

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Islam merupakan Agama Universal yang mengatur seluruh aspek kehidupan manusia dalam masalah ibadah atau muamalah yang tidak terbatas waktu dan tempatnya. Pada prinsipnya, pelaksanaan ibadah tidak boleh dikerjakan kecuali dengan berdasarkan apa yang telah diperintahkan oleh Allah SWT. Sedangkan prinsip muamalah membolehkan apa saja yang dianggap baik dan mengandung kemaslahatan bagi manusia, kecuali hal-hal yang diharamkan oleh Allah SWT.

Manusia merupakan makhluk sosial yang ditakdirkan untuk hidup bermasyarakat. Sebagai makhluk sosial, manusia selalu melakukan interaksi baik antara individu dengan individu ataupun individu dengan kelompok. Aktivitas interaksi individu dengan individu lainnya merupakan hubungan yang disebut dengan muamalah.<sup>1</sup>

Dalam kehidupan sosial, individu memiliki kepentingan kepada individu yang lainnya sehingga dapat menimbulkan hubungan antara hak dan kewajiban. Dalam fikih muamalah, hubungan antara individu dengan lainnya, seperti hak dan kewajiban, harta, jual beli, kerja sama dalam berbagai bidang, pinjam meminjam, sewa-menyewa, penggunaan jasa, dan kegiatan lainnya yang sering terjadi dalam kehidupan sehari-hari. Allah SWT membolehkan jual beli sebagai salah satu cara manusia untuk memenuhi kebutuhannya terhadap barang yang tidak dimilikinya namun dimiliki saudaranya.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup>Ahmad Azhar Basyir, *Asas-asas Hukum Mu'amalah (Hukum perdata Islam)* (Yogyakarta: UII Press, 2000), 11.

<sup>2</sup> Nadhiya Lutfiana, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Garansi Dalam Jual Beli Batik Secara Online (Study Kasus Pada Toko Batik Muslim di Pekalongan)." (*Skripsi*, Fakultas Syariah dan Hukum, 2020), 22.

Allah SWT berfirman dalam Q.S. An-Nisa'/4: 29, yang berbunyi:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَأْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبٰطِلِ اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ  
 حِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ ۚ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: *Hai Orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan cara perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah Maha Penyanyang kepadamu. (Q.S. An-Nisa'/4: 29)*

Ayat diatas menerangkan bahwa Islam telah mengatur manusia berinteraksi dengan manusia lainnya dalam mencari harta untuk memenuhi kehidupannya. Islam memerintahkan bahwa manusia untuk saling tolong-menolong dengan nilai *rahmatan lil'alamina* yaitu saling menolong dalam hal kebaikan dan bukan dalam hal kejahatan.

Allah SWT berfirman dalam Q.S. Al-Maidah /5: 2 yang berbunyi:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تُحِلُّوْا شَعِيْرَ اللّٰهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهٰدِيَ وَلَا الْقَلْبِدَ  
 وَلَا ءَامِيْنَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُوْنَ فَضْلًا مِّنْ رَبِّهِمْ وَرِضْوَانًا ۚ وَاِذَا حَلَلْتُمْ  
 فَاصْطَادُوْا ۚ وَلَا تَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ اَنْ صَدُوْكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ اَنْ  
 تَعْتَدُوْا ۚ وَتَعَاوَنُوْا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوٰى ۚ وَلَا تَعَاوَنُوْا عَلَى الْاِثْمِ وَالْعُدُوْنِ ۚ وَاتَّقُوْا  
 اللّٰهَ ۚ اِنَّ اللّٰهَ شَدِيْدُ الْعِقَابِ ﴿٢﴾

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syi'ar-syi'ar Allah, dan jangan melanggar kehormatan bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) binatang-binatang had-ya, dan binatang-binatang qalaa-id, dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitullah sedang mereka mencari kurnia dan keridhaan dari Tuhannya dan apabila kamu telah menyelesaikan ibadah haji, maka bolehlah berburu. Dan janganlah sekali-kali kebencian(mu) kepada sesuatu kaum karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat aniaya (kepada mereka). Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu*

*kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya. (Q.S. Al-Maidah /5: 2).*

Dalam era globalisasi saat ini beranekaragam bentuk transaksi bisnis yang semakin bervariasi. Dengan adanya teknologi *modern* yang berbagai macam bentuk transaksi mengalami kemajuan yang sangat pesat dalam melaksanakan akad usaha, yaitu dengan media komunikasi *online*. Karakteristik bisnis *online* dapat dikategorikan menjadi 3 hal, seperti terjadinya transaksi antara kedua belah pihak, adanya pertukaran barang, jasa, atau informasi, dan internet merupakan media utama dalam mekanisme akad. Hal ini dapat menyebabkan meningkatnya kebutuhan masyarakat. Keadaan seperti ini menjadikan konsumen memilih barang yang sesuai dengan kualitas keinginan dan kemampuannya. Sedangkan untuk produsen, mengakibatkan persaingan yang semakin ketat dalam memikat hati konsumen.

Islam melarang jual beli *online* maupun *offline* yang mengandung adanya unsur kecurangan antara kedua pihak baik dari pihak penjual maupun pihak pembeli. Akad yang digunakan antara kedua belah pihak tersebut harus merasa diuntungkan dan senang dengan transaksi jual beli tersebut. Jangan sampai diantara pihak merasa kecewa atau dirugikan dalam transaksi jual beli yang dilakukan.<sup>3</sup>

Jual beli dalam kaidah *Ushul Fiqh* disebut dengan *al-bai'* yang berarti menjual, mengganti dan menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain. Ijab dan qabul (pernyataan menjual dari penjual), atau juga saling memberikan barang dan harga dari penjual dan pembeli.<sup>4</sup>

Apabila barang yang dibeli terdapat ketidaksesuaian yang dapat merugikan pembeli, maka pembeli berhak untuk *khiyar*. *Khiyar* secara bahasa berarti pilihan. Dalam syariat Islam hak *khiyar* ditetapkan bagi orang-orang yang melakukan transaksi agar terhindar dari hal yang dirugikan dalam transaksi lakukan, kemaslahatan dalam suatu transaksi tercapai dengan baik.

---

<sup>3</sup> Bambang Subandi, *Etika Bisnis Islam* (Surabaya: UIN SA press, 2014), 143.

<sup>4</sup> Muhammad Yunus, Fahmi Fatwa Rosyadi Satria Hamdani, dan Gusti Khairina Shofia, "Tinjauan Fikih Muamalah Terhadap Akad Jual Beli Calam Transaksi Online Pada Aplikasi Go-Food," *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Keuangan Syariah* 2: 1 (Januari 2018): 148.

