) bagi kedua belah pihak.
d. Imbalan tersebut tidak menimbulkan kepemilikan secara otomatis.

Khiyar sebagai sebuah hak yang dimiliki pembeli dapat dibedakan menjadi empat macam, yaitu:[40]

a. *Khiyar ta'yin,* yaitu *khiyar* yang terjadi dalam hal barang yang menjadi objek jual beli tidak hanya berupa sebuah barang. Sehingga apabila pembeli telah menjatuhkan pilihannya terhadap suatu barang, maka barang itulah yang menjadi obyek akad.
b. *Khiyar syarat* yaitu hak memilih antara melangsungkan atau membatalkan akad yang telah terjadi, bagi masing-masing atau salah satu pihak, dalam waktu tertentu.
c. *Khiyar rukyat* yaitu *khiyar* yang terjadi dalam jual beli yang hanya menyebutkan sifat dari suatu barang, tanpa di sebutkan barang tersebut. Sehingga apabila akad sudah terjadi, tetapi barang yang diserahkan tidak sesuai dengan sifat atau spesifikasi yang telah ditentukan, maka pembeli

[39] Rozalinda, *Fikih Ekonomi Syariah (prinsip dalam implementasinya pada sector keuangan syariah), … h. 118-119*

[40] Abdul Ghofur Ansgori, *Hukum Perjanjian Islam di Indonesia (Konsep Regulasi, dan Implementasi),* … h. 51

berhak untuk tetap melangsungkan atau membatalkan akad yang telah dibuatnya.

d. *Khiyar* Cacat/*Khiyar Aib,* yaitu *khiyar* yang berkaitan dengan adanya cacat tersembunyi ini, memang secara hukum merupakan tanggung jawab penjual. Sehingga dengan adanya cacat tersembunyi ini, pembeli berhak untuk tetap melangsungkan atau membatalkan akad yang telah dibuat.

e. *Khiyar al-Majelis,* yaitu hak pilih bagi pihak-pihak yang melakukan perjanjian untuk membatalkan perjanjian atau melanjutkan selama belum beranjak dari lokasi perjanjian. Hal ini didasarkan pada Hadis Nabi Muhammad yang artinya: "Penjual dan pembeli memiliki kebebasan memilih selama mereka belum beranjak dari lokasi transaksi.

B. Belanja *Online* (*Online Shopping*)

1. Pengertian Belanja online

Transaksi jual beli dunia maya atau *e-commerce* merupakan salah satu produk dari internet yang merupakan sebuah jaringan komputer yang saling terhubung antara satu dengan yang lain melalui media komunikasi. *E-commerce* merupakan salah satu implementasi dari bisnis online. Transaksi ini yang kemudian dikenal dengan *electronic commerce*. Yang lebih dikenal dengan istilah *e-commerce*. *E-commerce* merupakan aktivitas pembelian, penjualan, pemasaran dan pelayanan atas produk dan jasa yang ditawarkan melalui jaringan komputer.[41]

[41] Diana Anastasia, Mengenal *E-Commerce* (Yogyakarta: PT Andi, 2001,) h 2

Dengan adanya internet mempermudah aktivitas banyak orang. Salah satunya adalah berbelanja, orang tak perlu lagi keluar rumah dan berbelanja di butik atau pasar, orang cukup duduk di depan komputer, atau melalui ponsel, memilih dan memesan barang sesukanya, aktivitas penjualan dan pembelian barang atau jasa melalui fasilitas internet disebut *E-Commerce* atau *online shopping*. Bisnis online merupakan bisnis yang dilakukan secara *online* dengan memajang barang dagangan secara virtual di internet, menggunakan media internet dan layanan komunikasi jarak jauh. Prosesnya melibatkan sebagian besar layanan internet.[42] Belanja online (*Online* shopping) adalah proses di mana konsumen langsung membeli barang atau jasa dari penjual secara real-time, tanpa perantara layanan.[43] Belanja online *(Online shopping)* merupakan suatu proses pembelian barang atau jasa dari mereka yang menjual melalui internet. Sejak kehadiran internet, para pedagang telah berusaha membuat toko online dan menjual produk kepada mereka yang sering menjelajahi dunia maya (internet). Para pelanggan dapat mengunjungi toko online dengan mudah dan nyaman, mereka dapat melakukan transaksi di rumah, sambil duduk di kursi mereka yang nyaman di depan komputer.[44]

[42] Feri Sulianta, *Transaksi Online Dalam dan Luar Negeri* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2014), h. 3

[43] R. Rustadiyanto, *Framework E-Commerce* (Yogyakarta: ANDI), h. 17

[44] Candra Ahmadi dan Dadang Hermawan, *E-Bussiness & E-Commerce* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2013), h. 6-7

Dalam beberapa tahun terakhir *online shooping* telah menjadi popular, namun masih melayani konsumen menengah ke atas, 6 (enam) alasan kenapa belanja *online* sangat popular yaitu[45]:

1) Total Belanja Nyaman

Toko *online* tersedia 24 jam sehari, tujuh hari seminggu. Ini berarti konsumen bisa duduk kembali dan rileks saat konsumen menghabiskan malam hari atau browsing sambil belanja *online*. Tidak ada lagi sembunyi-sembunyi ketika mau pergi belanja dan membeli hadiah Natal dan ulang tahun untuk teman dan keluarga. Sekarang konsumen bisa membeli secara *online* kapan saja, beberapa fitur toko *online* banyak yang menawarkan produk-produk dengan berbagai jenis harga, bahan, dan model pakaian untuk segala usia.

2) Browsing Web Daripada Mengemudi di sekitar Kota

Kebanyakan orang saat ini bingung dengan harga bensin dan mencari cara untuk menghematnya. Banyak orang yang berpikir ulang jika ingin berjalan-jalan ke mall karena ingin menghemat bensin dan uang. Sekarang siapa pun dapat mengunjungi Web dan toko di pusat perbelanjaan secara *online* tanpa harus meninggalkan rumah mereka. Belanja *online* menghemat uang bensin, dan memungkinkan Anda untuk menemukan barang yang unik tanpa pergi dari toko ke toko selama liburan atau kesempatan-kesempatan khusus lainnya.[46]

3) Perbandingan Harga

[45] Adi Nugroho, *E-Commerce Memahai Perdagangan Modern di Dunia Maya* (Bandung: informatika, 2006), h. 9

[46] Hanson, Word, *Pemasaran Internet* (Jakarta: Salambe Empat, 2000), h. 27

Para pemilik toko *online* dapat memberikan tabungan ekstra kepada konsumen dengan menawarkan produk pada atau di bawah harga grosir. Konsumen juga memiliki keuntungan dari membandingkan harga produk tertentu di situs belanja *online*. Sangat mudah untuk berbelanja di saat konsumen mengambil keuntungan dari mencari informasi di internet. Banyak toko *online* menyediakan ratusan nama merek, sehingga Anda dapat dengan mudah menemukan salah satu yang sesuai kebutuhan dan anggaran konsumen.

4) Pemilihan produk tanpa batas.

Toko *online* biasanya menawarkan berbagai pilihan produk. Konsumen dapat menemukan pakaian untuk seluruh keluarga, perhiasan, rumah dan kebun, produk-produk dekorasi, dan bahkan personalisasi hadiah bagi orang-orang yang sangat istimewa. Bahkan pilihan yang lebih luas tersedia di situs belanja *online* bagi para pembeli yang mencari komputer, ponsel dan elektronik lainnya.

5) Belanja dengan tenang tanpa terburu-buru

Konsumen dengan sendirinya sudah tahu apa yang inginkan ketika mengunjungi pusat perbelanjaan *online*, tapi jika anda tidak yakin, konsumen biasanya mengambil lebih banyak waktu dan browsing selama yang di inginkan tanpa mendengar, “toko akan tutup sepuluh menit!” Situs belanja *online* di internet tidak menutup kecuali website sedang

down untuk beberapa alasan, sehingga konsumen tidak perlu merasa terburu-buru atau dipaksa untuk berkomitmen untuk membeli item.[47]

6) Informasi dan Tinjauan

Jika konsumen ingin mendengar pendapat tentang suatu produk sebelum membeli. Konsumen akan menemukan beberapa toko *online* yang memungkinkan pelanggan memberikan komentar atau menilai sebuah barang yang telah mereka beli. Ini akan membantu konsumen baru membuat keputusan berdasarkan pengalaman orang lain. Jika konsumen menemukan bahwa suatu produk atau bahkan seluruh toko *online* telah menerima berbagai ulasan yang buruk, mungkin menjadi tanda untuk beralih ke produk berikutnya atau toko *online* lainnya.[48]

Secara umum, terdapat 4 jenis input yang selalu digunakan oleh seluruh pelaku bisnis, yakni sebagai berikut[49]:

1. Sumber daya manusia, sekaligus berperan sebagai operator dan pengendali organisasi bisnis.
2. Sumber daya alam, termasuk tanah dengan segala yang dihasilkannya.
3. Modal, meliputi keseluruhan alat dan perlengkapan, mesin serta bangunan, dan tentu saja dana yang dipakai dalam memproduksi dan mendisitribusikan barang dan jasa.

[47] Hanson, Word, *Pemasaran Internet,…h 28*

[48] Wicaksono, *Panduan Praktis Buka Usaha dengan Modal Laptop* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2008), h. 20

[49] Buchari Alma, *Pengantar Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 49

4. *Entreprenerurship*, yang terutama mencangkup aspek keterampilan dan keberanian untuk mengkombinasikan ketiga faktor produksi di atas untuk mewujudkan suatu bisnis dalam rangka menghasilkan barang dan jasa.

Banyak yang diperjualbelikan secara *online*, mulai pernak pernik, pakaian, dan barang. Konsumennya tidak terbatas pada orang-orang tertentu, pria wanita, tua muda semuanya mulai peduli dengan keberadaan *online*. Dalam hal ini, mereka adalah calon konsumen potensial untuk bisnis *online*.[50] Transaksi secara *online* merupakan transaksi pesanan dalam model bisnis era global yang *non face*, dengan hanya melakukan transfer data lewat maya *(data intercange)* via internet, yang mana kedua belah pihak, antara penjual dan pembeli, atau menembus batas sistem pemasaran dan bisnis *online* dengan menggunakan Sentral shop. Sentral Shop merupakan sebuah Rancangan Web *E-commerce* smart dan sekaligus sebagai *Bussiness Intelligent* yang sangat stabil untuk digunakan dalam memulai, menjalankan, mengembangkan, dan mengontrol bisnis. [51]

Perkembangan teknologi ini yang bisa memudahkan transaksi jarak jauh, dimana manusia bisa dapat berinteraksi secara singkat walaupun tanpa *face to face*, akan tetapi didalam bisnis adalah yang terpenting memberikan informasi dan mencari keuntungan. Adapun mengenai definisi mengenai *E-Commerce* secara umumnya adalah dengan merujuk pada semua bentuk

[50] Onno W. Purbo dan Aang Arif Wahyudi. *Mengenal E-Commerce*. (Jakarta: PT Alexmedia Komputindo. 2001), h. 5

[51] Suyanto, *Strategi Periklanan pada E-Commerce Perusahaan Top Dunia* (Yogyakarta: ANDI, 2003), h. 10

transaksi komersial, yang menyangkut organisasi dan transmisi data yang digeneralisasikan dalam bentuk teks, suara, dan gambar secara lengkap.[52]

Berikut beberapa cara pembayaran yang biasanya disediakan oleh para penyedia layanan *e-commerce*[53]:

1) Transfer antar bank

Cara pembayaran ini adalah yang paling umum yang disediakan layanan *e-commerce* dan para penjual *online* di Indonesia, serta menjadi alat pembayaran yang paling populer. Konsumen biasanya sudah terbiasa dengan metode ini dan menjadi bagian sehari-hari. Mekanismenya adalah mentransfer uang pada rekening situs *e-commerce* atau penjual, kemudian mengirimkan bukti pembayaran lewat *email* sebagai konfirmasi. Biasanya ada kepercayaan yang cukup tinggi antara penjual dan pembeli karena tingkat penipuannya cukup tinggi. Antara lain, barang tidak dikirim tetapi uang untuk membeli barang telah ditransfer, pun demikian sebaliknya.

