

**ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN DALAM TINJAUAN
HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP PEMBELIAN
MAKANAN SECARA ONLINE PADA SAAT PANDEMI COVID 19**



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
MAKASSAR**

*Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Hukum (S.H)
Pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Makassar*



Oleh
NUR NIFTAHUL JANNAH
NIM: 105251101018

27/12/2022
1 eq
Smb. Alumni
R/0085/MES/2220
JAN
a'

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
2022**



FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Kantor : Jl. Sultan Alauddin, Gedung Iqra, Lt. 4 II/17 Fax/Tel. (0411) 851914 Makassar 90223

مسند لفظ القرآن الكريم

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Analisis Persepsi Konsumen dalam Tinjauan Hukum
Ekonomi Syariah terhadap Pembelian Makanan Secara
Online pada Saat Pandemi Covid - 19

Nama : Nur Nifkhal Jannah

NIM : 105251101018

Fakultas/Prodi : Agama Islam Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)

Setelah dengan seksama memeriksa dan meneliti, maka proposal ini dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diujikan di depan tim penguji ujian Proposal/skripsi pada Prodi Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah) Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 1443 H

2022 M

Disetujui Oleh:

Pembimbing I.

Pembimbing II.

Dr. St. Saleha Majid, S.Ag., M.H.I

NIDN. 0911097502

Mega Mustika, SE.,Sy.,MH

NIDN. 0907109401



FAKULTAS AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Mamasra Jira Lt. IV Telp. (0411) 866972 Fax 865 588 Makassar 90221

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi saudara Nur Niftahul Jannah, NIM. 105 25 11010 18 yang berjudul "Analisis Persepsi Konsumen dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap Pembelian Makanan Online pada saat Pandemi Covid-19." telah diujikan pada hari Senin, 10 Muharram 1444 H./08 Agustus 2022 M. dihadapan Tim Penguji dan dinyatakan telah dapat diterima dan disahkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Hukum (S.H.) pada Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.

10 Muharram 1444 H.
Makassar,
08 Agustus 2022 M.

Dewan Penguji :

- Ketua : Dr. Ir. H. Muchlis Mappangaja, MP. (.....)
- Sekretaris : Dr. Muhammad Ridwan, S. HL, M. HL. (.....)
- Anggota : Fakhruddin Mansyur, S.E.I., M.E.I. (.....)
- : Mega Mustika, SE.Sy., M.H. (.....)
- Pembimbing I : Dr. St. Saleha Madjid, S. Ag., M.HI. (.....)
- Pembimbing II : Mega Mustika, SE.Sy., M.H. (.....)

Disahkan Oleh :
Dekan FAI Unismuh Makassar,



Dr. Amirah Mawardi, S. Ag., M. Si.

NBM 774 234



FAKULTAS AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Menara Iqra Lt. IV Telp. (0411) 866972 Fax 865 588 Makassar 90221

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA MUNAQASYAH

Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar telah Mengadakan Sidang Munaqasyah pada : Hari/Tanggal : Senin, 10 Muharram 1444 H./08 Agustus 2022 M, Tempat : Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar, Jalan Sultan Alauddin No. 259 (Menara Iqra' Lantai 4) Makassar.

MEMUTUSKAN

Bahwa Saudara (i)

Nama : **Nur Niftahul Jannah**

NIM : 105 25 11010 18

Judul Skripsi : Analisis Persepsi Konsumen dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap Pembelian Makanan *Online* pada saat Pandemi Covid-19.

Dinyatakan **LULUS**

Ketua,

Sekretaris,

Dr. Amirah Mawardi, S. Ag., M. Si.

Dr. M. Ilham Muchtar, Lc., M.A.

NIDN. 0906077301

NIDN. 0909107201

Dewan Penguji :

1. Dr. Ir. H. Muchlis Mappangaja, MP. (.....)
2. Dr. Muhammad Ridwan, S. HL., M. HI. (.....)
3. Fakhruddin Mansyur, S.E.I., M.E.I. (.....)
4. Mega Mustika, SE.Sy., M.H. (.....)

Disahkan Oleh :

Dekan FAI Unismuh Makassar,



Dr. Amirah Mawardi, S. Ag., M. Si.

NBM. 774 234

Abstrak

Nur Niftahul Jannah 105251101018 “Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Persepsi Konsumen dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Pembelian Makanan Secara Online Pada Saat Pandemi Covid-19”. (Dibimbing oleh Ibu Dr. St. Saleha Majid, S.Ag., M.H.I dan Ibu Mega Mustika, SE. Sy., MH)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah banyak atau tidaknya konsumen yang menyukai pembelian makanan secara online ini. Perkembangan pembelian makanan online melalui media internet sudah menjamur di Indonesia, bahkan sudah sangat dikenal baik oleh khalayak ramai. Banyaknya kemudahan dalam belanja dan bermacam-macam jenis makanan yang ditawarkan membuat masyarakat menjadikan pembelian makanan online salah satu tempat belanja yang banyak diminati. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif yaitu bertujuan untuk mengetahui Analisis Persepsi Konsumen Dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Pembelian Makanan Secara Online Pada Saat Pandemi Covid 19.

Penelitian ini dilaksanakan di jalan Sungai Limboto Lorong 56. Kecamatan Ujung Pandang, Kelurahan Pisang Selatan, Provinsi Sulawesi Selatan. Yang berlangsung selama 2 bulan yakni 14 Maret sampai 14 Mei 2022. Teknik Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan penelitian lapangan seperti observasi dan wawancara. Analisis data dalam penelitian ini melalui reduksi data, display data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam pembelian makanan online. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa dalam pandangan hukum ekonomi syariah berbisnis melalui online diperbolehkan selagi tidak terdapat kezaliman, serta unsur-unsur riba, dan juga penipuan.

Kata Kunci : Konsumen, Ekonomi Syariah, Pembelian.



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillahirabbilalamin, puji dan syukur senantiasa teriringi do'a dalam setiap hela nafas atas kehadiran Allah SWT. Tuhan yang senantiasa melindungi hambanya dan segala Nikmat dan Rahmat-Nya yang diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Salawat serta salam tercuru kepada baginda Rasulullah SAW. Para sahabat dan keluarganya serta umat yang senantiasa istiqomah dijalan-Nya.

Tiada pencapaian yang sempurna dalam setiap langkah, karena rintangan tak akan meninggalkan harapan dan cita-cita agung. Segalanya penulis lalui dengan kesungguhan dan keyakinan untuk terus melangkah, akhirnya sampai dititik akhir penyelesaian skripsi. Namun semua tidak lepas dari uluran tangan berbagai pihak lewat dukungan, arahan, bimbingan serta bantuan moril dan materil

Dan kepada kedua orang tua saya yang bernama Kamal Langka dan Nurbaya Ibrahim, yang senantiasa mendo'akan, memberi dukungan moril maupun materil selama menempuh pendidikan. Untukmu kedua sosok yang luar biasa dalam hidupku, terimalah persembahan kecilku dari pengorbanan besarmu, iringi anakmu ini dengan do'a dalam setiap sujudmu.

Ucapan terima kasih yang tak terhingga, peneliti haturkan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar;
2. Ibu Dr. Amirah Mawardi S.Ag., Si. Selaku Dekan Fakultas Agama Islam
3. Bapak Dr. Ir. H. Muchis Mappangaja, MP. Selaku Ketua Prodi Hukum Ekonomi Syariah;
4. Bapak Hasanuddin, SE.Sy., Selaku Sekertaris Prodi Hukum Ekonomi Syariah;
5. Ibu Dr. St. Saleha Majid, S.A., M.H.I (Selaku Dosen Pembimbing I)
Ibu Mega Mustika, SE.Sy., MH (Selaku Dosen Pembimbing II) dalam menyelesaikan skripsi ini;

6. Sahabat-Sahabat seperjuangan Sulpi, Cika, Nunu, Ainun, yang selalu mewarnai kehidupan penulis selama menempuh studi di kampus 3,5 tahun terakhir ini terimakasih untuk kebersamaannya selama ini Bersama penulis.
7. Saudaraku Adinda, Winda, Ree, Bela yang telah menemani penulis sejak SMK hingga saat ini.
8. Semua Pihak yang turut membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan hukum ini yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu, atas segala bantuan yang diberikan, semoga mendapat imbalan yang setimpal dari Allah SWT. Aamiin.

Makassar, 20 Juli 2022

Penulis
Nur Niftahul Jannah



DAFTAR ISI

| | |
|--|-----|
| HALAMAN SAMPEL..... | i |
| ABSTRAK | ii |
| KATA PENGANTAR..... | iii |
| DAFTAR ISI..... | v |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 7 |
| C. Tujuan Penelitian..... | 7 |
| D. Manfaat Penelitian | 7 |
| BAB II TINJAUAN TEORETIS | |
| A. Jual Beli..... | 9 |
| 1. Pengertian Jual Beli | 9 |
| 2. Dasar Hukum Jual Beli | 11 |
| 3. Perilaku Belanja Online | 14 |
| B. Persepsi Konsumen dalam Ekonomi Islam | 16 |
| 1. Pengertian Pembelian..... | 18 |
| 2. Pengertian Keputusan Pembelian..... | 20 |
| 3. Proses Keputusan Pembelian | 22 |
| 4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Secara Online . | 24 |
| C. Hukum Perlindungan Konsumen | 27 |

| | |
|---|-----------|
| 1. Undang-Undang Perlindungan Konsumen | 27 |
| 2. Asas Perlindungan Konsumen | 28 |
| 3. Hak dan Kewajiban Konsumen..... | 30 |
| 4. Hubungan Hukum | 36 |
| D. Pandemi Covid-19..... | 38 |
| 1. Pengertian Pandemi Covid-19..... | 38 |
| 2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pandemi Covid-19 | 40 |
| 3. Pandangan Islam tentang Covid-19..... | 40 |
| BAB III METODE PENELITIAN | |
| A. Jenis Penelitian..... | 44 |
| B. Lokasi dan Waktu Penelitian..... | 44 |
| C. Jenis dan Sumber Data | 44 |
| D. Teknik Pengumpulan Data..... | 45 |
| E. Teknik Analisis Data..... | 46 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN | |
| A. Presepsi Konsumen Terhadap Pembelian Online | 48 |
| B. Pandangan Hukum Ekonomi Syariah | 55 |
| BAB V PENUTUP | |
| A. Kesimpulan | 60 |
| B. Saran..... | 60 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 66 |

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persepsi Konsumen yaitu proses yang dilakukan konsumen untuk mendapatkan suatu produk yang melalui tahapan proses evaluasi berbagai alternatif dan memilih salah satu alternatif dengan penggunaan informasi yang berakibat konsumen melakukan tindakan apakah akan membeli atau tidak membeli suatu produk, sekaligus tindakan setelah pembelian produk tersebut. Proses persepsi tiap konsumen berbeda - beda dilihat dari bagaimana rangsangan datang melalui indera manusia, kemudian konsumen akan mencari informasi dan dijadikan sebagai pusat perhatian. Persepsi tidak hanya tergantung pada rangsangan fisik, tapi juga pada rangsangan yang berhubungan dengan lingkungan sekitar dan keadaan individu yang bersangkutan.

Seiring dengan perkembangan teknologi, dimana terjadi perubahan di bidang teknologi dan informasi yaitu internet bukan hanya sebagai sarana komunikasi tetapi juga sebagai media pencarian informasi yang memenuhi manusia dalam memenuhi kebutuhannya. E-commerce menjadi trend dalam berbelanja. Hal ini disebabkan karena belanja online membebaskan konsumen dari kunjungan ke toko yang memerlukan waktu yang lama serta mereka harus keluar dari rumah untuk mendapatkan barang yang diinginkan.

Belanja online menjadi alternatif bagi konsumen karena lebih nyaman daripada belanja offline yang biasanya dihubungkan dengan keramaian, kecemasan, kemacetan lalu lintas, waktu yang terbatas dan keterbatasan tempat parkir. Dengan kemudahan dan kenyamanan, konsumen akan memilih bertransaksi di e-commerce untuk memenuhi berbagai barang keperluannya.