Status *khiyar*, menurut ulama fiqh adalah disyariatkan atau dibolehkan karena suatu keperluan yang mendesak.

Dalam jual beli yang dilakukan manusia sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan manusia, baik kebutuhan primer, kebutuhan sekunder, dan kebutuhan tersier. Salah satu kebutuhan primer manusia ialah *fashion*. *Fashion* merupakan sesuatu yang digunakan pada tubuh, yang berguna untuk melindungi tubuh maupun memperindah penampilan tubuh. *Fashion* merupakan produk manusia yang dipengaruhi oleh kebudayaan setempat. Hal ini dapat mempengaruhi gaya dan busana yang ada di daerah tersebut. Salah satunya di Kota Cirebon.

Bagi kalangan muslimah, kebutuhan *fashion* tidak hanya sekedar penutup aurat saja, melainkan untuk melaksanakan perintah Agama. Di Indonesia pada tahun 1980-an seseorang yang berjilbab atau kalangan berjilbab mendapat penekanan, pelarangan dan bahkan kekerasan. Sedangkan di masa orde baru, sejumlah wilayah telah mengeluarkan peraturan yang mewajibkan siswa untuk mengenakan jilbab atau bahkan mengenakan busana muslimah. Hingga saat ini, *fashion* muslimah menjadi trend yang memiliki berbagai macam gaya dan model yang berbeda. Banyak toko-toko yang menjual busana muslimah. Salah satu tokonya sekaligus *brand* yaitu Elzatta yang menjual berbagai macam busana muslimah.

Elzatta merupakan salah satu *brand* yang memperkuat *fashion* hijab Indonesia sejak tahun 2012. Berbagai macam dan koleksi yang ada pada Elzatta yang bergaris feminim yang bertujuan untuk semua tipe kepribadian perempuan yang ada di Indonesia. Dengan kekuatan sinergi yang bekerja sama dengan banyak pihak, kini didapat dengan mudah di toko Elzatta pada cabang-cabang yang tersebar di Indonesia. Dengan banyaknya cabang yang tersebar Elzatta telah memudahkan konsumen untuk membeli produk tanpa harus datang ke toko yaitu dengan melalui *online*.

Dalam hal ini, media *online* merupakan suatu kegiatan yang hanya dapat dilakukan melalui koneksi internet yang berisikan teks, foto, video, dan bunyi (audio). Terdapat dampak positif dan negatif yang terjadi dalam jual beli melalui *online*. Dampak positif yang terjadi ialah dapat menghemat

waktu dan tenaga, karena tidak perlu berjalan dari satu toko ke toko lain untuk mendapatkan barang yang diinginkan. Adapun dampak negatif dari jual beli *online*, yaitu kualitas barang tidak sesuai dengan gambar, barang yang di terima cacat atau rusak ketika barang dalam pengiriman, dan tidak bisa membedakan barang asli atau tiruan. Dengan kaitannya diatas, sebagai produsen tentu tidak ingin membuat konsumen kecewa atas barang yang dibelinya. Maka, dalam jual beli produsen selalu berusaha untuk memberikan yang terbaik dan penawaran yang menarik dari produk yang dijualnya. Salah satunya dengan memberikan pelayanan terbaik dan memberikan garansi (jaminan).

Garansi (jaminan) merupakan jaminan penjual bahwa barang dijual bebas dari kecacatan atau kerusakan yang terdapat pada barang tidak diketahui sebelumnya. Hal ini mengisyaratkan bahwa adanya keterkecualiannya terhadap cacat atau kerusakan telah diberitahukan oleh produsen ke konsumen. Dengan demikian, hak-hak konsumen akan terpenuhi sebelumnya, yaitu hak untuk memperoleh barang yang sesuai dengan nilai tukar dengan barang yang dikeluarkan. Dalam hal ini konsumen akan mengetahui kualitas barang yang dibeli. Hal ini berkaitan dengan Undang-undang Perlindungan Konsumen. Keberadaan garansi dapat memberikan perlindungan terhadap konsumen terhadap pemakaian barang yang diproduksi. Berdasarkan pasal 7 huruf E Undang-undang perlindungan Konsumen menyatakan bahwa "*pelaku usaha wajib memberikan garansi atas barang yang dibuat atau diperjualkan*". Garansi dapat memberikan petunjuk kepada konsumen bahwa pelaku usaha menjamin produk yang dijualnya merupakan produk yang berkualitas.<sup>5</sup>

Pada pelaksanaan garansi jual beli produk fashion muslimah pada Toko Elzatta hanya memberikan garansi secara *offline* dalam jangka waktu 3 hari, tetapi jika produk yang dibeli merupakan produk diskon itu tidak ada garansi atau tidak bisa ditukar kembali. Adapun jika dalam pembelian *online* tidak ada garansi secara langsung yang tertera didalam aplikasi *online* tersebut baik yang diskon atau produk dengan harga normal. Karena sudah

---

<sup>5</sup> Nadhiya Lutfiana, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Garansi Dalam Jual Beli Batik Secara Online (Study Kasus Pada Toko Batik Muslim di Pekalongan)." 7.

dipastikan bahwa produk yang dijual melalui *online* sudah diperiksa dengan baik sebelum dikirimkan ke pembeli. Hal ini, memastikan bahwa Elzatta cabang Kota Cirebon mengirimkan barang sesuai dengan yang dipesan oleh konsumen.

Namun pada prakteknya, konsumen atau pembeli ini merasa ragu untuk membeli produk ini dan merasa dirugikan tanpa adanya garansi atau jaminan dari pihak produsen atau penjual. Karena, tidak selalu barang yang akan dikirim selalu diperiksa dengan teliti dan dijauhkan dari kesalahan. Dengan hal ini, keberadaan garansi sangatlah penting untuk menghindari hal yang merugikan disalah satu pihak.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk meneliti permasalahan-permasalahan dalam jual beli *online* pada Toko Elzatta cabang Kota Cirebon mengenai sistem garansi yang bertentangan dengan kaidah yang semestinya.

## **B. Perumusan Masalah**

Dalam perumusan masalah ini dibagi menjadi tiga bagian, yaitu:

### **1. Identifikasi Masalah**

#### **a. Wilayah Kajian**

Penelitian ini mengkaji tentang Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Sistem Garansi dalam Jual Beli *Online*. Penelitian ini tergolong dalam wilayah kajian Halal *Lifestyle* dengan topik kajian Halal *Fashionaan* dan dengan judul “Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Sistem Garansi Dalam Pembelian Produk Fashion Muslimah Secara Online Pada Elzatta Cabang Kota Cirebon”.