Risiko lain adalah resiko ketidaksesuian barang dengan yang dibeli. Tetapi ada pula situs *e-commerce* yang telah bekerja sama dengan bank tertentu dan menyediakan layanan pembayaran antara bank di menu pembayaran via ATM atau *e-banking*, sehingga lebih bisa dipercaya. Karena biasanya proses ini tidak mudah dan bank pun cukup selektif

[52] Indrajit, *E-Commerce: Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya*, (Jakarta: PT Alex Komputindo, 2001) h. 35

[53] Trenologi, *http://www.trenologi.com/2013022611159/ini-dia-tipe-tipe-transaksi-jual-beli-di-dunia-maya/*, diakses pada tanggal 30 Februari 2016 Pukul 20.00

untuk memelih siapa yang bisa masuk dalam menu pembayaran di layanan mereka.

2) Kartu kredit

Menjadi salah satu pembayaran yang cukup otomatis untuk beli barang *online* namun peminatnya masih cukup sedikit. Salah satu alasannya adalah masih dikitnya pemilik kartu kredit di Indonesia serta faktor keamanan atau fraud. Namun, kini telah banyak layanan atau sistem pembayaran yang telah menerapkan strategi keamanan untuk pembayaran menggunakan kartu kredit di situs *e-commerce*.[54]

Layanan sistem pembayaran ini menjadi sistem yang bekerja di belakang layar yang memudahkan dan memberikan jaminan keamanan bagi para konsumen dalam membeli barang atau produk *online*. Pembayaran kartu kredit juga menjadi salah satu ciri *e-commerce* dengan fasilitas lengkap karena otomisasi dari pembayaran yang disajikannya.

3) Paypal

Pembayaran ini mungkin tidak terlalu populer di kalangan konsumen tanah air, namun untuk *e-commerce* luar hampir semuanya menyediakan cara pembayaran menggunakan Paypal. Paypal secara singkat bisa dijelaskan sebagai salah satu alat pembayaran internasional yang digunakan untuk transaksi keuangan, termasuk melakukan pembelian secara *online*. Pembayaran dilakukan ke akun Paypal, dan nantinya

[54] Trenologi, *http://www.trenologi.com/2013022611159/ini-dia-tipe-tipe-transaksi-jual-beli-di-dunia-maya/*, diakses pada tanggal 30 Februari 2016 Pukul 20.10

penjual akan mencairkan jumlah uang yang ada di akun Paypal ke bank yang bersangkutan.[55]

4) Rekening Bersama atau Escrow

Cara pembayaran ini mengikut sertakan pihak ketiga yang dipercaya sebagai lembaga pembayaran. Jadi uang ditransfer dahulu ke pihak Rekening Bersama atau *Escrow* lalu setelah barang diterima pembeli uang baru ditransfer ke penjual. Cara pembayaran ini juga populer di sarana jual beli *online* berbentuk forum serta banyak digunakan bagi mereka situs jual beli *online* yang belum menyediakan sistem pembayaran otomatis. Cara pembayaran ini juga banyak dipilih karena dianggap aman, barang diterima uang baru diberikan pada penjual.[56]

5) COD *(Cash On Delivery)*

Ini sebenarnya bukan sistem pembayaran untuk belanja *online*, tetapi lebih pada cara pembayaran. Pembeli membeli barang secara *online,* barang diantar dan baru pembayaran dilakukan. Cara pembayaran ini bisa jadi paling aman karena pembeli bisa melihat barang yang dijual cara ini bukanlah *e-commerce,* dan menghilangkan kemudahan dalam belanja *online* yang tidak memerlukan uang tunai dan otomisasi sampai barang dikirimkan. Pengguna lokal, selain transfer antar bank memilih metode ini karena masih kurang percaya pada keamanan *e-commerce* serta perilaku yang masih membutuhkan untuk melihat produk sebelum

[55] Feri Sulianta, *Transaksi Online Dalam dan Luar Negeri,…* h. 5

[56] Trenologi, *http://www.trenologi.com/2013022611159/ini-dia-tipe-tipe-transaksi-jual-beli-di-dunia-maya/*, diakses pada tanggal 30 Februari 2016 Pukul 20.10

membeli. Namun demikian, cara pembayaran ini paling pas untuk barang *second*, karena biasanya kondisi barang sudah digunakan atau tidak seperti barang baru.

6) Potongan Pulsa

Cara pembayaran ini memang dilakukan untuk barang digital, seperti aplikasi untuk smatrphone atau konten digital lain dan tidak digunakan untuk pembelian produk fisik. Namun, potong pulsa adalah cara pembayaran lain yang termasuk pada proses jual beli *online*, dengan barang dagangan digital. Beberapa produk digital biasanya disediakan di toko aplikasi, penyedia layanan *ebook* atau koran/majalah digital serta konten digital lain.[57]

Banyak keuntungan yang didapat dengan berbisnis *online* dan tren bisnis saat ini sudah beralih dari bisnis tradisional ke bisnis *online*. Berikut ini keuntungan dalam bisnis *online*:[58]

1. Availabilitas, ketersediaan *online* memungkinkan etalase barang diakses selama 24 jam penuh calon pembeli.
2. Efisiensi waktu, pembeli dapat dengan mudah menelusuri etalase *online* dengan cepat.
3. Proses mudah, penghematan sumber daya seperti biaya transportasi dan biaya gedung.
4. Jangkauan bisnis yang luas bahkan antar negara.

[57] Trenologi, *http://www.trenologi.com/2013022611159/ini-dia-tipe-tipe-transaksi-jual-beli-di-dunia-maya/*, diakses pada tanggal 30 Februari 2016 Pukul 20.10

[58] Feri Sulianta, *Transaksi Online Dalam dan Luar Negeri …*, h. 2

5. Transaksi aman tanpa membawa uang secara fisik.
6. Meningkatkan privasi, beberapa orang malu untuk membeli barang tertentu. Dengan toko *online*, pembeli tidak terlihat langsung oleh penjual.

Adapun kendala yang mungkin terjadi pada model belanja *online*, yakni:[59]

1. Sulit melihat keberadaan barang secara benar, mencangkup warna, tekstur, aroma, rasa, dan ukuran barang secara akurat.
2. Membutuhkan serangkaian proses belanja yang melibatkan berbagai pihak untuk memastikan proses transaksi berhasil (jasa kurir, penyedia jasa keuangan,dan sebagainya).
3. Barang tidak dapat diterima langsung segera setelah pembelian.
4. Hilangnya sentuhan manusia karena semuanya dikelola secara digital.
5. Rentan penipuan, tidak dapat langsung mengalamati keberadaan si penjual, kondisi barang, dan lokasi toko fisik.

Dalam menjalankan bisnis *online* ada hal-hal yang wajib diperhatikan, yaitu:[60]

1. Barang yang dijual harus barang halal

   Hubungan antara pemilik dan agen harus jelas dan dibuat *term and condition* yang disepakati bersama. Begitu juga antara penjual dan pembeli harus dibuat aturan main yang jelas mudah dipahami dan disepakati bersama.

[59] Feri Sulianta, *Transaksi Online Dalam dan Luar Negeri …,* h. 3
[60] Purbo dan Arif, *Mengenal E-Commerce … ,* h. 37

2. Status pemilik harus jelas
3. Harga dengan kualitas produk harus sesuai dan jelas spesifikasinya

    Berbeda dengan bisnis offline dimana penjual dan pembeli bisa *face to face*, dalam bisnis *online* pembeli hanya mengetahui spesifikasi barang secara detail juga sediakan layanan untuk berinteraksi dengan pembeli sehingga dapat melayani pertanyaan maupun keluhan.

4. Saling amanah

    Meskipun banyak keunggulan dan kemudahan dalam berbisnis *online*, berbagai masalah dapat saja terjadi. Terutama yang berkaitan dengan kejujuran dan tingkat amanah kedua belah pihak.

Beberapa keuntungan belanja *online* :

1. Pembeli tidak perlu datang langsung ke toko, mall, dan lain sebagainya. Cukup dengan mengakses *website* lewat internet untuk memilih barang yang dikehendaki.
2. Kapan Kapan dan di mana saja dapat memilih barang. Dari rumah, kantor, perjalanan, dan lain-lain selama terdapat koneksi internet dalam waktu 24 jam.
3. Pemilik Toko *online* dapat menekan biaya untuk fisik toko karena cukup memasarkan produknya melalui Internet.
4. Pemasaran produk bisa menjangkau seluruh dunia.

Modus penipuan yang biasanya dilakukan untuk mengelabui para pelaku belanja *online* antara lain[61]:

1. Penipu membuat sebuah iklan dengan menjanjikan harapan muluk kepada calon korbannya, misalnya iming-iming bahwa barang yang ditawarkan adalah murah dan harga di bawah pasar.
2. Penipu berusaha agar para Korban melakukan transaksi dengan sistem transfer rekening ke rekening Penipu. Mereka meyakinkan para Korban dengan berbagai argumen dan menjanjikan kondisi adalah 'darurat' dan 'mendesak'.
3. Penipu berani mengakui dirinya sebagai orang yang dapat dipercaya kepada para calon korbannya. Ia bisa menyebut dirinya sebagai *member* suatu Forum Komunitas tertentu (jika korban membaca iklannya melalui iklan baris). Ia akan mengatakan bahwa forum atau grup tersebut diakui kredibilitasnya dalam bertransaksi *online*.
4. Penipu bisa dengan terang-terangan mengelabui institusi perbankan nasional yang telah disalahgunakan rekeningnya.

Untuk mengantisipasi berbagai kerugian yang mungkin terjadi saat melakukan bisnis secara *online*, antara lain:[62]

a. Gunakan browser internet *mozilla firefox*. Browser ini bisa dikatakan cukup aman karena memiliki plug-in yang mampu mengahalang *script* yang disusupkan oleh penjahat internet ketika anda sedang berinternet.

