

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Media sosial merupakan salah satu *E-Commerce* yang paling populer sebagai wadah transaksi antara penjual dan pembeli, karena memberikan kemudahan bagi konsumen untuk menggulir konten serta melakukan transaksi secara praktis tanpa harus keluar dari aplikasi untuk membeli produk yang ditawarkan. Perkembangan teknologi yang semakin pesat, mendorong kemudahan dan percepatan dalam berbagai aktivitas manusia. Hal ini terlihat dari data Kementerian Komunikasi dan Informatika, yang mencatat sebanyak 172 juta pengguna internet pada tahun 2019, meningkat menjadi 200 juta pada tahun 2020, 201 juta pada tahun 2021, 202 juta pada tahun 2022, dan mencapai 213 juta pengguna hingga Januari 2023.¹ Pemanfaatan internet telah menjadi bagian penting dalam gaya hidup masyarakat, bahkan telah bertransformasi menjadi suatu kebutuhan pokok. Kemudahan ini semakin didukung oleh akses internet yang terintegrasi melalui perangkat *smartphone*, sehingga memungkinkan konektivitas secara daring (*online*). Salah satu pemanfaatan internet dalam bidang ekonomi adalah pada sektor bisnis, yang dikenal dengan istilah *Electronic Commerce (E-Commerce)*.² *E-Commerce* adalah transaksi atau aktivitas bisnis yang diselesaikan melalui internet, yang dianggap sebagai bentuk transaksi modern yang melibatkan perangkat elektronik. Meskipun salah satu syarat transaksi dalam hukum Islam adalah adanya interaksi nyata (*langsung*) antara pihak-pihak yang terlibat, *E-Commerce* sedikit berbeda, karena transaksi dilakukan dengan menggunakan produk digital sebagai entitas jual beli. Sebagai contoh, penjualan barang fisik melalui media sosial kini dapat dilakukan melalui berbagai platform aplikasi, seperti *Shopee*, *Tokopedia*, *Lazada*, *Bukalapak*, dan *Blibli*, yang menyediakan sarana untuk transaksi secara *online*.³

¹ Zumhur Alaminin, et al., "Perkembangan *E-Commerce*: Analisis Dominasi *Shopee* sebagai Primadona Marketplace di Indonesia," *Jurnal Ekonomi Syariah* 6, No. 2 (2023): 121.

² Enceng Iip Syaripudin, et al., "Praktik Jual Beli dengan Sistem Pre Order Perspektif Hukum Ekonomi Syari'ah (Studi Kasus di Toko Online HelloBy1_Aesthetic)," *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 1, No. 1 (2022): 3.

³ Ahmad Zuhdi Mubarak, et al., "Penerapan Akad Ba'I As- Salam terhadap Transaksi *E-Commerce* Studi Kasus Aplikasi Belanja Online *Shopee*," *Al-Muamalat: Jurnal Ilmu Hukum dan Ekonomi Syariah* 7, No. 2 (2023): 36.

Pertumbuhan bisnis *E-Commerce* di Indonesia menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Perkembangan ini ditandai dengan kemunculan berbagai platform *E-Commerce* baru yang menawarkan ragam kemudahan serta keuntungan bagi konsumen. Dinamika tersebut secara tidak langsung meningkatkan intensitas persaingan antar pelaku industri *E-Commerce*, khususnya di antara perusahaan-perusahaan besar yang berupaya merebut dominasi pasar dalam berbagai aspek. Berdasarkan data perkembangan *E-Commerce* di Indonesia tahun 2022 sampai awal tahun 2023 dapat dilihat bahwa, lebih dari 178 juta orang Indonesia memberi barang-barang melalui internet, dengan estimasi total pengeluaran tahunan mencapai US\$ 55,97 miliar. dari empat sektor bisnis digital terbesar di Indonesia yang menempati posos pertama *E-Commerce*, kemudian disusul oleh transportasi dan makanan, media online, dan layanan perjalanan online (*online travel agent*). Keempat layanan ini berkembang pesat seiring dengan meningkatnya adopsi digital, terutama di kalangan generasi muda dan masyarakat yang tinggal di kota-kota kecil.⁴ Adapun Berdasarkan persentase *E-Commerce* yang dirilis oleh iprice.co.id, Shopee menguasai pasar *E-Commerce* berdasarkan jumlah kunjungan bulanan pada kuartal II-2020. Rata-rata kunjungan per-bulannya sebanyak 93,4 juta. Selain itu, shopee menduduki peringkat pertama di AppStore dan Playstore. Persentase tersebut menjadi yang paling tinggi dibandingkan *E-Commerce* lainnya seperti Tokopedia, Bukalapak, Lazada dan sebagainya.⁵

Jual beli merupakan salah satu bentuk Muamalah, yaitu hubungan yang terjadi antara manusia dengan manusia. Bentuk Muamalah seperti jual beli ada karena untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia, karena itu setiap manusia akan berusaha berhubungan dengan orang lain. Diantara hubungan tersebut adalah hubungan saling memenuhi kebutuhan satu sama lain yakni memberikan sesuatu kepada orang lain dengan mendapatkan sesuatu dari orang lain sesuai kebutuhan masing-masing yakni dengan jual beli. Dalam melakukan jual beli terdapat akad

⁴ Yuyut Prayuti, "Dinamika Perlindungan Hukum Konsumen di Era Digital: Analisis Hukum terhadap Praktik *E-Commerce* dan Perlindungan Data Konsumen di Indonesia," *Jurnal Interpretasi Hukum*, 5, No. 1 (2024): 904.

⁵ Silfa Ismalia dan Muhammad Iqbal Fasa, "Strategi Pemasaran pada Platfrom *E-Commerce* Shoope," *JEMAS: Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen dan Syariah*, 3, No. 3 (2024): 381.

yang digunakan sebagai arti hubungan dengan hal, yaitu akad salam yang bermakna penyerahan.⁶

Akad salam merupakan salah satu bentuk transaksi jual beli dalam hukum Islam, di mana pembayaran dilakukan secara penuh di awal akad, sedangkan penyerahan barang dilakukan pada waktu yang telah disepakati di masa mendatang. Transaksi ini disebut *salam* karena adanya pelunasan harga oleh pembeli sebelum barang diterima. Akad salam dinilai sah menurut syariat Islam selama memenuhi rukun dan syarat jual beli yang telah ditetapkan, seperti kejelasan objek transaksi, waktu penyerahan, serta kesepakatan antara para pihak.⁷

Dalam syariat islam rukun jual beli secara Bahasa merujuk pada hal-hal yang harus dipenuhi agar suatu perbuatan dianggap sah. Sedangkan menurut istilah rukun jual beli adalah unsur-unsur yang menjadi dasar terbentuknya suatu akad jual beli, bukan semata-mata karena keberlangsungannya. Jumhur ulama berpendapat bahwa rukun jual beli terdiri atas pihak-pihak yang melakukan akad atau *al-muta'qidan* yaitu penjual dan pembeli, Sighat (lafal *ijab* dan *qabul*) sebagai bentuk kesepakatan, *Ma'qud 'alaih* yaitu akad yang mencakup barang yang diperjualbelikan dan nilai tukar pengganti barang.⁸

Para ulama fikih sepakat bahwa pihak yang melakukan akad jual beli harus memenuhi beberapa syarat tertentu agar transaksi yang dilakukan dianggap sah menurut hukum Islam. *Pertama*, pihak yang berakad harus telah mencapai usia balig dan memiliki akal sehat. Dengan demikian, jual beli yang dilakukan oleh anak-anak yang belum balig atau oleh orang yang tidak memiliki kesadaran akal, seperti orang gila, dinyatakan tidak sah. *Kedua*, pihak yang melakukan akad harus merupakan dua individu atau entitas yang berbeda. Artinya, seseorang tidak dapat berperan sebagai penjual dan pembeli dalam waktu yang bersamaan dalam satu transaksi. *Ketiga*, kehendak bebas atau kerelaan merupakan syarat mutlak dalam akad, sehingga akad yang dilakukan karena paksaan tidak memiliki keabsahan

⁶ Novia Andina Putri, *Tinjauan Fiqih Muamalah Tentang Praktik Jual Beli Lada (Studi Di Pekon Lengkokai Kecamatan Kelumbayan Barat Kabupaten Tanggamus)*, (Skripsi, Jurusan Hukum Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2022) 1-83.