#### **b. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan penelitian yang digunakan ialah pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif bersifat deskriptif analisis, yaitu penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, atau kejadian yang terjadi saat sekarang. Penelitian ini mendeskripsikan suatu data terkait dengan pelaksanaan sistem garansi

produk *fashion* muslimah secara *online* antara produsen dan konsumen Elzatta di cabang Kota Cirebon.

c. Jenis Masalah

Jenis masalah dalam penelitian ini adalah mengenai sistem garansi dalam penjualan produk secara *online* yang diberikan kepada pelanggan di Elzatta cabang Kota Cirebon.

**2. Pembatasan Masalah**

Penulis membatasi masalah pada penelitian ini, agar objek penelitian menjadi fokus utama dan menghindari perluasan masalah, sehingga penelitian ini menjadi terarah. Oleh karena itu, penulis membatasi masalah hanya pada sistem garansi dan tanggung jawab produsen dalam jual beli *online* produk *fashion* muslimah yang dilakukan oleh Elzatta cabang Kota Cirebon.

**3. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas, maka penulis telah merumuskan beberapa pokok permasalahan. Agar fokus pada pembahasan maka dirumuskan, sebagai berikut:

- a. Bagaimana pelaksanaan sistem garansi dalam pembelian produk *fashion* muslimah secara *online* oleh Elzatta cabang Kota Cirebon menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999?
- b. Bagaimana tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap sistem garansi pembelian produk *fashion* muslimah secara *online* pada Elzatta cabang Kota Cirebon?

**C. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian**

**1. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang hendak dicapai oleh penelitian ini, sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pelaksanaan sistem garansi dalam pembelian produk *fashion* muslimah secara *online* oleh Elzatta cabang Kota Cirebon menurut Undang-undang Perlindungan Konsumen.

- b. Untuk mengetahui tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap sistem garansi pembelian produk *fashion* muslimah secara *online* pada Elzatta cabang Kota Cirebon.

## 2. Kegunaan Penelitian

### a. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pengembangan ilmu pengetahuan tentang Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Sistem Garansi Dalam Pembelian Produk *Fashion* Muslimah Secara *Online* Pada Elzatta Cabang Kota Cirebon.

### b. Kegunaan Praktis

#### 1) Bagi Penulis

Menambah ilmu pengetahuan dan wawasan penulis mengenai sistem garansi dalam produk *fashion* muslimah.

#### 2) Bagi Pelaku Usaha

Untuk memberikan kreatifitas dan inovasi bagi para pelaku usaha dibidang produk muslimah, serta dapat menerapkan sistem penjualan *online* yang sesuai dengan kaidah Undang-Undang dan Hukum Ekonomi Syariah.

#### 3) Bagi Masyarakat

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan pemahaman tentang kajian sistem garansi pada penjualan produk secara *online*.

#### 4) Bagi Akademisi

Sebagai masukan dan bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya dan sebagai perbendaharaan perpustakaan untuk kepentingan ilmiah serta sebagai referensi keilmuan mengenai sistem garansi pada penjualan produk muslimah secara *online*.

## D. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, penulis mendeskripsikan beberapa penelitian yang sudah dilakukan terdahulu, terdapat beberapa judul yang dijadikan sebagai rujukan dalam pembuatan skripsi ini, diantaranya sebagai berikut:



1. Yulianti, dalam skripsinya yang berjudul “Analisis Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial *Instagram* Dalam Meningkatkan Penjualan Produk *Online Shop* Ditinjau Dari Prespektif Ekonomi Islam (Studi Pada *Miandsha Shop*, Bandar Lampung)”. Pada penelitian ini menyimpulkan bahwa promosi merupakan unsur penting dari pemasaran, karena pada dasarnya dengan adanya promosi ini telah memperkenalkan produk ke pasar hingga kepada konsumen. Untuk meningkatkan keberhasilan pemasaran yaitu dengan menetapkan strategi promosi yang terdapat beberapa unsur-unsur didalamnya seperti periklanan, promosi penjualan, pemasaran langsung, dan publisitas dan hubungan masyarakat. Pada toko *Miandsha* lebih menekankan strategi menarik konsumen secara langsung tanpa melalui perantara seperti pengecer maupun distributor lainnya. Adapun produk yang dijual oleh *Miandsha* berupa trend *fashion* hijab yang dikreasikan berbentuk buket bunga, maupun box yang berisi jilbab yang dapat menarik perhatian konsumen. pada pelaksanaannya *Miandsha* tidak menyembunyikan kecacatannya dalam memasarkan produk. *Miandsha* selalu memberikan jaminan berupa garansi produk selama 1×24 jam ketika produk yang dikirimkan kepada konsumen mengalami kesalahan seperti dari pihak *Miandsha* baik dari jenis warna, ukuran jilbab dan biaya ongkos kirim ditanggung oleh *Miandsha* yang bertanggung jawab atas kesalahan tersebut.<sup>6</sup> Terdapat persamaan dan perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang akan penulis teliti yaitu persamaannya, dengan berkembangnya teknologi yang canggih dapat mempermudah untuk memperkenalkan produk yang tersedia yaitu dengan cara *online* menggunakan aplikasi *Instagram*. Sedangkan perbedaannya toko *Miandsha* hanya memproduksi trend *fashion* hijab yang dibentuk dengan kreatif yaitu dibentuk menyerupai buket buket dan box. Sedangkan, pada peneliti yang akan diteliti pada *Elzatta* strategi online yang diterapkan menggunakan *website*, *Instagram*,

---

<sup>6</sup> Yulianti, “Analisis Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial *Instagram* Dalam Meningkatkan Penjualan Produk *Online Shop* Ditinjau Dari Prespektif Ekonomi Islam (Studi Pada *Miandsha Shop*, Bandar Lampung).” (*Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2019).

*Shopee*. Untuk produknya Elzatta memiliki produk *basic* dan *fashion* muslimah mulai dari hijab, baju, celana, gamis, dan lain sebagainya.