Sejalan dengan semakin meningkatnya transaksi jual beli secara online, Pemerintah menerbitkan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Peraturan Pemerintah tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE) ini diterbitkan untuk mendorong perkembangan e-commerce (niaga elektronik atau niaga-el) yang berkelanjutan di tanah air. Selain itu, untuk meningkatkan perdagangan produk dalam negeri dan mendorong peningkatan ekspor secara daring (online). Penyusunan PP PMSE ini diamanatkan dalam dari Pasal 65 UU Perdagangan.¹

Pada pasal 1320 KUH Perdata mengatur bahwa perjanjian harus memenuhi syarat sahnya perjanjian, yaitu kata sepakat, kecakapan, suatu hal tertentu dan suatu sebab yang halal. Apabila dipenuhi keempat syarat sahnya perjanjian tersebut maka perjanjian tersebut sah dan mengikat bagi para pihak. Apabila salah satu syarat sahnya perjanjian pada pasal 1320 KUHPerdata, yaitu adanya kecakapan maka akan menjadi permasalahan jika pihak dalam jual beli melalui internet adalah anak dibawah umur, hal ini

¹ R. Subekti dan R. Tjitrosudibio, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, (Jakarta: PT Pradnya Paramita, 2004), h. 339.

terjadi karena untuk mencari identitas yang valid melalui media internet itu tidak mudah.²

Dalam islam jual beli dan bermuamalah sangatlah dianjurkan, tetapi harus berlandaskan atas dasar suka sama suka antara penjual dan pembeli. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam surat An-Nisa' ayat 29:

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

Terjemahnya

"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu."³

Dari kandungan ayat tersebut di atas, para ulama likih mengatakan bahwa hukum asal jual-beli adalah boleh (mubah). Namun, seiring berjalannya waktu, zaman semakin berkembang dalam segala aspek pendidikan dan ilmu pengetahuan. Terutama dalam ruang lingkup teknologi yang semakin canggih. Sehingga promosi dan penawaran dalam jual beli menjadi semakin mudah bagi para penjual dan pembeli yang sering disebut jual beli online. Bahkan perbedaan jarak yang jauh pun tidak menjadi kendala

² Ahliwan Ardhinata, Keridhaan (Antaradhin) Dalam Jual Beli Online (Studi Kasus Ud, Kuntajaya Kabupaten Gresik), JESTT, Vol 2, No 1, Januari 2015, h. 49.

³ Departemen Agama RI, *al-Qur'an Tajwid dan Terjemahan* (Jakarta: Magfirah Pustaka, 2006) h. 83

lagi, sebab banyak yang menawarkan jasa kirim barang dari maraknya jual beli online tersebut.

Indonesia terkena dampak pandemi Covid-19 yang mengakibatkan perubahan kecenderungan pembelian dari offline ke online, dimana Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) diumumkan WHO (*World Health Organization*) sebagai pandemi global pada tanggal 11 Maret 2020. Kejadian Covid-19 yang dilaporkan kepada publik pertama kali tanggal 31 Januari 2020 di Wuhan, Provinsi Hubei, RRC.

Kementerian perdagangan mengimbau kepada masyarakat agar dapat memanfaatkan belanja online untuk memutus mata rantai penyebaran Covid-19. Hal ini juga mengimplementasikan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), seperti yang diutarakan oleh Menteri Perdagangan, Agus Supramanto. Penerapan *Work From Home* (WFH) selama pandemi virus Corona (Covid-19), berdampak pada peningkatan belanja online untuk sejumlah produk, terutama produk kesehatan. Hal tersebut diungkapkan asosiasi pelaku industri perdagangan online, Indonesia *E-Commerce Association* (IdEA).

Kota Makassar merupakan kota yang terdampak pandemi Covid-19 dengan daerah zona merah, dikatakan status daerah zona merah karena merupakan wilayah dengan penularan virus corona yang sudah tidak terkendali. Di zona merah, semua aktivitas sosial ditangguhkan, termasuk pemberhentian sekolah, tempat ibadah dan perkantoran, semua perjalanan di

zona merah akan dibatasi, kecuali beberapa perjalanan yang sifatnya darurat, seperti penyaluran logistik dan penanganan kesehatan.

Selama pandemi Covid-19, konsumen menghindari kontak fisik (physical distancing) sehingga dalam hal transaksi jual beli dilakukan secara digital guna mengantisipasi penularan Covid-19.

Pandemi Covid-19 memaksa orang untuk beraktivitas di rumah, termasuk berbelanja. Saat ini belanja online sudah menjadi kegiatan yang dipilih agar tidak keluar rumah dan praktis. Hal ini menjadi salah satu faktor terjadinya perubahan konsumen ke arah digital dan memanfaatkan layanan online seperti e-commerce dan media sosial. Tak hanya dirasakan oleh kalangan ibu rumah tangga dan pekerja, mahasiswa pun merasakan dampaknya. Mahasiswa dinilai sebagai konsumen paling aktif dalam kegiatan transaksi online dan mampu beradaptasi dengan baik. Selain digunakan sebagai platform untuk belanja, mahasiswa dapat memanfaatkan media sosial dan e-commerce sebagai platform yang dapat menghasilkan. Penawaran dan fitur yang diberikan baik dari e-commerce maupun media sosial mampu menarik konsumen dan akhirnya mempercayakan layanan online tersebut untuk terus digunakan.

Jual-beli online bukan lagi hanya tentang baju, tas, dan sepatu. Saat ini jenis makanan juga bisa kita beli secara online tanpa harus mengeluarkan tenaga pergi ke tempat makan. Perusahaan Indonesia di bidang transportasi yang memanfaatkan kemajuan teknologi ini adalah Go-jek. Go-jek merupakan perusahaan transportasi yang dalam pelayanannya menggunakan

armada sepeda motor (ojek) berbasis online. Perusahaan ini didirikan oleh Nadiem Makariem pada tahun 2011 dan meluncurkan aplikasi mobile pada awal 2015.

Fenomena hadirnya Go-Jek di tengah masyarakat sangat dirasakan oleh warga kota Makassar. Go-jek dianggap oleh masyarakat menjadi pilihan yang tepat di tengah pandemi seperti sekarang ini.

Menjual jasa kepada orang lain diperbolehkan dalam ajaran Islam. Sama halnya dengan penjualan barang dan komoditas, penjualan jasa diperbolehkan untuk memenuhi kebutuhan manusia. Sebagai makhluk sosial dan makhluk ekonomi, manusia senantiasa membutuhkan jasa orang lain. Tidak seorang pun manusia di dunia ini yang mampu memenuhi kebutuhannya sendirian tanpa bantuan jasa orang lain, terlebih di zaman modern sekarang ini ketika kebutuhan manusia semakin kompleks, maka kebutuhan akan jasa orang lain semakin banyak pula.⁴

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang bagaimanakah persepsi konsumen terhadap pembelian makanan secara online di era adaptasi baru Covid 19 Sehingga peneliti mengambil judul yaitu **“Analisis Persepsi Konsumen Dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Pembelian Makanan Secara Online Pada Saat Pandemi Covid 19”**.

⁴ Febyolla Putri Bianca, ‘Analisis Hukum Islam dan Hukum Positif terhadap Praktik Pembatalan Sepihak oleh Konsumen Go-Food,’ (Skripsi SH, UIN Sunan Ampel, Surabaya, 2018), h. 29.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pokok bahasan, maka yang menjadi rumusan masalah adalah

1. Bagaimana persepsi konsumen terhadap pembelian makanan online saat Pandemi Covid-19?
2. Bagaimana pandangan Hukum Ekonomi Syariah mengenai belanja makanan Online?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok masalah yang dikemukakan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap pembelian makanan online saat Pandemi Covid-19
2. Untuk mengetahui kualitas informasi, kemudahan, harga, kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap pembelian online saat Pandemi Covid-19.
3. Untuk mengetahui faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi persepsi pembelian online saat pandemi Covid-19.

D. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini, diharapkan memiliki nilai manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis dalam rangka memperluas dinamika ilmu pengetahuan hukum Islam. Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat teoritis:

- a. Menambah wawasan dan pengetahuan mengenai ilmu hukum, khususnya dibidang hukum islam.
- b. Dapat dijadikan acuan awal dan bahan pertimbangan bagi pembaca untuk mengkaji ilmu hukum lebih lanjut, terutama mengenai hukum islam.

2. Manfaat praktis

- a. Memberikan wawasan dan pengalaman praktis dibidang penelitian mengenai Persepsi Konsumen Terhadap Pembelian Makanan Secara online saat pandemi covid 19.
- b. Hal penelitian ini sangat berarti bagi peneliti karena dapat menambah ilmu dan wawasan pengetahuan bagi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar Fakultas Agama Islam.
- c. Penelitian ini diharapkan akan bermanfaat bagi saya dan khususnya bagi masyarakat yang belum mengetahui tentang Persepsi Konsumen Terhadap Pembelian Makanan Secara online saat pandemi covid 19.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Jual Beli dalam Hukum Islam

1. Pengertian Jual Beli

Jual beli berasal dari dua kata yaitu “jual” dan “beli”. Kata “jual” berarti merujuk pada “penjual” dan “beli” berarti merujuk pada “pembeli”.⁵

Terdapat beberapa pengertian dalam jual beli, diantaranya: jual beli menurut Bahasa (etimologi) adalah saling menukar (pertukaran). Kata *al-bai'* (jual) dan *asy-sya'* (beli) biasanya digunakan dalam pengertian yang sama. Kata lain dari *al-bai'* yaitu *at-Tijarah* dan *al-Mubadalah*⁶. Hal ini terdapat dalam Q.S Fathir: 29

إِنَّ الَّذِينَ يَتْلُونَ كِتَابَ اللَّهِ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَنْفَقُوا مِمَّا رَزَقْنَاهُمْ سِرًّا
وَعَلَانِيَةً يَرْجُونَ تِجَارَةً لَّنْ تَبُورَ

Terjemahannya:

“*Sesungguhnya orang-orang yang selalu membaca Kitab Allah (Al-Qur'an) dan melaksanakan salat dan menginfakkan sebagian rezeki yang Kami anugerahkan kepadanya dengan diam-diam dan terang-terangan, mereka itu mengharapkan perdagangan yang tidak akan rugi*”⁷

⁵ Chairuman Pasaribu dan Suhwardi K. Lubis, *Hukum Perjanjian dalam Islam* (Jakarta: Sinar Grafika, 1994) h. 33.

⁶Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), h. 67.

⁷ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan Quraish Shihab* (Jakarta: Pustaka As Salam, 2011), h. 437.

Adapun pengertian jual beli menurut beberapa ulama:

a. Ulama *Malikiyah*

Ada dua pengertian, yaitu:

a). Pengertian dalam arti umum

“Jual beli adalah akad *mu'awadhah* (timbang balik) batas selain manfaat dan bukan pula untuk menikmati kesenangan”.⁸ Maksudnya, perikatan adalah akad yang mengikat kedua belah pihak. Dan sesuatu yang bukan manfaat adalah benda yang ditukarkan yaitu *dzat* (berbentuk), berfungsi sebagai objek penjualan, bukan manfaat ataupun hasilnya.

b). Pengertian dalam arti khusus

“jual beli adalah akad *mu'awadhah* (timbang balik) atas selain manfaat dan bukan pula untuk menikmati kesenangan, bersifat mengalahkan salah satu imbalannya bukan emas dan bukan perak, objeknya jelas bukan utang”.⁹ Maksudnya, ikatan tukar menukar sesuatu yang bukan kemanfaatan dan bukan pula kelezatan yang mempunyai daya tarik, penukarannya bukan emas dan juga bukan perak, benda harus jelas dan bukan utang baik ada di hadapan pembeli maupun tidak, barang yang sudah di ketahui sifat-sifatnya atau sudah di ketahui lebih dahulu.

b. Ulama *Syafi'iyah*

⁸Syamsudin Muhammad ar-ramli, *Nihayah al-Muhtaj*, Juz III (Beiru: Dar al-Fikr, 2004), h.

⁹*Ibid*, h. 372.

Jual beli pada prinsipnya, praktik jual beli diperbolehkan apabila dilandasi dengan keridhaan (kerelaan) dua orang yang diperbolehkan dan juga mengadakan jual beli barang yang diperbolehkan.¹⁰

c. Menurut Sayyid Sabiq

Jual beli yaitu pertukaran benda dengan benda lain dengan jalan saling merelakan atau memindahkan hak milik dengan adanya pengganti dengan cara yang diperoleh.¹¹

2. Dasar Hukum Jual Beli

Jual beli merupakan tindakan atau transaksi yang telah di syari'atkan dalam arti telah ada hukum yang jelas dalam Islam. Yang berkaitan dengan hukum *taklifi*. Hukumnya adalah boleh. Kebolehannya ini dapat ditemukan dalam:¹²

a) Al-Quran

Al-Qur'an merupakan dasar hukum tingkat pertama yang harus dijadikan pedoman oleh semua umat muslim. Dalam masalah jual beli Al-Qur'an mengaturnya dalam Q.S An-Nisa: 29

أَنْ إِلَّا بِالْبَاطِلِ بَيْنَكُمْ أَمْوَالِكُمْ تَأْكُلُوا لَا أَمْنُوا الدِّينَ بِأَيْهَا
 إِنَّ أَنْفُسَكُمْ تَفْتَلُوا وَلَا مِّنْكُمْ تَرْضَى عَنْ بَجَارَةٍ تَكُونُ
 أَرْحِيمٌ بِكُمْ كَانَ اللَّهُ

Terjemahannya:

¹⁰Imam Syafi'i Abu Abdullah Muhammad bin Idris, *Ringkasan Kitab Al umm*, penerjemah: Omron Rosadi, Amiruddin dan Imam Awaluddin, Jilid II (Jakarta: Pustaka Azzam, 2013) h. 1.