⁷ Imam Fawaid, "Tinjauan Hukum Islam terhadap Operasional Akad Salam dalam Jual Beli secara Online," *Jurnal Al-Hukmi* 1, No. 2 (2020): 320.

⁸ Deddi Ajir, "Fikih Perbandingan Tentang Syarat dan Rukun Jual Beli serta Relevansinya dengan Jual Beli Modern," *Risalah Iqtisadiyah: Journal of Sharia Economics* 1, No. 1 (2022): 36.

secara syar'i. *Keempat*, harus terdapat kepemilikan yang sah atas objek jual beli. Artinya, kedua belah pihak yang melakukan akad harus memiliki hak penuh terhadap barang yang diperjualbelikan atau setidaknya bertindak atas dasar kuasa atau perwakilan yang sah dari pemilik barang yang sebenarnya.⁹

Berdasarkan ketentuan dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES), akad salam diakui sebagai salah satu bentuk pembiayaan dalam kegiatan jual beli yang sesuai dengan prinsip syariah. Dalam akad ini, pembayaran dilakukan secara penuh pada saat akad disepakati, sedangkan penyerahan barang dilakukan di kemudian hari sesuai dengan kesepakatan para pihak. KHES mengatur ketentuan terkait akad salam dalam beberapa pasal.

Pasal 100 ayat (1) menyatakan bahwa akad salam harus disertai dengan ijab dan kabul sebagaimana layaknya jual beli pada umumnya. Selanjutnya, ayat (2) menegaskan bahwa pelaksanaan akad salam harus mengikuti kebiasaan (*'urf*) dan prinsip kepatutan dalam masyarakat.

Pasal 102 menetapkan bahwa akad salam hanya dapat dilakukan apabila memenuhi syarat yang meliputi kejelasan mengenai barang yang dijual, waktu penyerahan, dan tempat penyerahan. Sementara itu, pasal 103 menyatakan bahwa pembayaran atas barang dalam akad salam dapat dilakukan pada waktu dan tempat yang telah disepakati oleh kedua belah pihak.¹⁰

Adanya fenomena ini menunjukkan bahwa konsumen berbelanja online, karena diawali dengan adanya kebutuhan untuk dipenuhi. Saat konsumen melakukan pembelian barang, mereka akan mempertimbangkan ulasan positif dan negatif suatu merek serta mengevaluasi tanggapan konsumen lain yang telah memiliki pengalaman dengan produk tersebut. Setelah memperoleh informasi yang cukup, konsumen akan melakukan analisis terhadap berbagai alternatif produk dan mempertimbangkan sejauh mana produk tersebut dapat memenuhi kebutuhannya. Proses ini pada akhirnya mengarah pada keputusan pembelian yang merupakan merupakan suatu proses yang diawali dengan pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, dan diakhiri dengan pemilihan produk yang dianggap

⁹ Deddi Ajir, "Fikih Perbandingan Tentang Syarat dan Rukun Jual Beli serta Relevansinya dengan Jual Beli Modern," 38.

¹⁰ Mahkamah Agung, *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Ditjen Badilag Mahkamah Agung Ri, 2013): 38-39.

paling tepat. Jika pengalaman pembelian sebelumnya memberikan kepuasan, maka konsumen cenderung melakukan pembelian ulang pada produk atau merek yang sama. Oleh karena itu, jika konsumen sudah mendapatkan pengalaman menyenangkan saat melakukan pembelian suatu produk, maka konsumen akan melakukan keputusan pembelian ulang. Sebelum konsumen memutuskan pembelian suatu produk, konsumen akan memiliki beberapa pertimbangan seperti diskon dan promo gratis ongkos kirim dalam melakukan pembelian produk secara Online, diskon menjadi salah satu strategi pemasaran yang efektif untuk menarik minat konsumen. Diskon merupakan bentuk potongan harga yang diberikan oleh penjual sebagai bentuk apresiasi atas perilaku pembeli yang dianggap menguntungkan bagi penjual.¹¹

Dalam situasi persaingan pasar yang semakin kompetitif, toko online dituntut untuk secara cermat memperhatikan aspek penetapan harga. Tingkat harga yang ditawarkan sangat berpengaruh terhadap daya saing suatu platform *E-Commerce* serta menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu, sebagai upaya mempertahankan loyalitas pelanggan dan mencegah perpindahan konsumen ke platform pesaing, toko online umumnya menerapkan strategi promosi harga, salah satunya melalui pemberian diskon. Selain itu Konsumen merasa lebih tertarik karena potongan harga yang signifikan memberikan persepsi nilai tambah terhadap produk, yang pada akhirnya mendorong konsumen untuk melakukan pembelian. Selain diskon, strategi lain yang banyak diterapkan oleh toko online adalah promosi gratis ongkos kirim. Promo ini termasuk dalam bentuk promosi penjualan, yakni kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk mendorong pembelian melalui upaya penjualan khusus, seperti pameran, demonstrasi produk, atau penawaran terbatas. Gratis ongkos kirim dianggap efektif karena mengatasi salah satu hambatan utama konsumen dalam berbelanja online, yaitu beban biaya pengiriman. Banyak konsumen merasa keberatan untuk membayar ongkos kirim, apalagi jika biaya tersebut lebih tinggi dibandingkan harga produk yang dibeli. Dengan adanya promosi gratis ongkos kirim, konsumen merasa lebih ringan dalam melakukan pembelian karena tidak

¹¹ Shoffi'ul Auli, et al., "Pengaruh Diskon dan Promo Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian pada *E-Commerce Shoope*," *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen* 10, No. 15 (2021): 112.

dibebani biaya tambahan.¹² Hal ini berdampak positif terhadap proses pengambilan keputusan pembelian serta meningkatkan kepuasan konsumen setelah melakukan transaksi. Oleh karena itu, konsumen semakin meyakini bahwa belanja di toko online tersebut sangatlah menarik untuk membeli produk dengan harga murah tanpa dibebani oleh biaya pengiriman dan konsumen akan sering melakukan berbelanja di toko online tersebut.¹³

Dalam fiqih, kegiatan ekonomi termasuk mu'amalah, bukan ibadah mahdhah. Kaidah fiqih menyatakan bahwa "*al-ashl fi mu'amalah al-ibahah, illa idza ma dalla al-dalil al-akhilafih*," yang berarti bahwa suatu perkara dalam mu'amalah pada dasarnya diperkenankan (halal) untuk dilakukan, kecuali jika ada larangan yang jelas dari sumber agama (al-Qur'an dan Hadis). Oleh karena itu, apa yang dihalalkan Allah tidak boleh dilarang, dan yang dilarang Allah tidak boleh dibolehkan. Kaidah ini menegaskan bahwa dalam urusan dunia, manusia diberikan kebebasan untuk berinovasi dan melakukan hal-hal yang bermanfaat, asalkan tidak bertentangan dengan ketentuan agama. Hadis Rasulullah SAW, "*antum a'lamu bi umurid dunyakum*," (kalian lebih mengetahui urusan dunia kalian). menunjukkan bahwa Islam memberi kebebasan kepada umatnya dalam mengelola kehidupan dunia sesuai dengan perubahan ruang dan waktu.¹⁴

Berdasarkan hasil wawancara dengan Mas Rizki selaku pemilik toko online @Chila Bouty Cirebon, diketahui bahwa usaha ini telah beroperasi sejak tahun 2018 hingga saat ini. Toko @Chila Bouty Cirebon memfokuskan usahanya pada penjualan berbagai produk fashion, seperti baju muslim, abaya, kemeja, setelan pakaian, rok span, dan rok plisket. Dalam kegiatan pemasarannya, @Chila Bouty Cirebon memanfaatkan berbagai platform digital seperti Shopee, Lazada, TikTok Shop, dan Tokopedia untuk memperluas jangkauan pasar.

Dari sisi sistem pembayaran, @Chila Bouty Cirebon menerapkan sistem *Pre-Order* (PO) untuk beberapa produk-produk tertentu. Dalam praktik transaksi jual beli, toko ini memberlakukan kesepakatan dengan pembeli bahwa barang akan

¹² Shoffi'ul Auli, et al., "Pengaruh Diskon dan Promo Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian pada *E-Commerce Shoope*," 116-117.

