

SKRIPSI

IMPLEMENTASI AKAD BA'I SALAM DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE DI TOKO WALLPAPER ADIPATI DINDING BLOKAGUNG



Oleh:

Hikmah Putri Octaviani

NIM: 2113111002

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS KH. MUKHTAR SYAFAAT
BLOKAGUNG - BANYUWANGI
2025**

SKRIPSI

IMPLEMENTASI AKAD BA'I SALAM DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE DI TOKO WALLPAPER ADIPATI DINDING BLOKAGUNG



Oleh:

Hikmah Putri Octaviani

NIM: 2113111002

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS KH. MUKHTAR SYAFAAT
BLOKAGUNG - BANYUWANGI
2025**



PERSYARATAN GELAR

IMPLEMENTASI AKAD BA'I SALAM DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE DI TOKO WALLPAPER ADIPATI DINDING BLOKAGUNG

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Universitas KH. Mukhtar Syafaat Blokagung Banyuwangi Untuk
Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

Hikmah Putri Octaviani

NIM: 2113111002

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS KH. MUKHTAR SYAFAAT
BLOKAGUNG - BANYUWANGI
2025**

PERSETUJUAN PEMBIMBING
IMPLEMENTASI AKAD BA'I SALAM DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE
DI TOKO WALLPAPER ADIPATI DINDING

Telah disetujui untuk di ajukan dalam sidang ujian skripsi

Pada tanggal: 02 Juli 2025

Mengetahui

Ketua Program Studi Ekonomi
Syariah

Munawir, M.Ag.
NIPY. 3150312027201

Pembimbing

Yunus Zamroji, S.E., Sy., M.E.
NIPY. 3151523128501

PENGESAHAN PENGUJI

Skripsi saudara **Hikmah Putri Octaviani** telah di munaqosahkan kepada dewan penguji skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas KH. Mukhtar Syafaat (UIMSya) Blokagung Banyuwangi pada tanggal:

Hari, tanggal: 02 Juli 2025

Dan telah diterima serta disahkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

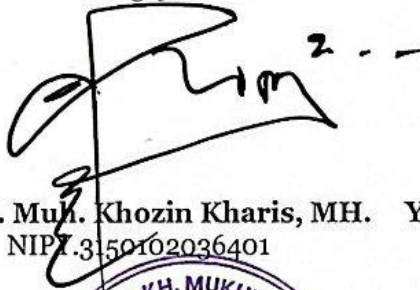
Tim Penguji:

Ketua Penguji



Imam Khushnudn, S.E., MM.
NIPY.3151602078501

Penguji I



Drs. H. Muh. Khozin Kharis, MH.
NIPY.3150102036401

Penguji II



Yunus Zamroji, S.E., Sy., M.E
NIPY.3151523128501



Dr. Hj. Lely Alfa Ferawati Ekaningsih, S.E., M.H., M.M., CRP.
NIPY.3150425027901

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

فَتَعَلَى اللَّهِ الْمَلِكُ الْحَقُّ وَلَا تَعْجَلْ بِالْقُرْآنِ مِنْ قَبْلِ أَنْ يُقْضَىٰ إِلَيْكَ وَحْيُهُ وَقُلْ رَبِّ زِدْنِي عِلْمًا

Mahatinggi Allah, Raja yang sebenar-benarnya. Janganlah engkau (Nabi Muhammad) tergesa-gesa (membaca) Al-Qur'an sebelum selesai pewahyuanannya kepadamu dan katakanlah, "Ya Tuhanku, tambahkanlah ilmu kepadaku."

(QS. Taha, ayat 114)

Persembahan:

Alhamdulillahirabbil'alamin segala puji bagi Allah atas anugerah dan ridha-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Dengan penuh rasa syukur, kupersembahkan karya tulis ini untuk:

1. Teruntuk jantung hatiku, kedua orang tuaku, panutanku, superheroku, serta cinta pertamaku, ayah Slamet Sugiyanto dan belahan jiwaku, pintu syurgaku ibunda Imawati. Terimakasih atas segala pengorbanan dan ketulusan yang diberikan. Meskipun ayah dan bunda tidak sempat merasakan Pendidikan di bangku perkuliahan, namun ayah dan bunda tak kenal lelah mendoakan, mengusahakan, memberikan yang terbaik secara moral maupun finansial. Serta memprioritaskan Pendidikan dan kebahagiaan putra-putrinya. Perjalanan hidup kita sebagai satu keluarga utuh memang tidak mudah, tetapi segala hal yang telah dilalui memberikan pelajaran yang sangat berharga tentang arti menjadi seorang perempuan yang kuat, bertanggung jawab, selalu berjuang dan mandiri. Semoga dengan adanya skripsi ini dapat membuat ayah dan bunda lebih bangga karena telah berhasil menjadikan anak perempuan pertamanya menyandang gelar sarjana seperti yang diharapkan. Besar harapan penulis semoga ayah dan bunda selalu sehat, Panjang umur, dan bisa menyaksikan keberhasilan lainnya yang akan penulis raih di masa yang akan datang.
2. Untuk adik laki-laki saya, Hikmah Putra Adhi Nughraha yang selalu membuat penulis termotivasi untuk bisa terus belajar menjadi sosok kakak yang dapat memberikan pengaruh positif, baik dalam bidang akademik maupun non akademik, serta berusaha menjadi panutan di masa yang akan datang kelak.

3. Dosen-dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIMSYA. Yang telah membimbing dan mengajar saya selama masa perkuliahan, sehingga banyak ilmu yang saya dapatkan selama saya kuliah di Universitas KH. Mukhtar Syafaat ini.
4. Sahabat tercita. Terima kasih kepada Rizki safitri, yang selalu menemani, memberi motivasi dan semangat yang luar biasa dari awal perkuliahan hingga saat ini. Terima kasih sudah menjadi sahabat yang baik bahkan seperti saudara. Terima kasih karena selalu menjadi garda terdepan saat penulis membutuhkan bantuan serta selalu mendengarkan keluh kesah penulis selama ini. Terima kasih juga kepada Dea Amelia dan Lutfi Lailatul Badriah sahabat yang telah banyak membantu dan menemani setiap langkah dalam jenjang perkuliahan ini. Terima kasih untuk sahabat-sahabat penulis, menjadi pendengar yang baik untuk penulis, serta menjadi orang yang selalu memberikan semangat.
5. Para rekan seperjuangan 2021 UIMSYA yang selalu memberikan dukungan dan motivasi sejak semester satu perkuliahan hingga akhirnya bias lulus Bersama-sama. Meskipun setelah ini akan menjalani kehidupan masing-masing yang berbeda, kesibukan yang berbeda dan mungkin di kota atau negara yang berbeda, semoga pertemanan ini selalu terjaga selamanya.
6. Untuk seseorang yang belum bisa kutulis dengan jelas namanya disini, namun sudah tertulis jelas di *lauhul mahfudz* untukku. Terimakasih sudah menjadi salah satu sumber motivasi penulis dalam menyelesaikan karya tulis ilmiah (KTI) ini sebagai salah satu bentuk penulis dalam memantaskan diri. Meskipun saat ini penulis tidak tahu keberadaanmu entah di bumi bagian mana dan menggenggam tangan siapa. Seperti kata BJ Habibie “kalau memang dia dilahirkan untuk saya, kamu jungkir balik pun saya yang dapat”
7. Terakhir tidak lupa, kepada diri saya sendiri. Meskipun memiliki latar belakang yang tidak sempurna, terima kasih “via” sudah memilih untuk bertahan, mau berjuang untuk tetap ada hingga saat ini, serta menjadi perempuan yang kuat dan ikhlas atas segala perjalanan hidup yang mengecewakan dan menyakitkan. Dengan adanya skripsi ini, telah berhasil membuktikan bahwa kamu bisa menyambung gelar S.E tepat waktu dan menjadi tekad maupun acuan untuk terus melakukan hal lebih membanggakan lainnya. Bagaimanapun kehidupanmu selanjutnya, hargai dirimu, rayakan dirimu, berbahagialah atas segala proses yang berhasil dilalui untuk masa depan yang lebih baik dan cerah.

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Hikmah Putri Octaviani

NIM : 2113111002

Program : Ekonomi Syariah

Alamat Lengkap : Jln. Kenyeri XII, Dusun Jelantik Mamoran, Desa
Tojan, Kecamatan Klungkung, Kabupaten
Klungkung, Provinsi Bali

Dengan ini menyatakan sungguh-sungguh skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumber.

Banyuwangi, 02 Juli 2025



Yang Menyatakan



Hikmah Putri Octaviani

NIM. 2113111002

ABSTRAK

Hikmah Putri Octaviani, 2025. Implementasi Akad Ba'i Salam Dalam Transaksi E-Commerce di Toko Wallpaper Adipati Dinding. Skripsi. Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas KH. Mukhtar Syafaat Banyuwangi. Pembimbing: Yunus Zamroji, S.E., Sy., M.E.

Kata kunci: Akad Ba'i Salam, E-Commerce, Jual Beli

Toko wallpaper Adipati dinding merupakan salah satu bisnis usaha yang sudah menerapkan kegiatan jual beli E-commerce. Penelitian ini bertujuan membahas penerapan Akad salam dalam transaksi E-commerce, tingkat penjualan sebelum dan setelah penerapan akad salam, serta kendala-kendala yang dialami oleh pembeli pada usaha wallpaper Adipati dinding pada kegiatan transaksi E-commerce. Penelitian ini bertujuan membahas penerapan Akad salam dalam transaksi E-commerce, tingkat penjualan sebelum dan setelah penerapan akad salam, serta kendala-kendala yang dialami oleh pembeli pada usaha wallpaper Adipati dinding pada kegiatan transaksi E-commerce. Jenis penelitian ini ialah penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data dengan cara studi kepustakaan, observasi, dokumentasi serta wawancara.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha wallpaper Adipati dinding telah menerapkan akad salam dalam transaksi E-commerce, namun pada pengucapan akad, penjual hanya mengucapkan ijab-qabul jual beli secara umum bukan akad salam secara khusus. Tingkat penjualan sebelum menerapkan akad salam masih standar, namun setelahnya tingkat penjualan semakin meningkat. Kendala-kendala yang dialami oleh pembeli yaitu pembeli kurang memahami metode transaksi melalui E-commerce, keterlambatan tibanya barang ditangan pembeli saat tertentu, stok barang yang diorder oleh pembeli telah habis namun baru dikonfirmasi setelah pembayaran, serta barang yang sampai ada yang mengalami kerusakan.

ABSTRACT

Hikmah Putri Octaviani, 2025. Implementation of the Ba'i Salam Agreement in E-Commerce Transactions in wallpaper shop Adipati Dinding. Thesis. Sharia Economics Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business, KH. University. Mukhtar Syafaat Banyuwangi. Supervisor: Yunus Zamroji, S.E., Sy., M.E.

Keywords: Ba'i Salam Agreement, E-Commerce, Buying and Selling

The Duke wall wallpaper shop is one of the businesses that has implemented E-commerce buying and selling activities. This research aims to discuss the application of the Salam contract in E-commerce transactions, the level of sales before and after the implementation of the Salam contract, as well as the obstacles experienced by buyers in the Duke wall wallpaper business in E-commerce transaction activities. This research aims to discuss the implementation of the Salam contract in E-commerce transactions, sales levels before and after the implementation of the Salam contract, as well as the obstacles experienced by buyers in the Duke wall wallpaper business in E-commerce transaction activities. This type of research is qualitative research. Data collection techniques include literature study, observation, documentation and interviews.