2. Melva soviana yang berjudul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Penggunaan *Member Card* Dalam Transaksi Jual Beli (Studi Kasus di Toko Cakochiku *Fashion Boutiqe* Jambi)”. Dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa praktik penggunaan *member card* dan pandangan Hukum Islam terhadap penggunaan *member card* di toko Cakochiku *Fashion Boutiqe* Jambi. Dalam hal ini, penggunaan *member card* di toko Cakochiku *Fashion Boutiqe* Jambi dapat menarik minat masyarakat untuk berbelanja, dan termasuk kedalam strategi pemasaran yang baik bagi toko tersebut. Dalam hukum Islam, penggunaan *member card* ini diperbolehkan dengan berdasarkan syarat sah akad jual beli dan hukumnya. Tetapi pada praktiknya, penggunaan *member card* ini melebihi batas harga pasaran dan terdapat biaya dalam perpanjangan waktu yang mengandung spekulasi yang kurang jelas.<sup>7</sup> Terdapat persamaan dan perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang akan penulis teliti yaitu persamaannya, sama-sama menggunakan startegi pemasaran yang sesuai dengan Syariat Islam. Sedangkan perbedaannya, dalam penguanaan sistem *member card*. Dalam penelitian yang akan dilakukan oleh penulis ini menggunakan sistem garansi.
3. Nadhiya Lutfiana yang berjudul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Garansi Dalam Jual Beli Batik Secara *Online* (Study Pada Toko Batik Muslim Dipekalongan)”. Dalam skirpsinya menjelaskan bahwa pelaksanaan garansi menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Menurut Hukum Islam. Dalam pelaksanaannya yang dilakukan pada toko batik di Pekalongan sudah sesuai dengan undang-undang perlindungan konsumen yang mana jika terdapat kecacatan atau ketidaksesuaian terhadap barang yang dibeli maka dapat dilakukan pergantian barang, dan mendapat jaminan. Dalam hukum Islam pengembalian diperbolehkan dan terdapat *khiyar'aib* yang mana

---

<sup>7</sup> Melva Soviana, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Penggunaan Member Card Dalam Transaksi Jual Beli (Studi Kasus Di Toko Cakochiku Fashion Boitiqe Jambi).” (*Skripsi*, Fakultas Syariah, 2018).

mbolehkan menukar barang, dan pihak memberikan batasan waktu jika barang tersebut terjadi kecacatan. Dalam jual beli, tidak boleh adanya unsur keterpaksaan, karena terdapat dalam syarat sah melakukan akad yaitu dengan ridho dari kedua belah pihak. Dalam skripsi ini memaparkan lebih lanjut mengenai garansi dan *khiyar'aib* yang cukup jelas sehingga dapat dipahami oleh pembaca.<sup>8</sup> Terdapat persamaan dan perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang akan penulis teliti yaitu persamaannya, terletak pada sistem penjualannya yaitu menggunakan sistem *online* dan menurut Undang-undang serta Hukum Islam. Sedangkan perbedaannya, terletak pada produk yang dijualnya. Dalam penelitian yang akan diteliti produk yang dijualnya berupa *fashion* muslimah dan ditinjau dari Hukum Ekonomi Syariah, sedangkan pada penelitian ini berupa produk seluruh model *fashion* batik.

4. Fauziah, dalam jurnalnya yang berjudul “Strategi Komunikasi Bisnis *Online Shop* (Shopee) Dalam Meningkatkan Penjualan”. Pada jurnal ini menyimpulkan bahwa strategi komunikasi bisnis yang dilakukan oleh Shopee yaitu dengan memberikan info yang detail tentang harga, kualitas produk, spesifikasi, garansi dengan memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan. Shopee melakukan teknik pemasaran yang mengikuti tren dan penguatan *branding*. Dalam hal ini, target pasarnya yaitu perempuan sehingga shopee hanya fokus pada kebutuhan-kebutuhan perempuan seperti kecantikan dan *fashion* dan didalamnya terdapat berbagai banyak promosi yang efektif sehingga tepat sasaran untuk mengikat calon pembeli.<sup>9</sup> Terdapat persamaan dan perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang akan penulis teliti yaitu persamaannya, sama-sama memanfaatkan media *online* dalam jual beli yaitu dengan menggunakan aplikasi. Sedangkan perbedaannya dalam penelitian ini hanya pada berfokus pada strategi komunikasi yang digunakan dalam memperkenalkan dan menjualbelikan produk yang ada

---

<sup>8</sup> Nadhiya Lutfiana, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Garansi Dalam Jual Beli Batik Secara Online (Study Pada Toko Batik Muslim Dipekalongan).” (*Skripsi*, Fakultas Syariah dan Hukum, 2020).

<sup>9</sup> Fauziah, “Strategi Komunikasi Bisnis *Online Shop* (Shopee) Dalam Meningkatkan Penjualan,” *Jurnal Abiwara* 01: 02 (Maret 2020).

di Shoppe. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan berfokus pada sistem garansi pada penjualan *online* dan strategi promosi yang digunakan dalam meningkatkan konsumen.

5. Ni Luh Made Ari Gita Kirana Dandin Dan I Wayan Wahyu Wira Udytama dalam jurnal yang berjudul “Tanggung Jawab Pelaku Usaha Penjualan Barang Elektronik yang Tidak Menyediakan Kartu Jaminan / Garansi Di Kabupaten Badung”. Dalam jurnal ini menjelaskan berdasarkan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 ini dibentuk perlindungan konsumen di mana pada pasal 7 menjelaskan tentang kewajiban perilaku usaha sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Pada penerapannya di kabupaten Badung pemberian tanggung jawab berupa perbaikan pengembalian barang dengan ditukarkannya barang yang baru tetapi sesuai dengan harga yang sama dengan produk elektronik sebelumnya yang sejenis dan meningkatkan pengawasan yang diberikan pemerintah dalam menangani suatu produk elektronik yang tidak ada kartu garansi bisa juga dengan pengembalian uang.<sup>10</sup> Terdapat persamaan dan perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang akan penulis teliti yaitu persamaannya, membahas tentang tanggung jawab pelaku usaha terhadap sistem garansi menurut Undang-undang Perlindungan Konsumen. Sedangkan perbedaannya, dalam penelitian ini sistem garansi secara *offline*. Dalam penelitian yang akan dilakukan menggunakan sistem garansi *online* dan ditinjau dari Hukum Ekonomi Islam.
6. Liliana Dewi Dan Wilibrodus Alfredo dalam jurnal yang berjudul “Peningkatan Penjualan Dengan Media *Online* Dan *Offline* Bagi Perusahaan Ez Denim Totebag”. Dalam penelitian ini menyimpulkan bahwa Ez Denim Totebag yaitu salah satu perusahaan industri yang bergerak dibidang *fashion* dan manufaktur di Kota Surabaya. Pada pelaksanaannya promosi yang digunakan yaitu dengan menggunakan media sosial terutama *Instagram* dan *website* . Cara yang efektif dalam