¹³ Silfa Ismalia dan Muhammad Iqbal Fasa, "Strategi Pemasaran pada Platform *E-Commerce Shoope*," 383-384.

¹⁴ Nurafiah Aswawi, "Jual Beli Online Berbasis Media Sosial dalam Perspektif Ekonomi Islam," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam (At-Tariiz)* 3, No. 2 (2023): 125.

dikirim maksimal satu minggu. Langkah ini dirancang untuk menjaga kepercayaan konsumen, dimana setelah pembayaran dikonfirmasi barang siap diproduksi. Namun, penerapan sistem ini belum berjalan optimal karena masih terdapat beberapa kendala terkait mekanisme pembayaran maupun proses penyerahan barang. Permasalahan yang muncul antara lain keterbatasan stok serta keterlambatan pengiriman barang yang telah dijanjikan. Jika ditinjau dari perspektif hukum ekonomi syariah, praktik *pre-order* tersebut belum sepenuhnya sesuai dengan prinsip akad salam, yaitu akad jual beli yang mensyaratkan pembayaran dilakukan di awal untuk barang dengan spesifikasi tertentu yang akan diserahkan di kemudian hari. Untuk meningkatkan daya tarik dan mempertahankan loyalitas pelanggan, @Chila Bouty Cirebon juga menerapkan berbagai strategi pemasaran, termasuk flash sale, diskon awal bulan hingga 50%, potongan harga pada tanggal kembar (*Twin Date*), dan promosi gratis ongkir. Tujuan dari pemberian diskon adalah untuk menarik pembeli dengan menawarkan harga yang lebih terjangkau, sementara promo gratis ongkir bertujuan untuk mengurangi biaya pengiriman, yang sering menjadi salah satu pertimbangan utama konsumen dalam berbelanja online. Dengan adanya strategi tersebut, baik penjual maupun pembeli memperoleh keuntungan. Konsumen merasa lebih terlindungi dari risiko penipuan, sementara penjual dapat membangun kepercayaan serta hubungan jangka panjang dengan pelanggannya. Di samping itu, keberhasilan strategi ini juga ditunjang oleh pelayanan yang cepat, responsif, dan ramah dari pihak penjual agar konsumen semakin yakin terhadap kualitas produk yang ditawarkan.¹⁵

Berdasarkan fenomena yang terjadi dalam perilaku konsumen saat berbelanja online, diketahui bahwa Keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh strategi pemasaran seperti diskon dan gratis ongkir yang memberikan persepsi nilai tambahan dan mendorong pembelian ulang. Temuan ini mungkin sejalan dengan hasil wawancara bersama pemilik toko online @Chila Bouty Cirebon, yang menyatakan bahwa strategi pemasaran seperti flash sale, potongan harga, dan gratis ongkir secara efektif diterapkan untuk menarik minat serta mempertahankan loyalitas konsumen. Namun demikian, strategi pemasaran tersebut berpotensi

¹⁵ Hasil Wawancara dengan Rizki sebagai pemilik toko pada tanggal 12 April 2025.

menimbulkan persoalan dalam kesepakatan harga awal, terutama Ketika dikaitkan dengan penerapan sistem *Pre-Order* dimana pembeli diwajibkan melakukan pembayaran penuh diawal untuk produk yang baru tersedia dikemudian hari. Secara konsep, sistem *Pre-Order* seharusnya selaras dengan prinsip akad Salam dalam hukum ekonomi syariah, yang mensyaratkan adanya pembayaran penuh di awal, kejelasan spesifikasi barang, serta kesepakatan yang pasti mengenai waktu dan tempat penyerahan barang. Akan tetapi, dalam praktik yang diterapkan oleh toko online @Chila Bouty Cirebon, terdapat sejumlah unsur yang belum terpenuhi secara sempurna, terutama dalam transaksi *Pre-Order*, di mana pembeli diwajibkan melakukan pembayaran terlebih dahulu untuk barang yang masih dalam tahap produksi atau belum tersedia secara fisik. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa praktik jual beli dalam sistem *Pre-Order* di toko online @chila bouty Cirebon ini belum sesuai dengan ketentuan rukun dan syarat akad salam, baik dari aspek akad, objek jual beli, maupun kesepakatan waktu dan metode penyerahan barang, sehingga praktik tersebut tidak sah menurut hukum ekonomi syariah.

Berdasarkan uraian diatas, penulis merasa tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai strategi diskon dan gratis ongkir dalam transaksi jual beli online serta kesesuaiannya dengan prinsip hukum ekonomi syariah, terutama akad Salam yang mengatur pembayaran di muka untuk barang yang diserahkan kemudian. Sehingga penulis ingin mengangkat hal tersebut dalam skripsi yang berjudul “ **Implementasi Akad Salam dengan Sistem Pre-Order pada Toko Online @Chila Bouty Cirebon dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah**”

B. Perumusan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Wilayah kajian yang diambil oleh penulis mengenai Implementasi Akad Salam dengan Sistem Pre-Order pada Toko Online @Chila Bouty Cirebon dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah dengan topik kajian Akad dalam Transaksi Bisnis Online/*E-Commerce*. Kemudian pendekatan penelitian yang digunakan penulis adalah pendekatan kualitatif, yakni pendekatan penelitian yang digunakan dalam meneliti sesuai dengan kondisi objek berdasarkan pengalaman berupa fenomena-fenomena yang terjadi di Masyarakat.

Berdasarkan latar belakang, maka masalah yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut:

- a. Strategi pemasaran melalui diskon dan gratis ongkir dalam tinjauan hukum ekonomi syariah.
 - b. Kesesuaian implementasi akad salam dengan rukun dan syaratnya.
 - c. Pemahaman pelaku usaha terhadap akad salam dalam sistem pre order.
2. Batasan Masalah

Peneliti membuat Batasan masalah agar permasalahan tetap fokus pada tujuan penelitian. Pokok permasalahan dalam penelitian ini yaitu Implementasi Akad Salam dengan Sistem Pre-Order pada Toko Online @Chila Bouty Cirebon dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah dengan melakukan studi lapangan pada akun @Chila Bouty Cirebon di Desa Prajawinangun Wetan Kecamatan Kaliwedi Kab. Cirebon.

3. Rumusan masalah
 - a. Bagaimana Implementasi Akad Salam dalam Jual Beli Online di Toko @Chila Bouty Cirebon dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah?
 - b. Bagaimana Faktor Pendukung dan Penghambat Kegiatan Jual Beli Online di Toko @Chila Bouty Cirebon?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

- a. Untuk Mengetahui Implementasi Akad Salam dalam Jual Beli Online di Toko @Chila Bouty Cirebon dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah.
- b. Untuk Mengetahui Faktor Pendukung dan Penghambat Kegiatan Jual Beli Online di Toko @Chila Bouty Cirebon.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat secara teoritis dan praktis dengan harapan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Secara teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya bagi para peneliti, serta menjadi sumber referensi yang berharga dalam memperluas pemahaman

mengenai Implementasi Akad Salam dengan Sistem Pre-Order pada Toko Online @Chila Bouty Cirebon dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah

2. Secara praktis

a. Bagi penulis

Penelitian ini juga menambah pengalaman dan wawasan bagi penulis dalam menyusun karya ilmiah yang bermanfaat bagi kalangan akademisi maupun masyarakat umum, khususnya terkait Implementasi Akad Salam dengan Sistem Pre-Order pada Toko Online @Chila Bouty Cirebon dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah. Selain itu, penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum pada Jurusan Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon.

b. Bagi Toko Online @Chila Bouty Cirebon

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi lembaga-lembaga yang berkepentingan, serta menjadi rujukan yang bermanfaat dalam mengoptimalkan Implementasi Akad Salam dengan Sistem Pre-Order pada Toko Online @Chila Bouty Cirebon dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah.

c. Bagi Customer toko online @Chila Bouty Cirebon

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang informatif bagi konsumen terkait Implementasi Akad Salam dengan Sistem Pre-Order pada Toko Online @Chila Bouty Cirebon dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah.

d. Bagi peneliti selanjutnya

Harapannya, hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang berarti dalam memperkaya referensi dan literatur mengenai Implementasi Akad Salam dengan Sistem Pre-Order pada Toko Online @Chila Bouty Cirebon dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah. Selain itu, temuan dalam penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi acuan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang mengangkat tema serupa.

E. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang menjadi rujukan penulis sehingga mengangkat judul ini diantaranya yaitu:

1. Skripsi yang disusun oleh Nur Imamatul Islami dengan judul "Implementasi Akad As-Salam dalam Praktek Jual Beli Online Melalui Sistem Reseller Perspektif Hukum Ekonomi Syariah pada Usaha Dian Shop Jember" menjelaskan bahwa penerapan kontrak As-Salam di Dian Shop Jember sejalan dengan prinsip-prinsip hukum ekonomi Syariah. Hal ini penting untuk memberikan kepastian bagi konsumen Muslim bahwa transaksi yang dilakukan tidak hanya halal tetapi juga bebas dari unsur ketidakadilan dan penipuan, yang pada gilirannya memperkuat kepercayaan konsumen terhadap toko tersebut. Skripsi ini juga menguraikan pedoman operasional yang dapat diterapkan oleh pengecer yang mengadopsi kontrak As-Salam, yang mencakup kesepakatan mengenai spesifikasi produk, harga, dan jadwal pengiriman. Pedoman ini dapat menjadi acuan bagi bisnis online lain yang ingin menerapkan sistem serupa. Dengan mengimplementasikan kontrak As-Salam secara tepat, Dian Shop Jember berhasil membedakan dirinya di tengah pasar online yang sangat kompetitif, sekaligus menarik lebih banyak pelanggan yang menginginkan pengalaman belanja yang terpercaya dan sesuai prinsip etis, sehingga memperkuat posisi pasar mereka.¹⁶ penelitian ini memiliki kesamaan antara penelitian yang sedang dikaji, yaitu sama-sama membahas implementasi akad salam. Namun, perbedaannya terletak pada fokus kajian, dimana penelitian terdahulu lebih menekankan pada sistem reseller, sementara penelitian yang sedang dikaji ini lebih mengeksplorasi strategi diskon dan gratis ongkir yang diterapkan pada toko online.
2. Skripsi yang ditulis oleh Rizki Widodo dengan judul "Pengaruh Gratis Ongkos Kirim, *Flash Sale* dan *Cash on Delivery*, terhadap Keputusan Pembelian di toko online shoope pada Masyarakat Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru". Hasil penelitian menunjukkan bahwa temuan dari

¹⁶ Nur Imamatul Islami, *Implementasi Akad As-Salam dalam Praktek Jual Beli Online Melalui Sistem Reseller perspektif Hukum Ekonomi Syariah pada Usaha Dian Shop Jember*; (Skripsi, Jurusan Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2024): 1-65.

studi ini dapat memberikan wawasan yang berguna bagi bisnis dalam menyelaraskan strategi pemasaran mereka. Sebagai contoh, fokus pada promosi yang menawarkan pengiriman gratis dan penjualan flash dalam kampanye iklan dapat menarik lebih banyak konsumen dan mendorong pembelian. Temuan ini juga berfungsi sebagai informasi penting bagi pemangku kepentingan, seperti Shopee dan platform *E-Commerce* lainnya, untuk lebih memahami perilaku konsumen. Pengetahuan yang diperoleh dari penelitian ini dapat membantu mereka dalam mengambil keputusan yang lebih tepat terkait harga, promosi, dan opsi pembayaran, dengan tujuan meningkatkan keterlibatan dan kepuasan pelanggan.¹⁷ Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang sedang dikaji, yakni sama-sama menerapkan strategi gratis ongkir untuk menarik pelanggan dan berfokus pada keputusan pembelian konsumen dalam konteks *E-Commerce*. Adapun perbedaannya, penelitian terdahulu lebih berfokus pada pengaruh promosi dan gratis ongkir tanpa membahas akad salam, sedangkan penelitian yang tengah dikaji memberikan penekanan khusus pada implementasi akad salam dalam transaksi.

3. Artikel jurnal yang ditulis oleh Ahmad Zuhdi Mubarak, Alma Rizki Ramadhani dan Intan Rikqi Yani dengan judul “Penerapan Akad Ba’i As-Salam terhadap Transaksi *E-Commerce* Studi Kasus Aplikasi Belanja Online Shopee”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan prinsip-prinsip Ba’i As-Salam memberikan dasar hukum yang kuat bagi transaksi *E-Commerce*, sekaligus menjamin kepatuhan terhadap hukum Islam. Hal ini menjadi aspek krusial bagi konsumen Muslim yang ingin memastikan bahwa transaksi yang mereka lakukan sesuai dengan prinsip agama, serta bahwa barang yang dibeli akan diterima sesuai kesepakatan. Ba’i As-Salam juga memberikan jaminan atas keaslian dan kualitas produk, sehingga meningkatkan tingkat kepercayaan konsumen terhadap platform belanja online seperti Shopee. Selain itu, penggunaan akad ini memperkuat keamanan transaksi karena mewajibkan pembayaran di muka untuk barang yang akan dikirim kemudian, yang pada

¹⁷ Rizki Widodo, *Pengaruh Gratis Ongkos Kirim, Flash Sale dan Cash on Delivery, terhadap Keputusan Pembelian di toko online shoope pada Masyarakat Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru*, (Skripsi, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru, 2022): 1-67.

akhirnya mengurangi potensi penipuan dan memastikan komitmen kedua belah pihak dalam melaksanakan transaksi.¹⁸ Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang akan dikaji, yaitu sama-sama membahas penerapan akad salam dalam transaksi online dan berfokus pada kesesuaian dengan prinsip hukum ekonomi syariah. Namun, perbedaannya terletak pada objek dan fokus kajian. Penelitian terdahulu meneliti Shopee sebagai platform besar tanpa membahas strategi pemasaran, sedangkan penelitian ini fokus pada toko @Chila Bouty Cirebon dengan tambahan analisis strategi diskon dan gratis ongkir terhadap keputusan pembelian konsumen.

4. Artikel Jurnal yang ditulis oleh Farid Putra Pamungkas dan Defia Riski Anggrarini dengan judul “Pengaruh Diskon dan Free Ongkir terhadap Keputusan Pembelian melalui *E-Commerce* (Studi Kasus Shopee) di Bandar Lampung”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa diskon dan pengiriman gratis secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian. Bisnis, terutama platform *E-Commerce* seperti Shopee, dapat memanfaatkan informasi ini untuk merancang kampanye pemasaran yang lebih efektif yang menyoroti insentif ini untuk menarik pelanggan.¹⁹ Kedua penelitian ini memiliki kesamaan dalam membahas pengaruh diskon dan gratis ongkir terhadap keputusan pembelian konsumen. Namun, penelitian terdahulu hanya fokus pada aspek pemasaran tanpa memperhatikan prinsip syariah, sedangkan penelitian yang sedang dikaji mengaitkan strategi tersebut dengan penerapan akad salam untuk memastikan kesesuaian dengan hukum ekonomi syariah. Selain itu, objek penelitian terdahulu adalah Shopee, sementara yang dikaji berfokus pada toko online @Chila Bouty Cirebon.
5. Artikel Jurnal yang ditulis oleh Paiz Ahmad Zaini, Helma Maulana Zulfikar, dan Muhibban dengan judul “Implementasi Akad Salam dalam Transaksi COD Toko Online Lazada” hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan akad salam dalam sistem pembayaran Cash on Delivery (COD) di platform Lazada.

¹⁸ Ahmad Zuhdi Mubarak, et al., “Penerapan Akad Ba’i As-Salam terhadap Transaksi *E-Commerce* Studi Kasus Aplikasi Belanja Online Shopee,” *Iqtishodiah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 5, No. 2 (2023): 34-39.