¹¹Sayyid Sabiq, *Fikih Sunnah jilid XII* (Bandung: Pustaka Setia, 2001), h. 74.

¹²Amir Syarifuddin, *Garis-garis Besar Fiqh* (Jakarta: Prenada media, 2003), h. 193

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.”¹³

Ayat diatas menjelaskan bahwa di perbolehkan melakukan perniagaan yang berlaku secara suka sama suka. Artinya berdasarkan kerelaan hati masing-masing dari kalian, maka bolehlah kamu memakannya. Dan jangan menjerumuskan diri kalian dengan melanggar perintah-perintah Allah. Serta jangan pula kalian membunuh orang lain, sebab kalian semua berasal dari satu nafs. Sesungguhnya Allah maha Penyayang kepadamu sehingga dilarangnya kamu berbuat demikian.¹⁴

b). Hadits

hadits merupakan sumber hukum Islam kedua yang juga dijadikan sebagai landasan hukum umat muslim. Adapun hadits yang juga menerangkan tentang jual beli menurut riwayat Bajjar, Hakim menyahihkannya dari Rifa'ah Ibn Rafi yang berbunyi:

عَنْ رِفَاعَةَ بْنِ رَافِعٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ { أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ سُئِلَ : أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ ؟ قَالَ : عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ ،

وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ { رَوَاهُ الْبُزَّارُ وَصَحَّحَهُ الْحَاكِمُ

Artinya:

¹³Departemen Agama RI, *Al-Qur'andan Terjemahannya* (Bandung: Diponegoro, 2015), h. 83.

¹⁴The Noble Qur'an, "An-Nisa'-29 Surat Wanita ayat-29" (on-line), tersedia di:<https://id.nobelquran.org/quran/surah-an-nisa/29> (12 November 2019).

"Dari Rafi'ah ibn Rafi RA "Nabi SAW. Ditanya tentang pencaharian yang paling baik, beliau menjawab: seseorang bekerja dengan tangannya dan setiap jual beli yang mabrur." (HR. Bajjar, Hakim menyahihkan dari Rifa'ah ibn Rafi).¹⁵

Maksud mabrur dalam hadits diatas adalah jual beli yang terhindar dari usaha tipu-menipu dan merugikan orang lain¹⁶.

c). Dalil Ijma'

Ijma' merupakan sumber hukum Islam yang ketiga setelah Al-Qur'an dan Hadits. Ulama telah sepakat bahwa hukum jual beli adalah *Mubah* (boleh) dengan alasan bahwa manusia tidak akan mampu mencukupi kebutuhan dirinya, tanpa bantuan orang lain.

Namun demikian, bantuan atau barang milik orang lain yang dibutuhkannya itu, harus diganti dengan barang lainnya yang sesuai.¹⁷ Dengan disyariatkannya, jual beli merupakan salah satu cara untuk merealisasikan keinginan dan kebutuhan manusia, karena pada dasarnya manusia tidak dapat hidup tanpa berhubungan bantuan orang lain.

d). Dalil Qiyas

kebutuhan manusia menuntut adanya jual beli, karena seseorang sangat membutuhkan sesuatu yang dimiliki orang lain, baik itu berupa barang atau uang, dan hal itu dapat diperoleh setelah menyerahkan timbalik balik berupa kompensasi. Dengan demikian, terkandung hikmah

¹⁵Muhammad Fuad Abdul, *Shahih Bukhari Muslim* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2009), h. 271.

¹⁶Racmat Syafe'i, *Fiqh Muamalah*, h. 75.

¹⁷*Ibid.*,

dalam penyiaran jual beli bagi manusia, yaitu sebagai sarana demi tercapainya suatu keinginan yang diharapkan oleh manusia.¹⁸

3. Perilaku Belanja Online

Belanja online merupakan bagian dari e-commerce yang merujuk pada aktivitas bisnis dengan memanfaatkan teknologi komunikasi seperti internet sebagai mediumnya. E-Commerce dapat didefinisikan sebagai segala bentuk transaksi perdagangan atau perniagaan barang atau jasa (trade of goods and services) dengan menggunakan media elektronik.¹⁹ Belanja online adalah salah satu media yang banyak dan umum digunakan untuk berbelanja yang nyaman dimana sarana belanja di komunitas Internet.

Keuntungan dari belanja online adalah menyediakan informasi dan informasi terperinci dan memberikan pilihan kepada konsumen sehingga mereka dapat membandingkan produk dan harga. Semakin banyak pilihan dan kenyamanan, semakin mudah untuk menemukan apa yang dicari secara online.

Perilaku pembelian online adalah proses membeli produk atau jasa melalui media internet, proses pembelian online memiliki Langkah yang berbeda seperti perilaku pembelian fisik. Kekhasan dari proses membeli melalui media internet adalah Ketika konsumen yang berpotensi menggunakan internet dan mencari-cari informasi yang berkaitan dengan

¹⁸Muhammad Abduh Tuasikal, "Jual Beli dan Syarat-Syaratnya" (on-line), tersedia di: <https://muslim.or.id/222-jual-beli-dan-syarat-syaratnya.html> (13 November 2019).

¹⁹Mahir Pradana. 2015. Klasifikasi Bisnis E-Commerce Di Indonesia. H. 163

barang atau jasa yang mereka butuhkan. Perilaku pembelian online terdiri atas tiga hal, yaitu:

1. *Visiting (search)*

Calon pembeli pertama-tama mengakses situs e-commerce. Kunjungannya ini dilakukan setelah mengidentifikasi kebutuhan yang ingin dibeli. Namun, ada pula yang hanya sekedar ingin meluangkan waktunya melihat-lihat produk, jasa atau promo yang ditawarkan pihak e-commerce.

2. *Purchasing*

Setelah seseorang melakukan kunjungan atau pencarian dan menemukan produk atau jasa yang cocok baginya, ia kemudian akan melakukan pembelian. Ada beberapa hal yang melatarbelakangi pembelian seseorang di situs e-commerce. Pertama, seseorang melakukan pembelian karena memang membutuhkan barang atau jasa tersebut. Kedua, seseorang melakukan pembelian karena tertarik dengan promo yang ditawarkan penyedia layanan e-commerce.

3. *Multi-channel shopping*

Adalah fitur yang disediakan oleh situs e-commerce dalam bentuk penyediaan berbagai macam jalur atau cara pembelian bagi konsumennya. Hal ini bertujuan untuk memaksimalkan nilai belanja konsumen. Konsumen yang akan membeli bisa membeli produk dengan cara yang disenanginya. Sebagai contoh yaitu pada e-

commerce Salestock. Konsumen salestock bisa melakukan pembelian tidak hanya melalui website, tapi bisa juga melalui aplikasi di Smartphone, Whatsapp, Line, Chat Facebook dan Instagram.

B. Persepsi Konsumen dalam Ekonomi Islam

Menurut Sumarin Konsumsi dalam Islam yaitu sebagai penggunaan komoditas yang baik dan jauh dari sesuatu yang diharamkan. Dapat disimpulkan konsumsi Islami adalah pembelian barang dan jasa (komoditas) yang membawa masalah, manfaat bagi jasmani dan rohani serta sejalan dengan nilai maqasid syariah.²⁰ Tujuan seorang muslim melakukan aktivitas konsumsi adalah untuk memperoleh masalah terbesar sehingga dapat mencapai kepuasan di dunia dan diakhirat. Sesuai dengan firman Allah SWT Q.S Al-Baqarah ayat 168:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا
خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Terjemahnya:

“Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu.”²¹

Q.S Al-Baqarah ayat 275:

الرِّبَا مَرَّوَدَ الْبَيْعِ اللَّهُ وَأَحَلَّ

²⁰ 8 Sumar'in, *Ekonomi Islam: Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Persepektif Islam*, (Yogyakarta:Graha Ilmu, 2013), h. 85

²¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemahan* (Jakarta: Magfirah Pustaka, 2006), h.25

Terjemahnya:

*"Dan Allah menghalalkan jual-beli dan mengharamkan riba."*²²

Teori konsumsi lahir karena adanya kebutuhan dan keinginan. Kebutuhan menurut Imam Al Ghazali diartikan sebagai keinginan manusia untuk mendapatkan sesuatu yang diperlukan dalam rangka mempertahankan kelangsungan hidup²³ Sedangkan dalam Islam keinginan identik dengan sesuatu yang bersumber dari hawa nafsu.²⁴ Dalam Islam perlu penegasan pembatasan antara kebutuhan dan keinginan, agar konsumsi menjadi lebih terarah dan terkendali. Kebutuhan konsumen muslim dituntut oleh rasionalitas ajaran Islam agar memperoleh masalah secara optimal. Oleh karena itu dalam upaya pencapaian masalah secara optimal.

Persepsi konsumen muslim didefinisikan sebagai pandangan konsumen muslim mengenai realitas yang sifatnya subjektif.²⁵ Setiap konsumen muslim memiliki karakteristik yang berbeda sehingga perbedaan persepsi tidak dapat dihindari. Namun bukan berarti persepsi tidak memiliki rambu-rambu. Agar persepsi dapat terkendali maka diperlukan rambu-rambu syariah yaitu AlQur'an dan As-Sunnah yang membangun konsep masalah. Konsep masalah mengandung manfaat dan berkah. Dengan demikian persepsi konsumen muslim tentang

²²Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan Quraish Shihab* (Jakarta: Pustaka As salam, 2011), h. 47

²³ Edwin Nasution dan Mustafa, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta:Kencana Prenada Media Group, 2010) h.68

²⁴ Ibid., h. 91

²⁵ 2 Muhammad Muflih, *Prilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT.RajaGrafindo, 2006), h.91

masalah dapat didefinisikan sebagai pandangan subjektif konsumen muslim tentang manfaat dan berkah konsumsi.

1. Pengertian Pembelian

Pembelian merupakan kegiatan yang dilakukan untuk pengadaan barang yang dibutuhkan perusahaan dalam menjalankan usahanya dimulai dari pemilihan sumber sampai memperoleh barang. Pembelian juga merupakan sebuah proses terjadinya suatu transaksi, yang dilakukan oleh seorang pembeli untuk memenuhi kebutuhannya dalam memperoleh barang.

Kelancaran transaksi penjualan yang terjadi dalam suatu perusahaan ditentukan dari kegiatan pembelian. Dengan adanya pembelian, kegiatan operasional dalam perusahaan akan berjalan dengan lancar tanpa hambatan. Adapun pengertian pembelian menurut para ahli sebagai berikut:

Menurut Soemarso, Pembelian (purchase) adalah akun yang digunakan untuk mencatat semua pembelian barang dagang dalam satu periode.²⁶ Sedangkan menurut Sofjan Assauri, Pembelian merupakan salah satu fungsi yang penting dalam berhasilnya operasi suatu perusahaan. Fungsi ini dibebani tanggung jawab untuk mendapatkan kuantitas dan kualitas bahan-bahan yang tersedia pada waktu dibutuhkan dengan harga yang sesuai dengan harga yang berlaku. Pengawasan perlu dilakukan

²⁶ Soemarso, Akuntansi Suatu Pengantar, (Jakarta: Salemba Empat, 2007), h. 8

terhadap pelaksanaan fungsi ini, karena pembelian menyangkut investasi dana dalam persediaan dan kelancaran arus bahan ke dalam pabrik.²⁷

Menurut Mulyadi, aktivitas dalam proses pembelian barang adalah:

1. Permintaan pembelian
2. Pemilihan pemasok
3. Penempatan order pembelian
4. Penerimaan barang, dan
5. Pencatatan transaksi pembelian

Permintaan pembelian adalah contoh suatu aktivitas yang merupakan satuan pekerjaan yang ditujukan untuk memicu bagian pembelian melakukan pengadaan barang sesuai dengan spesifikasi dan jadwal sebagaimana yang dibutuhkan oleh pemakai barang. Penerimaan barang adalah contoh aktivitas tentang penerimaan kiriman dari pemasok sebagai akibat adanya order pembelian yang dibuat oleh bagian pembelian.²⁸

2. Pengertian Keputusan Pembelian

Dalam pembelian, konsumen terlibat secara langsung dalam proses pengambilan keputusan pembelian terhadap produk-produk yang telah ditawarkan oleh penjual. Proses pengambilan keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen tersebut melalui berbagai tahapan proses yang beragam, banyak faktor-faktor yang mempengaruhi dalam keputusan beli

²⁷ Sofjan Assauri, *Manajemen Produksi dan Operasi*, (Jakarta: LPFEUI, 2008), h. 223

²⁸ Mulyadi, *Sistem Perencanaan dan Pengendalian Manajemen*, (Jakarta: Salemba Empat, 2007), h. 711

tersebut. Faktor-faktor keputusan pembelian setiap konsumen berbeda satu dengan yang lainnya.