[61] *Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik Nomor 11 Tahun 2008*, cet. 1 (Yogyakarta: JogjaBangkit Plubisher, 2009), h. 157

[62] *Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik Nomor 11 Tahun 2008 ...,* h 161

b. Usahakan menginstal produk McAfee. Sebab, dengan menggunakan McAfee anda akan mempersulit seseorang ketika ingin menyusup kedalam jaringan anda.

c. Jangan menggunakan PC atau notebook melalui jaringan warnet dan *hostpot* untuk melakukan transaksi *online*. Karena jika diwarnet yang digunakan memiliki *keylogger* maka perangkat tersebut akan memberitahukan kepada *hacker* tentang *password-password* penting anda, untuk membukan rekening *online banking* atau mungkin hanya membuka email yang sifat pribadi.[63]

d. Hindari menggunakan *sreensaver* yang banyak tersedia gratis di internet karena kemungkinan di balik penampilannya yang menarik telah disusupkan malware.

2. Akad Dalam Belanja Online

Dalam melakukan transaksi muamalah keseharian, salah satu hal penting yang harus diingat adalah masalah akad (perjanjian). Salah satu yang membedakan bisnis *online* dengan bisnis *offline* adalah proses transaksi (akad) dan media utama dalam proses tersebut. Akad merupakan cara yang diridhai Allah swt dan harus ditegakkan isinya.[64] Secara umum, bisnis dalam Islam menjelaskan adanya transaksi yang bersifat fisik, dengan menghadirkan benda tersebut ketika transaksi, atau tanpa menghadirkan benda yang dipesan, tetapi dengan ketentuan harus dinyatakan sifat benda yang konkret,

[63] Barkatullah Abdul halim dan Prasetyo, *Bisnis E-Commerce Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005), h. 5

[64] Haris Faulidi Asnawi, *Transaksi Bisnis E-Commerce Perspektif Islam* (Yogyakarta: Magistra Insania Perss, 2004), h. 4

baik diserahkan langsung atau diserahkan kemudian sampai batas waktu tertentu.[65]

Menurut etimologi, akad berarti ikatan antara dua perkara, baik ikatan secara nyata maupun ikatan secara maknawi, dari satu segi maupun dari dua segi. Secara terminologi fiqh, akad didefinisikan dengan pertalian hijab (pernyataan melakukan ikatan) sesuai dengan kehendak syariat yang berpengaruh kepada objek perikatan akad.[66]

Dari pengertian di atas, dapat ditarik kesimpulan umum bahwa akad ialah perikatan diantara kedua bekah pihak yang dilakukan sesuai dengan syariat dan berakibat hukum pada objek yang menjadi perikatan.

Hikmah diadakannya akad antara lain:[67]

1. Adanya ikatan yang kuat antara dua orang atau lebih di dalam bertransaksi atau memiliki sesuatu.
2. Tidak dapat sembarangan dalam membatalkan suatu ikatan perjanjian, karena telah diatur secara syar'i.
3. Akad merupakan payung hukum di dalam kepemilikan sesuatu, sehingga pihak lain tidak dapat menggugat atau memilikinya.

[65] Baidan dan Erwati, *Etika Islam Dalam Berbisnis …, h. 29*

[66] M. Nur Rianto Al Arif, *Ijtihad: Jurnal Wacana Hukum Islam dan Kemanusiaan Vol. 13, No. 1,* (Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Salatiga, 2001), h. 35

[67] Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010), h. 71

Untuk sahnya suatu akad harus memenuhi hukum akad, adapun rukun akad tersebut adalah:[68]

a) *Al-Aqid* atau pihak-pihak yang berakad adalah orang, persekutuan, atau badan usaha yang memiliki kecakapan dalam melakukan perbuatan hukum.
b) *Sighat* atau perbuatan yang menunjukan terjadinya akad berupa ijab dan qobul.
c) *Al-ma'qud alaih* atau objek akad. Objek akad adalah *amwal* atau jasa yang dihalalkan yang dibutuhkan oleh masing-masing pihak.
d) Tujuan pokok akad. Tujuan pokok akad itu jelas dan diakui *shara'* dan tujuan itu terkait erat dengan berbagai bentuk yang dilakukan.

Selain rukun, syarat akad juga harus terpenuhi agar akad itu sah, adapun syarat-syarat itu adalah:[69]

a) Syarat adanya sebuah akad. Syarat adanya sebuah akad adalah sesuatu yang mesti ada agar keberadaan suatu akad diakui secara syara'. Syarat ini terbagi dua, yaitu syarat umum dan syarat khusus. Syarat umum adalah syarat yang harus ada pada satiap akad. Syarat umum ada tiga, yaitu: Syarat-syarat yang harus dipenuhi pada lima rukun ayat, akad itu bukan akad terlarang. akad itu harus bermanfaat. Adapun syarat khusus adanya sebuah akad adalah syarat tambahan yang harus dipenuhi oleh suatu akad khusus seperti adanya saksi dalam akad.

[68] Ghufron A. Masadi, *Fiqh Muamalah Konteksual, Cet. 1* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002), h. 141
[69] Burhanuddin S, *Hukum Kontrak Syariah* (Yogyakarta: BPFE, 2009), H. 213

b) Syarat sah akad. Syarat sah akad adalah tidak terdapatnya lima hal perusak sahnya dalam akad, yaitu ketidakjelasan jenis yang menyebabkan pertengkaran, adanya paksaan, membatasi kepemilikan terhadap suatu barang, terdapat unsur penipuan, terdapat bahaya dalam pelaksanaan akad apabila dilanjutkan.

c) Syarat berlakunya akad. Syarat ini bermaksud berlangsungnya akad tidak tergantung pada izin orang lain. Syarat berlakunya akad yaitu: adanya kepemilikan terhadap barang atau adanya otoritas untuk mengadakan akad baik secara langsung maupun perwakilan, pada barang atau jasa tersebut tidak terdapat hak orang.

d) Syarat adanya kekuatan hukum suatu akad baru bersifat mengikat apabila ia terbebas dari segala macam hak khiyar (hak pilihan untuk meneruskan atau membatalkan transaksi.

Sebagaimana telah diketahui ada empat rukun akad, yaitu ada pihak-pihak yang berakad, *Sighat* atau *ijab qabul, Al-ma'qud alaih* atau objek akad, tujuan pokok akad tersebut dilakukan. Pihak-pihak yag berakad dalam bisnis *online* telah jelas, yaitu:[70]

1. Ada yang bertindak sebagai penjual dan ada yang bertindak sebagai pembeli.
2. *Sighat* dalam bisnis *online* biasanya berupa syarat dan kondisi yang harus disetujui oleh konsumen. Syarat dan kondisi yang harus disetujui dapat dipahami sebagai sebuah *sighat* yag harus dipahami baik oleh produsen

[70] Nur Rianto, *Ijtihad: Jurnal Wacana Hukum Islam dan Kemanusiaan …*, h. 39

maupun oleh konsumen. Dalam hal bisnis *online* bentuk *sighat* yang harus dilakukan adalah dengan cara tulisan. Apabila kita melakukan transaksi dengan menggunakan media sosial, penjual harus menulis syarat dan kondisi apa saja yang terdapat dalam transaksi tersebut, sehingga terjadi keterbukaan antara penjual dan pembeli.

3. Objek akad dalam transaksi, dalam bisnis *online* objek akad harus jelas dan barang harus secara sempurna dimiliki oleh si penjual. Hal ini bertujuan untuk menjaga agar tidak terjadi penipuan oleh si penjual.
4. Tujuan dari akad tersebut harus sesuai dengan syariat. Sehingga bisnis *online* tidak boleh menjual barang yang tidak sesuai dengan aturan syariat.

Terkait dengan rukun akad, bisnis *online* baik yang berbasis media sosial atau media lainnya diharamkan apabila memenuhi beberapa kriteria dibawah ini:[71]

1. Sistemnya haram, contohnya perjudian *online*.
2. Barang atau jasa yang ditawarkan oleh pembeli ialah barang atau jasa yang diharamkan syariat Islam.
3. Terdapat pelanggaran perjanjian atau terjadinya unsur penipuan. Hal ini banyak terjadi pada bisnis *online* berbasis media sosial, di mana barang yang ditawarkan di media sosial seringkali berbeda dengan barang yang diterima oleh konsumen. Apabila terindikasi unsur penipuan, maka bentuk bisnis *online* tersebut status hukumnya haram.

[71] Nur Rianto, *Ijtihad: Jurnal Wacana Hukum Islam dan Kemanusiaan …*,h. 45

Adapun bentuk akad traksaksi jual beli yang diadopsi dalam transaksi bisnis *online* ialah:[72]

1. *Bay'al-murabahah,* merupakan jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Dalam hal *bay' al-murabahah,* penjual harus member tahu harga produk yang dibeli dan menentukan suatu tingkat keuntungan sebagai tambahannya. Pada saat ini inilah produk akad jual beli yang paling banyak digunakan, karena ini praktik yang paling mudah dalam implementasinya dibandingkan dengan produk pembiayayaan yang lainnya. Adapun dasar hukum dari *bay' al-murabahah:*

ٱلَّذِينَ يَأۡكُلُونَ ٱلرِّبَوٰاْ لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ ٱلَّذِي
يَتَخَبَّطُهُ ٱلشَّيۡطَٰنُ مِنَ ٱلۡمَسِّۚ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمۡ قَالُوٓاْ إِنَّمَا ٱلۡبَيۡعُ
مِثۡلُ ٱلرِّبَوٰاْۗ وَأَحَلَّ ٱللَّهُ ٱلۡبَيۡعَ وَحَرَّمَ ٱلرِّبَوٰاْۚ فَمَن جَآءَهُۥ
مَوۡعِظَةٞ مِّن رَّبِّهِۦ فَٱنتَهَىٰ فَلَهُۥ مَا سَلَفَ وَأَمۡرُهُۥٓ إِلَى ٱللَّهِۖ
وَمَنۡ عَادَ فَأُوْلَٰٓئِكَ أَصۡحَٰبُ ٱلنَّارِۖ هُمۡ فِيهَا خَٰلِدُونَ

٢٧٥

Artinya:

[72] Azzam, *Fiqh Muamalat Sistem transaksi dalam fiqh islam ….*, h. 289

> *Orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila.* [73]*Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.* (QS. Al-Baqarah: 275)

Dijelaskan dalam ayat ini bahwa orang yang mengambil riba tidak tenteram jiwanya seperti orang kemasukan syaitan. Riba yang sudah diambil (dipungut) sebelum turun ayat ini, boleh tidak dikembalikan. Sedangkan dari hadis;

> *"Dari Suhaib ar-Rumi r.a bahwa Rasulullah saw. Bersabda, "Tiga hal yang di dalamnya terdapat keberkahan: jual beli secara tangguh, muqaraddah (mudharabah), dan mencampur gandum dengan tepung untuk keperluan rumah bukan untuk dijual" (HR Ibnu Majah)*[74]

Bay'al-murabahah memberi banyak manfaat kepada penjual. Salah satunya adalah keuntungan yang muncul dari selisih harga beli dari penjual dengan harga jual kepada konsumen. Hal tersebut yang menjadi salah satu alasan mengapa akad ini dapat dipergunakan dalam penjualan *online* berasis media sosial. Salah satu yang perlu dihindari oleh konsumen ialah apabila ada penjual yang menawarkan produk yang harganya jauh dibawah harga pasar. Perbedaan harga yang terlalu jauh ini

[73] Khadim al haramain asy syarifain, *Alquran dan terjemahan*, h. 122

[74] Abu Abdullah Muhammad ibn Yasid al-Qazuwaini wa Majah, *Sunah Ibn Majah*, Juz 7, (Kairo:Mawqi' Wizarah al-Auqaf al-Mishriyah, t.th), h. 163, hadis ke-2377

dapat mengindikasikan kemungkinan terjadinya penipuan dalam transaksi penjualan tersebut.