The results of the research show that the Duke of Wall wallpaper business has implemented a greeting contract in e-commerce transactions, but when pronouncing the contract, the seller only says the general agreement to buy and sell, not a specific greeting contract. The sales level before implementing the greeting contract was still standard, but after that the sales level continued to increase. The obstacles experienced by buyers include buyers not understanding transaction methods via E-commerce, delays in the arrival of goods in the hands of buyers at certain times, stock of goods ordered by buyers has run out but only been confirmed after payment, and goods that have arrived have been damaged.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
KATA PENGANTAR

Assalamualikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, puji dan syukur senantiasa penulis panjatkan kehadiran Allah SWT telah melimpahkan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya dan dengan motivasi serta dukungan dari beberapa pihak akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini. Solawat serta salam selalu terlimpahkan kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW, beliau adalah suri tauladan Umat. Untuk selanjutnya penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, yaitu:

1. Pengasuh Pondok Pesantren Darussalam Blokagung KH. Ahmad Hisyam Syafaat, S. Sos. I., MH.
2. Dr. H. Ahmad Munib Syafaat, Lc., M.E.I. selaku Rektor UIMSYA Blokagung Banyuwangi.
3. Dr. Hj. Lely Ana Ferawati Ekaningsih, S.E., M.H., M.M., CRP. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIMSYA
4. Munawir, M.Ag Selaku Ketua Prodi Ekonomi Syari'ah UIMSYA Blokagung Banyuwangi.
5. Yunus Zamroji, S.E., Sy., M.E. selaku Dosen Pembimbing
6. Seluruh Dosen Universitas KH. Mukhtar Syafaat Blokagung Banyuwangi.
7. Semua pihak yang telah membantu kami demi terselesainya penulisan Skripsi ini.

Akhir kata, semoga Allah memberikan balasan yang setimpal, kepada semua yang tersebut diatas, dan semoga penulisan skripsi ini berguna bagi semua pihak yang memerlukan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Blokagung, 02 Juli 2025



Hikmah Putri Octaviani

DAFTAR ISI

Cover	i
Persyaratan Gelar.....	ii
Persetujuan Pembimbing.....	iii
Pengesahan Penguji	iv
Motto dan Persembahan.....	v
Pernyataan Keaslian proposal Skripsi	vi
Abstrak	vii
<i>Abstract</i>	ix
Kata Pengantar.....	xi
Daftar Isi	xii
Daftar Tabel	xiv
Daftar Gambar	xv
Transliterasi Arab-Latin	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Batasan Penelitian	9
1.6 Definisi Operasional	10
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori.....	14
2.1.1 Konsep Akad.....	14
2.1.2 Ba'i Salam	15
2.1.3 E-Commerce	16
2.2 Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu.....	20
2.3 Alur Pikir Penelitian.....	30
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Jenis Penelitian	33
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	33
3.3 Subjek Penelitian (Informan)	33
3.4 Data dan Sumber Data.....	34
3.5 Prosedur Pengumpulan Data	35
3.5.1 Wawancara	35
3.5.2 Observasi	36
3.5.3 Studi Kepustakaan.....	36
3.6 Keabsahan Data	36

3.7	Analisis Data.....	39
BAB 4	HASIL PENELITIAN.....	40
4.1	Gambaran Data Lapangan	40
4.2	Verifikasi Data Lapangan.....	41
4.3	Pembahasan	44
BAB 5	PENUTUP.....	53
5.1	Kesimpulan	53
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	56
5.3	Saran	57
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN-LAMPIRAN		
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		

DAFTAR TABEL

Tabel 2. Penelitian Terdahulu	20
-------------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.3.1 Kerangka Pemikiran Peneliti	31
Gambar 2.3.1 Kerangka Pemikiran Peneliti	60
Gambar 2.3.1 Kerangka Pemikiran Peneliti	62

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Dokumentasi
- Lampiran 2 Surat Hasil Penelitian
- Lampiran 3 Hasil Plagiasi
- Lampiran 4 Kartu Bimbingan Skripsi
- Lampiran 5 Daftar Riwayat Hidup

TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Untuk kata yang sudah diserap atau sering digunakan dalam bahasa Indonesia, penulisannya disesuaikan dengan ejaan yang berlaku dalam bahasa Indonesia. Untuk kata yang belum diserap atau jarang digunakan dalam bahasa Indonesia, penulisannya sesuai dengan ketentuan sebagai berikut:

Tabel. Transliterasi Arab-Latin

Arab	Latin	Arab	Latin	Arab	Latin
ا	'	ز	Z	ق	Q
ب	B	س	S	ك	K
ت	T	ش	Sy	ل	L
ث	Ts	ص	Sh	-	M
ج	J	ض	D	ف	N
ح	H	ط	T	ك	W
خ	Kh	ظ	Z	ق	H
د	D	ع	”	ء	”
ذ	Dz	غ	G	ل	Y
ر	R	پ	F		-

Sumber: Buku Pedoman Penulisan Skripsi,

2025.

Catatan:

1. Konsonan yang ditulis dengan rangkap, misalnya: ربنا ditulis rabbana.
2. Vokal panjang (mad) ; Fathah (baris di atas) ditulis a, kasrah (baris di bawah) ditulis i, serta dammah (baris di depan) ditulis u. Misalnya; القارعة ditulis al-qari‘ah, املاساكني ditulis al-masakin, امفلحوف ditulis al-muflihun.
3. Kata sandang alif + lam (ال)
Bila diikuti oleh huruf qamariyah ditulis al, misalnya; الكافركف ditulis al- kafirun. Sedangkan, bila diikuti oleh huruf syamsiyah, huruf lam diganti dengan huruf yang mengikutinya, misalnya; الرجائي ditulis ar-rijal.
4. Ta‘ marbuthah (ة)

Bila terletak diakhir kalimat, ditulis h, misalnya; البقرة ditulis al-baqarah. Bila ditengah kalimat ditulis t, misalnya; كاة املأئز ditulis zakat al-mal, atau سورة النساء ditulis surat an-Nisa”.

5. Penulisan kata dalam kalimat dilakukan menurut tulisannya, misalnya; كهو

خري الرزقي ditulis wa huwa khair ar-Raziqin.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Internet atau *World Wide Web* (www) secara dramatis telah mempengaruhi perilaku bisnis. Pada era saat ini, internet merupakan sistem komunikasi yang tangguh dan bisa membantu menyempurnaan serta penanganan dalam transaksi bisnis. Tetapi komponen yang sangat berpengaruh terhadap peningkatan warganet secara menyeluruh atau mendunia adalah 4C yaitu *communication* atau *chatting*, *career*, *cyberporn*, dan *commerce*, yang memiliki keunggulan perihal kenyamanan, konektivitas, dan jangkauan global. Peningkatan IT di negara Indonesia sejak tahun 2013 berdasarkan analisis BPS menunjukkan hasil dengan jumlah masyarakat Indonesia yang telah menggunakan internet sebanyak 31,66%, jumlah masyarakat yang menggunakan komputer sebanyak 15,85%, dan jumlah masyarakat yang menggunakan telepon genggam sebanyak 83,52% dari total keseluruhan masyarakat Indonesia. (Oktaviani, 2024)

E-Commerce atau media online shop memiliki ketertarikan yang cukup tinggi di kelompok masyarakat, terutama bagi mereka yang ingin mempromosikan barang dagangannya, E-commerce meningkat sangat cepat, fakta ini mengemukakan bahwa maraknya masyarakat yang menggunakan transaksi secara online. (Lubis & Tambunan, n.d.) Berdasarkan data dari SameWeb yang dirilis pada awal tahun 2024, pada Februari 2024, Shopee saat ini menduduki posisi teratas sebagai platform e-commerce yang paling sering diakses dan dikunjungi oleh pengguna internet di Indonesia, dengan total 235,9 juta pengunjung global. Di posisi kedua, ada Tokopedia dengan 100,3 juta pengunjung global. Lazada menempati urutan ketiga dengan 45,03 juta pengunjung global. Selanjutnya, Blibli berada di posisi keempat dengan 24,15 juta pengunjung global. Posisi kelima, sekali lagi ditempati oleh Lazada dengan 4,42 juta pengunjung global pada periode yang sama.

E-Commerce, atau yang merupakan kependekan dari electronic commerce, dapat dijelaskan sebagai suatu kerangka kerja atau pendekatan bisnis yang memfasilitasi seluruh proses jual beli barang atau jasa secara daring, sepenuhnya mengandalkan koneksi internet. Ini berarti bahwa setiap tahapan dalam transaksi, mulai dari penelusuran produk, penawaran, pemesanan, pembayaran, hingga konfirmasi dalam transaksi, dilakukan dalam

lingkungan digital tanpa perlu kehadiran fisik. Sistem ini mencakup berbagai bentuk dan model, seperti toko daring (online stores), marketplace (seperti Shopee atau Tokopedia), lelang daring (online auctions), hingga layanan berlangganan digital. Infrastruktur di balik e-commerce melibatkan teknologi canggih seperti situs web, aplikasi mobile, sistem pembayaran digital, logistik pengiriman, dan keamanan data untuk memastikan setiap transaksi berjalan lancar dan aman. Dengan demikian, e-commerce bukan hanya tentang "jual beli online," tetapi merupakan ekosistem kompleks yang memungkinkan ekonomi digital berfungsi sepenuhnya. Proses transaksi ini memanfaatkan berbagai platform dan teknologi online, seperti situs web, aplikasi seluler, atau media sosial, untuk menghubungkan penjual dan pembeli. Dengan kata lain, e-commerce menghilangkan kebutuhan akan kehadiran fisik dalam proses perdagangan, memungkinkan transaksi terjadi, aksesibilitasnya tidak terbatas oleh waktu atau lokasi, asalkan terhubung ke internet. E-Commerce bukan melalui media televisi atau iklan tetapi melalui jaringan internet. Perkembangan teknologi yang pesat, khususnya internet, sangat mempengaruhi sagala bidang kehidupan, termasuk ritel. Proses jual beli telah berubah dalam tindakan transaksi dan pemasaran produk. Proses perdagangan online ini dikenal sebagai *elektronik commerce* atau singkatnya *E-Commerce*. (Vera Selvina Adoe, Marnida Yufiana, Ayu diana, Renny Lubis, 2022)

E-commerce dapat dijelaskan secara mendalam sebagai bentuk perdagangan atau pertukaran barang dan jasa yang sepenuhnya dilaksanakan melalui media elektronik, yaitu internet. Ini berarti bahwa seluruh tahapan dari proses jual beli mulai dari saat penjual menawarkan produk atau layanan, pembeli menjelajahi dan memilih, hingga proses pembayaran dan konfirmasi transaksi tidak lagi menuntut interaksi atau kehadiran fisik antara pihak-pihak yang terlibat. Sebaliknya, semua aktivitas ini dilakukan secara virtual melalui platform daring seperti situs web atau aplikasi. Lebih dari sekadar memindahkan transaksi fisik ke ranah digital, E-Commerce juga harus dipahami sebagai sebuah sistem yang terintegrasi dan cerdas. Sistem ini sangat bergantung pada pemanfaatan data dan manajemen otomatisasi. Penggunaan data dan otomatisasi inilah yang memungkinkan e-commerce berjalan efisien, skalabel, dan mampu menawarkan pengalaman belanja yang personal kepada setiap pengguna. Dengan kata lain, ada

infrastruktur digital di baliknya yang mengelola informasi produk, pesanan, dan pembayaran secara efisien tanpa intervensi manusia yang berlebihan. Dunia E-Commerce ini juga memiliki keterkaitan erat dengan berbagai aktivitas bisnis online lainnya, seperti: Transfer dana, Pemasaran online, Jual beli dan lain sebagainya. Secara keseluruhan, e-commerce menciptakan ekosistem bisnis digital yang terintegrasi dan terotomatisasi, memungkinkan transaksi berlangsung dengan cepat dan efisien tanpa batasan geografis. Selain membutuhkan teknologi jaringan internet, E-Commerce juga sangat bergantung pada beberapa teknologi lain. Ini termasuk teknologi basis data atau pangkalan data untuk menyimpan informasi, email sebagai sarana komunikasi, serta teknologi non-komputer yang tak kalah penting. Contoh teknologi non-komputer ini adalah sistem ekspedisi barang untuk pengiriman, dan berbagai alat pembayaran yang mendukung transaksi e-commerce. (Rizqi Chandra Ramadhan, Nuridin, 2023)