Keputusan pembelian yaitu sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya yang terdiri dari pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian dan tingkah laku setelah pembelian. Perilaku konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembelian mereka. Menurut Basu Swastha, perilaku konsumen bisa diartikan sebagai suatu kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam membiasakan serta menggunakan barang-barang dan jasa-jasa, termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penerapan kegiatan.²⁹

Menurut Yazid dalam Nurmadina, keputusan pembelian merupakan suatu keputusan yang melibatkan pilihan, diantara dua atau lebih alternatif untuk melakukan pembelian. Jadi, dalam proses pengambilan keputusan pembelian haruslah tersedia beberapa alternatif pilihan. Keputusan pembelian merupakan hasil suatu hubungan yang saling mempengaruhi dan yang rumit antara faktor-faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis.³⁰

²⁹ Basu Swastha, Manajemen Pemasaran Modern, (Yogyakarta: Liberty Offset, 2007), h. 68-69

³⁰ Nurmadina, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus pada Konsumen Fashion Online di Kota Makassar), Skripsi pada UIN Alauddin, Makassar, 2016, h. 45

Secara umum, keputusan pembelian yaitu pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan yang dihadapkan kepada konsumen. Jadi, dalam proses pengambilan keputusan pembelian harus terdapat minimal dua atau beberapa alternatif pilihan, jika konsumen tidak dihadapkan dengan alternatif pilihan maka hal tersebut tidak bisa dikategorikan sebagai pengambilan keputusan pembelian. Ada tiga aktivitas yang berlangsung dalam proses keputusan pembelian oleh konsumen yaitu:

- a. Rutinitas konsumen dalam melakukan pembelian.
- b. Kualitas yang diperoleh dari suatu keputusan pembelian.
- c. Komitmen atau loyalitas konsumen yang sudah biasa beli dengan produk pesaing.³¹

3. Proses Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Keller, terdapat lima tahap proses keputusan pembelian, yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.

1. Pengenalan Masalah

Proses awal dari pembelian dimulai ketika pembeli mengenali suatu masalah atau kebutuhan yang dipicu oleh rangsangan internal atau rangsangan eksternal. Dengan rangsangan internal salah satu dari kebutuhan normal seseorang naik ke tingkat maksimum dan menjadi dorongan; atau kebutuhan bisa timbul akibat rangsangan eksternal.

2. Pencarian Informasi

³¹ Ibid, h. 46

Konsumen yang tertarik terhadap sebuah produk tertentu akan mencari informasi secara mendalam mengenai produk tersebut. Kita dapat membedakan antara dua tingkat keterlibatan dengan pencarian. Pada tingkat pertama biasanya seseorang hanya menjadi lebih reseptif terhadap informasi tentang sebuah produk. Pada tingkat berikutnya, seseorang dapat memasuki pencarian informasi aktif dengan mencari bahan bacaan, menelepon teman, melakukan kegiatan online, dan mengunjungi toko untuk mempelajari produk tersebut. Terdapat sumber informasi utama dimana konsumen dibagi menjadi empat kelompok yaitu pribadi (keluarga, teman, tetangga, rekan), komersial (iklan, situs web, wiraniaga, penyalur, kemasan, tampilan), publik (media massa, organisasi pemeringkat konsumen), dan eksperimental (penanganan, pemeriksaan, penggunaan produk).

3. Evaluasi Alternatif

Setelah mendapatkan informasi mengenai suatu produk tersebut, maka timbullah proses evaluasi untuk memilih satu produk dari pilihan beberapa alternatif. Konsep dasar yang akan membantu kita memahami proses evaluasi yaitu konsumen berusaha memuaskan sebuah kebutuhan, konsumen mencari manfaat tertentu dari solusi produk dan konsumen melihat masing-masing produk sebagai sekelompok atribut dengan berbagai kemampuan untuk menghantarkan manfaat yang diperlukan untuk memuaskan kebutuhan

ini. Konsumen akan memberikan perhatian terbesar pada atribut yang menghantarkan manfaat yang memenuhi kebutuhan.

4. Keputusan Pembelian Dalam tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi antar merek dalam kumpulan pilihan. Konsumen mungkin juga membentuk maksud untuk membeli merek yang paling disukai. Dalam melaksanakan maksud pembelian, konsumen dapat membentuk lima sub keputusan yaitu merek, penyalur, kuantitas, waktu, dan metode pembayaran.
5. Perilaku Pascapembelian Setelah pembelian, konsumen mungkin mengalami konflik dikarenakan melihat fitur mengkhawatirkan tertentu atau mendengar halhal menyenangkan tentang merek lain dan waspada terhadap informasi yang mendukung keputusannya. Komunikasi pemasaran seharusnya memasok keyakinan dan evaluasi yang memperkuat pilihan konsumen dan membantunya merasa nyaman tentang merek tersebut. Jadi, dalam perilaku pasca pembelian sebuah produk, konsumen merasakan sebuah tingkat kepuasan atau tingkat ketidakpuasan.

4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Secara Online

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen(Consumer Behavior) secara online adalah:³²

1. Mudah

³² Ibnu Widiyanto.2015. Perilaku Pembelian Melalui Internet. H. 111

Mudah karena dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja, melalui perangkat komputer dimana saja yang terkoneksi dengan internet, termasuk dari perangkat mobile pribadi. Mudah karena tinggal masuk ke web, pilih produk, baca deskripsi produk, klik beli, pilih cara pembayaran, dan tunggu barang diantar.

2. Murah

Alasannya adalah menggunakan layanan transaksi online lebih murah. Ini karena biaya untuk menjual produk di internet lebih murah sehingga secara fair konsumen juga berhak atas biaya yang lebih murah jika dibandingkan dengan harga di pasar offline. Bahkan bila harga barang di online sama dengan harga di offline itupun masih bisa dihitung lebih murah karena ada beberapa komponen biaya lain yang sebenarnya tidak perlu dikeluarkan seperti biaya bensin, parkir, toll, makan, dll. Jadi dengan menggunakan transaksi online memang benar-benar lebih murah.

3. Praktis

Praktis tidak perlu antri di kasir. Pembelian makanan online bisa dilakukan dimana saja, kapan saja, dengan alamat pengiriman yang boleh ditentukan sendiri misalnya untuk ke rumah sendiri, ke kantor atau ke rumah teman atau saudara misalnya untuk kado. Tidak ada model pemesanan makanan secara online lain yang bisa menandingi kepraktisan model transaksi seperti ini.

4. Efisien

Konsumen tidak perlu berlama-lama menghabiskan waktu mencari produk yang di butuhkan. Waktu menjadi lebih efisien dari pada harus berjam-jam menembus kemacetan lalu lintas. Time is not money.

5. Modern

Solusi pemesanan makanan lewat online adalah gaya hidup manusia modern yang menyukai kepercayaan, kepraktisan, efisien, kemudahan, dan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi dan komputer. Konsumen seperti ini umumnya adalah kelas menengah dan atas tidak peduli siapapun mereka orangtua, ibu rumah tangga, karyawan, pelajar/mahasiswa, profesional, atau pengusaha, adalah orang-orang dengan pemikiran modern dan percaya bahwa belanja tidak harus bertatap muka dengan penjual atau melihat barang secara langsung karena percayabahwa integritas adalah sesuatu yang harus dijunjung tinggi.

6. Nyaman

Alasan lain adalah kenyamanan dan tidak perlu merasa terganggu dengan situasi keramaian di offline store. Konsumen bahkan dapat membeli produk dengan jumlah berapapun. Bahkan untuk jumlah sedikit pun bisa dilayani via online.

7. Tanpa Batas

Tidak ada batas apapun terutama dalam hal jarak ataupun waktu. Sebagian layanan makanan online melayani dalam 24 jam sehari, 7 hari seminggu, dan 365 hari setahun.

Faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk yang sudah dikenal oleh masyarakat. Berdasarkan pemaparan di atas dapat diambil kesimpulan bahwa, keputusan pembelian adalah tindakan yang dilakukan oleh konsumen sebelum dan sesudah membeli barang setelah melakukan pemilihan terhadap barang yang akan dibeli.

C. Hukum Perlindungan Konsumen

1. Undang-Undang Perlindungan Konsumen

Hukum perlindungan konsumen menurut Janus Sidabalok adalah hukum yang mengatur tentang pemberian perlindungan kepada konsumen dalam rangka pemenuhan kebutuhan sebagai konsumen.³³ Hukum perlindungan konsumen juga mengatur hak dan kewajiban konsumen, hak dan kewajiban pelaku usaha serta cara-cara mempertahankan hak dan menjalankan kewajiban tersebut.³⁴

Konsumen menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen merupakan setiap orang pemakai barang dan atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun

mahluk hidup lain, dan untuk tidak diperdagangkan.³⁵ Dalam kegiatan ekonomi yang melibatkan konsumen perlu adanya pelindungan hukum

³³ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2006), h. 45

³⁴ *ibid.* h. 46

³⁵ Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999, Pasal 1 ayat 2.

terhadap hak-hak konsumen. Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 disebutkan hak-hak konsumen diantaranya:³⁶

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.
- b. Hak untuk memilih dan mendapatkan barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan,
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen.
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya,
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

2. Asas Perlindungan Konsumen

³⁶ Ibid... pasal 4

Asas hukum adalah fondasi suatu undang-undang dan peraturan-peraturan pelaksanaannya. Jika asas dikesampingkan, maka runtuhlah undang-undang itu dan segenap peraturan dan pelaksanaannya.³⁷ Asas hukum bersifat abstrak (tidak konkrit), pada umumnya asas hukum itu tidak dituangkan dalam peraturan atau pasal yang konkrit.

Perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keamanan, keseimbangan, dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum. Perlindungan diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan 5 (lima) asas yang relevan dalam pembangunan nasional, yaitu:

- a. Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamankan bahwa segala upaya dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
- b. Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.
- c. Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materil dan spiritual.

³⁷ Yusuf Shofie, *Pelaku Usaha, Konsumen, Dan Tindak Pidana Korporasi* (cet. 1; Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002), h. 25.

- d. Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.
- e. Asas kepastian hukum dimaksudkan agar pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen, serta negara menjamin perlindungan konsumen.

Lima asas perlindungan konsumen Pasal 2 UUPK tersebut, dapat dikatakan bahwa tampaknya Pembentuk Undang-Undang menyadari bahwa perlindungan konsumen ibarat sekeping uang logam yang memiliki dua sisi yang berbeda, satu sisi merupakan sisi konsumen, sedangkan sisi lainnya sisi pelaku usaha dan tidak mungkin hanya menggunakan satu sisi tanpa menggunakan kedua sisinya sekaligus.³⁸

3. Hak dan Kewajiban Konsumen

Dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, hak konsumen adalah:

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa.
- b. Hak untuk memilih dan mendapatkan barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;

³⁸ Yusuf Shofie, Op. cit., h. 30.

- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang di gunakannya;
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Cara yang paling utama dalam mencapai keseimbangan antara perlindungan konsumen dengan perlindungan produsen yaitu dengan menegakkan hak konsumen. Hak dasar konsumen pertama kali dikemukakan oleh Presiden Amerika Serikat J.F. Kennedy di depan kongres pada 15 Maret 1962, yaitu terdiri atas :³⁹

- a. Hak untuk memperoleh keamanan;
- b. Hak memilih;
- c. Hak mendapat informasi;

³⁹ Ahmadi Miru, 2011, Op. cit., h. 102 Dikutip dari Meriam Darus Badruzaman, Perlindungan Terhadap Konsumen dari Sudut Perjanjian Baku, dimuat dalam Hasil symposium Aspek-Aspek Hukum Masalah Perlindungan Konsumen yang diselenggarakan oleh BPHN, Bina.

d. Hak untuk didengar.