2. *Bay' al-salam,* berarti pembelian barang yang diserahkan di kemudian hari, sedangkan pembayaran dilakukan pada saat awal transaksi dilakukan. Barang yang diperjualbelikan belum tersedia pada saat transaksi dan harus diproduksi terlebih dahulu.

   Adapun transaksi *bay' al-salam* mengharuskan adanya dua hal berikut:

   a) pengukuran dan spesifikasi barang yang jelas. Hal ini tercermin dalam hadist:

      > *Rasulullah SAW yang diriwayatkan oleh Ibnu Abbas, "Barang siapa melakukan transaksi salaf (salam), hendaklah ia melakukan dengan takaran yang jelas, timbangan yang jelas, untuk jangka waktu yang jelas pula."*[75]

   b) adanya keridhaan yang utuh antara kedua belah pihak. Terutama dalam menyepakati harga.[76]

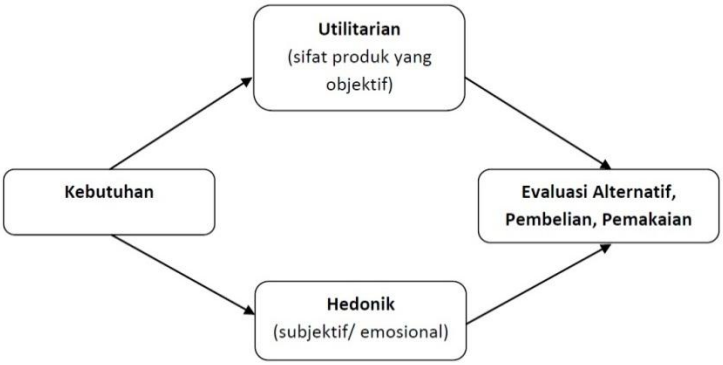
C. Motif Belanja

Alasan seseorang lebih suka berbelanja *online* melalui internet daripada datang langsung ke toko, dan apa saja yang memotivasi konsumen sehingga mereka lebih suka memilih berbelanja melalui internet adalah hal yang menjadi perhatian utama bagi pemasar. Bagi pemasar mengenali kebutuhan dan keinginan konsumen yang mendorong mereka memilih atau tidak memilih, membeli atau tidak membeli suatu produk tertentu adalah penting.

[75] Muslim Ibn al-hujaj Abu al-Hasan al-Qusyairi al-Naisyaburi, *Shahih Muslim*, Juz 5, (Beirut: Dar ihya al-turats al-Arabi, t.th), h. 55, hadis ke-4202

[76] Rianto, *Ijtihad: Jurnal Wacana Hukum Islam dan Kemanusiaan …*,h. 44

Proses motivasi terjadi karena adanya kebutuhan, keinginan maupun harapan yang tidak terpenuhi yang menyebabkan timbulnya ketegangan. Pada tingkat tertentu ketegangan ini akan berubah menjadi hasrat yang mendorong individu melakukan suatu perilaku tertentu guna memenuhi kebutuhan, keinginan dan hasratnya tersebut.[77] Motif belanja dimulai dari munculnya kebutuhan tertentu, yang semakin lama kebutuhan ini akan mendesak orang tersebut untuk dipenuhi, desakan atau dorongan kebutuhan menjadi motivasi.



Gambar 1.1. Ekspresi Motivasi dalam Pembelian dan Pemakaian Produk

Kebutuhan yang diaktfikan akan diekspresikan dalam perilaku dan pembelian serta konsumsi dalam bentuk dua jenis manfaat yang diharapkan. Manfaat *utilitarian* merupakan atribut produk fungsional yang objektif. Manfaat *hedonik* dapat mencakup pertimbangan berdasarkan pengalaman seperti rasa status dan prestise yang didapat. Manfaat *utilitarian* dan *hedonik* umumnya berfungsi secara bersamaan dalam keputusan pembelian.[78]

[77] Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen di Era Internet (Implikasinya pada Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: PT Graha Ilmu, 2013), h. 22

[78]Subagio, *http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/42643/4/Chapter%20II.pdf*, diakses pada tanggal 6 Desember jam 22.00

Ada beberapa alasan kenapa konsumen lebih memilih berbelanja *online* daripada belanja secara offline yaitu:[79]

a. Waktu

   Konsumen lebih memilih belanja *online* dikarenakan waktu yang dipakai relatif sedikit daripada belanja secara offline yang membutuhkan waktu yang relatif sangat lama, dan di toko *online* barang yang di jual biasanya sudah disertakan spesifikasi barang yang sangat lengkap.

b. Ketersediaan barang dipasaran

   Ada kalanya sebuah barang yang konsumen cari sangat sulit didapatkan ditempat tinggal konsumen, dengan *online* shopping ini bisa dengan mudah mencarinya.

c. Lebih nyaman

d. Lebih murah

   Bukan rahasia lagi kalau harga di toko *online* itu seringkali lebih murah jika dibandingkan dengan toko offline, bahkan setelah dikenakan ongkos kirim sekalipun. Salah satu penyebabnya adalah toko *online* tidak perlu menyewa tempat dengan harga yang sangat mahal dan terus akan naik setiap tahunnya. Belum lagi biaya-biaya promosi yang dikeluarkan untuk meningkatkan penjualan.[80]

e. Mudah membandingkan produk

[79]Yuhefizer, *Wahana Komputer* …., h. 4
[80] Hanson, Word, *Pemasaran Internet ..., h. 31*

Pelanggan tidak perlu mendatangi satu toko ke toko lainnya hanya untuk membandingkan harga. Cukup di depan komputer atau gadget, pelanggan dapat dengan mudah membandingkan harga.

f. Mudah bernegosisasi

Banyak toko *online* yang sudah lebih mudah dalam hal negosiasi harga, apalagi kalau membeli dengan jumlah yang cukup besar.

g. Hemat uang transport

Pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya lebih untuk trasportasi. Hanya duduk di rumah, di kantor, maupun di mana saja, barang yang dibeli sudah diantar sampai rumah.

h. Tidak kenal waktu

Pelanggan tidak terpaku pada waktu-waktu tertentu untuk berbelanja. Toko *online* yang dapat diakses 24 jam memudahkan siapa saja untuk berbelanja.

BAB III

GAMBARAN UMUM FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

A. Visi, Misi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu

IAIN Bengkulu merupakan peruruan tinggi Islam Negeri di bawah naungan kementerian Agama Republik Indonesia dan terakreditasi "B" oleh badan akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN-PT) Republik Indonesia. Institute ini ditunjang oleh beberapa lembaga utama, diantaranya: lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM), Lembaga Penjamin Mutu (LPM), dan Ma'had Al jami'ah (Pesantren Mahasiswa).

Saat ini IAIN Bengkulu dipimpin oleh Prof.Dr.H.Sirajuddin, M.M.Ag, MH. Institut ini memiliki tenaga pengajar dan administrasi yaitu sebanyak 160 orang dosen tetap, 80 orang dosen tidak tetap, 60 orang karyawan dan 7000 mahasiswa. Alumni IAIN Bengkulu tersebar diberbagai bidang keahilian, seperti di bidang pemerintahan, bidang keagamaan, bidang ilmu pengetahuan, bidang pendidikan, bidang hukum, perbankan, dan masih banyak lagi. Para Alumni juga telah terbukti banyak berkontribusi baik itu ditingkat Nasional maupun tingkat Internasional.

Visi:

Unggul dalam bidang studi keislaman berwawasan kebangsaan

Misi:

1. Menghasilkan sarjana yang ahli dalam ilmu-ilmu keislaman.
2. Menghasilkan sarjana yang berkarakter, professional, dan mandiri.

3. Menghasilkan karya-karya ilmiah yang berkualitas dan bermanfaat bagi masyarakat.

B. Visi, Misi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam merupakan salah satu Fakultas di IAIN Bengkulu berdasarkan peraturan Menteri Agama nomor 35 Tahun 2012. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam memiliki dua program studi Ekonomi Syariah dan Perbankan Syariah. Pada mulanya program studi Ekonomi Syariah dan Perbankan Syariah ini berada dibawah naungan fakultas syariah dan ekonomi syariah. Penggabungan antara jurusan syariah dan ekonomi dalam suatu fakultas menjadi diskusi panjang baik kalangan civitas akademika IAIN Bengkulu maupun masyarakat karena dari sisi akademik IAIN Bengkulu maupun masyarakat karena dari sisi akademik dan keilmuan kurang tepat (kurang tepat dipaksakan).

Selain itu, perkembangan lembaga keuangan syariah baik perbankan maupun non perbankan yang begitu pesat mendorong IAIN Bengkulu untuk mendirikan fakultas tersendiri yang khusus menyelenggarakan pendidikan ekonomi dan bisnis Islam.

Fakultas ekonomi dan bisnis islam telah melahirkan alumni-alumni yang berkompeten. Alumni fakultas ekonomi dan bisnis Islam telah banyak bekerja diinstansi pemerintah seperti menjadi pegawai negeri sipil (PNS) di kementerian Agama, pegawai perbankan dan non bank, sebagai dosen di Perguruan tinggi dan guru disekolah/madrasah yang tersebar di provinsi Bengkulu. Profesi guru bagi alumni fakultas ekonomi dan bisnis Islam sesuai

dengan pernyataan mahkamah konstitusi (MK) bahwa sarjana yang berasal dari jurusan di luar jurusan pendidikan dapat menjadi guru. Hal ini dinyatakan dalam putusan yang menolak permohonan ujian materi pasal 8, 9, dan 10 Undang-undang nomor 14 Tahun 2015 tentang Guru dan Dosen.[81]

1. **Visi:**

   Unggul dalam kajian dan pengembangan Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam yang memadukan sains dan berjiwa kewirausahaan di Asia Tenggara tahun 2037.

2. **Misi:**

   a) Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran yang efektif, dinamis, dan profesional dalam bidang ekonomi syariah, sains dan kewirausahaan.
   b) Melaksanakan penelitian dalam bidang ekonomi syariah, sains dan kewirausahaan.
   c) Melaksanakan pengabdian masyarakat dalam bidang ekonomi syariah, sains dan kewirausahaan
   d) Menjalin kerjasama secara produktif dengan lembaga keuangan syariah di tingkat lokal, nasional, dan internasional.

3. **Nilai Dasar:**

   a) Cerdas
   b) Ikhlas
   c) Berakhlak mulia

[81] *sumber: data Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam 2016*

d) Jujur dan Bertanggung jawab

e) Disiplin

f) Berdaya saing

g) Mandiri

h) Kerjasama *(Teamwork)*

4. Kopetensi lulusan program studi Ekonomi Syariah, antara lain:

a) Menguasai teori dan pemikiran ekonomi dalam kerangka mikro dan makro ekonomi serta mampu mengembangkannya dalam konteks ekonomi saat ini.

b) Menguasai teori-teori ilmu dan metodologi ekonomi Islam dan implementasinya dalam pengembangan system ekonomi yang berkeadilan di atas nilai-nilai syariah.

c) Mampu mengembangkan substansi ekonomi syariah ke dalam model ekonomi secara matematis.

d) Memilki kemampuan analisis kuantitatif dan kualitatif yang memadai untuk mengembangkan penelitian dan penulisan karya ilmiah di bidang ilmu ekonomi syariah.

e) Mampu merumuskan solusi dan strategi terhadap problem ekonomi dan pembangunan ekonomi masyarakat yang berkeadilan.

f) Memahami konsep moneter dengan perspektif ekonomi syariah dan pengembangannya dalam investasi dan instrument keuangan syariah.[82]

[82] *sumber: data Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam 2016*

g) Menguasai teori keuangan dan implementasinya dalam desain instrument keuangan berbasis syariah.