¹⁹ Farid Putra Pamungkas dan Defia Riski Anggrarini, “Pengaruh Diskon dan Free Ongkir terhadap Keputusan Pembelian melalui *E-Commerce* (Studi Kasus Shopee) di Bandar Lampung,” *Jurnal Ekonomi Efektif* 6, No. 4 (2024): 571-580.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan studi kasus dan menemukan bahwa meskipun pembayaran dilakukan setelah barang diterima, unsur-unsur akad salam seperti kejelasan barang dan harga tetap relevan. Hasilnya menunjukkan bahwa akad salam dapat diterapkan dalam transaksi COD jika dilakukan secara transparan dan sesuai prinsip syariah.²⁰ Kedua penelitian ini memiliki kesamaan yang terletak ada fokus kajian terhadap kesesuaian akad Salam dengan prinsip hukum ekonomi syariah. Namun, perbedaannya terletak pada sistem pembayaran, penelitian terdahulu meneliti transaksi dengan pembayaran di tempat, sedangkan yang sedang dikaji dengan pembayaran di muka. Selain itu, penelitian ini juga menyoroti strategi pemasaran berupa diskon dan gratis ongkir sebagai daya tarik jual beli yang tetap mengacu pada prinsip syariah.

6. Artikel Jurnal yang ditulis oleh Dara Melfaliza dan Ahmad Nizam dengan judul “Pengaruh Promo Gratis Ongkir, Customer Review dan Diskon terhadap Keputusan Pembelian melalui Aplikasi Shopee” hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut sangat memengaruhi keputusan pembelian, baik secara individual maupun bersamaan. Promo gratis ongkir adalah faktor paling penting dalam menarik pelanggan karena mereka merasa lebih hemat karena tidak perlu membayar ongkos kirim.²¹ Kedua penelitian ini memiliki kesamaan dalam hal pembahasan mengenai strategi diskon dan promo gratis ongkir yang digunakan sebagai upaya untuk menarik minat konsumen dalam aktivitas jual beli secara online. Strategi ini dinilai efektif dalam mendorong keputusan pembelian serta meningkatkan kecenderungan konsumen untuk melakukan transaksi berulang. Namun, perbedaan mendasar terletak pada pendekatan dan sudut pandang yang digunakan. Penelitian sebelumnya lebih menitikberatkan pada analisis pengaruh promo gratis ongkir, ulasan konsumen (customer review), dan kepuasan pembelian terhadap keputusan konsumen. Sementara itu, penelitian yang tengah dikaji berfokus pada implementasi akad salam dalam transaksi jual beli online, khususnya dalam praktik sistem pre-order yang

²⁰ Paiz Ahmad Zaini, et al., “Implementasi Akad Salam dalam Transaksi COD Toko Online Lazada,” *Jurnal Ekonomi Efektif* 6, No. 4 (2024): 571-580.

²¹ Dara Melfaliza dan Ahmad Nizam, “Pengaruh Promo Gratis Ongkir, Customer Review dan Diskon terhadap Keputusan Pembelian melalui Aplikasi Shopee,” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam* 4, No. 2 (2022): 192-204.

diterapkan oleh toko online @Chila Bouty Cirebon, dengan pendekatan berdasarkan perspektif hukum ekonomi syariah.

7. Artikel Jurnal yang ditulis oleh Muhammad Reza Safri Nasrullah, Nur Zaibi Amalia dan Ahmad Mu'is dengan judul "Konsep Akad Salam pada Jual Beli Pre Order Online Shop dalam Perspektif Hukum Islam," hasil penelitian menunjukkan bahwa kesesuaian konsep akad salam dengan praktik jual beli pre-order di online shop dalam perspektif hukum Islam. Penelitian ini menggunakan metode kepustakaan dan menyimpulkan bahwa akad salam dapat diterapkan dalam sistem pre-order selama memenuhi syarat syariah seperti pembayaran penuh di awal, kejelasan spesifikasi barang, dan kepastian waktu penyerahan. Studi ini menegaskan bahwa akad salam adalah solusi yang relevan dan fleksibel dalam transaksi ekonomi modern berbasis syariah, serta dapat memperkuat kepercayaan antara penjual dan pembeli dalam transaksi digital.²² Kedua penelitian memiliki fokus yang serupa, yaitu mengkaji konsep dan penerapan akad salam dalam transaksi jual beli secara online. Meski demikian, keduanya berbeda dalam pendekatan. Penelitian terdahulu bersifat teoritis dengan cakupan yang luas, sementara penelitian yang dikaji bersifat aplikatif karena menelusuri secara langsung penerapan akad salam dalam praktik jual beli di toko online, khususnya dengan mempertimbangkan strategi promosi seperti diskon dan gratis ongkir dalam platform *E-Commerce*.
8. Artikel Jurnal yang ditulis oleh Lilis Ariyanti dan Sri Setyo Iriani yang berjudul "Pengaruh Promosi Penjualan dan *Electronic Word of Mouth* terhadap Pembelian Impulsif pada Saat Special Event Day (Studi pada Konsumen Shoope Jawa Timur)," hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut memiliki pengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif, dengan promosi penjualan sebagai faktor dominan. Hal ini memperkuat relevansi penggunaan strategi diskon dan gratis ongkir sebagai alat efektif dalam mendorong perilaku pembelian, yang sejalan dengan fokus skripsi ini dalam konteks penerapan akad salam pada praktik *E-Commerce*.²³ Kedua penelitian

²² Muhammad Reza Safri Nasrullah, et al., "Konsep Akad Salam pada Jual Beli Pre Order Online Shop dalam Perspektif Hukum Islam," *Tasyri' Jurnal of Islamic Law*, 4, No. 1 (2025): 417-431.

²³ Lilis Ariyanti dan Sri Setyo Iriani, "Pengaruh Promosi Penjualan dan Electronic Word of Mouth terhadap Pembelian Impulsif pada Saat Special Event Day (Studi pada Konsumen Shoope

ini sama-sama menyoroti dampak diskon dan gratis ongkir terhadap perilaku konsumen. Adapun perbedaannya dalam penelitian terdahulu tidak membahas mengenai akad salam dan ruang lingkup pada konsumen shoope di jawa timur sedangkan, penelitian yang sedang dikaji fokus pada implementasi akad salam dalam ruang lingkup pada toko online @chila bouty Cirebon.

9. Artikel Jurnal yang ditulis oleh Rizki Prasanti dkk yang berjudul “Analisis Penerapan Akad Salam pada Jual Beli Online dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Ditinjau Fatwa DSN MUI No 05/DSN-MUI/IV/2000 (Study di Toko Fashion Online Kota Metro),” hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan kontrak salam dalam penjualan online telah secara positif mempengaruhi pendapatan penjualan toko yang berpartisipasi. Peningkatan penjualan dikaitkan dengan sifat terstruktur dari kontrak salam, yang mengklarifikasi harapan bagi pembeli dan penjual.²⁴ Penelitian ini sama-sama mengkaji penerapan akad salam dalam jual beli online. Namun perbedaannya penelitian terdahulu fokus pada peningkatan omzet secara umum, sementara penelitian yang sedang dikaji fokus pada aspek strategi diskon dan gratis ongkir dalam mendorong efektivitas akad salam.
10. Artikel Jurnal yang ditulis oleh Risky Pratama dan Mirzam Arqy Ahmadi dengan judul “Pengaruh Promo Gratis Ongkir Kirim, Iklan, dan Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli Produk di Shopee,” hasil penelitian menunjukkan bahwa promo gratis ongkir adalah faktor paling dominan dalam menarik minat beli karena mengurangi beban biaya tambahan dalam transaksi *E-Commerce*.²⁵ Penelitian ini sama-sama membahas pengaruh strategi diskon dan gratis ongkir dalam jual beli online. Namun terdapat perbedaan penelitian terdahulu lebih fokus pada minat beli konsumen di shoope tanpa mengkaji aspek syariah, sedangkan penelitian yang sedang dikaji memfokuskan pada penerapan akad salam dalam jual beli online.

Jawa Timur),” *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan* 1, No. 5 (2022): 491-505.

²⁴ Rizki Prasanti et al., “Analisis Penerapan Akad Salam pada Jual Beli Online dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Ditinjau Fatwa DSN MUI No 05/DSN-MUI/IV/2000 (Study di Toko Fashion Online Kota Metro),” *Jurnal Tana Mana* 2, No. 2 (2021): 147-155.