---

<sup>10</sup> Ni Luh Made Ari Gita Kirana Dandin Dan I Wayan Wahyu Wira Udytama, “Tanggung Jawab Pelaku Usaha Penjualan Barang Elektronik yang Tidak Menyediakan Kartu Jaminan / Garansi Di Kabupaten Badung,” *Jurnal Mahasiswa Hukum Saraswati* 01: 02 (Oktober 2021).

memperkenalkan suatu produk dan memproduksinya yaitu dengan menggunakan media sosial. Dengan metode *online* ini dapat memperbaiki citra dan menciptakan penjualan yang lebih baik. Adapun metode promosi dengan *endorse* artis dapat mempengaruhi penjualan produk.<sup>11</sup> Terdapat persamaan dan perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang akan penulis teliti yaitu persamaannya, sama-sama menjual produk dan media promosi menggunakan sistem *online* pada aplikasi dan *website* resmi toko. Sedangkan perbedaannya dengan penelitian yang akan dilakukan, yaitu dalam perusahaan Ez Denim Totebag ini tidak menyediakan sistem garansi.

7. Dewi Nuraini dan Evianah dalam jurnalnya yang berjudul “Analisis Perbedaan Kepuasan Konsumen Terhadap Pembelian Produk Baju Secara *Online* Dan *Offline*”. Dalam penelitian ini menyimpulkan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi untuk mengukur kepuasan konsumen, yaitu *pertama* kualitas produk, yang mana produk yang dijual secara *offline* dengan mudah dilihat kualitasnya mulai dari bahan, tekstur, warna dan ukuran baju yang sesuai. *Kedua*, kualitas pelayanan, dalam hal ini konsumen yang membeli secara *online* akan membutuhkan waktu menunggu balasan apakah pesan yang disampaikan langsung dijawab atau tidak. Hal ini berbeda dengan membeli secara *offline*, yang segera dilayani oleh produsen saat melakukan transaksi. *Ketiga*, emosi dengan membeli baju yang bermerk memiliki nilai tersendiri bagi konsumen, hal ini membuat konsumen datang langsung ketoko akan dihargai dengan *brand* tertentu. *Keempat*, harga, pembelian secara *offline* akan lebih mudah untuk membandingkan harga yang ada ditoko tersebut, dibandingkan dengan pembelian secara *online* akan sulit untuk membandingkan antara harga dengan kualitas apakah sesuai dengan yang digambar atau tidak. *Kelima*, biaya, faktor pembiayaan ini tentu berbeda antara *online* dan *offline*. Secara *online*, pembelian ini membutuhkan biaya tambahan ekspedisi untuk mengirimkan barang kepada produsen. Sedangkan secara *offline*, konsumen ini tidak mengeluarkan biaya

---

<sup>11</sup> Liliana Dewi Dan Wilibrodus Alfredo, “Peningkatan Penjualan Dengan Media Online Dan Offline Bagi Perusahaan Ez Denim Totebag,” *Jurnal Eksekutif* 16: 02 (Juni 2019).

tambahan untuk uang ekspedisi melainkan dilakukan dengan jalan-jalan ke Mall dan sebagainya.<sup>12</sup> Terdapat persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan penulis teliti yaitu persamaannya, sama-sama membahas mengenai sistem penjualan dalam meningkatkan penjualan konsumen yaitu dengan *online* dan *offline*. Sedangkan perbedaannya, penelitian ini membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam penjualan *online* dan *offline*. Dan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan fokus kajiannya terletak pada produk muslimah dalam sistem penjualan *online* pada Elzatta cabang Kota Cirebon dan menggunakan metode kualitatif.

8. Ayub A. Utomo, dalam jurnalnya yang berjudul “Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Tentang Produk Cacat Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Undang-undang perlindungan konsumen tidak mengatur pengertian produk atau barang cacat. Karena, dalam Undang-undang perlindungan konsumen hanya menentukan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti kerugian atas kerusakan, pencemaran atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan jasa yang dihasilkan maupun yang diperjualbelikan. Adapun prinsip tanggung jawab dalam hukum perlindungan konsumen bertujuan untuk memberikan layanan hukum kepada masyarakat, pelaku usaha hendaknya tidak memproduksi barang yang merugikan. Karena tanggung jawab produk cacat akan berdampak pada konsumen atau barang yang dibeli dan dikonsumsi.<sup>13</sup> Terdapat persamaan dan perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang akan penulis teliti yaitu persamaannya, sama-sama membahas mengenai hukum perlindungan konsumen yang termuat dalam Undang-undang No.

---

<sup>12</sup> Dewi Nuraini, “Analisis Perbedaan Kepuasan Konsumen Terhadap Pembelian Produk Baju Secara Online Dan Offline,” *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi* 15: 02 (Oktober 2019).

<sup>13</sup> Ayub A. Utomo, “Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Tentang Produk Cacat Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen,” *Lex Privatum* 7: 6 (Juli-September 2019).

8 tahun 1999. Sedangkan perbedaannya, hanya membahas mengenai dasar-dasar hukum perlindungan konsumen tidak ada contoh kasus. Sedangkan dalam penelitian yang akan dilakukan membahas mengenai dasar hukum perlindungan konsumen serta tanggung jawab pelaku usaha terhadap produk yang diperjualbelikan.

9. Arfian Setiantoro, Fayreizha Destika Putri, Anisah Novitarani, Dan Rinitami Njatrijani Dalam Jurnal Yang Berjudul “Urgensi Perlindungan Hukum Konsumen Dan Penyelesaian Sengketa *E-Commerce* Di Era Masyarakat Ekonomi ASEAN”. Dalam penelitian ini menjelaskan bahwa di era globalisasi ketika batas suatu negara akan menjadi kabur, disatu pihak keterkaitan antara ekonomi nasional dengan perekonomian internasional semakin erat. Kondisi globalisasi dapat mengakibatkan pelaku usaha dan konsumen tidak seimbang. Dalam hal ini konsumen menjadi objek aktifitas bisnis dari pelaku usaha melalui iklan, promosi, cara penjualan, dan penerapan perjanjian standar yang merugikan konsumen. perkembangan pasar bebas masyarakat ekonomi ASEAN (MEA) membuat cara beniaga berubah menuju *e-commerce*. Hal ini membuat konsumen Indonesia menggunakan situs *online* untuk melihat produk yang diinginkan. Beberapa permasalahan yang timbul dalam transaksi *e-commerce*, yaitu tidak jelasnya status hukum dari pelaku usaha, dan tidak ada jaminan keamanan bertransaksi dan privasi terhadap sistem yang digunakan, misalnya dalam hal pembayaran elektronik. Dalam hal ini, transaksi *e-commerce* berpotensi menimbulkan sengketa.<sup>14</sup> Terdapat persamaan dan perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang akan penulis teliti yaitu persamaannya, penelitian ini memuat mengenai teknologi yang digunakan dalam jual beli dan memuat dasar-dasar hukum perlindungan konsumen. Sedangkan perbedaannya, penelitian ini membahas mengenai pengaruh sengketa konsumen *e-commerce* yang ada di ASEAN. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan membahas mengenai sistem garansi dalam penjualan