Tujuan:

a) Dapat mewujudkan perencanaan ekonomi dan pembangunan berbasis syariah.
b) Analisis kebijakan fiscal, moneter, dan keuangan syariah.
c) Tenaga Ahli bidang keuangan syariah.
d) Akademisi penelitian, dan
e) Konsultasi bidang keuangan syariah.

5. Kopetensi Lulusan Program Studi Perbankan Syariah, antara lain:

a) Memahami akad transaksi syariah secara koprehensif serta penerapannya dalam mendesain, mengoperasionalkan, memasarkan produk dan jasa bank syariah.
b) Terampil dalam mengaplikasikan teknologi informasi, dan pengembangannya pada produk dan jasa syariah.
c) Terampil dalam menyusun, menganalisis, dan audit laporan keuangan syariah serta melakukan evaluasi terhadap kinerja bank syariah.
d) Menguasai teori keuangan dan implementasinya dalam mendesain produk bank syariah yang kompetitif dan berdaya saing tinggi serta pengelolaan investasi dana bank syariah.
e) Memiliki kemampuan analisis kuantitaif dan kualitatif terhadap persoalan bank syariah sebagai dasar pengembangan penelitian sebagai dasar pembangunan penelitian dan penulisan karya ilmiah.

f) Memiliki integritas moral, etika dan sikap professional dalam berpikir di industry bank syariah.

Tujuan:

a) Praktisi ekonomi dan kuangan syariah, manager, officer.

b) Penggerak dan innovator lembaga keuangan syariah.

c) Akademisi dan peneliti.[83]

6. Kopetensi lulusan Program Studi Zakat dan Wakaf, antara lain:

a) Tenaga ahli zakat/wakaf.

b) Praktisi BAS/LAZ.

c) Manajer BAS/LAZ.

d) Pengawas syariah.

e) Legal officer BAS/LAZ.

f) Konsultan pemberdayaan zakat dan wakaf..

g) Peneliti.

h) Akademisi bidang zakat dan wakaf.

i) Motivator/penggerak zakat dan wakaf.

7. Kopetensi lulusan Program Studi Manajemen Haji dan Umrah, antara lain:

a) Organizer haji dan umrah.

b) Biro jasa perhajian dan umrah.

c) Tenaga badan pengelola keuangan haji Indonesia.

d) Ahli manajemen penyelenggaraan haji dan umrah.

[83] sumber: *Data Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam 2016*

e) Ahli perencanaan dan pengawasan penyelenggaraan haji dan umrah.

f) Ahli manajemen SDM penyelenggaraan haji dan umrah.

g) Konsultan haji dan umrah.

h) Tenaga admin haji dan umrah.

C. Data mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam memiliki mahasiswa aktif pada angkatan 2012-2017 berjumlah sebanyak 2075 mahasiswa yang tercatat pada tahun ajaran 2016-2017 dengan perincian sebagai berikut:

1. Jumlah mahasiswa program studi Ekonomi Syariah sebanyak 985 Mahasiswa, Adapun Kelas Angkatan 2016-2017 terdiri dari 6 kelas. Kelas A dengan jumlah 35 orang, Kelas B dengan jumlah 35 orang, Kelas C dengan jumlah 35 orang, Kelas D dengan jumlah 35 orang, Kelas E dengan jumlah 37 orang, Kelas F dengan jumlah 39 orang. Adapun Kelas Angkatan 2015-2016 terdiri dari 6 kelas. Kelas A dengan jumlah 39 orang, Kelas B dengan jumlah 40 orang, Kelas C dengan jumlah 30 orang, Kelas D dengan jumlah 38 orang, Kelas E dengan jumlah 39 orang, Kelas F dengan jumlah 36 orang. Adapun Kelas Angkatan 2014-2015 terdiri dari 5 kelas. Kelas A dengan jumlah 40 orang, Kelas B dengan jumlah 41 orang, Kelas C dengan jumlah 39 orang, Kelas D dengan jumlah 39 orang, dan Kelas E dengan jumlah 39 orang. Adapun Kelas Angkatan 2013-2014 terdiri dari 6 kelas. Kelas A dengan jumlah 29 orang, Kelas B dengan jumlah 30 orang, Kelas C dengan jumlah 31 orang, Kelas D dengan jumlah 31 orang, Kelas E dengan jumlah 30 orang, Kelas F dengan jumlah

34 orang. Adapun Kelas Angkatan 2012-2013 terdiri dari 5 kelas. Kelas A dengan jumlah 33 orang, Kelas B dengan jumlah 34 orang, Kelas C dengan jumlah 31 orang, Kelas D dengan jumlah 33 orang, dan Kelas E dengan jumlah 33 orang.

2. Jumlah mahasiswa program studi Perbankan 1005 Mahasiswa, Adapun Kelas Angkatan 2016 terdiri dari 6 kelas. Kelas A dengan jumlah 35 orang, Kelas B dengan jumlah 34 orang, Kelas C dengan jumlah 35 orang, Kelas D dengan jumlah 35 orang, Kelas E dengan jumlah 37 orang, Kelas F dengan jumlah 37 orang. Adapun Kelas Angkatan 2015 terdiri dari 7 kelas. Kelas A dengan jumlah 39 orang, Kelas B dengan jumlah 39 orang, Kelas C dengan jumlah 40 orang, Kelas D dengan jumlah 38 orang, Kelas E dengan jumlah 35 orang, Kelas F dengan jumlah 38 orang, kelas G dengan jumlah 40 orang. Adapun Kelas Angkatan 2014 terdiri dari 7 kelas. Kelas A dengan jumlah 39 orang, Kelas B dengan jumlah 40 orang, Kelas C dengan jumlah 39 orang, Kelas D dengan jumlah 39 orang, Kelas E dengan jumlah 39 orang, Kelas F dengan jumlah 39 orang, kelas G dengan jumlah 39 orang. Adapun Kelas Angkatan 2013 terdiri dari 8 kelas. Kelas A dengan jumlah 34 orang, Kelas B dengan jumlah 33 orang, Kelas C dengan jumlah 33 orang, Kelas D dengan jumlah 33 orang, Kelas E dengan jumlah 32 orang, Kelas F dengan jumlah 30 orang, kelas G dengan jumlah 30 orang, dan kelas H dengan jumlah 24 orang.
3. Jumlah mahasiswa Program Studi Manajemen Haji Dan Umroh angkatan Tahun 2016 sebanyak 8 orang.

4. Jumlah mahasiswa program studi Zakat dan Wakaf 77 Mahasiswa. Adapun Angkatan 2016 terdiri dari 1 kelas dengan jumlah 26 orang. Angkatan tahun 2015 terdiri dari 1 kelas dengan jumlah 18 orang. Angkatan 2014 terdiri dari 1 kelas dengan jumlah 18 orang. Angkatan2013 terdiri dari 1 kelas dengan jumlah 17 orang.