Tuntutan konsumen tidak hanya berlaku untuk pelaku usaha yang besar saja, akan tetapi terhadap semua pelaku usaha termasuk golongan kecil dan menengah. Kondisi tersebut dapat dipahami karena konsumen tidak lagi melihat besar-kecilnya perusahaan, tetapi mutu produk pelayanan yang akan menjadi perhatian. Hal ini sangat penting untuk dipahami oleh pemerintah dan pelaku usaha di Indonesia. Sebagian besar pelaku usaha di Indonesia tergolong perusahaan kecil dan menengah, mereka yang menentukan masa depan perekonomian Indonesia di masa depan. Oleh karena itu, harus segera mungkin dipersiapkan.⁴⁰

Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, kewajiban Konsumen adalah:

- a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa demi keamanan dan keselamatan.
- b. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati
- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Dalam Pasal 1 Ayat (1) Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009

⁴⁰ Endang Sri Wahyuni, *Aspek Hukum Sertifikasi & Keterkaitannya dengan Perlindungan Konsumen* (cet. 1; Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003), h. 121.

tentang Kesehatan, kesehatan adalah keadaan sehat, baik secara fisik, mental, spiritual maupun sosial yang memungkinkan setiap orang untuk hidup produktif secara sosial dan ekonomis.

Dalam Pasal 93 Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan, pelayanan kesehatan gigi dan mulut dilakukan untuk memelihara dan meningkatkan derajat kesehatan masyarakat dalam bentuk peningkatan kesehatan gigi, pencegahan penyakit gigi, pengobatan penyakit gigi, dan pemulihan kesehatan gigi oleh pemerintah, pemerintah daerah, dan/atau masyarakat yang dilakukan secara terpadu, terintegrasi dan berkesinambungan.

Dalam Pasal 4 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan, Hak setiap orang dalam hal kesehatan yaitu:

- a. Hak untuk mendapatkan kesehatan;
- b. Hak yang sama dalam memperoleh akses atas sumber daya dalam bidang kesehatan;
- c. Hak dalam memperoleh pelayanan kesehatan yang aman, bermutu dan terjangkau;
- d. Hak untuk menentukan sendiri pelayanan kesehatan yang diperlukan bagi dirinya.
- e. Hak mendapatkan lingkungan yang sehat bagi pencapaian derajat kesehatan;
- f. Hak mendapatkan informasi dan edukasi tentang kesehatan yang seimbang dan bertanggung jawab;

- g. Hak memperoleh informasi tentang data kesehatan dirinya termasuk tindakan dan pengobatan yang telah maupun akan diterimanya oleh tenaga kesehatan.

Dalam rangka pembangunan sektor kesehatan yang sedemikian kompleks dan luas, sangat dirasakan, bahwa peraturan perundang-undangan yang mendukung upaya kesehatan perlu lebih disempurnakan dan ditingkatkan. Jika dilihat dari aspek yuridisnya, dengan dikembangkannya sistem kesehatan nasional, sudah tiba saatnya untuk mengkaji kembali dan melengkapi peraturan perundang-undangan bidang kesehatan, dengan mengeluarkan berbagai produk hukum yang lebih sesuai yang dapat:⁴¹

- a. mendukung adanya sarana pelayanan, program, dan kegiatan dalam seluruh upaya kesehatan yang sudah atau yang akan dikembangkan, baik oleh pemerintah maupun masyarakat termasuk sektor swasta.
- b. Memperhatikan kepentingan daerah dan diselaraskan dengan peraturan perundang-undangan di sektor lain yang berkaitan dengan upaya kesehatan.
- c. Berfungsi mendorong pengembangan upaya kesehatan yang diinginkan dimasa mendatang sesuai dengan tuntutan masyarakat yang dilayani.
- d. Mengatur kewenangan tiap tingkatan upaya kesehatan.
- e. Mengatur kewenangan dan tanggung jawab pembiayaan upaya

⁴¹ Bahder Johan Nasution, *Hukum Kesehatan Pertanggung Jawaban Dokter* (cet. 1; Jakarta: Rineka Cipta, 2005), h. 3.

kesehatan antara pemerintah pusat dan pemerintah daerah.

- f. Mengatur wewenang dan tanggung jawab serta dapat memberikan perlindungan hukum, bagi penerima dan pemberi jasa upaya kesehatan.
- g. Mengatur kualitas upaya kesehatan yang diselenggarakan oleh pemerintah dan masyarakat termasuk swasta.
- h. Mengganti hukum yang tidak sesuai situasi dan kondisi.
- i. Memuat sanksi hukum yang sepadan, sehingga setiap pelanggar dapat ditindak sebagaimana mestinya.

Sedangkan kewajiban seseorang dalam hal kesehatan yaitu:

- a. Ikut mewujudkan, mempertahankan, dan meningkatkan derajat kesehatan masyarakat yang setinggi-tingginya meliputi upaya kesehatan perorangan, upaya kesehatan masyarakat, dan pembangunan berwawasan kesehatan;
- b. Menghormati hak orang lain dalam upaya memperoleh lingkungan yang sehat, baik fisik, biologi, maupun sosial;
- c. Berprilaku hidup sehat untuk mewujudkan, mempertahankan, dan memajukan kesehatan yang setinggi-tingginya;
- d. Menjaga dan meningkatkan derajat kesehatan bagi orang lain yang menjadi tanggung jawabnya, dan;
- e. Turut serta dalam program jaminan kesehatan sosial.

4. Hubungan Hukum

Hubungan antara produsen dan konsumen (perusahaan penghasil

barang dan atau jasa) dengan konsumen (pemakai akhir dari barang dan atau jasa untuk diri sendiri atau keluarganya) merupakan hubungan yang terus-menerus dan kesinambungan. Hubungan tersebut terjadi karena keduanya memang saling menghendaki dan mempunyai tingkat ketergantungan yang cukup tinggi antara satu dengan yang lain.⁴²

Hubungan antara produsen dan konsumen yang saling membutuhkan tersebut. Menimbulkan hubungan antara pihak secara individual yang dapat menciptakan hubungan-hubungan hukum sangat spesifik, hubungan hukum yang spesifik ini sangat bervariasi, yang sangat dipengaruhi oleh berbagai keadaan antara lain:

- a. Kondisi harga dari suatu jenis komoditas tertentu.
- b. Penawaran dan syarat perjanjian.
- c. Fasilitas yang ada, sebelum dan purna jual dsb.
- d. Kebutuhan para pihak pada rentang waktu tertentu.

Keadaan tersebut diatas, pada dasarnya akan sangat mempengaruhi dan menciptakan kondisi perjanjian yang juga sangat bervariasi. Meskipun demikian didalam praktek hubungan hukum yang terjadi bahkan makin melemahkan posisi konsumen karena secara sepihak para produsen/distributor sudah menyiapkan satu kondisi perjanjian dengan adanya perjanjian baku, yang syarat-syaratnya secara sepihak ditentukan pula oleh produsen atau jaringan distributornya.

⁴² Erman Rajagukguk, Sri Redjeki Hartono, H. E. Saefullah, Tini Hadad, H. Toto Tohir, dan Romli Atmasasmita, Op. cit., h. 36.

a. Hubungan Langsung

Hubungan langsung adalah hubungan antara produsen dengan konsumen yang terikat secara langsung dalam perjanjian. Tanpa mengabaikan jenis perjanjian-perjanjian lainnya, pengalihan barang dari produsen kepada konsumen, pada umumnya dilakukan dengan perjanjian jual-beli, baik yang dilakukan secara lisan maupun tertulis. Salah satu bentuk perjanjian tertulis yang banyak dikenal adalah perjanjian baku, yaitu bentuk perjanjian yang banyak dipergunakan jika salah satu pihak yang sering berhadapan dengan pihak lain dalam jumlah yang banyak dan memiliki kepentingan yang sama.⁴³

b. Hubungan Tidak Langsung

Hubungan tidak langsung adalah hubungan antara produsen dengan konsumen yang tidak secara langsung terikat dengan perjanjian, karena adanya pihak di antara pihak konsumen dengan produsen.

Hubungan langsung dalam bentuk perjanjian antara pihak produsen dengan konsumen ini tidak berarti bahwa pihak konsumen yang dirugikan tidak berhak menuntut mengganti kerugian kepada produsen dengan siapa dia tidak memiliki hubungan perjanjian, karena dalam hukum perikatan tidak hanya perjanjian yang melahirkan (merupakan sumber) perikatan, akan tetapi dikenal ada dua sumber perikatan yang berupa undang-undang. Sumber perikatan yang berupa undang-undang ini masih dapat dibagi lagi dalam undang-undang saja dan undang-undang karena perbuatan manusia, yaitu

⁴³ Ahmadi Miru, Op. cit., h. 34.

yang sesuai hukum dan melanggar hukum.

D. Pandemi Covid-19

a. Pengertian Pandemi Covid-19

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia pandemi merupakan wabah yang berjangkit serempak dimana-mana, meliputi daerah geografis yang luas.⁴⁴ WHO mendefinisikan pandemi sebagai situasi ketika populasi seluruh dunia ada kemungkinan akan terkena infeksi ini dan berpotensi sebagian dari mereka jatuh sakit. Pandemi atau pandemik merupakan tingkat atau volume penyebaran penyakit yang tergolong paling tinggi. Suatu penyakit dikatakan pandemi apabila sudah menyebar secara cepat keseluruh dunia dengan tingkat infeksi yang tinggi. Pandemi berasal dari bahasa Yunani *pan* yang artinya semua dan *demos* yang artinya orang yang merupakan epidemi (penyebaran) suatu penyakit yang di wilayah yang tergolong luas, misalnya beberapa benua, atau di seluruh dunia.⁴⁵

Covid-19 adalah jenis penyakit baru yang disebabkan oleh virus dari golongan *coronavirus*, yaitu SARS-Cov-2 yang sering disebut virus Corona. *Coronavirus* merupakan virus RNA strain tunggal positif, berkapsul dan tidak bersegmen. *Coronavirus* tergolong ordo Nidovirales, sekeluarga *Coronaviridae* dibagi dua subkeluarga dibedakan berdasarkan serotype dan karakteristik genom. Terdapat empat genus yaitu *coronavirus*,

⁴⁴ <https://kbbi.kemendikbud.go.id/entri/pandemi>, diakses 28 Maret 2021.

⁴⁵ Noer Soetjipto, *Ketahanan UMKM Jawa Timur Melintasi Pandemi Covid-19*, (Yogyakarta:K-Media), h. 20.

*betacoronavirus, deltacoronavirus dan gamma coronavirus.*⁴⁶

Sepanjang sejarah, sejumlah pandemi penyakit telah terjadi, seperti cacar (variola) dan tuberkulois. Salah satu pandemi yang paling menghancurkan adalah maut hitam, yang menewaskan sekitar 75-200 juta orang pada abad ke-14. Infeksi Covid-19 bukanlah penyakit pandemi yang pertama kali terjadi, pada waktu sebelum sekarang ini, dunia sudah melewati beberapa pandemic, seperti pandemi flu babi akibat virus H1N1 pada tahun 2009. Kemudian di tahun 1918-1920, penduduk dunia juga mengalami pandemi *spanish flu* yang diperkirakan menginfeksi 500 juta orang diseluruh dunia. Sementara itu salah satu pandemi yang pernah tercatat dalam sejarah pandemi adalah pandemi *Black Plague* atau yang sering disebut Black Death. Pandemi ini menewaskan lebih dari setengah populasi benua Eropakala itu. Pandemi saat ini adalah pandemi Corona virus 2019-2021 (Covid-19).⁴⁷

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pandemi Covid-19

Pandemi covid-19 disebabkan karena strain baru atau subtype virus yang pertama kali muncul pada hewan lalu menjangkau manusia dan menular antar manusia.

Menurut WHO, pandemi mulai terjadi ketika memenuhi tiga kondisi yaitu:

- a. Munculnya penyakit baru pada populasi.
- b. Agen menginfeksi manusia dan menyebabkan penyakit serius.

⁴⁶ Erlina Burhan et.al, *loc. cit.*

⁴⁷ Noer Soetjipto, *loc. cit.*

c. Agen menyebar dengan mudah dan berkelanjutan.⁴⁸

c. Pandangan Islam Tentang Covid-19

Pandemic covid-19 tengah mewabah di Indonesia, bahkan dunia. Virus ini sangat cepat penyebarannya sehingga berdampak ke berbagai negara, Indonesia merupakan salah satu negara yang terdampak dari virus ini. Namun, sebagai umat yang beragama, pandemi Covid-19 ini harus menjadi peluang untuk semakin mendekatkan diri kepada Allah SWT dan menebar kebaikan kepada sesama.