---

<sup>14</sup> Arfian Setiantoro, Fayreizha Destika Putri, DKK, “Urgensi Perlindungan Hukum Konsumen Dan Penyelesaian Sengketa *E-Commerce* Di Era Masyarakat Ekonomi ASEAN,” *Jurnal Rechtsvinding Media Pembinaan Hukum Nasional* 7: 1 (April 2018).

*online* pada Elzatta dan perlindungan hukum terhadap konsumen mengenai produk fashion.

10. Riski Rosdiana dan Iyus Ahmad Haris dalam jurnalnya yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara *Online*”. Penelitian ini menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif terhadap variabel kepercayaan konsumen terhadap minat beli produk pakaian secara *online*. Hal ini, diperoleh dengan adanya hasil uji parsial sebesar 3,003 dan koefisien regresi 1,308 dengan signifikan 0,003. Dapat disimpulkan bahwa signifikansi terhadap minat beli produk pakaian secara *online* sebesar 30%.<sup>15</sup> Terdapat persamaan dan perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang akan penulis teliti yaitu persamaannya, dalam pembelian produk pakaian secara *online* sama-sama menggunakan dan memanfaatkan teknologi yang sedang berkembang, serta dapat memberikan dampak yang positif terhadap tingkat minat beli konsumen. Sedangkan perbedaannya, penelitian ini dapat ditinjau dari kuesioner dan analisis regresi dalam mengukur minat beli konsumen terhadap produk pakaian secara *online*. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan sistem *online* terhadap sistem garansi dalam suatu toko atau *brand* yang sangat berkembang.

#### **E. Kerangka Pemikiran**

Dalam penelitian diperlukan kerangka pemikiran untuk menggambarkan penelitiannya. Dalam hal ini, penulis akan melakukan tahapan pengumpulan data baik primer maupun sekunder melalui pengamatan, wawancara dengan *Leader*, karyawan, konsumen, serta dokumentasi.

Dalam kehidupan, manusia membutuhkan kebutuhan primer salah satunya yaitu *fashion*. Produk *fashion* merupakan suatu objek estetika yang digunakan oleh seseorang dalam beberapa pendekatan dan terdapat bentuk-

---

<sup>15</sup> Riski Rosdiana dan Iyus Ahmad Haris, “Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online,” *Internasional journal of social science and business* 2: 3 (2018).



bentuk pengaruhnya. Adapun fungsi dari *fashion* seperti sebagai sarana komunikasi, sebagai penanda kelas sosial, dan sebagai identitas diri.<sup>16</sup>

Hal ini berkaitan untuk menghasilkan produk yang kualitas dan terpercaya, Elzatta menggunakan bahan yang sesuai dan tidak merugikan konsumennya. Elzatta menggunakan jaminan atau garansi dalam proses penjualannya untuk dapat meningkatkan kepercayaan dan kepuasan terhadap konsumennya. Dengan produk yang dihasilkan terbaik hal ini dapat menambah minat dari para konsumennya.

Penjualan merupakan salah satu kegiatan pemasaran dengan pertukaran barang atau jasa antara penjual dan pembeli. Terdapat dua kategori dalam penjualan, yaitu penjualan secara *online* (tidak langsung) dan penjualan secara *offline* (langsung). Penjualan *online* merupakan aktifitas penjualan yang memanfaatkan jaringan internet dan didukung dengan seperangkat alat elektronik sebagai penghubung dengan jaringan internet untuk mencari konsumen dan memperkenalkan produknya.<sup>17</sup> Pada sistem penjualan barang tentunya melalui prosedur-prosedur kegiatan sejak diterimanya pesanan dari pembeli, pengecekan barang ada atau tidak ada dan diteruskan dengan pengiriman barang disertai dengan pembuatan faktur dan mengadakan pencatatan atas penjualan yang berlaku. Dalam jual beli terdapat sistem garansi yang dapat memberikan tanggung jawab penjual terhadap barang yang dibeli oleh pembeli. Garansi merupakan jaminan penjual bahwa barang yang dijual bebas dari kecacatan dan kerusakan yang tidak diketahui sebelumnya. Dengan adanya keterkecualian terhadap cacat atau kerusakan yang telah dijelaskan atau diberitahukan oleh penjual kepada pembeli.

Salah satu bentuk fungsi garansi adalah sebagai usaha untuk memberikan perlindungan konsumen terhadap barang yang sudah dibeli dari kecacatan tersembunyi atau kerusakan. Garansi di sini bertujuan untuk menghindarkan kemafsadatan yang akan diterima oleh konsumen. Garansi

---

<sup>16</sup> Fitinline, "Pengertian, Fungsi dan Manfaat Fashion Yang Penting Untuk Anda Ketahui", Fitinline.com, 5 Oktober 2021. <https://fitinline.com/article/read/pengertian-fungsi-dan-manfaat-fashion-yang-penting-untuk-anda-ketahui/>. Diakses pada tanggal 22 Mei 2022.

<sup>17</sup> Luthfia Rizky Putri, "Pengaruh Penjualan Online Dan Offline Terhadap Tingkat Penjualan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pada Ladyfame Shop Di Bandar Lampung)." (*Skripsi*, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, 2019), 14.

memiliki tujuan untuk menghindari adanya *gharar* atau penipuan yang dilakukan oleh penjual.