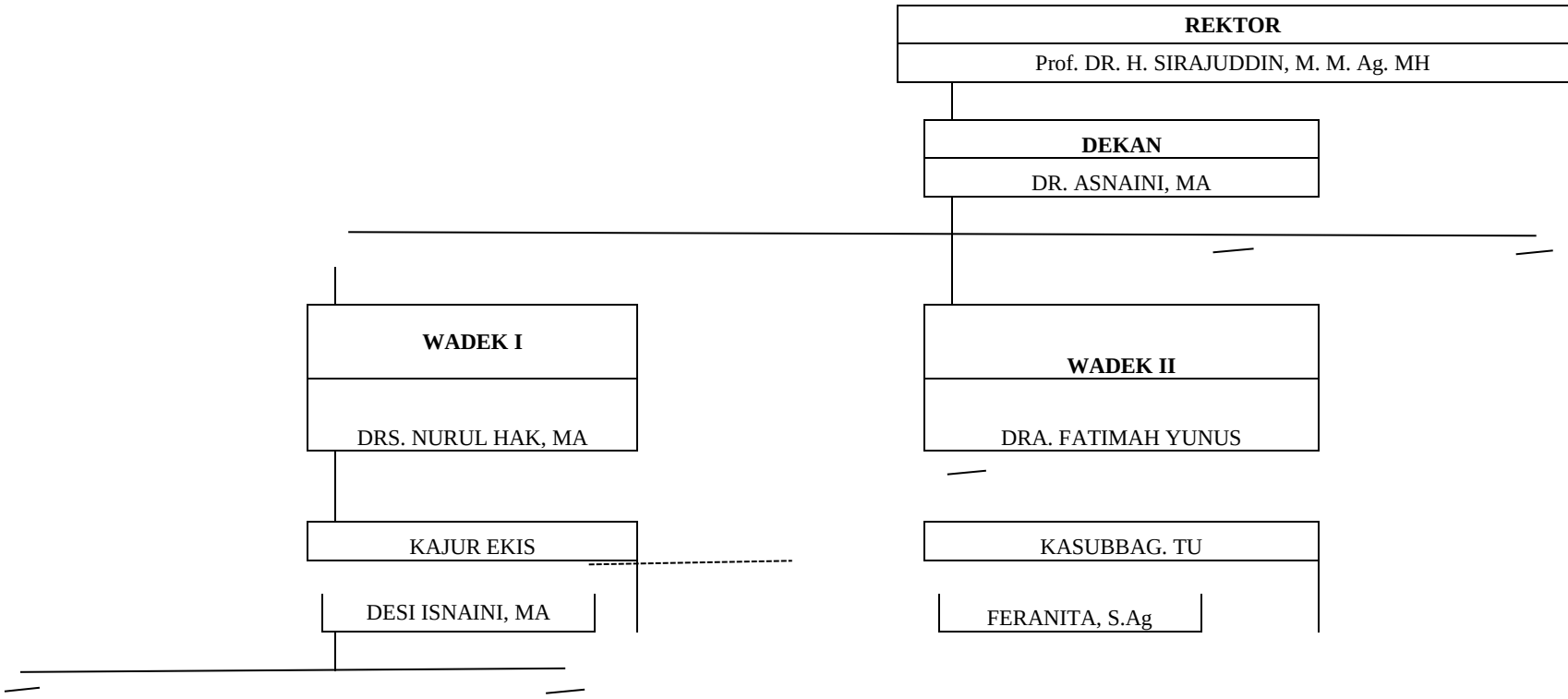
Table 1.1

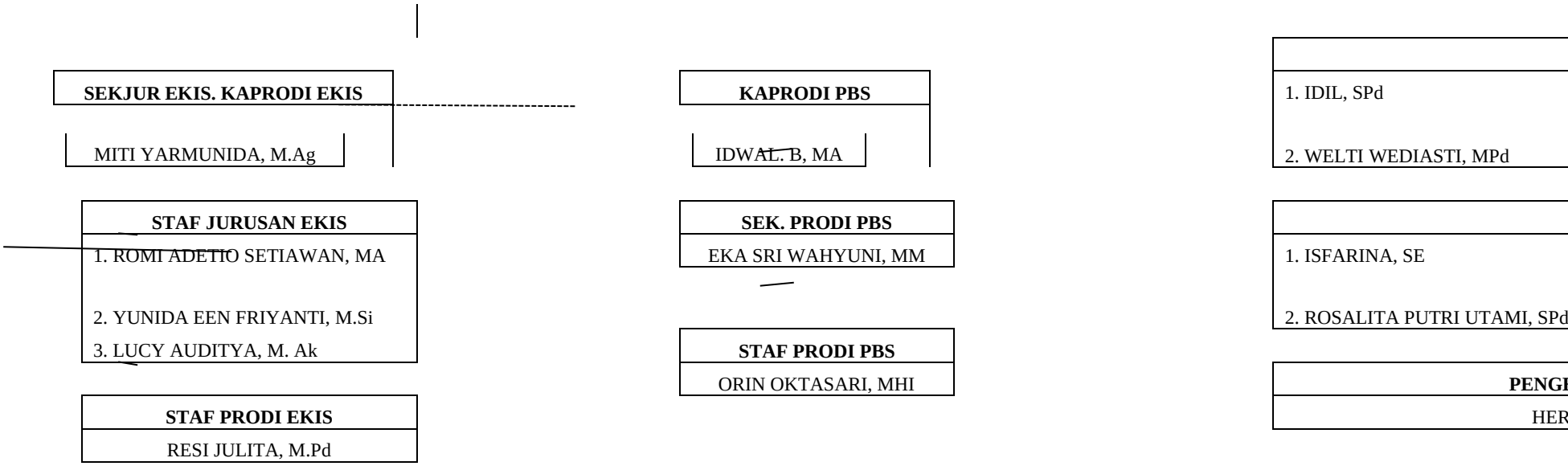
Rincian jumlah mahasiswa berdasarkan Program Studi di FEBI IAIN Bengkulu tahun 2016/2017

No	Tahun 2016/2017	Ekonomi Syariah	Perbankan Syariah	Manajemen Haji dan Umrah	Zakat dan wakaf
1	Angkatan 2016	216	213	8	26
2	Angkatan 2015	222	269	-	18
3	Angkatan 2014	198	274	-	18
4	Angkatan 2013	185	249	-	17
5	Angkatan 2012	164	-	-	-
Jumlah		985	1005	8	79

sumber: *Data Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tahun 2016*

STRUKTUR ORGANISASI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKUL





sumber: Data Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tahun 2016

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Latar Belakang Mahasiswa Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Bengkulu melakukan belanja online.

Adapun wawancara yang dilakukan oleh penulis sebagai hasil pendukung penelitian ini agar dapat menyempurnakan penelitian dan menjadi lebih akurat. Maka penulis mendapatkan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Nur Sinta, jenis kelamin perempuan, umur 22 Tahun, produk yang dibeli baju dan tas, lama belanja online sekitar setahun.

   Dari wawancara yang penulis lakukan berdasarkan pedoman wawancara yang ada maka informan mengungkapkan bahwa memilih belanja online itu "*karena malas untuk ke pasar, awal mula belanja online itu karena diri sendiri, untuk perbandingan harganya menurut saya sama saja, saya juga memperkenalkan belanja online ke orang terdekat, hal-hal yang membuat saya tertarik belanja online itu lebih mudah tidak perlu ke pasar dan modelnya unik dan jarang ditemukan dipasar,kelebihan belanja online daripada offline itu lebih efisien karena hanya modal gadget dan transfter, toko online yang saya kunjungi kurang lebih 8 sampai 9 olshop, produk yg sering di beli yaitu baju karena modelnya unik".*

   Pada pertanyaan selanjutnya peneliti menanyakan kepada Nur Sinta tentang hal yang menjadi pertimbangan dalam belanja online menurutnya yaitu "*ownernya menetap di Bengkulu"*. Selanjutnya mengenai bagaimana

cara memilih toko-toko online yang informan kunjungi, informan mengatakan "*berdasarkan gambar produk yang disajikan dgn melihat harga di toko-toko online lainnya"*. Sedangkan menurut Nur Sinta mengenai berapa kali dalam satu bulan melakukan belanja online, informan menjawab "*jarang melakukan pembelian kadang-kadang 3 bulanan"*.

Pertanyaan tentang berapa persentase dari kiriman orang tua yang digunakan untuk membeli barang secara online, informan mengatakan "*tidak menentu, saya tidak membuat badget untuk belanja online, kalau lagi mau saja"*. Selanjutnya mengenai berapa lama waktu yang dihabiskan sebelum membuat keputusan untuk membeli produk tertentu pada satu toko online, informan menjelaskan "*tergantung produknya, kadang bisa sekali lihat langsung minat, ada yang menunggu sampai satu minggu baru saya minat"*.

Selanjutnya mengenai perasaan yang muncul setelah informan berbelanja online dan bagaimana keamanan serta kenyamanan belanja online, Nur Sinta mengatakan "*tidak merasa puas, saya merasa biasa saja soalnya harga sesuai dengan barang yang saya terima dan untuk keamanan dan kenyamanan menurut saya cukup aman karena ownernya menetap di Bengkulu"*.[84]

2. Dedes Paslinda, jenis kelamin perempuan, umur 20 Tahun, lama belanja online sejak SMA, produk yang dibeli baju dan tas

Dari wawancara yang penulis lakukan berdasarkan pedoman wawancara yang ada maka Dedes Paslinda mengungkapkan bahwa memilih

[84] hasil wawancara mahasiswa Nur Sinta, hari Rabu , Tanggal 4 januari 2017, pukul 10.00

belanja online "*biar mudah idak susah nyari-nyari ke pasar, awal mula belanja online itu awalnyo diajak samo ayuk, untuk perbandingan harganyo menurut aku sedikit lebih murah soalnyo pake ongkir, aku idak pernah memperkenalkan atau berbagi informasi belanja online ke kawan, hal yang membuat aku tertarik belanja online ialah kalo di foto produknyo bagus, kelebihan belanja online jika dibandingkan offline itu lebih mudah dan idak perlu capek atau panas-panasan , toko online yang aku kunjungi kurang lebih 3 olshop, produk yg sering di beli yaitu baju"*.

Pada pertanyaan selanjutnya peneliti menanyakan kepada Dedes Paslinda tentang hal yang menjadi pertimbangan dalam belanja online menurutnya yaitu "*idak pernah memikirkan pertimbangan"*. Selanjutnya mengenai bagaimana cara memilih toko-toko online yang informan kunjungi, Dedes Paslinda mengatakan *"membandingkan olshop satu dengan olshop lainnyo"*. Sedangkan menurut Dedes Paslinda mengenai berapa kali dalam satu bulan melakukan belanja online, "*aku melakukan belanja online 1 kali dalam satu bulan"*.

Pertanyaan selanjutnya tentang berapa persentase dari kiriman orang tua yang digunakan untuk membeli barang secara online, Dedes Paslinda mengatakan *"sekitar 10%"*. Selanjutnya mengenai berapa lama waktu yang dihabiskan sebelum membuat keputusan untuk membeli produk tertentu pada satu toko online, Dedes Paslinda mengatakan "*biso sampai seharian, 5 hari, bahkan seminggu"*.

Selanjutnya mengenai perasaan yang muncul setelah informan berbelanja online dan bagaimana keamanan serta kenyamanan belanja online, Dedes Paslinda mengatakan "*puas dan pernah meraso kecewa karno bahannya tipis dan untuk keamanan dan kenyamanannyo meraso biaso ajo".*[85]

3. Widia Aprinelti, jenis kelamin perempuan, umur 21 Tahun, lama belanja online ± 2 Tahun, produk yang dibeli baju.

Dari wawancara yang penulis lakukan berdasarkan pedoman wawancara yang ada maka Widia Aprinelti mengungkapkan bahwa memilih belanja online *"produknyo bagus-bagus, awal mulanyo belanja online itu karno diri sendiri, untuk perbandingan hargonyo menurut aku samo ajo, Widia juga saling tukar informasi, memperkenalkan belanja online ke kawan, hal-hal yang membuat Widia tertarik belanja online biso bebas melihat produk tanpa harus capek, kelebihan dari belanja online ialah barang langsung diantar alamat kalo di pasar capek keliling, toko online yang Widia kunjungi banyak nian, produk yg sering di beli yaitu baju dan tas karno selalu berganti model".*

Pada pertanyaan selanjutnya peneliti menanyakan kepada Widia Aprinelti tentang hal yang menjadi pertimbangan dalam belanja online menurutnya ialah "*idak mikiri pertimbangan apo-apo".* Selanjutnya mengenai bagaimana cara memilih toko-toko online yang Widia kunjungi, "*Widia tanyo alamat olshop itu dimano, nama tokonyo dan identitas penjual yang paling*

[85] hasil wawancara mahasiswa Dedes Paslinda, hari Rabu , Tanggal 4 januari 2017, pukul 10.20

penting". Sedangkan menurut Widia Aprinelti mengenai berapa kali dalam satu bulan melakukan belanja online, "*kalo banyak duit Widia biso belanjo 1 kali dalam satu bulan"*. Pertanyaan tentang berapa persentase dari kiriman orang tua yang digunakan untuk membeli barang secara online, Widia mengatakan *"kurang lebih 10%"*. Selanjutnya mengenai berapa lama waktu yang dihabiskan sebelum membuat keputusan untuk membeli produk tertentu pada satu toko online, Widia menjelaskan "*kalo Widia cukup 1 hari ajo"*.

Selanjutnya mengenai perasaan yang muncul setelah informan berbelanja online dan bagaimana keamanan serta kenyamanan belanja online, Widia Aprinelti mengatakan "*puas dan pernah jugo kecewa waktu pertama-tama tahu kek olshop, dan untuk keamanan dan kenyamanan menurut Widia aman"*.[86]

4. Desi Ariani, jenis kelamin perempuan, umur 20 Tahun, lama belanja online ± 3 bulan, produk yang dibeli baju.

Dari wawancara yang penulis lakukan berdasarkan pedoman wawancara yang ada maka informan mengungkapkan bahwa memilih belanja online "*karena efisiensi biaya dan waktu, awal mula belanja online atas kehendak sendiri, untuk perbandingan harganya menurut saya lebih murah, saya juga memperkenalkan belanja online terutama jika ada produk-produk yang baru biasanya saya atau teman saling memberitahukan informasi tersebut, hal yang membuat saya tertarik untuk belanja online karena produk yang ditawarkan cukup banyak dan bervariasi dan saya dapat melihat atau*

[86] hasil wawancara mahasiswa Widia Aprinelti, hari Rabu , Tanggal 4 januari 2017, pukul 10.40

bertanya langsung kepada penjual mengenai produk yang saya minati. Kelebihan belanja online jika dibandingkan offline karena waktunya 24 jam dan bisa kapan saja melihat. toko online yang saya kunjungi kurang lebih 3 olshop, produk yg sering di beli yaitu baju karena banyak variasi selalu terbaru".