Menurut Dr. Drs. Asmuni Mth, MA., dosen Hukum Islam Sekaligus Direktur Pondok Pesantren Universitas Islam Indonesia, dalam catatan sejarah, pernah ada wabah penyakit pada masa Rasulullah SAW dan sahabat. Meski itu bukan virus mematikan layaknya Covid-19, wabah pada waktu itu juga menular dengan cepat dan menyebabkan tidak sedikit orang kena dampaknya. Bagi umat Islam, munculnya wabah covid-19 ini bukan hal baru. Pada masa itu, salah satu wabah yang sering terjadi adalah kusta atau lepra.⁴⁹

Munculnya Covid-19 manusia harus punya kesadaran bahwa Allah pencipta langit, bumi dan seisinya. Banyak hikmah yang bisa diambil dari munculnya Covid-19 ini yaitu :

1. Meningkatkan kualitas ibadah, dzikir dan do'a

⁴⁸ WHO, "Covid-19", artikel dari <https://www.who.int/>. Diakses pada 07 April 2021.

⁴⁹ Uii, "Bagaimana Islam Memandang Pandemi Covid-19", artikel dari <https://www.uil.ac.id/bagaimana-islam-memandang-pandemi-covid-19/>. diakses 28 Maret 2021.

Meningkatkan kualitas ibadah dan memperbanyak dekat kepada Allah, membuat hati menjadi tenang. Jika seorang manusia merasa hatinya sedang merasa kesulitan, kegundahan, sedang tertimpa musibah berupa sakit atau bencana lainnya. maka sudah sepatutnya sebagai hamba Allah harus mendekati diri kepada Allah meminta pertolongan dengan senantiasa memperbanyak berdoa dan berdzikir.

2. Menjaga kebersihan diri serta sekitar

Di dalam Islam memerintahkan untuk rajin mencuci tangan terutama sebelum memegang sesuatu, sebelum makan, sebelum melakukan aktivitas dan lain-lain. Islam juga mengajarkan umatnya untuk bersuci dengan berwudhu dan menjaga wudhu sebelum shalat, sebelum tidur, maupun menjalankan aktivitas lainnya.

3. Populasi udara di jalan-jalan raya menurun

Udara menjadi bersih dan sehat karena pemerintah menghimbau masyarakat diharuskan tetap didalam rumah.

4. Meningkatkan rasa solidaritas antar sesama umat

Akibat pandemi banyak orang yang tidak bisa mencari nafkah untuk biaya hidup mereka. Untuk orang yang mampu banyak yang memberikan bantuan berupa sembako atau uang kepada mereka sebagai bentuk solidaritas kita kepada antar sesama manusia.

5. Semakin banyak waktu untuk berkumpul dengan keluarga

Biasanya mempunyai kesibukan, kini setelah ada kebijakan dari pemerintah untuk belajar serta bekerja dirumah jadi waktu dengan keluarga semakin banyak.

Menghadapi pandemi ini selain menjaga kesehatan dan pola hidup yang bersih, manusia dapat meningkatkan penjagaan diri dengan beribadah, berdo'a dan berikhtiar kepada Allah SWT agar terhindar dari Covid-19. Sebagai seorang muslim yang mengimani takdir dan ketentuan Allah, manusia wajib meyakini bahwa pandemi yang sedang terjadi ini sudah ditetapkan oleh Allah SWT. Dalam menyikapi pandemi ini seorang muslim harus memperhatikan beberapa hal berikut :⁵⁰

1. Tawakkal kepada Allah

Setiap umat muslim hendak pasrah dan tawakkal kepada Allah atas segala sesuatu yang terjadi.

2. Menjaga aturan syariat islam

Kita harus ingat apabila kita menjaga aturan Allah, memperhatikan perintah dan menjauhi larangan-Nya, pastilah Allah akan menjaga kita pula.

3. Mengingat keadaan seorang mukmin antara bersyukur dan bersabar

4. Melakukan ikhtiar dan sebab

⁵⁰ Pojok Dakwah, "Sikap Seorang Muslim Dalam Menyikapi Wabah Covid-19", artikel dari <https://fk.uii.ac.id/sikap-seorang-muslim-dalam-menyikapi-wabah-covid-19/>, Diakses 31 Maret 2021.

Muslim hendaknya melakukan sebab dan berbagai upaya untuk menanggulangi wabah dan musibah Covid-19 ini, baik sebab secara fisik (sebab *kauni*) maupun sebab secara *syar'i* (non fisik). Diantara upaya melakukan sebab secara fisik adalah dengan melakukan pencegahan secara individu dengan cara menjaga kebersihan diri dan lingkungan sekitar.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan yaitu jenis penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini merupakan metode penelitian yang berusaha menggambarkan dan menginterpretasikan objek sesuai dengan kenyataan dilapangan. Penggunaan metode deskriptif bertujuan membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis faktual dan mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan tepatnya Kecamatan Ujung Pandang Kelurahan Pisang selatan. Waktu penelitian dilakukan berdasarkan lama waktu kegiatan penelitian dimulai dengan melakukan usaha penelitian, kegiatan survey lapangan, pembuatan proposal, kegiatan penelitian, pengumpulan data penelitian, sampai dengan pengumpulan hasil penelitian dan proses kegiatan penyelesaian. Penelitian ini di rencanakan 2 (dua) bulan tahun 2022.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

- a. Data Primer merupakan data yang diperoleh melalui pengamatan langsung pada lokasi penelitian. Data primer diperoleh dengan melakukan wawancara terhadap Konsumen yang melakukan

pembelian makanan Secara online saat pandemi covid 19, wawancara mendalam, dan observasi. Guna melengkapi informasi/data, survei dan wawancara juga dilakukan terhadap jasa pelayanan online. Bahan hukum primer juga terdiri atas bahan hukum yang mengikat yang mencakup peraturan perundang-undangan, as sunnah maupun Al-Qur'an.

- b. Data sekunder yaitu data yang telah dikumpulkan untuk maksud selain menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi. Data ini dapat ditemukan dengan cepat. Dalam penelitian ini menjadi sumber data sekunder adalah literatur, artikel, jurnal, serta situs di internet yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, adalah sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara adalah suatu bentuk komunikasi verbal, yaitu percakapan yang bertujuan untuk memperoleh informasi.⁵¹ Komunikasi ini dilakukan secara langsung oleh pihak yang membutuhkan informasi dengan pihak lain untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan. Dengan cara ini, kita dapat menggali informasi lebih mendalam karena segala sesuatu yang tidak dipahami dapat ditanyakan secara langsung. Dalam hal ini, penulis

⁵¹ NASUTION, *Metode Research* (Jakarta: Bumi Aksara,2012), h.113.

memperoleh informasi dari pemilik restoran, pihak konsumen yang sebagai pengguna dan penyedia jasa pelayanan online.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah proses pecairan, pengumpulan dan penyediaan data sebagai bukti akurat untuk memperkuat informasi yang telah diperoleh.

Dokumentasi ini bisa berupa gambar ataupun dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian yang diperoleh saat penelitian sedang berlangsung.

3. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui sesuatu pengamatan, dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran

E. Teknik Analisis Data

Dari semua data yang diperoleh dari lapangan saat penelitian, kemudian penulis menganalisis dengan menggunakan analisis kualitatif untuk menggambarkan keadaan atau fenomena yang terjadi. Dalam hal ini penulis menganalisis Konsumen yang melakukan pembelian makanan Secara online saat pandemi covid 19.

Penelitian ini menggunakan berbagai teknik analisis data yaitu:

1. Reduksi Data ialah proses mengubah data kedalam pola, fokus, kategori, atau pokok permasalahan tertentu.

2. Penyajian Data ialah menampilkan data dengan cara memasukkan data dalam bentuk yang di inginkan seperti memberikan penjelasan dan analisis.
3. Menarik Kesimpulan ialah mencari simpulan atas data yang direduksi dan disajikan.



BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Persepsi Konsumen Terhadap Pembelian Makanan Online Pada Saat Pandemi Covid-19

Pada hasil penelitian ini, peneliti akan memaparkan data dan hasil penelitian terkait dengan permasalahan yang telah dirumuskan, yaitu mendeskripsikan bagaimana persepsi konsumen terhadap pembelian online saat Pandemi Covid-19. Peneliti melakukan observasi sebelum dilakukannya wawancara dengan Informan. Hasil observasi peneliti buat dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 4.1 Nama-nama Informan yang diwawancarai

| No. | Nama | Usia |
|-----|----------|----------|
| 1 | Andin | 25 tahun |
| 2 | Risal | 21 tahun |
| 3 | Tisa | 24 tahun |
| 4 | Paramita | 26 tahun |
| 5 | Resa | 20 tahun |
| 6 | Hasan | 19 tahun |
| 7 | Yusniar | 22 tahun |
| 8 | Suarni | 21 tahun |
| 9 | Sumiati | 23 tahun |

Pada saat wawancara dengan partisipan terdapat beberapa pertanyaan. Hasil wawancara peneliti dibuatkan transkrip, kemudian peneliti olah dengan cara menginterpretasi data dan mereduksi data, sehingga dapat menyimpulkan data.

a. Hal yang menyebabkan Lebih Memilih Berbelanja Online

Seiring terjadinya perubahan perekonomian dan globalisasi, telah terjadi perubahan dalam perilaku perbelanjaan pada masyarakat. Perubahan perilaku berbelanja pada masyarakat merupakan konsekuensi logis dari tuntutan kehidupan yang dipicu dengan adanya perkembangan teknologi komunikasi dan informasi. Pada awalnya penjualan barang dilakukan secara konvensional, yaitu antara penjual dan pembeli bertemu secara langsung untuk melakukan transaksi jual beli. Seiring adanya kemajuan teknologi internet penjualan bisa dilakukan secara online.

Dimasa globalisasi seperti pada saat ini mengakses internet sangatlah mudah. Keadaan ini tentu menyebabkan persaingan yang sangat pesat antara usaha online untuk berlomba- lomba dalam memberikan kemudahan, dan keyakinan dalam berbelanja online. Sehingga dapat menimbulkan minat beli konsumen dalam berbelanja online. Sebagaimana yang disampaikan oleh beberapa informan seperti yang dikatakan oleh Andin dan Risal yang menyatakan bahwa belanja online dapat menghemat waktu dan lebih praktis dan murah.

“Dengan Berbelanja Online, sangat menghemat waktu dan tenaga, jadi saya tidak perlu membuang waktu untuk ketempat perbelanjaan”

“Dengan Berbelanja Online, lebih praktis dan mudah”⁵²

Sangat sependapat dengan kedua informan diatas, Tisa menyatakan hal yang sama bahwa berbelanja online lebih gampang apalagi dalam memilih pesanan yang di inginkan.

“saya memilih belanja online, karena belanja online saya merasa lebih gampang dalam memilih dibandingkan berbelanja langsung”⁵³

Konsumen sangat tertarik bertransaksi melalui online. Tentu juga berkaitan dengan produk yang ditawarkan oleh penyedia layanan online itu sendiri. Apabila kualitas suatu produk yang di jual diketahui konsumen mengenai kualitasnya yang bagus dan sesuai harapan, maka akan menarik minat konsumen untuk membeli melalui online. Harga salah satu penyebab yang dapat menimbulkan minat konsumen terutama konsumen yang sensitif terhadap harga. Selain kemudahan, kenyamanan, produk, harga juga dibutuhkan promosi untuk menyampaikan informasi tentang produk tersebut kepada konsumen agar tertarik untuk membeli produk tersebut seperti yang dikatakan oleh informan yang bernama Paramita yang mengatakan bahwa berbelanja di online harganya sama dengan berbelanja langsung.

“Menurut saya kualitas makanan yang ada di online sama dengan yang dijual langsung.”⁵⁴

b. Hal yang menyebabkan Minat Beli Lebih Memilih Berbelanja di

⁵²Andin, *Konsumen belanja online, Wawancara pada tanggal 28 April 2022 di Kecamatan Ujung Pandang*

⁵³Risal, *Konsumen belanja online, Wawancara pada tanggal 28 April 2022 di Kecamatan Ujung Pandang*

⁵⁴Paramita, *Konsumen belanja online, Wawancara pada tanggal 28 April 2022 di Kecamatan Ujung Pandang*

Pasar

Tanpa disadari bahwa kemudahan yang diberikan oleh transaksi belanja online mampu menimbulkan beberapa permasalahan seperti pemborosan atau bahkan timbulnya perilaku konsumtif. Membeli dan mengonsumsi barang tanpa ada batas dan pertimbangan rasional ataupun dengan alasan akan timbul kecemasan apabila tidak memiliki suatu barang yang diinginkan. Salah satu informan Resa yang menyatakan bahwa belanja Online membuat menjadi boros.