Dalam hal ini, pelaksanaan garansi termuat dalam pasal 7 huruf E Undang-undang No. 8 Tahun 1999 mengenai Perlindungan Konsumen. Perlindungan konsumen memiliki keterkaitan dan ketergantungan dari berbagai dimensi antara konsumen, pengusaha, dan pemerintah. Bahwa Pelaku usaha mempunyai kewajiban untuk memberikan jaminan atau garansi atas barang yang telah diperjualbelikan. Dengan begitu, konsumen berhak sepenuhnya atas jaminan tersebut.<sup>18</sup>

Dalam Hukum Ekonomi Syariah garansi memiliki kesamaan dengan *khiyar*. Salah satu bentuk perjanjian garansi yang disebabkan jika ditemukan cacat dikenal dengan sebutan *khiyar 'aib*, yaitu *khiyar* merupakan hak untuk memilih untuk meneruskan atau menyudahi transaksi bagi pembeli. *Khiyar* ini disebabkan adanya *'aib* (cacat) dalam suatu barang yang tidak disebutkan oleh penjual atau tidak diketahui olehnya, akan tetapi jelas *'aib* itu ada dalam barang dagangan sebelum dijual. Maka dalam hal ini, jual beli disyaratkan kesempurnaan benda yang hendak diperjualbelikan.<sup>19</sup>

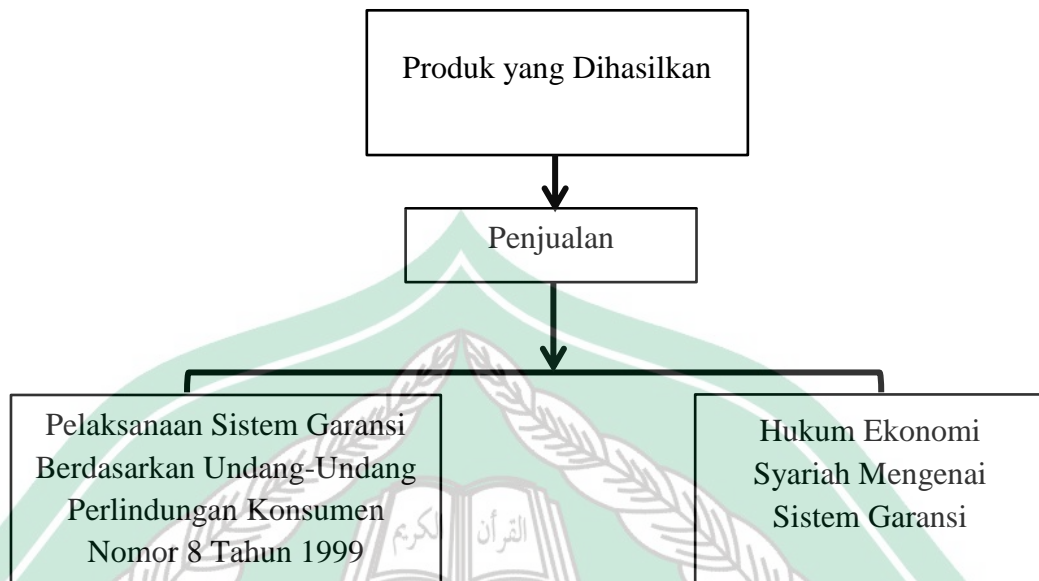
Pembeli memiliki dua pilihan apakah rela dan puas terhadap barang yang akan dibeli, maka *khiyar* tidak berlaku baginya dan pembeli harus menerima barang tersebut. Sedangkan jika menolak dan mengembalikan barang kepada pemiliknya, maka akad tersebut batal dan tidak ada transaksi. *Khiyar* dalam suatu akad jual beli ini sangat diperlukan.

Terdapat beberapa langkah untuk mengidentifikasi pada Elzatta cabang Kota Cirebon dalam sistem garansi penjualan produk *fashion* muslimah secara *online* dan menghasilkan produk yang diperjualbelikan. Adapun dalam konteks ini penulis mengilustrasikan kerangka pemikiran menggunakan gambar sebagai berikut:

---

<sup>18</sup> Nadhiya Lutfiana, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Garansi Dalam Jual Beli Batik Secara Online (Study Pada Toko Batik Muslim Dipekalongan)." 30.

<sup>19</sup> Harry Fernando, "Tinjauan Hukum Islam Dan Hukum Positif Terhadap Garansi Dalam Pembelian Ban Vulkanisir." (*Skripsi*, Fakultas Syariah, 2021), 5.



**Gambar 1.1**  
**Kerangka pemikiran**

## F. Metodologi Penelitian

Metode penelitian merupakan langkah-langkah yang dilakukan oleh peneliti dalam mengumpulkan data atau informasi untuk dianalisis secara rasional, empiris, dan sistematis yang berfungsi untuk mengetahui suatu hal. Menurut Sugiyono dalam bukunya yang berjudul “Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D” menerangkan bahwa metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.<sup>20</sup>

Dalam upaya pengumpulan data dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode-metode sebagai berikut:

### 1. Metode dan Pendekatan Penelitian

#### a. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif, yaitu metode penelitian yang data-datanya dinyatakan dalam bentuk kata-kata atau kalimat. Menurut Creswell,

<sup>20</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), 3.

yang ditulis oleh Haris Harsiansyah dalam bukunya yang berjudul “Metode Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial” menjelaskan bahwa penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian yang dimaksudkan untuk memahami masalah-masalah manusia dalam konteks sosial dengan menciptakan gambaran menyeluruh dan kompleks yang disajikan, melaporkan pandangan terperinci dari sumber informasi, serta dilakukan dalam setting ilmiah tanpa adanya intervensi apapun dari penulis.<sup>21</sup>

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan dua jenis penelitian yaitu penelitian lapangan (*field research*) dan penelitian kepustakaan (*library research*). Penelitian lapangan (*Field Research*) yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan data dari lokasi lapangan. Dari beberapa sumber informasi yang berkaitan dengan buku-buku, atau dari informasi dan analisis yang dikumpulkan di lokasi penelitian. Adapun data yang berkaitan dengan sistem garansi produk penjualan *online* pada Elzatta cabang Kota Cirebon. Sedangkan penelitian kepustakaan (*library research*) merupakan suatu penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan data dan informasi dengan berbagai macam materi yang terdapat dalam kepustakaan, misalnya buku, catatan, makalah jurnal, dan lain-lain.

#### b. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif bersifat deskriptif analisis, yaitu penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, atau kejadian yang terjadi saat sekarang secara menyeluruh, luas, dan mendalam. Penelitian ini mendeskripsikan suatu data terkait dengan pelaksanaan sistem garansi produk *fashion* muslimah secara *online* antara produsen (penjual) dan konsumen (pembeli) Elzatta di cabang Kota Cirebon.

---

<sup>21</sup> Haris Harsiansyah, *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial* (Jakarta: Selemba Humanika, 2014), 8.

## 2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Elzatta Cabang Kota Cirebon yang beralamat di Jl. Tentara Pelajar No. 59, Pekiringan, Kec. Kesambi Kota Cirebon, Provinsi Jawa Barat, 45131.