Dalam konteks jual beli, proses inti melibatkan dua belah pihak yang secara sukarela dan tanpa paksaan melakukan pertukaran barang atau benda berharga. Ini berarti bahwa esensi dari setiap transaksi jual beli adalah adanya interaksi aktif antara dua entitas. Pada dasarnya, satu pihak akan menyerahkan atau menyerahkan kepemilikan suatu benda atau barang yang bisa berupa produk fisik, properti, atau bahkan jasa. Sebagai imbalannya, pihak lainnya akan menerima benda tersebut dan memberikan "imbalan" yang telah disepakati bersama sebelumnya. Imbalan ini bukan hanya sekadar harga atau uang, melainkan sesuatu yang memiliki nilai setara atau yang disepakati sebagai kompensasi atas benda yang diterima. Menariknya, sebelum mengenal sistem uang seperti sekarang, sejarah jual beli dimulai dengan praktik barter. Ini adalah sistem di mana orang bertukar barang atau jasa secara langsung tanpa melibatkan alat tukar universal. Misalnya, seseorang yang memiliki hasil panen berlebih mungkin akan menukarnya dengan hewan ternak dari tetangganya, mencerminkan bentuk awal dari aktivitas ekonomi ini. Namun, seiring waktu, proses pembelian menjadi lebih modern dan tidak lagi mewajibkan pertemuan fisik. (Handayani & Arafah, 2023)

Terkait hal ini, akad, yang merupakan bentuk perjanjian dalam Islam, memiliki peran penting dalam menentukan validitas atau tidaknya suatu bisnis yang terjadi. Dalam E-Commerce, keabsahan suatu transaksi bisnis sangat bergantung pada akad yang

digunakan. Secara mendasar, sebuah akad yaitu suatu perjanjian atau kontrak secara prinsip adalah tindakan yang diperbolehkan atau diizinkan (disebut juga *al-jawaz wal ibahah*). Ini berarti bahwa melakukan perjanjian atau kontrak pada dasarnya sah-sah saja dan boleh dilakukan tanpa adanya larangan atau batasan khusus yang mengikat pelaksanaannya, selama tidak ada unsur yang melanggar ketentuan yang lebih tinggi. Agar bisnis E-Commerce bisa diterapkan secara luas oleh umat Muslim, konsepnya diselaraskan dengan akad Bai' As-Salam dalam ketentuan Islam. Persamaan ini terlihat dari karakteristik barang yang pengirimannya ditangguhkan, sementara pembayaran dilakukan di muka. Dewan Syariah Nasional dalam Fatwa DSN No. 05 / DSN-MUI / IV / 2000, Salam adalah jual beli barang dengan cara memesan dan pembayaran harga dimuka dengan syarat tertentu.(Pahra, 2022) Analisis ini mendalami kerangka hukum Islam yang menjadi panduan utama dalam setiap aspek proses jual beli, mulai dari sisi penjual hingga dampaknya pada pelaku bisnis dan konsumen. Tujuannya adalah untuk memahami secara komprehensif bagaimana syariat Islam membentuk dan memengaruhi praktik perdagangan di era modern. Pengembangan bisnis e-commerce harus sepenuhnya mematuhi semua ketentuan dan prinsip yang telah digariskan dalam ajaran Islam, khususnya yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis. Ini berarti bahwa operasional bisnis e-commerce tersebut wajib menerapkan prinsip-prinsip ekonomi syariah secara menyeluruh. Prinsip-prinsip tersebut mencakup beberapa aspek krusial, halah dan haram, larangan riba (bunga), 'Adl (keadilan) dalam bisnis, transparansi, tanggung jawab sosial. Singkatnya, bisnis E-Commerce yang Islami harus beroperasi di bawah payung etika dan hukum syariah untuk memastikan keberkahan dan keadilan dalam setiap transaksinya.(Penerapan bisnis E-commerce, 2024)

Penerapan akad salam dapat disesuaikan dengan simulasi transaksi E-Commerce. Ini mencakup penyesuaian kriteria untuk pembeli dan penjual, serta bagaimana barang yang diserahkan, harga, dan pernyataan kesepakatan (sighat) diintegrasikan dalam lingkungan digital.(Mubarok et al., 2023) Dalam transaksi ini, pembeli (dikenal sebagai al-muslim atau rabbussalam) memiliki peran krusial. Pembeli harus memenuhi kriteria hukum, yaitu dewasa (baligh/mumayyiz) dan berakal sehat, agar mampu memahami serta melaksanakan akad atau transaksi sebagai pihak

pembeli yang sah. Selain itu, pembeli juga memiliki kewajiban untuk menepati setiap perjanjian yang telah disepakati dalam transaksi tersebut.

Hal ini bisa membantu dalam pencegahan pesanan palsu atau transaksi oleh anak-anak yang belum mengerti (dibawah umur). Terlebih lagi, kemudahan transaksi melalui fitur Cash on Delivery (COD), yang mempermudah proses pembelian, berpotensi besar membuat anak-anak melakukan pembelian tanpa sepengetahuan atau izin orang tua mereka. Sebagai ilustrasi nyata, Liputan6.com pada tahun 2021 pernah memberitakan kasus di mana seorang anak berusia lima tahun menggunakan aplikasi Shopee dan berhasil melakukan beberapa transaksi COD, yang total tagihannya bahkan mencapai angka Rp16 juta.(Liputan6.Com, 2021) Dalam transaksi, penjual (dikenal sebagai al-muslim ilaih) adalah pihak yang bertanggung jawab untuk menyediakan barang. Sama seperti pembeli, penjual juga harus memahami hukum-hukum yang berlaku dalam praktik jual beli syariah, yaitu harus dewasa (baligh/mumayyiz) dan berakal sehat. Selain itu, penjual wajib menepati janji atau kesepakatan yang telah dibuat. Secara spesifik, setelah pembeli menyelesaikan pembayaran, penjual memiliki kewajiban untuk segera mengemas dan mengirimkan barang melalui layanan ekspedisi. Proses ini harus dilakukan sesuai dengan kesepakatan yang telah disetujui di awal transaksi.

Rukun akad salam berikutnya adalah harga. Harga ini harus disepakati secara jelas oleh pembeli dan penjual sejak awal akad atau perjanjian dibuat. Proses pembayaran harga tersebut juga harus dilakukan secara tunai pada saat pertama kali perjanjian disepakati. Penting ditekankan bahwa harga produk harus ditulis dengan jelas dan terperinci, serta tidak boleh ada perubahan harga selama masa akad masih berlangsung. Ini menjamin kepastian bagi kedua belah pihak.(Mubarok et al., 2023)

Barang pesanan yang akan diserahkan oleh penjual kepada pembeli dalam akad ini disebut sebagai muslim fihi. Kunci utama dalam hal ini adalah bahwa barang tersebut harus sepenuhnya sesuai dengan kriteria dan spesifikasi yang telah disepakati secara jelas pada saat akad awal dilakukan. Lebih lanjut, Islam memiliki batasan terkait jenis barang yang boleh menjadi objek transaksi. Salah satu kategori barang yang diperbolehkan adalah barang hasil produksi. Penting sekali bahwa barang-barang ini tidak menimbulkan kemudaratan atau bahaya. Ini berarti barang

tersebut tidak boleh merugikan, membahayakan, menyulitkan, atau memiliki kerusakan (cacat) yang signifikan. Prinsip ini memastikan bahwa transaksi as-salam hanya melibatkan pertukaran yang adil dan tidak merugikan pihak manapun. Pembeli memiliki hak penuh untuk memilih bahan atau produk yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka, ini merupakan salah satu hak dasar pembeli yang diakui. Dalam hukum Islam, jika barang yang dibeli ternyata tidak sesuai dengan kesepakatan awal, pembeli memiliki hak untuk mengembalikan barang tersebut kepada penjual. Prinsip ini pada dasarnya bertujuan untuk melindungi hak-hak pembeli dan memastikan mereka mendapatkan barang persis seperti yang diinginkan. (An-Nawawi, 1997)

Seiring dengan terus berkembangnya zaman yang semakin modern dan meningkatnya era globalisasi, kebutuhan manusia juga ikut melonjak secara signifikan. Masyarakat kini semakin kreatif dalam menciptakan beragam jenis usaha baru, ini menunjukkan adanya dinamika ekonomi dimana orang-orang tidak terpaku pada satu jenis pekerjaan saja, melainkan aktif mencari dan mengembangkan berbagai peluang bisnis. Namun, seringkali penghasilan yang didapat masyarakat belum cukup untuk memenuhi seluruh kebutuhan mereka. Biasanya, mereka memerlukan tambahan modal untuk mengembangkan usaha agar pendapatan meningkat. (Gusti Susmanto et al., 2024)

Perkembangan Teknologi Informasi (TI) di era saat ini yang semakin pesat, ditambah dengan meluasnya jangkauan internet, kini memudahkan pelaku bisnis untuk berlomba-lomba mengembangkan usahanya di berbagai media. (Sitio & Saifudin, 2023). Dunia internet yang terus maju telah merevolusi cara kita berbagi informasi. Berkat kemajuan ini, kini tersedia beragam teknologi yang sangat membantu dalam publikasi informasi elektronik. Artinya, kita tidak lagi terbatas pada media cetak, melainkan bisa menyebarkan berbagai jenis data, berita, atau konten dalam format digital. Teknologi ini dirancang bukan hanya agar efektif, artinya informasi bisa tersampaikan dengan cepat dan tepat sasaran. Lebih dari itu, mereka juga sangat ramah pengguna (user-friendly), sehingga siapa pun, bahkan yang tidak terlalu akrab dengan teknologi, bisa dengan mudah menggunakannya. Yang tak kalah penting, kemajuan internet juga telah memungkinkan adanya mekanisme untuk basis data terpusat. Ini ibarat sebuah perpustakaan raksasa yang menyimpan semua informasi di satu

tempat, membuatnya lebih teratur dan mudah dicari. Bersamaan dengan itu, ada juga sistem navigasi umum yang berfungsi seperti peta atau panduan, sehingga siapa saja bisa dengan gampang menemukan informasi yang mereka butuhkan. Intinya, internet telah menciptakan ekosistem di mana informasi bisa dipublikasikan, diakses, dan digunakan secara luas dengan cara yang efisien dan mudah bagi semua. (Y.L.R Rehatalanit). Semakin banyaknya pengguna internet, akan semakin marak juga perdagangan secara online. Semua dijalankan oleh pelaku bisnis besar sampai pelaku bisnis rumahan, semua dengan mudah terkoneksi dalam satu jaringan internet, dan dapat dengan sigap pula dianggapi oleh pembeli maupun penjual. (Fahrozi et al., 2024)

Teknologi informasi (TI) saat ini telah mencapai kemajuan yang luar biasa, dan ini bukan lagi sekadar wacana, melainkan sebuah realitas yang kita alami di mana-mana, termasuk di Indonesia. Ini berarti bahwa perkembangan TI tidak hanya terjadi di negara-negara maju, tetapi juga telah meresap dan berdampak signifikan pada kehidupan sehari-hari, ekonomi, dan sosial di Indonesia. Kita bisa melihat buktinya melalui berbagai inovasi digital, peningkatan akses internet, serta semakin banyaknya penggunaan aplikasi dan layanan berbasis teknologi dalam berbagai sektor, mulai dari pendidikan, kesehatan, hingga bisnis dan pemerintahan. Perjalanan teknologi informasi yang bermula dari media tulis dan cetak, seiring berjalannya waktu kini mengalami perkembangan melesat hingga mengenal teknologi informasi jarak jauh, dengan bermunculannya radio, telepon, televisi dan komputer. Secara spesifik, teknologi informasi (TI) banyak dipakai untuk memproses, menganalisis, dan menciptakan data atau informasi yang relevan, cepat, akurat, dan mudah dipahami. Contohnya, TI membantu kita mendapatkan berita instan atau menganalisis tren pasar dengan cepat. Perjalanan teknologi informasi sendiri sudah dimulai sejak lama, yaitu sejak era media tulis dan cetak. Dari situ, TI terus berevolusi hingga kita mengenal teknologi informasi jarak jauh, yang diawali dengan penemuan telepon, radio, televisi, dan kemudian komputer. Perkembangan ini memungkinkan komunikasi dan akses informasi dari mana saja. Tak hanya itu, kemajuan teknologi juga sangat memengaruhi sektor bisnis. Para pengusaha kini memanfaatkannya secara ekstensif untuk mengembangkan usaha

mereka, baik itu dalam hal pemasaran, operasional, hingga interaksi dengan pelanggan. (Penerapan bisnis E-commerce, 2024)

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, peneliti memberikan pertanyaan sebagai berikut:

- a. Bagaimana implementasi Akad Bai' salam dalam transaksi E-Commerce di toko wallpaper Adipati Dinding?
- b. Bagaimana implementasi Akad Bai' salam dalam transaksi E-Commerce dalam meningkatkan penjualan di toko wallpaper Adipati Dinding?
- c. Bagaimana ketentuan hukum E-Commerce dalam perspektif akad ba'i salam?

