

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



IAIN PURWOKERTO

SKRIPSI

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

IAIN PURWOKERTO

**Oleh:
UMI SALAMAH
NIM. 1522301045**

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

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

**ABSTRAK
UMI SALAMAH
NIM: 1522301045**

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

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

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

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

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

DAFTAR ISI

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

BAB II JUAL BELI *ONLINE* MELALUI PERANTARA ATAU
MAKELAR

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

BAB III METODE PENELITIAN

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

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

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

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	64
B. Saran-saran	65

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR LAMPIRAN

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

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

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

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

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

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

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

³ Kuswara, *Mengenal MLM*, hlm. 74.

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

الأَصْلُ فِي الْمُعَامَلَةِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يَدُلَّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

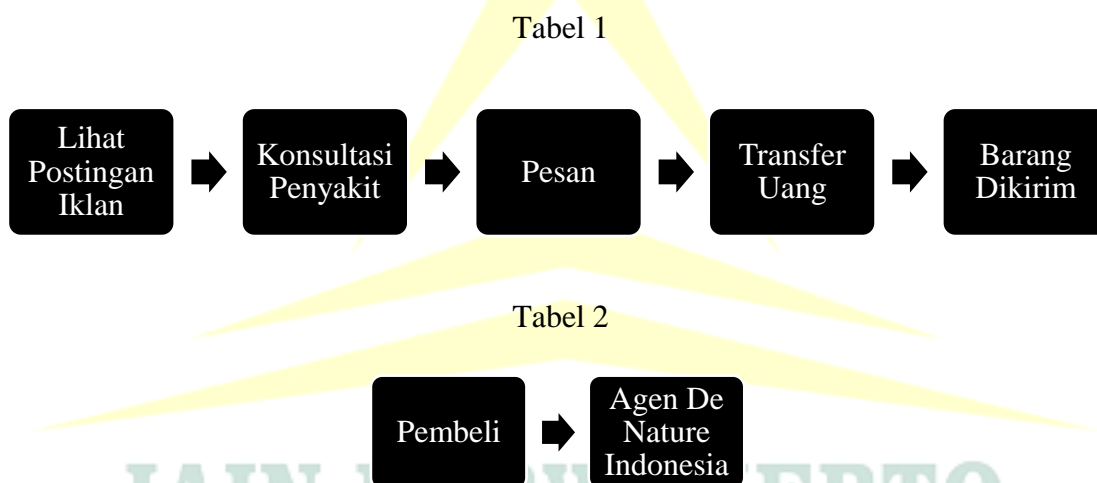
Hal ini terjadi pada jual beli *online* yang dipraktikkan oleh CV De Nature Indonesia di Majenang, Cilacap yang menggunakan *e-commerce* terlihat berbeda dari jual beli *online* seperti biasanya. CV De Nature Indonesia merupakan sebuah bisnis *marketing online* dalam penjualan berbagai produk obat herbal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

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

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

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

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



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

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

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

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

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

B. Definisi Operasional

1. Jual Beli *Online*

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

2. Obat Herbal

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

3. CV De Nature Indonesia

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

kompetitif dan khasiat yang spesifik untuk membantu menyembuhkan penyakit.¹³

4. Perantara

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

C. Rumusan Masalah

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

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

D. Tujuan Penelitian

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

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

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

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

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

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

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

2. Manfaat Praktis

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

F. Kajian Pustaka

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

G. Sistematika Pembahasan

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

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

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

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

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

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

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



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

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

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

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

B. Saran-saran

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

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

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

DAFTAR PUSTAKA

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

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

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

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