²⁵ Risky Pratama dan Mirzam Arqy Ahmadi, “Pengaruh Promo Gratis Ongkir Kirim, Iklan, dan Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli Produk di Shopee,” *Jurnal Ekonomi dan Manajemen* 2, No. 1 (2024): 1100-1107.

11. Artikel Jurnal yang ditulis oleh Yeni Meriska, Hanisa Zahra Al Adawiyah dan Nurul Azizah Az-zahra dengan judul “Analisis Transaksi Jual Beli Online Melalui Aplikasi Shopee Dalam Pandangan Fiqh Muamalah,” hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan akad salam dalam transaksi online melalui platform Shopee yang menyimpulkan bahwa jual beli online dapat dikategorikan sebagai akad salam apabila memenuhi syarat dan rukun jual beli menurut Fiqh Muamalah, seperti kepastian barang dan harga. Penelitian ini juga menyoroti pentingnya kejujuran dan etika bisnis Islam dalam praktik *E-Commerce*.²⁶ penelitian ini sama-sama membahas jual beli online dalam perspektif fiqh muamalah serta penggunaan akad salam. Adapun perbedaannya penelitian terdahulu berfokus pada aplikasi Shopee secara umum, termasuk fitur seperti Shopee PayLater dan dropshipping, sementara penelitian yang akan dikaji lebih fokus pada penerapan akad salam di toko online @Chila Bouty Cirebon melalui strategi diskon dan gratis ongkir.
12. Artikel Jurnal yang ditulis oleh Eva Lupitasari dkk dengan judul “Strategi Toko Online pada Platform Shopee dalam Menarik Minat Konsumen Melalui Penggunaan Kalimat Persuasif,” penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan Bahasa persuasif dalam iklan tidak hanya bermanfaat tetapi diperlukan untuk toko online di shoope. Ini membantu dalam menciptakan konten yang menarik dan meyakinkan yang mendorong konsumen untuk melakukan pembelian, yang pada akhirnya mengarah pada peningkatan penjualan.²⁷ Kedua penelitian ini sama-sama membahas terkait strategi pemasarannya, baik melalui kalimat persuasif maupun melalui diskon dan gratis ongkir. Dengan demikian perbedaan keduanya terletak pada penelitian terdahulu yang lebih fokus pada penggunaan kalimat persuasif sebagai alat komunikasi untuk menarik minat konsumen, sedangkan penelitian yang sedang dikaji lebih menekankan implementasi akad salam dalam jual beli online.
13. Artikel Jurnal ini ditulis oleh Putri Uli Alamsyah dkk dengan judul “Implementasi Akad Salam Berdasarkan PSAK 103 pada Transaksi E-

²⁶ Yeni Meriska, et al., “Analisis Transaksi Jual Beli Online Melalui Aplikasi Shopee dalam Pandangan Fiqh Muamalah,” *Al-Wadiah: Jurnal Ekonomi Syariah* 1, No. 2 (2024): 111-122.

²⁷ Eva Lupitasari et al., “Strategi Toko Online pada Platform Shopee dalam Menarik Minat Konsumen melalui Penggunaan Kalimat Persuasif,” *Jurnal Bahasa Daerah Indonesia* 1, No. 2 (2024): 2-12.

Commerce,” penelitian ini menunjukkan bahwa menerapkan akad salam dapat menyebabkan kepuasan pelanggan yang lebih tinggi. Dengan memastikan bahwa ketentuan penjualan jelas dan disepakati sebelumnya, pelanggan mungkin merasa lebih aman dalam pembelian mereka, yang dapat meningkatkan pengalaman belanja mereka secara keseluruhan.²⁸ Kedua penelitian ini memiliki kesamaan dalam praktik jual beli yang dilakukan secara online dan keduanya menekankan pentingnya strategi pemasaran, seperti diskon, dan gratis ongkir, untuk menarik minat konsumen dan meningkatkan penjualan. Adapun perbedaan pada penelitian terdahulu secara khusus membahas akad salam berdasarkan PSAK 103, sedangkan dalam penelitian yang dikaji lebih fokus pada toko online @chila bouty Cirebon yang memberikan konteks lokal yang spesifik.

14. Artikel Jurnal ini ditulis oleh Fitria Humairoh Hilda dan Oki sania Riski dengan judul “Pengaruh *Price Diskon*, Gratis Ongkir dan *Special Event Day* Tanggal Kembar Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion pada *E-Commerce Shoope*.” penelitian ini menunjukkan bahwa diskon memiliki dampak positif yang signifikan pada Keputusan pembelian dan juga pada gratis ongkir yang paling memengaruhi keputusan pembelian di kalangan pembelian dan meningkatkan penjualan.²⁹ kedua penelitian ini sama-sama membahas terkait strategi diskon dan gratis ongkir sebagai metode untuk menarik minat konsumen dan meningkatkan Keputusan pembelian. Dengan demikian perbedaan penelitian terdahulu lebih fokus pada platform shoope secara umum, sedangkan penelitian yang sedang dikaji lebih fokus pada toko online @Chila bouty Cirebon.
15. Artikel Jurnal yang ditulis oleh Juliana Dwi Putri ddk dengan judul “Akad *E-Commerce* Jual Beli Online Ditinjau dari Komplikasi Hukum Ekonomi Syariah,” penelitian ini menunjukkan bahwa transaksi online sesuai dengan hukum islam yang dapat membangun kepercayaan konsumen dengan memberikan wawasan berharga dan berpotensi memperluas jangkuan pasar

²⁸ Putri Uli Alamsyah et al., “Implementasi Akad Salam Berdasarkan PSAK 103 pada Transaksi *E-Commerce*,” *Jurnal El Rayyan: Jurnal Perbankan Syariah* 3, No. 2 (2024): 195-202.

²⁹ Fitria Humairoh Hilda dan Oki sania Riski, “Pengaruh *Price Diskon*, Gratis Ongkir dan *Special Event Day* Tanggal Kembar Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion pada *E-Commerce Shoope*.” *Lentera Jurnal Manajemen* 2, No. 3 (2024): 2-12.

mereka.³⁰ Kedua penelitian ini memiliki kesamaan dalam jual beli online dan meningkatkan penjualan produk melalui strategi yang efektif. Dengan demikian perbedaan penelitian terdahulu ini memberikan Gambaran yang lebih luas terkait transaksi online terhadap hukum ekonomi islam, sedangkan penelitian yang sedang di kaji secara khusus meneliti penerapan akad salam ditoko online @chila bouty dan strategi diskon dan gratis ongkir.

Dibandingkan dengan 15 penelitian terdahulu, penelitian ini memiliki nilai kebaruan karena secara komprehensif mengkaji implementasi akada salam yang dipadukan dengan strategi pemasaran berupa diskon dan gratis ongkir dalam satu objek penelitian lokal, yakni Toko @Chila Bouty Cirebon. Berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang umumnya hanya memfokuskan kajiannya pada aspek akad salam atau strategi pemasaran secara terpisah.

F. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran akan menjelaskan secara teoritis pertautan antar variabel yang akan diteliti.³¹ Bagian ini, yang merupakan bagian dari tinjauan pustaka, menyajikan sintesis dari berbagai dasar teori yang relevan dengan topik penelitian ini. Dalam kerangka pemikiran yang disusun, diuraikan skema yang menggambarkan alur penelitian yang akan dilaksanakan. Penulisan kerangka pemikiran ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang sistematis mengenai tahapan-tahapan penelitian yang akan dilaksanakan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Penelitian ini mengambil subjek di toko online @Chila Bouty Cirebon dengan fokus utama pada sistem pre-order. Selain itu, penelitian ini juga menyoroiti penerapan akad salam sebagai bentuk transaksi jual beli dalam perspektif hukum Islam, di mana pembayaran dilakukan secara penuh di awal akad, sementara barang akan diserahkan pada waktu yang disepakati.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana sistem Pre-Order dalam tinjauan hukum ekonomi syariah, yang didahului dengan implementasi akad salam dalam jual beli di toko online @chila bouty Cirebon