1.3 Tujuan Penelitian

- a. Untuk menganalisis Implementasi Akad Bai' salam dalam transaksi E-Commerce di toko wallpaper Adipati Dinding
- b. Untuk menganalisis bagaimana implementasi bisnis *online* berbasis syariah melalui platform E-commerce dapat meningkatkan volume penjualan di toko wallpaper Adipati Dinding
- c. Untuk menganalisis bagaimana bisnis *online* syariah diimplementasikan melalui platform E-commerce, dengan fokus pada tinjauan dari perspektif akad ba'i salam

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berhasil dilaksanakan dan memberikan solusi atas permasalahan yang ada. Dengan demikian, hasil studi ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis (menambah khazanah ilmu pengetahuan) maupun secara praktis (dapat diterapkan dan memberikan dampak nyata). Adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini memiliki manfaat yang sangat berpengaruh dalam rangka mengetahui implementasi akad ba'i salam dalam transaksi E-Commerce di Indonesia. Peneliti sangat berharap bahwa temuan dan hasil dari penelitian ini dapat memberikan kontribusi signifikan berupa masukan yang berharga dan praktis bagi berbagai platform toko online (media online shop). Masukan ini diharapkan dapat membantu mereka dalam mengembangkan strategi, meningkatkan operasional, atau memperbaiki layanan, khususnya terkait dengan aspek-aspek yang menjadi fokus

penelitian ini, sehingga pada akhirnya dapat memberikan manfaat bagi ekosistem bisnis online secara lebih luas.

1.4.2 Manfaat teoritis

Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dengan memperkaya khazanah keilmuan dan menjadi sumbangsih pemikiran dalam bidang ekonomi syariah. Fokus utamanya adalah menambah wawasan dan pengetahuan baru mengenai implementasi akad as-salam. Manfaat ini secara khusus ditujukan bagi Civitas Akademika Jurusan Ekonomi Syariah, Program Studi Ekonomi Syariah dan Bisnis. Dengan demikian, hasil studi ini dapat menjadi referensi penting dan memperdalam pemahaman mereka tentang penerapan akad as-salam dalam konteks praktis maupun akademik.

1.5 Batasan Penelitian

Penelitian ini memiliki fokus yang sangat spesifik, yaitu pada penerapan akad Bai' Salam dalam konteks transaksi yang terjadi di platform e-commerce. Ini berarti bahwa studi ini tidak mencakup jenis akad jual beli lainnya yang mungkin ada dalam hukum Islam, melainkan secara eksklusif berpusat pada mekanisme Bai' Salam. Lebih lanjut, penelitian ini secara khusus meneliti platform-platform e-commerce yang telah menerapkan akad Bai' Salam atau yang memiliki potensi besar untuk mengimplementasikan akad ini dalam transaksi mereka. Tujuannya adalah untuk memahami bagaimana prinsip-prinsip Bai' Salam dapat diintegrasikan ke dalam lingkungan perdagangan digital, serta menganalisis efektivitas dan tantangan dalam penerapannya. Hanya akan dijelaskan platform e-commerce berbasis syariah atau yang memiliki fitur transaksi syariah. Analisis terbatas pada regulasi di Indonesia, seperti Fatwa DSN-MUI, UU Perbankan Syariah, dan Peraturan OJK dan Tidak membahas secara mendalam regulasi internasional terkait akad Bai' Salam.

1.6 Definisi Operasional

Judul skripsi ini adalah “Implementasi akad ba’i salam dalam transaksi E-Commerce di toko wallpaper Adipati Dinding” Judul ini memiliki unsur-unsur inti yang perlu didefinisikan secara jelas agar pembahasan dalam proposal skripsi menjadi lebih terarah dan spesifik pada satu bidang. Selain itu, adanya tinjauan konseptual akan membantu memperjelas makna, sehingga kesalahpahaman

dapat dihindari. Oleh karena itu, pada bagian selanjutnya kami akan menjelaskan secara lebih mendalam arti dari judul tersebut.

a. E- Commerce

E-commerce, singkatan dari *Electronic Commerce*, adalah sistem pemasaran yang menggunakan media elektronik. Ini mencakup beragam aktivitas bisnis seperti penjualan, pembelian, distribusi, pemasaran, dan layanan produk, yang semuanya dilakukan melalui sistem elektronik seperti internet atau jaringan komputer lainnya.

E-Commerce memerlukan teknologi seperti jaringan WWW, basis data, surat elektronik (E-mail), serta teknologi non-komputer seperti sistem pengiriman barang dan metode pembayaran. E-Commerce melibatkan distribusi, penjualan, pembelian, pemasaran, dan layanan terkait produk dalam lingkungan sistem elektronik seperti internet atau jaringan komputer lainnya. E-Commerce bukanlah barang atau jasa itu sendiri, melainkan merupakan media yang memfasilitasi perdagangan antara barang dan jasa.

b. Akad

Akad dapat diartikan juga sebagai sebuah perjanjian atau komitmen yang terbingkai dengan nilai-nilai Syariah. Dalam ilmu fikih, akad secara umum merujuk pada segala sesuatu yang diniatkan oleh seseorang untuk dilaksanakan. Ini bisa berupa tindakan yang berasal dari satu pihak saja, contohnya wakaf (hibah untuk tujuan kebaikan), talak (perceraian), atau sumpah. Namun, bisa juga melibatkan dua pihak atau lebih, seperti yang umum ditemukan dalam transaksi jual beli, sewa-menyewa, atau wakalah (perwakilan), atau gadai.

Akad adalah bersatunya ijab (penawaran) dan kabul (persetujuan) yang kemudian menimbulkan konsekuensi hukum. Ijab adalah tawaran dari satu pihak, sementara kabul adalah jawaban setuju dari pihak lain sebagai respons terhadap tawaran tersebut. Suatu akad tidak sah jika pernyataan keinginan dari masing-masing pihak tidak saling berhubungan, karena akad memerlukan adanya keterkaitan keinginan dari kedua belah pihak, yang tercermin dalam ijab dan kabul. (Antonio, 2001)

c. Ba'i Salam

Para ulama dari mazhab Syafi'iyah dan Hanabilah memiliki definisi yang serupa mengenai akad salam. Menurut

mereka, salam diartikan sebagai sebuah kontrak atau perjanjian jual beli yang objeknya adalah barang pesanan dengan kriteria dan spesifikasi yang sangat jelas. Ciri khas penting dari akad ini adalah penyerahan barang tersebut ditunda hingga waktu yang telah disepakati di kemudian hari, namun pembayaran penuh atas barang tersebut harus dilakukan secara tunai di tempat atau pada saat akad disepakati. Di sisi lain, ulama dari mazhab Malikiyyah mengemukakan pandangan yang sedikit berbeda namun memiliki esensi yang sama. Bagi mereka, salam adalah akad jual beli di mana modal atau harga barang dibayar secara kontan (tunai) di awal transaksi, sementara penyerahan barang pesanan baru akan dilakukan kemudian, setelah jangka waktu tertentu yang telah disepakati. Meskipun redaksinya berbeda, kedua pandangan ini menekankan elemen kunci dari akad salam: pembayaran di muka dan penyerahan barang di kemudian hari dengan spesifikasi yang jelas. Secara bahasa, di wilayah Hijaz dikenal dengan istilah "salam", sementara di Irak disebut "salaf". Secara bahasa salam atau salaf berarti bermakna: "Menyegerakan modal dan mengemudikan barang". Jadi, jual beli salam adalah transaksi "pesanan" di mana pembeli membayar tunai untuk barang dengan kriteria tertentu, lalu barangnya akan diserahkan di kemudian hari sesuai waktu yang disepakati. (Syeikh Abu Syuja', n.d.)

Dalam kitab fathul qorib pada bab jual beli halaman 160 dijelaskan bahwa Akad salam dianggap sah, baik untuk barang yang langsung diterima maupun barang yang penyerahannya ditangguhkan, asalkan memenuhi lima syarat berikut: (1) Spesifikasi Jelas, Kondisi barang harus dapat dipastikan melalui sifat-sifat yang jelas (2) Jenis Tunggal, Barang tersebut harus murni, tidak bercampur dengan jenis barang lain (3) Tidak Dimasak/Diubah, Barang tidak boleh diolah atau dimasak dari bahan mentah (4) Tidak Ditentukan secara Spesifik (Non-spesifik) (5) Bukan Bagian dari Barang Tertentu, Barang tersebut juga bukan merupakan bagian dari suatu barang yang sudah ditentukan sebelumnya. (Kitab fathul qorib bab transaksi dan waris). (Tim Penerjemah, 2007)

Jual beli salam merupakan jenis akad jual beli yang diperbolehkan dalam syariat Islam, sebagaimana didukung oleh berbagai dalil dalam Al-Qur'an, antara lain:

- 1) Surat Al-Baqarah: 282 yaitu:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ ۚ

“Wahai orang-orang yang beriman, apabila kamu berutang piutang untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu mencatatnya”

- 2) Hadist dalam kitab shahih bukhari

حَدَّثَنَا أَبُو نُعَيْمٍ حَدَّثَنَا سُفْيَانُ عَنْ ابْنِ أَبِي نَجِيحٍ عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ كَثِيرٍ عَنْ أَبِي الْمُنْهَالِ عَنْ ابْنِ عَبَّاسٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا قَالَ قَدِمَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ الْمَدِينَةَ وَهُمْ يُسْلِفُونَ فِي الثَّمَارِ السَّنَتَيْنِ وَالثَّلَاثَ فَقَالَ أَسْلِفُوا فِي الثَّمَارِ فِي كَيْلٍ مَّعْلُومٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مَّعْلُومٍ وَقَالَ عَبْدُ اللَّهِ بْنُ الْوَلِيدِ حَدَّثَنَا سُفْيَانُ حَدَّثَنَا ابْنُ أَبِي نَجِيحٍ وَقَالَ فِي كَيْلٍ مَّعْلُومٍ وَوزنٍ مَّعْلُومٍ

“Telah menceritakan kepada kami Abu Nu’aim telah menceritakan kepada kami Sufyan dari Ibnu Abi Najih dari ‘Abdullah bin Katsir dari Abu Al Minhal dari Ibnu ‘Abbas radliallahu ‘anhuma berkata: Ketika Rasulullah shallallahu ‘alaihi wasallam tiba di Madinah orang-orang mempraktekkan jual beli buah-buahan dengan sistim salaf, yaitu membayar dimuka dan diterima barangnya setelah kurun waktu dua atau tiga tahun. Maka Beliau bersabda: "Lakukanlah jual beli salaf pada buah-buahan dengan takaran sampai waktu yang diketahui (pasti) ". Dan berkata 'Abdullah bin Al Walid telah menceritakan kepada kami Sufyan telah menceritakan kepada kami Ibnu Abi Najih dan berkata: "dengan takaran dan timbangan yang diketahui (pasti) ".

- 3) Hadis dari Ibnu Abbas radhiyallahu 'anhuma

مَنْ أَسْلَفَ فِي شَيْءٍ فَلْيُسْلِفْ فِي كَيْلٍ مَّعْلُومٍ وَوزنٍ مَّعْلُومٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مَّعْلُومٍ
“Barang siapa melakukan salaf (yaitu salam) dalam sesuatu, maka hendaknya ia melakukannya dengan takaran yang diketahui dan timbangan yang diketahui, serta sampai waktu yang diketahui.”

Hadis ini diriwayatkan oleh Imam Bukhari dalam Shahihnya (No. 2240) dan Imam Muslim dalam Shahihnya (No. 1604)

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

a. Konsep Akad

1) Pengertian Akad

Akad secara Bahasa (Lughawi) berarti ikatan atau pengikat. Sedangkan secara umum (Ulama Syafi'iyah, Malikiyah, dan Hanabilah) adalah segala sesuatu yang dikerjakan oleh seseorang berdasarkan keinginannya sendiri. Niat ini bisa bersumber dari satu pihak saja, contohnya dalam kasus wakaf (menyerahkan harta untuk kepentingan umum), talak (perceraian), atau sumpah. Namun, akad juga bisa melibatkan dua pihak, seperti yang terjadi dalam jual beli, sewa, wakalah (perwakilan), atau gadai. (Bajuri, n.d.)