"Menurut saya berbelanja online itu membuat menjadi boros karena biasanya barang tersebut tidak terlalu dibutuhkan tetap saja dibeli, sedangkan kalau berbelanja di pasar kita akan berfikir dua kali untuk membelibarang tersebut"⁵⁵

Dalam Islam seorang Muslim ajarkan untuk bersikap sederhana tidak berlebih-lebihan dan tidak boros. Menyesuaikan kebutuhan dan keinginan.

Dalam QS. AL-A'raaf/ 7: 31:

يٰٓبَنِي آدَمُ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

Terjemahnya :

"Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan."⁵⁶

Disebut berlebihan jika dalam pemenuhan kebutuhan sehari hari di

⁵⁵Resa, *Konsumen belanja online, Wawancara pada tanggal 28 April 2022 di Kecamatan Ujung Pandang*

⁵⁶Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan Quraish Shihab* (Jakarta: Pustaka As salam, 2011), h. 31.

luar batas kewajaran. Yaitu berlebih dalam hal makanan,berpakaian, membangun rumah, dan pemenuhan hiburan. Jika seseorang membelanjakan uangnya untuk kebutuhan hidupnya secara layak, maka ia tidak termasuk orang yang boros.

Menurut Hasan berbelanja dipasar atau ditoko kita bisa menawar barang dan mendapatkan diskon.

“Saya lebih suka belanja di pasar atau di toko karena kita bisa menawar harga barang tersebut dan melihat barangnya secara langsung kualitas barang tersebut dan juga biasanya terdapat diskon”⁵⁷

c. Pandangan tentang resiko-resiko yang ditimbulkan dari berbelanja Online.

Transaksi dalam berbelanja Online terkadang membuat konsumen takut tertipu, barang pesanan tidak memuaskan, pengiriman yang terlambat dan sistem pemesanan yang membingungkan. Konsumen berpikir akan mengalami kerugian dengan banyaknya permasalahan tersebut. Permasalahan itu disebabkan karena adanya keraguan atas kebenaran data dan informasi karena para pihak tidak pernah bertemu secara langsung. Di dalam berbelanja online masalah kepercayaan penting dalam menjaga kelangsungan transaksi.

Terdapat beberapa risiko yang timbul karena pihak konsumen biasanya memiliki kewajiban untuk melakukan pembayaran terlebih dahulu, sementara ia tidak bisa melihat kebenaran serta kualitas barang yang dipesan dan tidak adanya jaminan kepastian bahwa barang yang dipesan akan

⁵⁷Hasan, *Konsumen belanja online, Wawancara pada tanggal 28 April 2022 di Kecamatan Ujung Pandang*

dikirim sesuai pesanan. Menurut Hasan pada saat berbelanja di Online dia merasa di rugikan karena gambar dengan kualitas barang yang tiba berbeda.

“Saya pernah membeli makanan disalah toko online ujung-ujungnya barang yang datang beda dengan yang di gambar.”⁵⁸

Selain Resiko barang yang tidak sesuai pesanan, menurut Yusniar Resiko yang ditimbulkan dari berbelanja Online harus lebih berhati-hati karena biasanya barang yang diterima itu rusak.

“Yang harus diperhatikan dalam berbelanja online itu, harus melihat produknya terlebih dahulu karena ditakutkan nanti barangnya rusak atau tidak sesuai dengan harapan”⁵⁹

Selain itu, menurut salah satu Informan yaitu Suarni yang menyatakan bahwa resiko yang ditimbulkan oleh toko Online itu sudah menjadi tanggungan bagi yang berbelanja di toko online.

“Menurut saya, resiko yang ditimbulkan jika kita berani membeli di Online, berarti kita harus menanggung resiko apapun yang terjadi”⁶⁰

Namun ada informan yang mengatakan bahwa mereka tidak pernah tertipu ketika berlanja Online. Seperti yang di katakan oleh Sumiati

“Saya tidak pernah khawatir berbelanja online, selama saya berbelanja di online saya tidak pernah mengalami penipuan, barang yang saya beli dari online itu tidak ada yang cacat dan sesuai pesanan”⁶¹

⁵⁸⁵⁸Hasan, *Konsumen belanja online, Wawancara pada tanggal 28 April 2022 di Kecamatan Ujung Pandang*

⁵⁹⁵⁹Yusniar, *Konsumen belanja online, Wawancara pada tanggal 28 April 2022 di Kecamatan Ujung Pandang*

⁶⁰⁶⁰Suarni, *Konsumen belanja online, Wawancara pada tanggal 28 April 2022 di Kecamatan Ujung Pandang*

⁶¹⁶¹Sumiati, *Konsumen belanja online, Wawancara pada tanggal 28 April 2022 di Kecamatan Ujung Pandang*

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa orang konsumen belanja online di kecamatan ujung pandang maka dapat disimpulkan bahwa Seiring perubahan perekonomian dan globalisasi, telah terjadi perubahan dalam perilaku perbelanjaan pada masyarakat. Pada awalnya penjualan barang dilakukan secara konvensional, yaitu antara penjual dan pembeli bertemu secara langsung untuk melakukan transaksi jual beli. Seiring adanya kemajuan teknologi internet penjualan bisa dilakukan secara online. Pada saat ini akses internet sangatlah mudah. Keadaan ini tentu menyebabkan persaingan yang sangat pesat antara usaha online untuk berlomba-lomba dalam memberikan kemudahan, dan keyakinan dalam berbelanja online. Sehingga dapat menimbulkan minat beli konsumen dalam berbelanja online. Dengan Berbelanja Online, sangat menghemat waktu dan tenaga, jadi sehingga tidak perlu membuang waktu untuk ketempat perbelanjaan.

B. Pandangan Hukum Ekonomi Syariah Mengenai Belanja Online

Menurut Islam Rukun Jual Beli adalah adanya penjual, pembeli, barang yang di jual dan ucapan ijab qabul. Dalam Islam berbisnis melalui online diperbolehkan selagi tidak terdapat kezaliman, monopoli, serta unsur-unsur riba, dan juga penipuan. Dalam alqur'an sudah dijelaskan tentang bahaya riba seperti yang terdapat didalam Alquran QS. Al. Baqarah /2: 275

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ

الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ

الْبَيْعِ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ
 وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Terjemahnya :

"Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya"⁶²

Maksud ayat diatas adalah melalui jalan perdagangan inilah, pintu-pintu rezeki akan dapat dibuka sehingga karunia Allah terpancar daripadanya. Jual beli merupakan suatu hal yang diperbolehkan, dengan catatan selama dilakukan dengan benar sesuai dengan tuntunan ajaran Islam.

Akad adalah kesepakatan (ikatan) antara kedua belah pihak yang melakukan transaksi jual beli, akad dapat dikatakan sebagai inti dari transaksi jual beli, karena tanpa adanya akad tersebut jual beli tidak mungkin terjadi dan sah dalam melakukan transaksi, dengan terbentuknya akad maka kerelaan mengikutinya, kerelaan tidak dapat dilihat dengan indra,

⁶²Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan Quraish Shihab* (Jakarta: Pustaka As salam, 2011), h. 47.

karena ia berhubungan dengan hati, namun dengan terjadinya akad itu melambangkan bahwa kedua belah pihak telah rela dalam melakukan jual beli.

Untuk membedakan bisnis online dengan bisnis offline yaitu proses transaksi dan media utama dalam proses tersebut. Akad merupakan unsur penting dalam suatu bisnis. Secara umum, bisnis dalam Islam menjelaskan adanya transaksi yang bersifat fisik, dengan menghadirkan benda tersebut ketika transaksi, atau tanpa menghadirkan benda yang dipesan, tetapi dengan ketentuan harus dinyatakan sifat benda secara konkret, baik diserahkan langsung atau diserahkan kemudian sampai batas waktu tertentu.

Salam yang dinamakan juga dengan salaf adalah jual beli sesuatu dalam tanggungan yang dideskripsikan, dengan harga yang dibayarkan di muka. Fuqaha menamakannya dengan bai'ul-mahawij (jual beli orang-orang yang membutuhkan) karena ini adalah jual beli tidak nyata yang dituntut oleh kebutuhan masing-masing dari kedua orang yang berjual beli.

Transaksi *as-salam* merupakan bentuk transaksi dengan sistem pembayaran secara tunai/disegerakan tetapi penyerahan barang ditangguhkan. Sedang transaksi *al-istishna* merupakan bentuk transaksi dengan sistem pembayaran secara disegerakan atau secara ditangguhkan sesuai kesepakatan dan penyerahan barang yang ditangguhkan. Menurut hampir semua informan yang menyatakan bahwa jual beli online seperti sah-sah saja atau diperbolehkan selama barang dan akad yang digunakan jelas.

“Menurut saya dalam transaksi jual beli online itu sah-sah saja selama adanya barang dan kejelasan dari pihak yang menjual, dalam Islam ketika membeli suatu barang itu harus jelas akadnya dan akad yang digunakan itu akad salam dan juga sah-sah saja selama barangnya jelas dan jangan sampai menimbulkan ketidakjelasan atau adanya unsur gharar”⁶³

“Menurut saya dalam transaksi jual beli online diperbolehkan selama tidak adanya riba dalam proses transaksi dan tidak merugikan antara pihak penjual dan pihak pembeli dan juga

dalam transaksi ini sah karena berbelanja lewat online sama dengan berbelanja secara offline akan tetapi berbelanja online itu melalui internet, apalagi jaman sekarang itu jaman internet yang dimana pengguna internet setiap tahunnya mengalami peningkatan otomatis gaya hidup seseorang akan berubah dengan adanya internet tersebut”⁶⁴

Sebagaimana hukum dasar dari muamalah menurut Islam. Bisnis Online dihukumi haram (dibolehkan) selama tidak mengandung unsur-unsur yang dapat merusaknya seperti riba, kezhaliman, penipuan, kecurangan, dan sejenisnya.

Fenomena mu'amalah dalam bidang ekonomi saat ini adalah transaksi jual beli yang menggunakan media elektronik. Adanya perkembangan teknologi internet saat ini menjadikan para pebisnis yang dengan mudah memasarkan barang dagangannya. Belanja online mulai

⁶³Andin, *Konsumen belanja online. Wawancara pada tanggal 28 April 2022 di Kecamatan Ujung Pandang*

⁶⁴Risal, *Konsumen belanja online. Wawancara pada tanggal 28 April 2022 di Kecamatan Ujung Pandang*

diminati karena proses keputusan belanja online tidak serumit keputusan dalam pembelian offline. Belanja online telah memberikan banyak kemudahan dan juga dapat menghemat waktu atau biaya dibandingkan berbelanja di pasar atau toko.

Berdasarkan hasil wawancara diatas

Menurut islam Rukun Jual Beli adalah adanya penjual, pembeli, barang yang di jual dan Ucapan ijab qabul. Dalam Islam berbisnis melalui online diperbolehkan selagi tidak terdapat kezaliman, monopoli, serta unsur-unsur riba, dan juga penipuan. Melalui jalan perdagangan pintu-pintu rezeki akan dapat dibuka sehingga karunia Allah terpancar daripadanya. Jual beli merupakan suatu hal yang diperbolehkan, dengan catatan selama dilakukan dengan benar sesuai dengan tuntunan ajaran Islam.

Akad merupakan unsur penting dalam suatu bisnis. Secara umum, bisnis dalam Islam menjelaskan adanya transaksi yang bersifat fisik, dengan menghadirkan benda tersebut ketika transaksi, atau tanpa menghadirkan benda yang dipesan, tetapi dengan ketentuan harus dinyatakan sifat benda secara konkret, baik diserahkan langsung atau diserahkan kemudian sampai batas waktu tertentu.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah di uraikan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

Dalam pandangan Hukum Ekonomi Syariah berbisnis melalui online diperbolehkan selagi tidak terdapat kezaliman,serta unsur-unsur riba, dan juga penipuan. Hukum islam memperbolehkan melakukan jual beli dalam Online selama telah memenuhi rukun akad dalam aturan syariah yang penting adanya penjual dan pembeli dan juga adanya *shighah* atau ijab qabul telah terpenuhi dimana konsumen harus menyetujui syarat dan kondisi yang tertulis jika proses transaksi ingin dilanjutkan. Berbelanja online, objek akadnya harus jelas dan tidak merugikan salah satu pihak. Akad yang digunakan dalam bisnis online yaitu akad salam yang dimana bahwa akad salam merupakan akad pesanan dengan membayar terlebih dahulu dan barangnya diserahkan kemudian, dengan ketentuan barang dalam kondisi baik.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dalam penelitian ini, dapat dikemukakan saram-saran sebagai berikut :

1. Jika ingin kebisnis Online, banyak tantangan bagaimana kita harus berbisnis sesuai dengan koridor islam. Maka dari itu kita harus lebih

berhati-hati. Jangan karena ingin mendapat uang yang banyak lalu menghalalkan segala macam cara. Selama kita berbisnis sesuai dengan prinsip-prinsip Islam dan bermanfaat bagi orang lain.

2. Disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan kajian lebih dalam terkait dengan pandangan Hukum Ekonomi Syariah terhadap berbelanja melalui online.





DAFTAR PUSTAKA

- Departemen Agama RI. 2011 *Al-Qur'an Tafsir Quraish Shihab*. Jakarta: Pustaka Assalam.
- Ahmadi Miru, 2011, h. 102 *Dikutip dari Meriam Darus Badruzaman, Perlindungan Terhadap Konsumen dari Sudut Perjanjian Baku, dimuat dalam Hasil symposium Aspek-Aspek Hukum Masalah Perlindungan Konsumen yang diselenggarakan oleh BPHN, Bina.*
- Ahmadi Miru, <https://kbbi.kemendikbud.go.id/entri/pandemi>, diakses 28 Maret 2021.
- Ajzen I .1988. *Attitudes, Personality, and Behavior* : Dorsey Press, Chicago
- Annisa Nur .2019. *Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Generasi Milenial Dalam Penggunaan Aplikasi Go-Food*. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar: Makassar
- Al Quranul Karim 1989. *Al-Quran dan Terjemahannya*. Departemen Agama.
- Amir Syarifuddin, 2003 *Garis-garis Besar Fiqh* Jakarta: Prenada media
- Aziz Muhammad Azzam Abdul, 2017. *Fiqh Muamalat Sistem Transaksi dalam Islam*, terj. Nadirsyah Hawari, Jakarta : Amzah,
- Bianca, Febyolla Putri, 2018, *Analisis Hukum Islam dan Hukum Positif terhadap Praktik Pembatalan Sepihak oleh Konsumen Go-Food*, (Skripsi SH, UIN Sunan Ampel, Surabaya,
- Bahder Johan Nasution, 2005 *Hukum Kesehatan Pertanggung Jawaban Dokter* cet. 1; Jakarta: Rineka Cipta,
- Bawonol. Adhi., Isanawikrama., Arif Kusumah., Kurniawan Yohanes Jhony, 2018. *Pengaruh Perilaku Konsumen, Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Situs Belanja Online (Studi Kasus pada Situs Belanja Online XYZ).*
- Chairuman Pasaribu dan Suhwardi K. Lubis, 1994 *Hukum Perjanjian dalam Islam* Jakarta: Sinar Grafika
- Elvinawanti, Rianda., dkk. 2020. *Intensi Pembelian Online Ditinjau dari Tipe Kepribadian Big Five pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Prima Indonesia Medan*

- Endang Sri Wahyuni, 2003 *Aspek Hukum Sertifikasi & Keterkaitannya dengan Perlindungan Konsumen* cet. 1; Bandung: Citra Aditya Bakti,
- Fatoni, Siti Nur., Susilawati, Cucu., Yulianti, Lina., Iskandar. 2020. *Dampak Covid-19 Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Penggunaan E-Wallet Di Indonesia*
- Hendi Suhendi, 2005 *Fiqh Muamalah* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Imam Syafi'i Abu Abdullah Muhammad bin Idris, 2013 *Ringkasan Kitab Al umm*, penerjemah: Omron Rosadi, Amiruddin dan Imam Awaluddin, Jilid II Jakarta: Pustaka Azzam
- Janus Sidabalok, 2006. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Miro, Fidel. 2005. *Perencanaan Transportasi untuk Mahasiswa, Perencanaan dan Praktisi*. Jakarta: Erlangga.
- Muhammad Fuad Abdul, 2009 *Shahih Bukhari Muslim*. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Mulyadi. 2007. *Sistem Perencanaan dan Pengendalian Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat
- Noer Soetjipto, *Ketahanan UMKM Jawa Timur Melintasi Pandemi Covid-19*. Yogyakarta: K-Media
- Pekerti, Retno Dyah dan Eliada Herwiyanti, 2018 *Transaksi Jual Beli Online dalam Perspektif Syariah Mazhab Asy-Syafi'i*. *Istilah: Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi*.
- Racmat Syafe'i, *Fiqh Muamalah*
- Ridwan, 2018 *Keputusan Pembelian Melalui Situs Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat dalam Perspektif Ekonomi Islam Studi Kasus: Pengguna Aplikasi Lazada di Medan*
- Safitri, Tiara. 2020. *Artikel Dampak Wabah Virus Corona Terhadap ECommerce Dan Industri Kuri*
- Sarwono, Jonathan. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sayyid Sabiq, 2001, *Fikih Sunnah jilid XII*, Bandung: Pustaka Setia

Syamsudin Muhammad ar-ramli, 2004 *Nihayah al-Muhtaj*, Juz III, Beirut: Dar al-Fikr

WHO, "Covid-19", artikel dari <https://www.who.int/>. Diakses pada 07 April 2021

Yusuf Shofie, 2002. *Pelaku Usaha, Konsumen, Dan Tindak Pidana Korporasi*. cet. 1. Jakarta: Ghalia Indonesia.



RIWAYAT HIDUP



Nur Niftahul Jannah. Lahir di Ujung Pandang pada tanggal 18 juli 1999 anak ke-empat dari 5 bersaudara buah kasih dari ayahanda "**Kamal Langka**" dan Ibunda "**Nur Baya**". Penulis pertama kali menempuh pendidikan tepat pada umur 7 tahun di Sekolah Dasar (SD) Pada SD Lariang Bangi II Makassar tahun 2006 dan selesai 2011. Dan pada tahun yang sama penulis melanjutkan di Sekolah Menengah Pertama (SMP) pada SMP

Negeri 2 Makassar dan selesai pada tahun 2014, dan pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) pada SMK Nasional Makassar mengambil jurusan Adm Perkantoran dan selesai pada tahun 2017. Dan pada tahun 2018 Penulis terdaftar pada salah satu perguruan tinggi swasta Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Makassar, dan Alhamdulillah selesai tahun 2022.

Berkat petunjuk dan pertolongan Allah SWT, usaha dan disertai doa dan kedua orang tua dalam menjalani aktivitas akademik diperguruan tinggi Universita Muhammadiyah Makassar. Alhamdulillah Penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan skripsi yang berjudul "Analisis Presepsi Konsumen dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Pembelian Makanan Secara Online pada Saat Pandemi Covid-19"

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

or : 638/05/C.4-VIII/III/43/2022

07 Sya'ban 1443 H

: 1 (satu) Rangkap Proposal

10 March 2022 M

: Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth.

Bapak Gubernur Prov. Sul-Sel

Cq. Kepala UPT P2T BKPMMD Prov. Sul-Sel

di -

Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Berdasarkan surat Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar, nomor: 256/FAI/05/A.2-II/III/1443/2022 tanggal 10 Maret 2022, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : NUR NIETAHUL IANNAH

No. Stambuk : 10525 1101018

Fakultas : Fakultas Agama Islam

Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah

Pekerjaan : Mahasiswa

Bermaksud melaksanakan penelitian/pengumpulan data dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul :

"Analisis Presepsi Konsumen dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap Pembelian Makanan secara online pada saat Pandemi Covid 19"

Yang akan dilaksanakan dari tanggal 14 Maret 2021 s/d 14 Mei 2022.

Sehubungan dengan maksud di atas, kiranya Mahasiswa tersebut diberikan izin untuk melakukan penelitian sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan Jazakumullahu khaeran katziraa.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Ketua LP3M,

Dr. Ir. Abubakar Idhan, MP.
NBM 101 7716



PEMERINTAH KOTA MAKASSAR
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK

Jalan Ahmad Yani No 2 Makassar 90111
 Telp +62411 – 3615867 Fax +62411 – 3615867

Email : Kesbang@makassar.go.id Home page : <http://www.makassar.go.id>

Makassar, 11 Maret 2022

K e p a d a

Yth. CAMAT UJUNG PANDANG KOTA MAKASSAR

Di -

MAKASSAR

SURAT IZIN PENELITIAN

Nomor : 070/ 438 -II/BKBP/III/2022

- dasar :
1. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2019 tentang Sistem Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
 2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 17 Tahun 2016 tentang Pedoman Penelitian dan Pengembangan di Kementerian Dalam Negeri dan Pemerintahan Daerah.
 3. Peraturan Daerah Kota Makassar Nomor 8 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah Kota Makassar (Lembaran Daerah Kota Makassar Tahun 2016 Nomor 8).

perhatikan : Surat Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Sulawesi Selatan nomor 27842/S.02/PTSP/2022, Tanggal 10 Maret 2022 perihal Izin Penelitian.

Setelah membaca maksud dan tujuan penelitian yang tercantum dalam proposal penelitian, maka pada prinsipnya Kami menyetujui dan memberikan Izin Penelitian kepada :

Nama : **NUR NIFTAHUL JANNAH**
 NPM / Jurusan : 105251101018 / Hukum Ekonomi Syariah
 Pekerjaan : Mahasiswa (S1) UNISMUH
 Tanggal pelaksanaan : 14 Maret s/d 14 Mei 2022
 Jenis Penelitian : Skripsi
 Alamat : Jl. Sit Alauddin No. 259, Makassar
 Judul : **"ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN DALAM TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP PEMBELIAN MAKANAN SECARA ONLINE PADA SAAT PANDEMI COVID 19"**

Demikian Surat Izin Penelitian ini diberikan agar digunakan sebagaimana mestinya dan selanjutnya yang bersangkutan melaporkan hasilnya kepada Walikota melalui Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Makassar Melalui Email Bidanghublabakesbangpolmks@gmail.com.

a.n. WALIKOTA MAKASSAR
 KEPALA BADAN KESBANGPOL
 u.b.
 SEKERTARIS,

DR. HARI, S.IP., S.H., M.H., M.SI
 Pangkat : Pembina Tingkat I/IV.b
 NIP : 19730607 199311 1 001



PEMERINTAH KOTA MAKASSAR
KECAMATAN UJUNG PANDANG

Jalan Samiun No. 15 ☎ (0411) 3622770 Makassar 90111

Makassar, 15 Maret 2022

Nomor : 800/120/KUP/III/2022
 amp. : -
 perihal : Izin Penelitian

Yth. Kepada
 Bapak / Ibu Lurah
 Se Kecamatan Ujung Pandang
 di -

MAKASSAR

Menunjuk Surat dari Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Makassar Nomor : 070/438-II/BKBP/III/2022 tanggal 11 Maret 2022 tanggal 11 Maret 2022, perihal tersebut di atas, maka bersama ini disampaikan kepada Bapak bahwa :

Nama : **NUR NIFTAHUL JAMNAH**
 Nim/Jurusan : 105251101018 / Hukum Ekonomi Syariah
 Pekerjaan : Mahasiswa (S1) / UNISMUH
 Alamat : Jl. Sultan Alauddin No. 259, Makassar
 Judul : **"ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN DALAM TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP PEMBELIAN MAKANAN SECARA ONLINE PADA SAAT PANDEMI COVID 19"**

Bermaksud mengadakan Penelitian pada Instansi / Wilayah Saudara dalam rangka Penyusunan Skripsi sesuai judul di atas, yang akan dilaksanakan terhitung mulai Tanggal 14 Maret s/d 14 Mei 2022. Sehubungan dengan hal tersebut pada prinsipnya kami dapat menyetujui dan harap diberikan bantuan dan fasilitas seperlunya.

Demikian disampaikan atas kerjasamanya di ucapkan terima kasih.

a.n. CAMAT UJUNG PANDANG
 KASUBAG UMUM DAN
 KEPEGAWAIAN



NURIMNA FADLIAH, S.Sos
 Pangkat : Penata Tk I
 Nip: 19720801 200212 2 006

BusanYth. :
 Bapak Walikota Makassar di Makassar (Sebagai Laporan);
 Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Perlindungan Masyarakat Kota Makassar.
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

Alamat kantor: Jl.Sultan Alauddin NO.259 Makassar 90221 Tlp.(0411) 866972,881593, Fax.(0411) 865588

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar,
Menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini:

Nama : Nur Niftahul Jannah

NIM : 105251101018

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Dengan nilai:

| No | Bab | Nilai | Ambang Batas |
|----|-------|-------|--------------|
| 1 | Bab 1 | 7 % | 10 % |
| 2 | Bab 2 | 25 % | 25 % |
| 3 | Bab 3 | 10 % | 10 % |
| 4 | Bab 4 | 10 % | 10 % |
| 5 | Bab 5 | 5 % | 5 % |

Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang diadakan oleh UPT- Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar Menggunakan Aplikasi Turnitin.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Makassar, 25 Juli 2022

Mengetahui

Kepala UPT Perpustakaan dan Penerbitan,

Nursinah, S.Hum., M.I.P

NBM. 964 591