Pada pertanyaan selanjutnya peneliti menanyakan kepada Desi Ariani tentang hal yang menjadi pertimbangan dalam belanja online menurutnya yaitu "*untuk tempat biasanya nyari lokasi disekitar Bengkulu saja".* Selanjutnya mengenai bagaimana cara memilih toko-toko online yang informan kunjungi, "*mengenai pilihan olshop saya biasanya mendengarkan rekomendasi dari orang-orang terdekat yang sering belanja online dan saya juga nantinya membandingkan antara olshop satu dengan yang lain, perbandingannya itu sendiri melihat dari harga produk yang sama atau sejenis antara olshop satu dengan olshop lainnya".*

Menurut Desi Ariani mengenai berapa kali dalam satu bulan melakukan belanja online, Desi Ariani menjawab "*baru satu kali dalam tiga bulan terakhir".*

Pertanyaan tentang berapa persentase dari kiriman orang tua yang digunakan untuk membeli barang secara online, *Desi Ariani "mengatakan sekitar kurang lebih 15%".* Selanjutnya mengenai berapa lama waktu yang dihabiskan sebelum membuat keputusan untuk membeli produk tertentu pada satu toko online, Desi Ariani mengatakan "*saya bisa menghabiskan waktu dalm 2 jam atau satu hari tergantung produknya".*

Selanjutnya mengenai perasaan yang muncul setelah informan berbelanja online dan bagaimana keamanan serta kenyamanan belanja online, Desi Ariani mengatakan "*tidak merasa puas, karena kurang tepat waktu dalam pengiriman sebagaimana dijanjikan. Untuk keamanan dan kenyamanan saya merasa cukup nyaman tetapi ada rasa takut dalam diri apalagi uang yang saya kluarkan cukup besar untuk membeli produk tersebut".*[87]

5. Gita Permata Sari, jenis kelamin perempuan, umur 21 Tahun, lama belanja online sejak kuliah, produk yang dibeli baju atau tas

Dari wawancara yang penulis lakukan berdasarkan pedoman wawancara yang ada maka informan mengungkapkan bahwa memilih belanja online karena "*mudah, awal mula belanja online itu awalnyo ajakan kawan, untuk perbandingan antara belanja online dan offline harganyo menurut ambo idak jauh beda hampir samo, ambo juga perkenalkan belanja online ke kawan dan saling bertukar informasi, hal-hal yang membuat ambo tertarik dalam belanja online kareno barangnyo bagus, modern, cantik, kelebihan dari belanja online jika dibandingkan belanja offline ialah kareno mudah idak perlu proses menggunakan tenaga seperti belanja offline. toko online yang ambo kunjungi kurang lebih 8 toko online kareno banyak untuk perbandingan harga ajo. Produk yg sering di beli yaitu baju, tas kareno modelnyo bervariasi".*

[87] hasil wawancara mahasiswa Desi Ariani, hari Rabu , Tanggal 4 januari 2017, pukul 11.00

Pada pertanyaan selanjutnya peneliti menanyakan kepada Gita Permata Sari tentang hal yang menjadi pertimbangan dalam belanja online menurut Gita Permata Sari yaitu "*idak pernah mempertimbangkan".* Selanjutnya mengenai bagaimana cara memilih toko-toko online yang informan kunjungi, Gita Permata Sari mengatakan *"kenal membernyo".* Sedangkan menurut Gita Permata Sari mengenai berapa kali dalam satu bulan melakukan belanja online, Gita menjawab "*jarang membeli kapan ado duit ajo".*

Pertanyaan tentang berapa persentase dari kiriman orang tua yang digunakan untuk membeli barang secara online, informan mengatakan "*idak menentu, kurang lebih 10%".* Selanjutnya mengenai berapa lama waktu yang dihabiskan sebelum membuat keputusan untuk membeli produk tertentu pada satu toko online, Gita Permata Sari mengatakan hanya dalam waktu 3 hari.

Selanjutnya mengenai perasaan yang muncul setelah informan berbelanja online dan bagaimana keamanan serta kenyamanan belanja online, Gita Permata Sari mengatakan "*meraso biaso ajo, pernah barang yang dikirim idak sesuai jugo, dan untuk keamanan dan kenyamanan menurut ambo biaso ajo".*[88]

6. Anik Hardiyanti, jenis kelamin perempuan, umur 21tahun, lama belanja online 3 Bulan, produk yang dibeli baju dan tas.

Dari wawancara yang penulis lakukan berdasarkan pedoman wawancara yang ada maka Anik Hardiyanti mengungkapkan bahwa memilih belanja online karena "*lebih gampang, awal mula belanja online itu awalnya*

[88] hasil wawancara mahasiswa Gita Permata Sari, hari Rabu , Tanggal 4 januari 2017, pukul 11.15

ajakan teman, untuk perbandingan antara belanja online dan offline harganya menurut saya lebih murah, saya juga memperkenalkan dan saling tukar informasi tentang belanja online ke teman, hal-hal yang membuat saya tertarik dalam belanja online karena lebih praktis, lebih murah, lebih banyak pilihan model, kelebihan dari belanja online jika dibandingkan belanja offline ialah waktunya tersedia 24 jam. toko online yang saya kunjungi kurang lebih 3 toko online. Produk yg sering di beli yaitu baju, tas karena modelnya bervariasi".

Pada pertanyaan selanjutnya peneliti menanyakan kepada Anik Hardiyanti tentang hal yang menjadi pertimbangan dalam belanja online menurut Anik Hardiyanti, "*saya tidak memikirkan pertimbangan".* Selanjutnya mengenai bagaimana cara memilih toko-toko online yang informan kunjungi, Anik Hardiyanti mengatakan *"bahwa saya hanya membandingkannya dari toko online yang lain".* Sedangkan menurut Anik Hardiyanti mengenai berapa kali dalam satu bulan melakukan belanja online, Anik menjawab "*3 kali dalam 3 bulan".*

Pertanyaan tentang berapa persentase dari kiriman orang tua yang digunakan untuk membeli barang secara online, Anik Hardiyanti mengatakan "*15% saya habiskan untuk belanja online".* Selanjutnya mengenai berapa lama waktu yang dihabiskan sebelum membuat keputusan untuk membeli produk tertentu pada satu toko online, Anik Hardiyanti mengatakan "*cukup 2 jam".*

Selanjutnya mengenai perasaan yang muncul setelah informan berbelanja online dan bagaimana keamanan serta kenyamanan belanja online, Anik Hardiyanti mengatakan "*senang karena sesuai harga dan pernah juga kecewa serta untuk keamanan dan kenyamanan menurut saya juga aman*".[89]

Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang melatarbelakangi mahasiswa ekonomi syariah IAIN Bengkulu memilih belanja yakni karena lebih mudah, waktu yang dipakai relatif sedikit daripada belanja secara offline yang membutuhkan waktu yang relative sangat lama, tempat fleksibel, dalam hal ini berbelanja online otomatis dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja terutama bagi mahasiswa Ekonomi Syariah jika dibandingkan belanja ke toko atau mall. Ada kalanya sebuah barang yang konsumen cari sangat sulit didapat di tempat tinggal konsumen. Diberbagai toko online harga lebih murah dibandingkan harga yang ada di toko offline.

Informan khususnya mahasiswa Ekonomi Syariah mengatakan pada saat akan melakukan pembelian secara online hal pertama yang dilihat yaitu tampilan gambar yang dipasarkan melalui situs belanja online, dari tampilan tersebut membuat informan memutuskan untuk langsung membeli barang yang diinginkan tanpa mempertimbangkan lebih matang. Selain dari tampilan gambar yang membuat tertarik untuk membeli barang melalui belanja online fashion, yang kedua dilihat informan yaitu bahan dari barang yang akan dibeli.selain itu juga karena pengaruh lingkungan.

[89] hasil wawancara mahasiswa Anik Hardiyanti, hari Rabu , Tanggal 4 januari 2017, pukul 11.25

Toko online tersedia waktu 24 jam. Mahasiswa bisa kapan saja membeli beberapa fitur toko online dengan berbagai jenis harga, bahan dan model pakaian untuk segala usia dengan hanya modal gadget. Dari kiriman orang tua yang digunakan untuk membeli barang secara online dalam satu bulan menghabiskan 10% – 25 %. Para pemilik toko online dapat memberikan tabungan ekstra kepada mahasiswa dengan menawarkan produk di bawah harga grosir. Sebelum membeli mahasiswa akan menemukan beberapa toko online yang memungkinkan pelanggan memberikan komentar atau menilai sebuah barang yang telah mereka beli.

Pembelian melalui belanja online yang dilakukan informan sebagian besar untuk membeli produk fashion yang sedang marak dikalangan mahasiswa dan dari beragam produk fashion tersebut sebagian besar informan mengatakan bahwa baju merupakan barang yang sering dibeli oleh informan melalui online shopping. Hal ini sesuai bahwa jenis produk fashion yang paling banyak dibeli konsumen adalah baju karena frekuensi pemakaian yang paling sering, sedangkan jenis produk lainnya seperti tas, sepatu, asesoris, jilbab, dan makanan tidak sesering membeli baju karena pemakaiannya bisa berulang kali tanpa terlihat mencolok.

B. Perilaku Mahasiswa Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negari Bengkulu yang melakukan belanja online perspektif ekonomi Islam

Dalam pespektif ekonomi Islam perilaku konsumen didasarkan pada filosofi ketuhanan sehingga dalam setiap aktivitasnya memenuhi kebutuhan konsumen dituntut agar selalu berpedoman pada prinsip tauhid, khilafah, dan

juga keadilan. Prinsip tersebut mengajarkan individu akan kesadaran moral untuk hidup dalam kepatuhan dengan beribadah kepada Allah, dan bertanggungjawab terhadap setiap yang dilakukannya terutama dalam hal konsumsi. Konsumsi merupakan seruan dari Allah kepada manusia untuk hidupnya didunia agar dapat menjalankan khalifah dibumi, namun Islam membatasi pembolehan ini kepada pemborosan, kemewahan, kesombongan seperti dalam firman Allah:

۞ يَٰبَنِيٓ ءَادَمَ خُذُواْ زِينَتَكُمۡ عِندَ كُلِّ مَسۡجِدٖ وَكُلُواْ وَٱشۡرَبُواْ وَلَا تُسۡرِفُوٓاْۚ إِنَّهُۥ لَا يُحِبُّ ٱلۡمُسۡرِفِينَ ٣١

artinya:
Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di Setiap (memasuki) masjid, Makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sungguh Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan. (Q.S Al-A'raaf ayat 31).[90]

Pembatasan tersebut diberikan agar manusia mengendalikan keinginannya sehingga dapat membawa kemanfaatan dan bukan kerugian bagi kehidupan dunia dan akhirat. Mengkonsumsi suatu barang, konsumen tidak semata-mata bertujuan memaksimumkan kepuasan, tetapi selalu memperhatikan apakah barang itu israf atau tidak, tabzir atau tidak, memudharatkan masyarakat atau tidak, dan lain sebagainya.