Rukun akad, yaitu elemen-elemen fundamental yang harus ada agar sebuah perjanjian atau kontrak (akad) sah dalam syariat Islam, terdiri dari tiga unsur utama; 1) subjek akad; 2) objek akad; dan 3) *shighah* atau pernyataan pelaku akad, yaitu *ijab* dan *qobul*. Secara keseluruhan, keberadaan dan kesesuaian ketiga unsur ini sangat krusial untuk menjadikan sebuah akad sah dan mengikat secara syariah, memastikan kejelasan, keadilan, dan keridhaan di antara pihak-pihak yang bertransaksi. Objek dari sebuah akad, baik itu barang atau jasa, harus sudah eksis atau ada pada saat perjanjian (akad) tersebut dibuat, disyariatkan (halal), dapat diserahkan saat akad, dan jelas bagi kedua belah pihak. Sementara itu, *ijab qabul* harus jelas maksudnya, keduanya harus jelas maknanya, sesuai satu sama lain, dan terjadi secara bersambungan tanpa jeda. (Gusti Susmanto et al., 2024)

Ada empat jenis syarat akad, yaitu: 1) syarat berlakunya akad (*in'iqod*); 2) syarat sahnya akad (*shihah*); 3) syarat terealisasikannya akad (*nafadz*); dan 4) syarat lazim. Syarat-syarat agar sebuah akad (perjanjian) dianggap sah (*in'iqod*) terbagi menjadi dua kategori utama, syarat *in'iqod* ada yang umum dan khusus. Syarat umum harus ada di setiap akad,

contohnya pelaku, objek, dan pernyataan akad harus memenuhi kriteria, serta akad tidak boleh terkait hal haram atau tidak bermanfaat dan akad pada sesuatu yang bermanfaat. Sementara syarat khusus yaitu, syarat yang diperlukan hanya pada akad tertentu, seperti adanya minimal dua saksi dalam akad nikah. Syarat *shihah*, yaitu syarat yang Diperlukan agar akad memiliki pengaruh syariah, misalnya dalam perdagangan, akad harus bebas dari cacat. Syarat *nafadz* ada dua, yaitu kepemilikan (pelaku memiliki barang dan berhak menggunakannya) serta wilayah (otoritas). Syarat *lazim*, yaitu Mengharuskan akad dilaksanakan selama tidak ada kekurangan atau cacat.

b. Ba'i Salam

Salam dan salaf secara Bahasa memiliki makna yang sama. Dan secara syara' adalah menjual sesuatu yang diberi difat di dalam tanggungan. Salam tidak sah kecuali dengan ijab (serah) dan qobul (terima).(Al-Gharabali, n.d.) Secara sederhana, akad salam adalah sebuah jenis jual beli di mana pembeli membeli suatu barang dengan spesifikasi yang sudah sangat jelas dan disepakati di awal, namun dengan ketentuan bahwa barang tersebut baru akan diserahkan pada waktu yang telah ditentukan di kemudian hari. Sebagai ilustrasi, bayangkan seseorang yang ingin membeli komoditas tertentu, misalnya mobil, hasil panen dari sebuah perkebunan, atau hewan ternak. Dalam akad salam, ciri-ciri atau karakteristik dari komoditas ini harus dijelaskan secara terperinci dan disetujui oleh kedua belah pihak sejak awal transaksi.(Romli, n.d.)

Bai' Salam adalah sebuah jenis transaksi jual beli yang unik, di mana pembeli melakukan pembayaran penuh di awal, namun barang yang dibeli baru akan diserahkan pada tanggal yang disepakati di kemudian hari. Dalam transaksi ini, untuk memastikan kejelasan dan menghindari perselisihan, semua detail penting harus ditetapkan dan disepakati secara eksplisit dalam perjanjian di awal, Ini termasuk harga, spesifikasi, jumlah, kualitas, tanggal penyerahan, dan tempat penyerahan. Dengan adanya kejelasan pada semua aspek ini, akad Bai' Salam dapat dilaksanakan sesuai dengan prinsip syariah.(Al-Syarbini,

n.d.) Pada intinya, konsep utama dari transaksi ini adalah pembayaran penuh dilakukan secara tunai di muka, atau di awal perjanjian. Sebagai gantinya, barang yang telah dipesan akan dikirimkan atau diserahkan pada tanggal yang telah disetujui sebelumnya. Ini membedakannya dari sistem pembayaran yang dilakukan setelah barang diterima atau secara cicilan, karena seluruh nilai transaksi harus dilunasi di awal. Akad ini diperbolehkan dalam Islam. berdasarkan hadis Nabi Muhammad SAW dan telah diatur dalam kitab-kitab fiqih klasik serta fatwa-fatwa ulama. Dalam Fiqih Muamalah, Bai' Salam memiliki beberapa rukun dan syarat yang harus dipenuhi agar transaksi tersebut sah secara syariah, yaitu:

- 1) Pihak yang bertransaksi (muslim dan muslim ilaih)
- 2) Obyek transaksi (barang yang dipesan harus jelas spesifikasinya dan dapat dijamin ketersediaannya di masa depan)
- 3) Harga dan pembayaran (harus dibayarkan di muka secara penuh)
- 4) Jangka waktu pengiriman (harus disepakati secara jelas antara kedua belah pihak)
- 5) Ijab dan qabul (akad harus dilakukan secara sah)

c. E-Commerce

1) Definisi E-Commerce

Dulu, kita mengenal pasar sebagai tempat fisik dengan lokasi yang jelas, di mana pembeli dan penjual bertemu langsung. Namun, kini konsep pasar itu sudah berevolusi secara drastis. Perkembangan zaman telah melahirkan apa yang kita sebut E-commerce, sebuah konsep pasar modern yang tidak lagi terikat pada batasan fisik atau geografis. Ini berarti transaksi jual beli bisa terjadi kapan saja dan dari mana saja, mengubah fundamental cara kita berbelanja dan berbisnis.

E-commerce merupakan bentuk perdagangan elektronik yang semakin berkembang di era digital. Dalam pandangan Islam, transaksi e-commerce pada dasarnya diperbolehkan dan sah untuk dilakukan. Namun, keabsahan ini terikat pada pemenuhan prinsip-prinsip dasar muamalah Islam. Ini berarti setiap aktivitas jual beli online harus menjunjung tinggi kejujuran dalam setiap aspeknya, serta memastikan adanya transparansi informasi yang jelas antara

penjual dan pembeli. Lebih lanjut, penting untuk memastikan bahwa transaksi tersebut tidak mengandung unsur-unsur yang dilarang dalam Islam, Unsur-unsur yang dimaksud adalah Gharar (ketidakjelasan) ini merujuk pada adanya ketidakpastian atau ambiguitas yang berlebihan dalam kontrak atau objek transaksi, yang berpotensi menimbulkan perselisihan atau kerugian bagi salah satu pihak. Misalnya, menjual barang yang tidak jelas keberadaannya atau spesifikasinya, Riba (bunga) ini adalah praktik penambahan nilai dalam transaksi pinjaman atau pertukaran barang sejenis yang tidak seimbang, yang diharamkan dalam Islam karena dianggap sebagai bentuk eksploitasi dan ketidakadilan, Maysir (perjudian) Ini melibatkan transaksi di mana kepemilikan harta bergantung pada suatu peristiwa yang tidak pasti di masa depan, dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan tanpa adanya usaha atau risiko yang seimbang, yang mengandung unsur spekulasi dan keberuntungan semata. Selama prinsip-prinsip ini ditegakkan, E-Commerce dapat menjadi sarana yang sah dan berkah untuk berdagang dalam Islam.

Dalam transaksi E-Commerce, Bai' Salam dapat diterapkan dalam bentuk pre-order atau pemesanan barang yang belum tersedia di gudang penjual. Oleh karena itu, sangat penting untuk memastikan bahwa transaksi ini selalu mematuhi ketentuan Bai' Salam yang telah diuraikan dalam Fiqih Muamalah.

Traver dan Laudon mengkategorikan penerapan teknologi E-Commerce ke dalam delapan karakteristik unik, yaitu (Penerapan bisnis E-commerce, 2024):

a) *Ubiquity*

E-commerce adalah jenis teknologi yang mendefinisikan ulang cara kita berinteraksi dengan pasar. Salah satu keunggulan utamanya adalah ketersediaan tanpa henti: ia selalu ada di mana saja dan kapan saja. Ini berarti, tidak seperti toko fisik yang memiliki jam operasional dan lokasi tertentu, platform e-commerce bisa diakses 24 jam sehari, 7 hari seminggu, dari perangkat apa pun yang terhubung internet—baik itu ponsel Anda saat sedang dalam perjalanan atau komputer di rumah.

b) *Global Reach*

Teknologi E-Commerce memungkinkan terjadinya transaksi perdagangan lintas budaya, batasan wilayah regional dan nasional serta dengan biaya yang efektif dibandingkan dengan perdagangan tradisional. Selain itu, total konsumen pelaku bisnis E-Commerce dapat dihitung.

c) *Universal Standards*

Standar pelaksanaan teknologi E-Commerce bersifat universal di seluruh dunia. Hal ini tentunya berbeda dengan perdagangan tradisional dimana akan berbeda-beda antara satu negara dengan negara lainnya.

d) *Richness*

Informasi yang tersedia di dalam teknologi E-Commerce lebih kompleks dan bervariasi secara kontennya dibandingkan dengan pasar tradisional.

e) *Interactivity*

Teknologi yang tersedia memungkinkan untuk melakukan komunikasi interaksi antara penjual dan konsumen.

f) *Information Density*

Teknologi yang tersedia menekan biaya proses, penyimpanan dan komunikasi serta meningkatkan kualitas dari informasi yang tersedia baik dari segi jumlahnya, ketepatan waktunya, dan akurasi.

g) *Personalization dan customization*

Teknologi modern memungkinkan kita untuk menyesuaikan pesan agar sangat relevan, baik saat dikirim ke satu orang maupun ke sekelompok orang. Dengan kata lain, penetapan target atas pesan-pesan marketing kepada individu yang spesifik dapat dilakukan dengan melakukan penyesuaian pesan terhadap nama, keinginan dan riwayat pembelian terdahulu dari suatu individu. Customization merupakan merubah produk atau jasa yang yang dikirimkan berdasarkan kepada pilihan ataupun perilaku sebelumnya.

h) *Social Technology*

Teknologi e-commerce tidak hanya memfasilitasi transaksi jual beli, tetapi juga mendorong penggunaanya untuk menjadi lebih sosial. Ini dilakukan dengan menyediakan fitur-fitur yang memungkinkan mereka untuk menciptakan dan berbagi beragam informasi dengan komunitas online yang lebih luas. Artinya, platform e-commerce kini bukan cuma tempat berbelanja, melainkan juga wadah interaksi di mana pengguna bisa berbagi ulasan produk, tips, bahkan konten kreatif, membangun koneksi dan diskusi dalam lingkungan virtual.