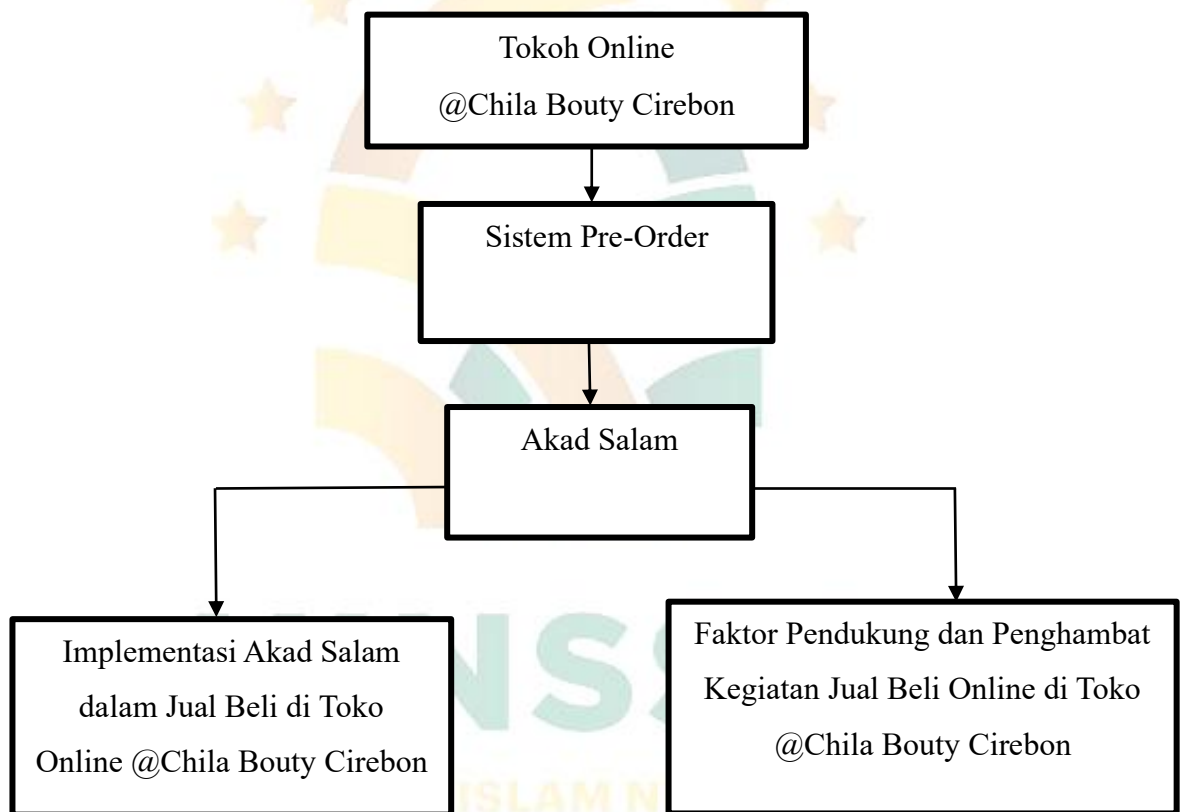
³⁰ Juliana Dwi Putri et al., "Akad *E-Commerce* Jual Beli Online Ditinjau dari Komplikasi Hukum Ekonomi Syariah," *Al-Muamalat: Jurnal Ilmu Hukum dan Ekonomi Syariah* 8, No. 2 (2023): 43-59.

³¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: ALFABETA, 2023): 95.

dalam tinjauan hukum ekonomi syariah, kemudian faktor pendukung dan penghambat kegiatan jual beli online di toko @chila bouty Cirebon.

Dengan demikian, kerangka pemikiran ini berfungsi sebagai pedoman yang memfasilitasi kelancaran jalannya penelitian, dengan mencakup seluruh tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini. Adapun gambaran alur penelitian tersebut dapat dilihat pada diagram berikut:

Gambar 1.1 Skema Kerangka Pemikiran



G. Metodologi Penelitian

1. Metodologi dan Pendekatan Penelitian

a. Metode Penelitian

Menurut Suryana yang dikutip oleh Syafrida Hafni Sahir metode penelitian atau ilmiah merupakan Langkah dalam mendapatkan pengetahuan ilmiah.³² Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kualitatif, yang sering disebut sebagai metode penelitian naturalistik, karena dilaksanakan dalam kondisi yang alami (*natural setting*). Metode ini bertujuan untuk memahami masalah secara menyeluruh (*holistik*) dan efektif dalam menggali data yang mendalam, yakni data yang kaya akan makna.

Oleh karena itu, pendekatan kualitatif dalam penelitian ilmiah memiliki manfaat yang besar, karena memungkinkan peneliti untuk melakukan analisis yang mendalam terhadap fenomena kompleks. Dengan memanfaatkan metode kualitatif, seperti wawancara, observasi, atau analisis teks, peneliti dapat menggali berbagai aspek dari fenomena yang diteliti secara holistik. Pendekatan ini sangat efektif dalam memahami konteks, nilai-nilai, norma, dan persepsi yang dapat mempengaruhi perkembangan fenomena tersebut.

Selain itu, metode kualitatif memungkinkan peneliti untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai cara-cara yang tepat untuk mengelola permasalahan yang timbul dalam konteks fenomena yang diteliti. Dengan pendekatan holistik dan mempertimbangkan berbagai perspektif yang muncul dari data kualitatif, peneliti dapat mengidentifikasi strategi-strategi yang efektif untuk menangani isu-isu terkait Implementasi Akad Salam dengan Sistem Pre-Order pada Toko Online @Chila Bouty Cirebon dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah.

b. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian adalah rencana dan prosedur penelitian yang mencakup Langkah-langkah umum hingga metode pengumpulan, analisis

³² Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: 2021): 1.

dan interpretasi data yang terinci.³³ Pendekatan penelitian yang digunakan penulis menggunakan pendekatan deskriptif analisis yang bersifat studi kasus, yang difokuskan pada satu variabel secara mandiri tanpa membandingkannya dengan variabel lain. Tujuan dari penelitian ini untuk menggambarkan secara mendalam dan akurat mengenai jual beli online, sistem pre-order.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan penulis adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Dalam konteks penelitian kualitatif, Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi data *participant observation* (observasi berperan serta). *In depth interview* (wawancara mendalam)³⁴, studi dokumentasi, serta kombinasi dari ketiganya yang dikenal sebagai Teknik triangulasi untuk memastikan data. Jika pengumpulan data ini dilakukan melalui observasi, maka penting untuk dijelaskan objek atau aspek apa yang diamati. Begitu pula, jika menggunakan wawancara sebagai Teknik pengumpulan datanya, itu perlu dijelaskan secara spesifik kepada siapa yang akan di wawancarakan.³⁵ Secara umum, penulis menegaskan bahwa Teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif, seperti data *participant observation* (observasi berperan serta). *In depth interview* (wawancara mendalam), memiliki peran krusial dalam menunjang penelitian deskriptif, khususnya dalam pendekatan studi kasus, Penggunaan Teknik-teknik tersebut dimaksudkan untuk memperoleh pemahaman yang lebih luas, mendalam, dan menyeluruh terhadap fenomena yang menjadi fokus penelitian.

3. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang menjadi tujuan penulis untuk meneliti yaitu akun jual beli online @Chila Bouty Cirebon di Desa Prajawinangun Wetan Kecamatan Kaliwedi Kabupaten Cirebon Provinsi Jawa Barat. Pemilihan lokasi dalam penelitian ini karena ingin mengetahui bagaimana Implementasi

³³ Fathor Rasyid, *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif Teori, Metode, dan Praktek* (Kediri: 2022): 13.

³⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 11.

³⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 274.

Akad Salam dengan Sistem Pre-Order pada Toko Online @Chila Bouty Cirebon dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah.

4. Subjek dan Objek Penelitian

Sasaran tujuan penelitian ini yaitu Akun Jual Beli Online @Chila Bouty Cirebon di Desa Prajawinangun Wetan Kecamatan Kaliwedi Kabupaten Cirebon Provinsi Jawa Barat. Pemilihan lokasi dalam penelitian ini karena mempertimbangkan berbagai aspek. Selain itu, objek penelitian adalah pada Implementasi Akad Salam dengan Sistem Pre-Order pada Toko Online @Chila Bouty Cirebon dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah.