## 3. Sumber Data Penelitian

Dalam penelitian terdapat dua sumber data yang dianalisis, yaitu primer dan sekunder sumber data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah:

### a. Data Primer

Data primer yaitu data yang langsung diberikan dari pengumpulan data objek yang akan diteliti.<sup>22</sup> Data primer diperoleh langsung dari sumbernya, baik melalui wawancara dengan *store leader* Elzatta, Karyawan, Konsumen, observasi, dan dokumentasi. Dalam hal ini, data yang diperoleh langsung dari pihak-pihak terkait yang memberikan langsung terhadap sistem garansi penjualan produk *fashion* muslimah secara *online* yang ada di Elzatta cabang Kota Cirebon.

### b. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung diberikan kepada pengumpul data, melainkan lewat orang lain atau dokumen.<sup>23</sup> Data sekunder diperoleh dari buku-buku, karya ilmiah, brosur, dan artikel yang memiliki relevansi terhadap objek penelitian ini.

## 4. Metode Pengolahan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### a. Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai biologi dan psikologis. Perilaku yang tampak dengan adanya tujuan yang ingin dicapai.

---

<sup>22</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), 225.

<sup>23</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 225.

Dalam hal ini, perilaku yang tampak bisa dilihat langsung oleh kasat mata, dapat didengar, dapat dihitung, dan dapat diukur.<sup>24</sup> Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini dengan cara berkunjung atau datang langsung ke tempat lokasi penelitian yaitu pada Elzatta cabang Kota Cirebon. Observasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penulis melakukan observasi partisipatif yaitu penulis ikut terlibat langsung di lapangan dengan orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data peneliti.

b. Wawancara

Wawancara adalah suatu proses yang dilakukan dengan cara tanya jawab antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai, atas dasar ketersediaan dan dalam *setting* alamiah, yang mengacu pada tujuan yang telah ditetapkan dengan mengedepankan *trust* sebagai landasan utama dalam proses memahami.<sup>25</sup> Pada penelitian ini melakukan wawancara dengan *Leader*, karyawan, dan konsumen di Elzatta cabang Kota Cirebon.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data melalui pencatatan langsung secara sistematis dari dokumen yang tersedia. mengacu pada material (bahan) seperti fotografi, video, film, memo, surat, diari, rekaman kasus klinis dan sejenisnya yang dapat digunakan sebagai informasi suplemen sebagai bagian dari kajian kasus yang sumber data utamanya adalah observasi partisipan atau wawancara.<sup>26</sup> Dalam hal ini penulis menyimpulkan dengan menyalin data yang bersifat dokumen atau

---

<sup>24</sup> Umar Sidiq, dan Moh. Miftachul, *Metode Penelitian Dibiidang Pendidikan* (Ponorogo: CV. Nata Karya, 2019), 68.

<sup>25</sup> Umar Sidiq, dan Moh. Miftachul, *Metode Penelitian Dibiidang Pendidikan*, 62.

<sup>26</sup> Rulam Ahmadi, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2014), 179.

arsip, dimana data tersebut dapat dengan mudah diperoleh melalui interview dan observasi.

d. Teknik Analisis Data

Setelah dilaksanakannya tahap penelitian, maka tahap berikutnya pengolahan dan analisis data. Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan, dan setelah selesai di lapangan. Namun, dalam hal ini, analisis data lebih fokus selama proses pengumpulan data. Data yang telah diperoleh melalui observasi, wawancara, studi dokumentasi, dan studi literatur diolah kemudian dianalisis. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Bila jawaban yang diwawancarai setelah analisis terasa belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi, sampai tahap tertentu, diperoleh data yang dianggap kredibel. Aktifitas dalam analisis data, yaitu data *reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification*.<sup>27</sup>

## 5. Analisis Data

a. Data *Reduction* (Reduksi Data)

Reduksi Data merupakan suatu proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu.<sup>28</sup> Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

b. Data *Display* (Penyajian Data)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah penyajian data. Dalam hal ini, sekumpulan informasi disusun sehingga memberi kemungkinan akan adanya penarikan

<sup>27</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 247.

<sup>28</sup> Ahmad Rijali, "Analisis Data Kualitatif," *Jurnal Alhadharah* 17: 33 (Januari-Juni 2018): 91.

kesimpulan dan pengambilan.<sup>29</sup> Dalam penelitian kualitatif penyajian data dilakukan dalam bentuk tabel, grafik, *pie chart*, *pictogram* dan sejenisnya. Melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah dipahami.

c. *Conclusin Drawing/Verification*

Penarikan kesimpulan dilakukan peneliti secara terus-menerut saat di lapangan. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

## G. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pembahasan dan memperoleh gambaran skripsi secara keseluruhan, maka akan penulis sampaikan sistematika penulisan skripsi ini secara global. Adapun sistematika penulisan skripsi tersebut adalah sebagai berikut:

**Bab I Pendahuluan**, menggambarkan secara rinci mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penelitian terdahulu, kerangka berfikir, metode penelitian dan sistematika penulisan. Pada bab ini bertujuan untuk mengantar pembahasan skripsi secara menyeluruh.

**Bab II Sistem Garansi Dalam Pembelian Produk**, dari penelitian yang membahas tentang garansi dalam Islam dan perlindungan hukum Islam yang terdiri dari pengertian jual beli, rukun dan syarat jual beli, dasar hukum jual beli, jual beli *online*, garansi dalam prespektif

<sup>29</sup> Ahmad Rijali, "Analisis Data Kualitatif," 94.



Undang-Undang Perlindungan Konsumen, dan garansi dalam Hukum Islam.

**Bab III Tinjauan Objek Penelitian**, yang berisi tentang gambaran umum dan lokasi tentang Elzatta, visi misi dan motto Elzatta, ketentuan-ketentuan sistem garansi, prosedur dan pelaksanaan dalam sistem garansi terhadap jual beli *online* produk *fashion* muslimah di Elzatta cabang Kota Cirebon.

**Bab IV Sistem Garansi Dalam Pembelian Produk Fashion Muslimah Secara Online Pada Toko Elzatta Cabang Kota Cirebon**, bab ini membahas tentang pelaksanaan sistem garansi dalam pembelian produk *fashion* muslimah secara *online* oleh Elzatta cabang Kota Cirebon menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 dan tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap sistem garansi pembelian produk *fashion* muslimah secara *online* pada Elzatta cabang Kota Cirebon.

**Bab V Penutup**, bab ini memuat tentang kesimpulan dari hasil pembahasan dan saran dari hasil temuan pembahasan