2.2 Penelitian Terdahulu.

Tabel Penelitian Terdahulu

No.	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Link artikel OJS,nama jurnal	Tujuan penelitian	Metode penelitian	Hasil/kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
1.	Ahmad Zuhdi Mubarak, Alma Rizki Ramadhan, Intan Rizqi Yani, 2023 Penerapan Akad Bai' As Salam terhadap transaksi E-Commerce	Iqtishodiah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah <i>Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah</i>	Untuk mengetahui Penerapan atau implementasi akad bai' as-salam dalam transaksi E-Commerce dalam platfrom aplikasi Shopee	Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan analisis deskriptif berdasarkan kajian pustaka. Teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan yaitu menggunakan teknik	Penerapan atau implementasi akad bai' as-salam dalam transaksi di platform e-commerce seperti Shopee dianggap sah. Keabsahan ini berlaku selama transaksi tersebut bebas dari unsur-unsur yang dapat merusak akad, seperti riba (bunga), kezaliman (ketidakadilan), penipuan, kecurangan, dan	1. Jenis Penelitian: Kualitatif 2. Teori: Penerapan Ba'i As-Salam Dalam Transaksi Jual Online 3. Berdasarkan Fatwa DSN MUI 4. Teknik Pengumpulan Data: Observasi, Wawancara, dan Dokumentasi.	1. Lokasi Penelitian: Platform E-Commerce Shopee 2. waktu penelitian: 2023 3. Alat Analisis: Uji Kredibilitas (triangulasi

				library research. Sumber pada penelitian ini ialah data sekunder dan data primer.	hal-hal serupa. Selain itu, transaksi juga harus memenuhi semua rukun dan syarat yang telah ditetapkan dalam jual beli syariah.		sumbe r)
2.	Azizah Rahmawati, Putri Elisa, 2024	https://ejournal.an-nadwah.ac.id/index.php/Al-amal/issue/view/74	Artikel ini bertujuan untuk memberikan pemahaman tentang bisnis e-commerce	Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan metode kualitatif. Penelitian ini	Hasil penelitian menunjukkan pengembangan bisnis e-commerce harus mematuhi segala syarat dan rukun yang telah	1. Jenis Penelitian: Kualitatif 2. Teori: Penerapan Ba'i As-Salam Dalam Transaksi	1. Waktu Penelitian: 2024 2. Alat Analisis: Uji Kredibilitas (triangulasi sumber)

Lanjutan tabel

No.	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Link artikel OJS,nama jurnal	Tujuan penelitian	Metode penelitian	Hasil/kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
	Pengembangan Bisnis E-Commerce Dalam Perspektif Ekonomi Syariah	<i>Jurnal Manajemen Bisnis Syariah</i>	dalam perspektif ekonomi syariah.	menggunakan penelitian perpustakaan (Library Research).	ditetapkan dalam Islam berdasarkan al-Qur'an dan hadits serta mengikuti prinsip-prinsip ekonomi syariah seperti kepatuhan terhadap hukum Islam (halal dan haram), larangan riba (bunga), 'adl (keadilan) dalam bisnis, transparansi dan	Jual Online	3. Teknik pengumpulan data: Library research meliputi buku, jurnal ilmiah, laporan penelitian, tesis,

					tanggungjawab sosial.		disertasi, dan sumber yang terdapat di perpustakaan
3.	Mentari Aprillia Nurfatah, Nana Diana, 2022 Penerapan Ba'i As-Salam Dalam Transaksi Jual Online Dalam Perspektif	https://jurnal.umt.ac.id/index.php/competitive/article/view/4354	untuk memahami bagaimana transaksi jual beli online diterapkan dari sudut pandang ekonomi Islam.	Penelitian ini menggunakan jenis penelitian studi kepustakaan, sumber datanya berasal dari buku,	Dalam ilmu ekonomi Islam, penerapan akad as-salam diizinkan selama mematuhi seluruh prinsip dan ketentuan yang berlaku. Penting juga untuk	1. Teori: Penerapan Ba'i As-Salam Dalam Transaksi Jual Online 2. Berdasarkan fatwa	1. Waktu Penelitian: 2022 2. Alat Analisis: Uji Kredibilitas (triangulasi sumber)

				internet dan karya tulis ilmiah dan bersifat deskriptif, ialah mengungkap suatu masalah sehingga pada akhirnya dapat memperjelas, memastikan bahwa transaksi tersebut tidak mengandung unsur-unsur yang bisa merugikan, seperti riba (bunga), ketidakadilan, atau penipuan. Oleh karena itu, sebelum melakukan transaksi, pastikan informasi produk sudah sesuai dan akurat.	Fatwa DSN No. 05 / DSN-MUI / IV / 2000	3. Teknik pengumpulan data yaitu dari literatur, buku, jurnal maupun laporan yang
--	--	--	--	--	--	---

Lanjutan tabel

No.	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Link artikel OJS,nama jurnal	Tujuan penelitian	Metode penelitian	Hasil/kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
	Ekonomi Islam	<i>Jurnal Akuntansi dan Keuangan</i>		Ini bisa memberikan pemahaman baru atau memperkuat pemahaman yang sudah ada berdasarkan data yang telah diperoleh.	kondisi barang dan sistem pengiriman.		memiliki kaitan dengan masalah

4.	Kordia, Muhammad Saleh, 2022 Analisis Jual-Beli Online Akad Bai' As-Salam Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Toko Online Si Cepat Kelurahan Muara Rupit	https://e-journal.uin-al-azhaar.ac.id/index.php/iqtishaduna/article/view/561 <i>Jurnal Iqtishaduna: Economic Doctrine</i>	Untuk mengetahui bagaimana praktek jual beli online Toko Online Si Cepat Kel. Muara Rupit Kab. Muratara dan bagaimana tinjauan ekonomi syariah terhadap jual beli online dengan sistem salam	Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif yaitu suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data observasi, dokumentasi dan wawancara dalam mengumpulkan data untuk memberikan gambaran dalam bentuk penyajian laporan penelitian	Berdasarkan praktek jual beli Toko online Si-Cepat Kel. Muara Rupit, Kab. Muratara adalah sistem uang dahulu, jenis jual beli sesuatu yang tidak ada di tempat sementara dua pihak melakukan jual beli karena desakan keperluan. Pemilik uang memerlukan barang dengan kriteria tertentu, sedangkan	1. Jenis Penelitian: Kualitatif 2. Teori: Penerapan Ba'i As-Salam Dalam Transaksi Jual Online	1. Waktu Penelitian: 2023 2. Teknik Pengumpulan Data: eksplorasi secara mendalam terhadap program, kejadian, proses, aktivitas terhadap satu atau lebih orang 3. Alat Analisis: Uji Kredibilitas (triangulasi sumber)
----	--	---	--	---	---	--	---

			sebagaimana dipraktikkan Toko Online Si Cepat Kel.		pedagang meminta uang pembayaran disegerakan sehingga ia dapat membeli berbagai keperluan untuk membuat barang dengan kriteria yang		
--	--	--	---	--	--	--	--

Lanjutan tabel

No.	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Link artikel OJS, nama jurnal	Tujuan penelitian	Metode penelitian	Hasil/kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
	Kabupaten Muratara)		Muara Rupit Kab. Muratara .		dipesan pembeli tersebut tidak melanggar syariat islam karena kedua belah pihak telah sepakat.		
5.	Alfa Nurhasanah, Rendi Rizky Trianda, Septi Juarnita, Taufik Rahman, Rizka Amelia, 2023	http://jurnal.jomparnd.com/index.php/jk <i>Jurnal Ekonomi dan Bisnis</i>	Bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh penggunaan akad salam dalam jual beli di	Penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dengan melakukan pendekatan secara deskriptif dengan	Akad salam mendasari layanan Pre-Order pada marketplace shopee. Menerapkan cara islam dalam bertransaksi jual beli secara online menggambarkan	1. Jenis Penelitian: Kualitatif 2. Teori: Penerapan Ba'i As-Salam Dalam Transa	1. Waktu penelitian : 2022 2. Teknik pengumpulan data: Literatur review 3. Alat Analisis: Uji

	Pengguna an Akad Salam Terhadap Layanan Pre Order Dalam Jual Beli Online Di Marketpla ce Shopee		marketpl ace shopee.	jenis penelitian yaitu literature review.	n eksistensi cara ekonomi islam di lakukan.	ksi Jual Online	Kredibilit as (triangula si sumber)
--	---	--	----------------------------	---	--	--------------------	---

(Sumber: Data **diolah** peneliti, 2025)

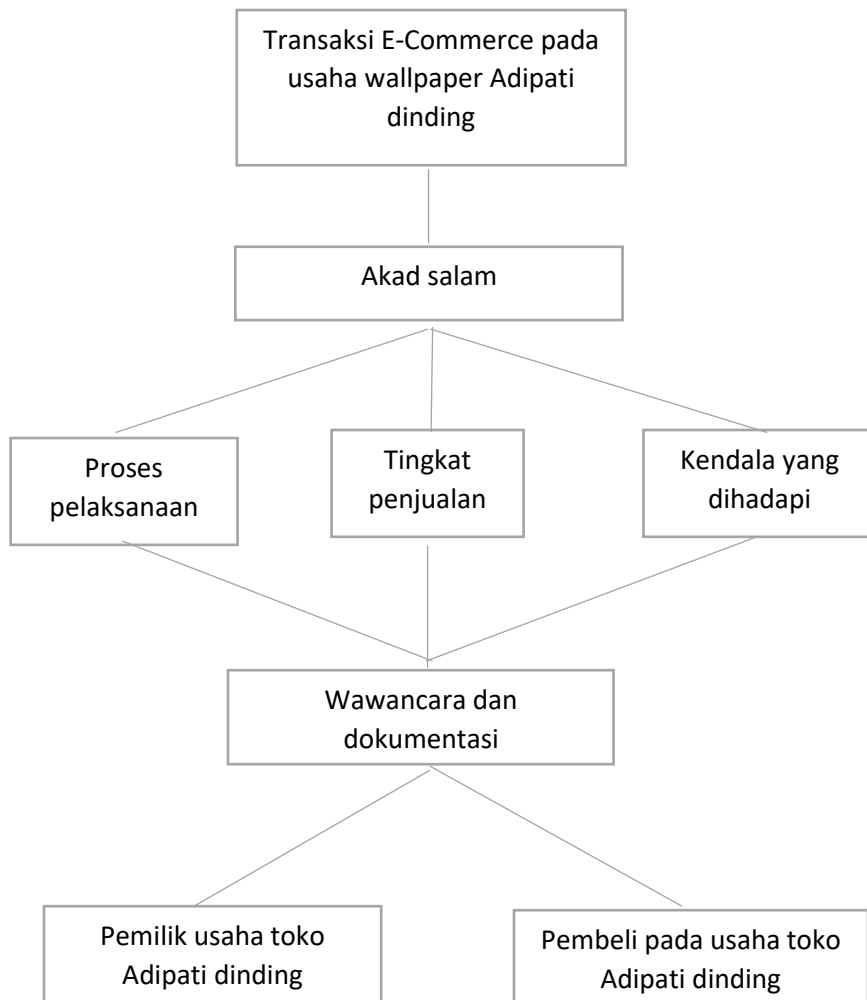
2.3 Alur Pikir Penelitian

Menurut Sugiyono (2014: 65), kerangka berpikir adalah model konseptual yang menjelaskan hubungan antara berbagai teori dan faktor-faktor yang teridentifikasi sebagai masalah penelitian. Kerangka ini berfungsi untuk menentukan dan menyusun arah penelitian agar tetap fokus pada judul, sehingga pembahasan tidak menyimpang dari permasalahan utama yang ingin diteliti.

Produk yang diperlihatkan di platform E-commerce harus sesuai betul dengan deskripsi spesifikasinya. Setelah melihat produk dan tertarik, pembeli akan menghubungi penjual untuk melakukan pemesanan, yang dalam konteks syariah bisa dianalogikan dengan akad As-salam. Pembayaran kemudian dilakukan secara transfer bank. Setelah pembayaran diterima, penjual akan memproses barang pesanan, melakukan pengemasan, dan mengirimkannya kepada pembeli. Meskipun sektor E-commerce terus berkembang pesat, perlu diakui bahwa transaksi jual beli melalui platform ini mengandung banyak ketidakpastian dalam proses pelaksanaannya. Ketidakpastian ini bisa muncul dari berbagai faktor, seperti perbedaan antara deskripsi produk dengan barang asli, masalah pengiriman, atau potensi penipuan, yang semuanya perlu diantisipasi dan diatur dengan baik. (Agustina et al, 2018: 142).