5. Sumber Data

a. Data primer

Data primer merupakan sumber informasi utama yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian. Data ini bersifat orisinal karena dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dari responden atau informan yang revalan. Oleh karena itu, proses pengumpulan data primer melibatkan interaksi langsung antara peneliti dan sumber data, yang memungkinkan peneliti memperoleh informasi kontekstual dan mendalam sesuai dengan tujuan penelitian.³⁶ Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui metode wawancara langsung dengan pemilik toko online @Chila Bouty Cirebon serta observasi lapangan yang berkaitan dengan penerapan sistem pre-order. Peneliti juga melakukan studi lapangan guna memperoleh informasi empiris mengenai Implementasi Akad Salam dengan Sistem Pre-Order pada Toko Online @Chila Bouty Cirebon dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah, dengan memperhatikan kerangka hukum yang diatur dalam akad salam.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang tidak diperoleh secara langsung oleh peneliti dari subjek penelitian, melainkan dikumpulkan dari berbagai sumber yang telah ada sebelumnya. Dalam hal ini, peneliti berperan sebagai pihak kedua yang memanfaatkan data yang telah dihimpun oleh pihak lain.

³⁶ Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metode Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015): 28.

Sumber data sekunder meliputi lembaga resmi seperti buku, laporan penelitian, serta dokumen-dokumen relevan lainnya yang dapat mendukung validitas dan kedalaman analisis dalam penelitian.³⁷ Data sekunder dalam penelitian ini mencakup berbagai sumber tertulis seperti skripsi, jurnal ilmiah, dokumen resmi, buku, peraturan perundang-undangan, situs web, serta sumber data lain yang relevan. Seluruh data tersebut digunakan untuk mendukung analisis terhadap permasalahan Implementasi Akad Salam dengan Sistem Pre-Order pada Toko Online @Chila Bouty Cirebon dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah.

6. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis berbagai fenomena atau gejala yang diteliti. Tujuan dari observasi adalah untuk memperoleh pemahaman yang akurat dan objektif mengenai kondisi nyata di lapangan, sehingga data yang diperoleh mencerminkan situasi empiris yang sebenarnya Sutrisno Hadi sebagaimana dikutip oleh Sugiyono mengemukakan bahwa, observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.³⁸ Dalam penelitian ini, peneliti melakukan kunjungan langsung ke lokasi objek penelitian, yaitu toko online @Chila Bouty Cirebon. Kunjungan ini melibatkan kehadiran fisik peneliti di lapangan, yang memungkinkan observasi langsung terhadap situasi dan kondisi yang relevan dengan penelitian. Melalui interaksi dengan responden dan pengamatan yang mendalam, peneliti dapat mengumpulkan data yang lebih akurat serta memperoleh wawasan yang lebih komprehensif mengenai topik yang diteliti, khususnya terkait dengan Implementasi Akad Salam dengan Sistem Pre-Order pada Toko Online @Chila Bouty Cirebon dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah.

³⁷ Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metode Penelitian*, 68.

³⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 145.

b. Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang melibatkan interaksi antara dua pihak untuk saling bertukar informasi dan ide melalui serangkaian pertanyaan dan jawaban, sehingga memungkinkan konstruksi makna terkait topik tertentu. Teknik ini digunakan ketika peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk mengidentifikasi masalah yang perlu diteliti, atau apabila peneliti ingin menggali informasi secara lebih mendalam dari responden. Wawancara ini berfokus pada laporan diri (*self-report*), yang menggambarkan pengetahuan, pengalaman, serta keyakinan pribadi responden, yang dapat memberikan wawasan lebih lanjut terkait fenomena yang diteliti.³⁹ Dalam hal ini penulis melakukan wawancara dengan pihak yang terlibat secara langsung dengan topik penelitian yang sedang dibahas. Penulis juga dapat mendapatkan wawasan yang mendalam dan kontekstual tentang Implementasi Akad Salam dengan Sistem Pre-Order pada Toko Online @Chila Bouty Cirebon dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu proses sistematis yang bertujuan untuk mengumpulkan, menyusun, dan menyimpan berbagai dokumen yang berisi bukti-bukti yang sah dan akurat, yang diperoleh melalui pencatatan dari berbagai sumber yang terpercaya.⁴⁰ Dalam penelitian ini, penulis memanfaatkan berbagai jenis dokumen sebagai bagian integral dari proses dokumentasi. Jenis dokumen yang digunakan meliputi foto, rekaman, catatan wawancara, hasil penelusuran kepustakaan, serta tulisan informasi terkait. Penggunaan dokumen-dokumen ini memungkinkan peneliti untuk merekam dan menyimpan informasi yang relevan, yang selanjutnya mendukung proses analisis dan memperdalam pemahaman terhadap Implementasi Akad Salam dengan Sistem Pre-Order pada Toko Online @Chila Bouty Cirebon dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah.

³⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 231.

⁴⁰ Hasan, "Pengembangan Sistem Informasi Dokumentasi Terpusat pada STMIK Tidore Mandiri," *Jurastik, Jurnal Sistem Informasi dan Komputer* 2, No. 1 (2022): 24.

7. Teknik Analisis Data

Penelitian yang penulis ambil yaitu menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang berbasis studi kasus. Proses analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan secara simultan, baik selama proses pengumpulan data berlangsung maupun setelah data terkumpul dalam kurun waktu tertentu. Tahapan analisis data meliputi tiga kegiatan utama, yaitu:⁴¹

a. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data merupakan proses berfikir sensitive yang memerlukan kecerdasan dan keluasan dan kedalaman wawasan yang tinggi. Bagi penulis dalam melakukan reduksi data dapat mendiskusikan pada teman atau orang lain yang dipandang ahli. Melalui diskusi itu, maka wawasan penulis akan berkembang, sehingga dapat mereduksi data-data yang memiliki nilai temuan dan pengembangan teori yang signifikan.

b. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif, berupa grafik, matrik, jejaring (*network*) dan *chart*. Dalam hal ini penulis menyajikan semua data yang diperolehnya dalam bentuk laporan terperinci.

c. Verifikasi

Verifikasi menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan. Dimana kesimpulan ini diharapkan dapat menjawab rumusan masalah yang telah dirumuskan sejak awal.

H. Sistematika Penulisan

Dalam proposal yang berjudul “Implementasi Akad Salam dengan Sistem Pre-Order pada Toko Online @Chila Bouty Cirebon dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah”, pembahasannya dikelompokkan dalam lima bagian dengan sistematika penyusunan sebagai berikut:

⁴¹ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, 246-249.

Bab I Pendahuluan

Bab ini memuat menguraikan secara garis besar beberapa permasalahan penelitian yakni latar belakang masalah; perumusan masalah yang terdiri dari identifikasi masalah, pembatasan masalah serta pertanyaan penelitian; manfaat penelitian yang didalamnya mencakup manfaat bagi peneliti, akademik dan bagi tempat penelitian; penelitian terdahulu; kerangka pemikiran; metodologi penelitian yang terdiri dari lokasi penelitian, pendekatan dan jenis penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, instrument penelitian, dan teknik analisis data; serta sistematika penulisan.

Bab II Jual Beli, Akad Salam, Sistem Pre-Order

Bab ini memuat tentang teori berdasarkan Jual Beli, Akad Salam, Strategi Diskon dan Gratis Ongkir, literature review, dan penelitian terdahulu beserta teori.

Bab III Gambaran Umum Toko Online @Chila Bouty Cirebon

Bab ini menjelaskan tentang Gambaran umum mengenai pemilik toko online diantaranya sejarah akun @Chila Bouty Cirebon, visi misi, ketentuan produk.

Bab IV Analisis Jual Beli di Toko Online @Chila Bouty Cirebon dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah

Bab ini menjelaskan mengenai bahasan tentang Impelemntasi Akad Salam dalam Jual Beli Online di Toko @Chila Bouty Cirebon dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah kemudian akan ada bahasan mengenai Faktor Pendukung dan Penghambat Kegiatan Jual Beli Online di Toko @Chila Bouty Cirebon.

Bab V Penutup

Bab ini memuat tentang penutup yang terdiri dari Kesimpulan yang merupakan uraian jawaban atas pertanyaan-pertanyaan penelitian dan saran-saran merupakan rekomendasi penulis dari hasil pembahasan.