Ketakwaannya kepada Allah dan kepercayaannya kepada hari kiamat membuatnya tidak materialistik dan senantiasa memperhatikan anjuran syariat untuk berbuat kebaikan kepada orang lain, baik dalam bentuk berderma,

[90] Departemen Agama RI, *Mushaf Al-Quran Terjemah* (Depok: Al-Huda Kelompok Gema Insani, edisi tahun 2002), h. 155

bersedekah, menyantuni anak yatim, maupun mengeluarkan zakat harta, dan sebagainya, semata-mata berharap keridhaan Allah SWT. Menurut Abdul Manan perintah Islam mengenai konsumsi dikendalikan lima prinsip, yaitu prinsip keadilan ini mengenai mencari rezeki yang halal dan tidak dilarang hukum, prinsip kebersihan bahwa makanan harus baik dan cocok untuk dimakan, prinsip kemurahan hati, prinsip moralitas, dan prinsip kesederhanaan. Di dalam prinsip kesederhanaan ini mengatur perilaku manusia baik mengenai makan, minum, pakaian atau kediaman agar tidak berlebihan. Sederhana dalam konsumsi memberi keseimbangan diantara dua cara hidup yang ekstrim yaitu paham yang menghanyutkan manusia dalam kehidupan mewah *(israf)*, bermegah-megahan serta mementingkan hawa nafsu.

Diketahui ada rukun jual beli yaitu ada pihak-pihak yang berakad yaitu ada penjual dan pembeli, *sighat* atau *ijab qabul*, barang atau uang yakni barang yang dijadikan objek transaksi itu mestinya sesuatu yang diketahui secara transparan baik kuantitas maupun jumlahnya, baik timbangannya dan takarannya harus jelas. Selain rukun, adapun persyaratan dalam jual beli yaitu balihg (berakal), beragama Islam, barang yang diperjualbelikan suci, bermanfaat, barang yang diperjualbelikan harus diketahui banyak, berat atau jenisnya. Dalam belanja online juga terdapat rukun dan syarat yakni, pihak yang berakad ada penjual dan pembeli, *sighat* atau *ijab qabul* dalam belanja online bentuk *sighat* yang harus dilakukan adalah dengan cara tulisan, penjual harus menulis, syarat dan kondisi apa saja yang terdapat dalam transaksi

tersebut, sehingga terjadi keterbukaan antara penjual dan pembeli, barang atau objek akad harus jelas hal ini bertujuan untuk menjaga agar tidak terjadi penipuan oleh penjual, tujuan pokok akad tersebut harus sesuai dengan syariat. Sehingga belanja online tidak boleh menjual barang yang tidak sesuai dengan aturan syariat. Sedangkan syarat sah akad adalah tidak terdapatnya lima hal perusak sahnya dalam akad yaitu ketidakjelasan jenis, adanya paksaan, membatasi kepemilikan terhadap suatu barang, terdapat unsur penipuan, terdapat bahaya dalam pelaksanaan akad apabila dilanjutkan. Seperti halnya perilaku mahasiswa ekonomi syariah yang melakukan belanja online ini belum mendasari prinsip ekonomi Islam karena ada beberapa mahasiswa melakukan belanja online adanya ketidaksesuaian jenis barang yang diinginkan oleh mahasiswa Ekonomi Syariah, maka tidak sesuai dengan rukun dan syarat sahnya akad dalam belanja online, karena syarat akad adalah tidak terdapatnya perusak sahnya akad, yaitu ketidakjelasaan jenis barang, terdapat unsur penipuan. Jika mengkonsumsi sesuatu mendatangkan kemafsadatan dalam diri atau lingkungan maka tindakan itu harus ditinggalkan jadi perilaku seseorang harus senantiasa mengacu pada tujuan syariat yaitu memelihara maslahah dan menghindari mudarat. Sedangkan perilaku mahasiswa ekonomi syariah sebagian besar membelanjakan uangnya untuk membeli produk *fashion* secara online dengan kemubaziran (sia-sia) karena pembelian dilakukan setiap satu bulan sekali. Ini belum sesuai dengan nilai-nilai Islam dalam konsumsi. Nilai-nilai Islam yang harus diaplikasikan dalam konsumsi yaitu pertama, seimbang dalam konsumsi, Islam mewajibkan

pemilik harta agar menafkahkan sebagian hartanya untuk kepentingan diri, keluarga. Islam mengharamkan sifat kikir dan menghamburkan harta. Kedua, membelanjakan harta pada bentuk yang dihalalkan dan dengan cara yang baik. Ketiga, larangan bersikap israf (royal) dan tabzir (sia-sia). Perilaku mahasiswa Ekonomi Syariah hanya memuaskan keinginan semata. Padahal dalam ajaran Islam mengurangi konsumsi suatu barang sebelum mencapai kepuasan maksimal adalah prinsip konsumen yang diajarkan Rasulullah.

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian tentang faktor-faktor yang melatar belakangi mahasiswa ekonomi syariah IAIN Bengkulu memilih belanja online. Dapat disimpulkan :

1. Faktor-faktor yang melatar belakangi mahasiswa Ekonomi Syariah dalam melakukan belanja online: Pertama, Waktu dan tempat fleksibel. Kedua, harga relatif terjangkau. Ketiga, pilihan produk yang lebih variatif.
2. Perspektif Ekonomi Islam terhadap perilaku mahasiswa Ekonomi Syariah yang melakukan belanja online: pada penelitian ini prakteknya belum sesuai syariat Ekonomi Islam, karena dalam belanja online adanya ketidaksesuaian produk yang diinginkan oleh mahasiswa.

B. Saran

Untuk memperoleh hasil dari penelitian ini agar dapat bermanfaat bagi siapapun yang bersangkutan, maka peneliti memberi saran berupa:

1. Kepada mahasiswa yang cenderung memilih belanja online dalam memenuhi kebutuhan yaitu bahwa belanja online memberikan berbagai kemudahan yang instan dalam transaksinya, selain itu juga sebagai pertimbangan sebagai mahasiswa membuktikan bahwa belanja online juga menimbulkan kekecewaan. Kewaspadaan terhadap pengguna belanja online sebaiknya menjadi pertimbangan bagi semua pihak yang

menggunakan belanja online sebagai cara belanja untuk pemenuhan kebutuhan.

2. Pelaku bisnis dengan model periklanan online dapat beretika bisnis yang baik. Tidak merugikan sehingga dapat menciptakan suatu pasar yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

Anastasia, Diana. *Mengenal E-Commerce.* Yogyakarta: PT Andi. 2001

Alma, Buchari. *Pengantar Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2010

Ansgori, Ghofur Abdul. *Hukum Perjanjian Islam di Indonesia(Konsep Regulasi, dan Implementasi)*. Yogyakarta: Gadja Mada Universitas Press. 2010

Asnawi, Faulidi Haris. *Transaksi Bisnis E-Commerce Perspektif Ekonomi Islam.* Yogyakarta: Magistra Insania Perss. 2004

Azzam, Aziz Muhammad Abdul. *Fiqh Muamalat Sistem transaksi dalam fiqh Islam*. Jakarta: Amzah. 2010

Burhanuddin. *Hukum Kontrak Syariah.* Yogyakarta: BPFE. 2009

Candra, Ahmadi, Dadang Hermawan. *E-Business & E-Commerce*. Yogyakarta: Penerbit Andi. 2013

Chanani, Machfi. *Majalah Pintar Pengusaha Muslim* (*Halal Haram Bisnis Online edisi 31).* Yogyakarta: E-Magazue Yayasan Bina Pengusaha Muslim. 2012

Gibtiah. *Fikih Kontemporer.* Jakarta: Prenandamedia Group. 2016

Halim, Abdul Barkatullah, prasetyo. *Bisnis E-Commerce Studi Sistem Keamanan dan hukum di Indonesia.* Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2005

Hanson, Word. *Pemasaran Internet.* Jakarta: Salemba 4

Indrajit. *E-Commerce: Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya*. Jakarta: PT Alex Komputindo. 2001

Lexy. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya. 2007

Masadi, A Ghufron. *Fiqh Muamalah Konteksual.* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Mustofa, Imam. *Fiqh Mu'amalah Kontemporer*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2016

Nugroho, Adi. *E-Commerce Memahami Perdagangan Modern di Dunia Maya*

Nur Rianto Al Arif, *Ijtihad: Jurnal Wacana Hukum Islam dan Kemanusiaan Vol. 13, No. 1*. Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Salatiga. 2001

Purbo, W Onno dan Aang Arif Wahyudi. *Mengenal E-Commerce.* Jakarta: PT Alexmedia Komputindo. 2001

Ramadhan. *Seri Pelajaran, Komputer Internet dan Aplikasinya.* Jakarta: Elex Media Komputindo. 2005

Rozalinda. *Ekonomi Islam: teori dan aplikasinya pada aktivitas ekonomi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2014

Rozalinda. *Fikih Ekonomi Syariah (Prinsip Dalam Implementasinya Pada Sektor Keuangan Syariah.* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2016

Rifa'I, Moh. *Ilmu Fiqh Islam Lengkap. Semarang:* Toha Putra. 1978

Rustandiyanto. *Framework E-Commerce.* Yogyakarta: ANDI. 2014

Syafe'I, Rahmat. *Fiqh Muamalah.* Bandung: Pustaka Setia. 2000

Syarifuddin, Amir. *Garis-Garis Besar Fiqh.* Jakarta: Kencana. 2010

Sulianta, Feri. *Transaksi Online Dalam dan Luar Negeri.* Jakarta: PT Elex Media Komputindo. 2014

Suryani, Tatik. *Perilaku Konsumen di Era Internet. Implikasinya pada Strategi Pemasaran.* Yogyakarta: PT Graha Ilmu. 2013

Soerjono. *Metode Penelitian Kualitatif*. Malang: UMM Pres. 2004

Sugiyono. *Mitode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R dan D*. Bndung: PT. Alfabeta. 2006

Suharsimi, Arikunto. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek.* Jakarta: Rineka Cipta. 1991

Suharsimi, Arikunto. *Prosedur Penelitian.* Jakarta: Bina Aksara. 2006

Suhendi, Hendi. *Fiqh Muamalah.* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010

Surakhmad Winarno. *Pengantar Penelitian Ilmiah Dasar Metode Teknik*. Bandung: Tarsito. 1985

Suprayoga, Iman, Tobroni. *Metode Penelitian Sosial-Agama.* Bandung: Rosdakarya. 2001

Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik Nomor 11 Tahun 2008, cet. 1. Yogyakarta: JogjaBangkit Plubisher. 2009

Yunus, Mahmud, Nadlrah. *Fiqh Muamalah.* Medan: CV. Ratu jaya. 2011

Yuhefizer. *Wahana Komputer (Membangun Toko Online Multiproduk dengan Wordpress dan WooCommerc.* Jakarta: PT Elexmedia Komputindo. 2014

Wicaksono. *Panduan Praktis Buku Usaha Dengan Modal Laptop.* Jakarta: Elex Media Komputindo.2008

Liputan6
http://tekno.liputan6.com/read/2197413/jumlah-pengguna-internet-indonesia-capai-881-juta Diakses pada tanggal 11 Jaunari 2016 pukul 11.06

Okezone
http://kampus.okezone.com/read/2013/03/20/95/778568/mencermati-fenomena-belanja-online. Diakses pada tanggal 28 Februari 2015 pukul 20.31

Subagio
http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/4/Chapter%2011.pdf. Diakses pada tanggal 6 Desember 2016 jam 22.00