Studi ini akan meninjau dan menganalisis penerapan akad salam pada bisnis *wallpaper* dinding di Desa Blokagung. Fokusnya adalah melihat bagaimana penjual menerapkan akad ini dalam aktivitas penjualan E-commerce. Penting dicatat bahwa akad tidak hanya melibatkan penjual, tetapi juga harus dilakukan oleh pembeli. Ini krusial agar terjadi sinkronisasi yang dapat mewujudkan akad yang sah menurut pandangan dan ketentuan ajaran Islam. Jika akad hanya disetujui oleh satu pihak, maka transaksi tersebut akan dianggap tidak sah. Gambaran skematis kerangka berpikir penelitian ini dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Gambar 2.3.1
Kerangka Pemikiran Peneliti



(Sumber: Data diolah peneliti, 2025)

Berdasarkan diagram yang diberikan, dapat dijelaskan bahwa penjual mengunggah produknya ke platform E-commerce. Produk yang ditampilkan secara online adalah berbagai jenis wallpaper dinding yang tersedia di toko wallpaper Adipati Dinding yang bertempat di desa Blokagung, Karangdro, Tegalsari, Banyuwangi. Tujuan dari pengunggahan ini adalah untuk menampilkan produk secara jelas, dilengkapi dengan keterangan singkat yang memadai.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini memanfaatkan data deskriptif, yang diperoleh melalui informasi tertulis atau lisan dari para informan, serta pengamatan langsung terhadap perilaku. Tujuan utamanya adalah untuk memberikan pemahaman yang komprehensif dan mendalam mengenai subjek yang diteliti. Melalui pendekatan deskriptif, penelitian ini berupaya menggambarkan fakta dan karakteristik subjek atau objek secara sistematis dan akurat. Hal ini dilakukan untuk mengidentifikasi berbagai isu yang berkaitan dengan bidang pendidikan dan perilaku manusia.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Ini berarti studi ini akan menggambarkan atau menjabarkan suatu situasi melalui data non-numerik, seperti transkrip wawancara atau dokumen tertulis. Pendekatan kualitatif semacam ini bertujuan untuk mengungkap keunikan-keunikan yang ada pada individu, kelompok, masyarakat, atau organisasi dalam konteks kehidupan sehari-hari secara menyeluruh dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

3.2 Lokasi Dan Waktu Penelitian

a. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini bertempat di toko Adipati dinding, yang berada di desa Blokagung, Karangdoro, Tegalsari, Banyuwangi

b. Waktu Penelitian

Kegiatan penelitian ini dilakukan dalam waktu kurang lebih 6 bulan lamanya disesuaikan dengan kebutuhan penelitian.

3.3 Subjek Penelitian (Informan)

a. Platform E-Commerce

Marketplace atau toko online yang menerapkan akad Bai' Salam dalam transaksinya, seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, atau platform berbasis syariah.

b. Pelaku Usaha

Penjual atau produsen yang menggunakan sistem Bai' Salam dalam menjual produk mereka melalui e-commerce.

c. Konsumen

Pembeli yang bertransaksi menggunakan akad Bai' Salam untuk memahami pengalaman dan kepuasan mereka.

d. Regulator atau Otoritas Keuangan Syariah

Lembaga-lembaga seperti Dewan Syariah Nasional (DSN-MUI) atau Otoritas Jasa Keuangan (OJK) berperan penting dalam mengawasi dan memastikan implementasi akad Bai' Salam sesuai dengan prinsip syariah dalam transaksi digital di Indonesia.

e. Pakar Ekonomi Syariah

Akademisi atau praktisi yang memahami teori dan praktik akad Bai' Salam dalam konteks e-commerce.

3.4 Data Dan Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan penelitian. Dalam penelitian ini, sumber data mencakup segala informasi yang relevan. Sesuai dengan fokus, tujuan, dan kegunaan riset, kami menggunakan dua jenis sumber data utama:

a. Data Primer

Data primer merupakan informasi mentah yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber aslinya. Ini berarti peneliti terlibat langsung dalam proses pengumpulan data, bukan hanya menggunakan data yang sudah ada atau yang dikumpulkan oleh pihak lain. Sebagai contoh utama, data primer seringkali didapatkan melalui wawancara langsung dengan individu, atau dengan menyebarkan kuesioner secara langsung kepada orang-orang yang menjadi target penelitian.

Dalam konteks penelitian ini, wawancara akan menjadi metode utama untuk mendapatkan data primer. Wawancara ini akan secara spesifik ditujukan kepada individu atau pihak-pihak yang terlibat langsung dalam aktivitas jual beli online produk wallpaper dinding di Adipati Dinding. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan perspektif langsung, pengalaman, dan informasi spesifik yang relevan dengan fokus penelitian dari mereka yang benar-benar menjalankan praktik tersebut.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi penelitian yang tidak diperoleh langsung oleh peneliti, melainkan didapatkan melalui pihak ketiga atau perantara. Ini berarti peneliti bertindak sebagai pihak kedua dalam proses pengumpulan

data. Contohnya bisa berupa laporan penelitian sebelumnya, publikasi pemerintah, data statistik dari lembaga, atau artikel jurnal. Peneliti kemudian menganalisis dan menginterpretasikan data ini untuk tujuan penelitian mereka sendiri.

3.5 Prosedur Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara bertujuan untuk menggali informasi mendalam dari narasumber.

Langkah-langkah:

- 1) Persiapan: menentukan tujuan wawancara sesuai dengan focus penelitian pada “implementasi akad ba’I salam dalam transaksi e-commerce di toko wallpaper Adipati Dinding”, menyusun daftar pertanyaan yang bersifat terbuka dan fleksibel, memilih narasumber yang relevan, menyiapkan alat perekam dan catatan wawancara.
- 2) Pelaksanaan: membuka wawancara dengan pengenalan dan menjelaskan tujuan penelitian, melakukan wawancara secara mendalam dengan Teknik probing (menggali informasi lebih lanjut), merekam percakapan atau mencatat poin-poin penting.
- 3) Analisis data: menyalin hasil wawancara, mengelompokkan informasi berdasarkan tema atau kategori yang relevan, menganalisis temuan dan menarik kesimpulan sesuai dengan tujuan penelitian.

b. Observasi

Observasi digunakan untuk mengamati fenomena atau perilaku secara langsung:

- 1) Persiapan: menentukan aspek yang akan diamati, memilih lokasi dan waktu, menentukan Teknik observasi (partisipatif atau non partisipatif).
- 2) Pelaksanaan: mengamati subjek penelitian secara sistematis, mencatat temuan dalam bentuk field notes atau menggunakan alat bantu (foto/video jika diperbolehkan), menghindari subjektivitas dengan mencatat data secara objektif.
- 3) Analisis data: mengorganisasi catatan observasi berdasarkan pola yang muncul, membandingkan hasil observasi dengan data dari wawancara atau studi

pustaka, menarik kesimpulan berdasarkan temuan lapangan.

c. Studi Kepustakaan

- 1) Persiapan: menentukan topik dan kata kunci pencarian, mengidentifikasi sumber yang relevan (buku, jurnal, artikel, laporan penelitian), menggunakan database akademik atau perpustakaan sebagai referensi.
- 2) Pelaksanaan: membaca dan mencatat informasi penting dari sumber yang ditemukan, mengutip dan merujuk sumber dengan sesuai standar penulisan ilmiah.
- 3) Analisis data: mengelompokkan informasi berdasarkan tema penelitian, membandingkan dan mensintesis temuan dari berbagai sumber, menarik kesimpulan berdasarkan teori dan data yang tersedia.

3.6 Keabsahan Data

Sebuah penelitian kualitatif dapat dianggap berkualitas jika peneliti menunjukkan keterbukaan tinggi dalam mendiskusikan temuan-temuannya dengan para ahli di bidangnya. Diskusi intensif ini memastikan bahwa interpretasi dan analisis yang dihasilkan serta memiliki dasar yang lebih kuat dan dapat dipertanggungjawabkan. Untuk memastikan keabsahan data, peneliti akan menggunakan teknik triangulasi. Ini adalah metode krusial yang melibatkan pemeriksaan validitas data dengan memanfaatkan informasi atau perspektif dari sumber lain di luar data utama yang dikumpulkan. Sumber eksternal ini berfungsi sebagai alat pengecekan atau pembanding yang objektif. Praktik triangulasi yang paling umum dan sering diterapkan adalah memverifikasi data melalui pemeriksaan silang dengan beragam sumber informasi lainnya, memastikan konsistensi dan reliabilitas temuan. (Beli et al., 2024)

Dalam penelitian kualitatif, uji keabsahan data sangat penting dan melibatkan beberapa tahapan. Penelitian ini akan menggunakan uji kredibilitas untuk memastikan keandalan hasil yang diperoleh. Uji ini memiliki tujuan krusial untuk memastikan bahwa setiap temuan atau data yang disajikan oleh peneliti benar-benar akurat dan mencerminkan kondisi riil yang diamati di lapangan. Ini berarti, bukan hanya sekadar mengumpulkan data, tetapi juga memverifikasi validitas dan keandalan informasi tersebut. Dengan kata lain, proses ini berfungsi sebagai

pengecekan silang untuk membandingkan laporan penelitian dengan situasi aktual. Tujuannya adalah untuk mengeliminasi potensi bias, kesalahan interpretasi, atau ketidaksesuaian antara data yang dikumpulkan dan realitas yang ada. Ini sangat penting untuk menjaga integritas dan kredibilitas hasil penelitian, memastikan bahwa kesimpulan yang ditarik didasarkan pada bukti yang kuat dan terverifikasi. Menurut Moleong, ada beberapa metode untuk menguji kredibilitas atau tingkat kepercayaan data penelitian, antara lain: memperpanjang waktu keikutsertaan di lapangan, ketekunan dalam pengamatan, triangulasi, verifikasi data dapat dilakukan melalui beberapa metode: pemeriksaan dengan rekan sejawat untuk mendapatkan perspektif lain, memastikan kecukupan referensi yang digunakan, menganalisis kasus-kasus negatif untuk menguji batasan temuan, serta pengecekan langsung dengan partisipan yang diteliti untuk mengonfirmasi keakuratan data.

Menurut Patton, seperti yang dikutip oleh Moleong, triangulasi sebagai sumber dalam penelitian kualitatif adalah proses membandingkan dan memverifikasi keandalan informasi yang didapatkan dari berbagai waktu dan alat pengumpulan data:

- a. Membandingkan data dengan hasil pengamatan dengan hasil wawancara.
- b. Membandingkan apa yang orang katakan didepan umum dengan apa yang dikatakan pribadi.
- c. Membandingkan apa yang dikatakan orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan orang sepanjang waktu.
- d. Membandingkan keadaan dengan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang lain seperti rakyat biasa, orang yang berpedidikan menengah atau tinggi, orang berada dan orang pemerintah.
- e. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

Pada intinya, triangulasi adalah strategi yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan dan menganalisis data menggunakan berbagai metode berbeda. Gagasan utamanya adalah bahwa untuk memahami suatu fenomena secara lebih mendalam dan menghasilkan kebenaran yang lebih akurat, sangat penting untuk melihatnya dari beragam sudut pandang. Ibarat melihat sebuah objek dari satu sisi hanya akan memberikan gambaran parsial, namun jika dilihat dari depan, belakang,

sampling, dan dari atas, barulah kita mendapatkan pemahaman yang utuh dan menyeluruh. Dalam konteks penelitian, misalnya, ini bisa berarti menggunakan berbagai metode pengumpulan data, melibatkan beragam sumber informasi, atau bahkan melibatkan beberapa peneliti dengan latar belakang yang berbeda. Dengan membandingkan dan mengontraskan temuan dari setiap perspektif, peneliti dapat mengonfirmasi konsistensi data, mengidentifikasi bias yang mungkin ada, dan membangun gambaran yang lebih kokoh dan tepercaya tentang fenomena yang sedang diteliti. (Sayidah, 2018)

Untuk menguji keabsahan data, peneliti memanfaatkan teknik triangulasi. Metode ini melibatkan membandingkan data yang diperoleh dengan informasi dari sumber lain untuk memverifikasi kebenarannya. Umumnya, triangulasi paling sering dilakukan dengan memeriksa data melalui berbagai sumber berbeda. (Husnullail et al., 2024)

3.7 Analisis Data

Mengikuti konsep Miles dan Huberman (dikutip Sugiyono), proses pengumpulan data dilakukan dalam tiga tahap: reduksi data, penyajian data, dan verifikasi. (Sugiyono, 2015). (Agama et al., 2022)

a. Mereduksi data

Mereduksi data berarti merangkum informasi kunci, memusatkan perhatian pada poin-poin esensial, serta mencari tema dan pola yang mendasarinya. Dengan melakukan ini, data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jernih dan mempermudah proses pengumpulan data berikutnya.

b. Penyajian data

Penyajian data mempertimbangkan jenis dan sumbernya, serta memastikan keabsahannya. Data ini bisa disajikan dalam bentuk uraian naratif (teks) atau melalui tabel, bagan, dan visualisasi serupa.

c. Verifikasi data

Verifikasi data adalah proses penting untuk memastikan keaslian dan keandalan data. Dalam tahap ini, prioritas utama diberikan pada keabsahan sumber data serta tingkat objektivitasnya. Selain itu, akan diperiksa juga keterkaitan antar data dari berbagai sumber yang berbeda. Setelah semua data terverifikasi, barulah kesimpulan dapat ditarik.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Data Lapangan

Toko wallpaper Adipati Dinding merupakan sebuah usaha yang bergerak juga di bidang online yang menjual berbagai jenis dekorasi dinding dan lantai. Usaha ini didirikan pada tahun 2019 oleh seorang wanita Yuni Hidayatun Nisa. Namun usaha ini baru merintis di dunia online pada tahun 2020 melalui marketplace shopee dan di tahun 2021 bergerak juga pada marketplace tiktok shop.

Toko Adipati Dinding memberikan berbagai alternative yang mudah dijangkau oleh masyarakat luas seperti dapat melihat ketersediaan produk pada toko melalui gambar atau video yang di berikan tanpa harus datang langsung ke offline store Adipati Dinding. Selain itu konsumen juga tidak perlu menjemput barang pesanan jika jangkauan terlalu jauh, atau sekedar hanya ingin berdiam diri dirumah saja, cukup dengan transaksi secara online barang akan dikirimkan melalui ekspedisi yang tersedia. Hal ini akan menjadi daya tarik seseorang dengan adanya kemudahan transaksi di era sekarang ini.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti berawal dari sang pemilik yang hanya coba menjalankan bisnis melalui media online dengan cara mengunggah beberapa produknya hingga akhirnya banyak konsumen yang tertarik dengan produk yang ditawarkan oleh toko wallpaper Adipati Dinding.

Tercatat bahwa akad salam sering terjadi dalam transaksi online pada masa ini. Hukum mengenai akad salam ini, terbagi menjadi dua, ada pendapat yang menyatakan bahwa tidak diperbolehkan melakukan transaksi online karena terdapat unsur gharar di dalamnya. Awalnya, banyak ulama berpendapat bahwa akad jual beli hanya sah jika dilakukan secara tatap muka (langsung) di tempat transaksi (majelis akad), di mana pembeli juga bisa melihat dan memeriksa barang secara langsung. Namun, pandangan ini kemudian berkembang. Mayoritas ulama (jumhur ulama) kini berpendapat bahwa jual beli daring diperbolehkan (hukumnya boleh). Alasannya didasarkan pada prinsip "*dharurah li hajati al-nas*", yaitu karena adanya kebutuhan yang sangat mendesak dan penting bagi masyarakat di era modern ini.

Meskipun demikian, untuk mengatasi risiko gharar (ketidakjelasan atau ketidakpastian) yang sering muncul dalam transaksi online, diperlukan beberapa strategi penting, yaitu Karakteristik barang harus jelas, Barang tidak mudah berubah, Harga harus disepakati terlebih dahulu, serta adanya khiyar. (Dr. H. Try Widiyanto, S.H., M.H., Sp.N., 2024)

Jika dikaitkan pada penelitian ini bahwa salah satunya harus adanya khiyar yaitu kesepakatan untuk melanjutkan atau membatalkan akad, maka dari dasar tersebut, jual beli online dalam konteks ini telah memenuhi syarat di atas. Dimulai saat terjadinya pembayaran, yang mana menandakan bahwa konsumen setuju untuk membeli barang yang di tawarkan oleh produsen. Dalam transaksi jual beli ada rukun dan syarat yang harus dipenuhi agar transaksi berjalan secara sah.

Toko wallpaper Adipati Dinding adalah suatu usaha dekorasi dinding yang telah mengalami peningkatan yang signifikan dan telah memiliki 2 cabang di banyuwangi dan 1 cabang di daerah Kendal jawa tengah. Dengan jumlah karyawan di daerah genteng yaitu 3 orang, di daerah Blokagung yaitu 10 orang, dan yang berada di Kendal jawa tengah yaitu 1 orang.

Toko wallpaper Adipati Dinding memiliki lebih dari 127RB pengikut di Shopee dan 85,1RB pada Tiktok shop. Pemilik usaha mengakui bahwa berjualan melalui platform e-commerce adalah metode yang sangat efektif di era saat ini, karena memiliki cangkupan yang sangat luas keseluruh penjuru dunia, informasi yang *up to date* dan komunikasi multi arah yang dinamis serta pembayaran lebih mudah. Dalam hal ini pasar online memiliki pengaruh yang sangat besar dalam meningkatkan penjualan bagi toko Adipati Dinding. Namun, tidak hanya mengandalkan penjualan online, banyak juga masyarakat sekitar yang datang langsung ke toko untuk berbelanja secara offline. Toko Adipati Dinding melayani pembelian, baik secara offline maupun online, setiap hari mulai pukul 08.00 pagi hingga 21.00 malam baik secara offline maupun online.

4.2 Verifikasi Data Lapangan

Adipati Dinding berfokus pada bisnis dekorasi rumah, mengenai harga yang di patok oleh Adipati Dinding sangatlah beragam, mulai dari kisaran 6.000 sampai 200.000. Harga yang ditawarkan sangatlah terjangkau oleh berbagai kalangan, hal ini menjadikannya sangat menarik banyak peminat di pasaran.

Dalam hal produksi toko Adipati dinding mampu menjual sekitar 200 pcs dengan omset sekitar 10jt setiap harinya.

Berdasarkan pengamatan dan wawancara yang dilakukan peneliti di toko wallpaper Adipati Dinding, terlihat bahwa seluruh kegiatan operasional mereka, mulai dari proses penjualan hingga pengiriman barang telah mengimplementasikan prinsip bisnis online Syariah:

a. Menampilkan produk sesuai aslinya/foto realpict

Setiap produk yang ditawarkan oleh toko wallpaper Adipati Dinding selalu tersedia (ready stock) di toko. Pemilik toko juga menjelaskan bahwa gambar produk yang ditampilkan di platform Shopee maupun Tiktok shop merupakan gambar asli (realpict), tanpa adanya editan muali dari tekstur barang, warna ataupun motif yang tersedia, adapun kegiatan yang di lakukan oleh karyawan Adipati Dinding yaitu melakukan live pada akun online shop, yang menampung segala pertanyaan konsumen yang ingin membeli barang yang ditawarkan oleh toko wallpaper Adipati Dinding. Hal tersebut dilakukan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen supaya mengurangi ketidakjelasan terkait kondisi barang, sehingga konsumen tidak merasa kecewa dengan pesanan yang mereka terima. Setiap gambar produk yang diunggah akan dilengkapi dengan keterangan rinci atau caption. Caption ini menjelaskan detail lengkap dari produk yang diposting. Tujuannya adalah agar konsumen dan calon konsumen yang melihat gambar tersebut bisa mendapatkan informasi yang memadai. Jika mereka tertarik setelah melihat detailnya, mereka dapat langsung melakukan pembelian melalui platform E-Commerce.

b. Pelayanan yang bagus

Dalam proses penjualan secara online, toko wallpaper Adipati Dinding memberikan informasi lebih lanjut terkait pengemasan hingga pengiriman barang, supaya tidak ada dugaan penipuan setelah transaksi pembayaran dilakukan. Dan tertera juga himbauan kepada konsumen untuk menyertakan vidio unboxing untuk complain jika barang yang datang tidak sesuai dengan pesanan di awal. Sesuai dengan wawancara yang dikatakan oleh pemilik toko wallpaper Adipati Dinding:

“kami dari pihak toko wallpaper Adipati Dinding, selalu memberikan ruang untuk para konsumen yang ingin menyampaikan komplain barang dengan cara memberikan video unboxing, supaya dari pihak kami juga mengetahui kekurangan atau kelalaian apa yang sudah terlewatkan, karna pernah terjadi komplain juga karna ketidak telitian konsumen dalam membaca deskripsi barang yang mereka pesan, dan mengakibatkan kesalah pahaman antara pihak produsen dan pihak konsumen, maka kami tekankan bahwa video unboxing itu sangatlah penting, terutama pada pesanan barang yang rentan seperti terbuat dari kaca, atau material yang mudah pecah” (Yuni, 2025)

c. Transaksi menggunakan Akad Ba’I Salam

Menurut Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI) Nomor 05/DSN-MUI/IV/2000, jual beli salam didefinisikan sebagai transaksi di mana barang dipesan dan harga dibayar di muka atau lebih dahulu.(Arip, 2014)

Dalam konteks yang lebih luas, transaksi jual beli menggunakan akad salam adalah transaksi jual beli barang dengan cara pemesanan barang dan pembayaran pesanan di awal, yaitu forum dimana penjual dan pembeli berkumpul dalam satu forum secara online atau daring, lalu penjual menawarkan produk yang tersedia di toko dan pembeli bisa memilih barang dan menghubungi penjual apabila ada barang yang dibutuhkan atau menarik untuk dibeli.(Romdhon, 2015) Sama halnya seperti transaksi jual beli yang dilakukan oleh toko wallpaper Adipati Dinding dengan melakukan pemesanan barang yang diinginkan lalu memberikan bayaran pada saat proses *Check out*, dengan dasar kesepakatan antara kedua belah pihak, baik dari pihak konsumen maupun produsen, jika terjadi pembatalan pesanan pihak toko bersedia untuk mengembalikan uang yang telah di transfer oleh konsumen dengan Batasan dan waktu tertentu, selama barang yang di pesan masih dalam tahap pengemasan.

d. Pengiriman yang tepat waktu

Proses selanjutnya, setelah konsumen melakukan payment secara online yaitu sejumlah harga yang telah ditetapkan oleh pihak produsen, setelah clear dalam proses

pembayaran, pihak produsen akan menyiapkan barang dan melakukan *packing*, lalu mengirimkan barang sesuai dengan alamat pembeli (konsumen). Segala proses tersebut secara otomatis telah di atur oleh pihak E-Commerce baik dari pihak shopee maupun tiktok shop platform yang di akses oleh toko wallpaper Adipati Dinding. Baik dari pihak produsen maupun konsumen harus mengikuti alur yang telah ditetapkan oleh pihak E-Commerce dan estimasi barang tiba pun telah di atur di awal pemesanan barang. Dengan begitu transaksi yang dilakukan akan berjalan lancar tanpa suatu hambatan walaupun dilakukan secara online. Jika ada hambatan ataupun kendala saat proses pengiriman, pihak produsen maupun pihak E-Commerce akan memberikan informasi terkait keterlambatan, karna adakalanya pengiriman barang mengalami overload seperti saat mendekati musim lebaran atau waktu-waktu tertentu lainnya.

4.3 Pembahasan

a. Transaksi penjualan online di toko wallpaper Adipati Dinding

Pada bagian ini peneliti akan menjabarkan mengenai fokus penelitian yang dilakukan pada toko wallpaper Adipati Dinding. Adapun data- data tersebut diperoleh melalui telaah Teknik wawancara dengan informan yang mewakili subyek penelitian. Hasil penelitian ini juga akan disajikan dalam pendekatan kualitatif. Metode kualitatif sendiri juga tidak didapan melalui penggambaran lapangan, akan tetapi juga dengan mengeksplorasi uraian informasi yang diperoleh melalui wawancara pada informan.

Toko Adipati Dinding merupakan salah satu usaha online shop yang didirikan oleh bpk. Muhammad Syafiq Ibrahim, yang beroperasi pada tahun 2020 dan langsung terjun ke dunia E-Commerce, pada saat itu masih terjadi dampak dari Covid-19 yang mana media online sangat ramai dikunjungi karena minimnya interaksi secara langsung. Berangkat dari pertimbangan itu, pemilik toko memutuskan untuk mencoba bisnis online yang secara khusus berfokus pada penjualan wallpaper dinding.

Awalnya, usaha ini hanya beroperasi secara offline, di mana semua transaksi penjualan dilakukan secara langsung di lokasi toko atau tempat transaksi fisik. Namun, karena adanya kendala yang disebabkan oleh pandemi dan seiring

dengan pesatnya perkembangan teknologi, pemilik toko akhirnya memutuskan untuk berinovasi dengan terjun langsung ke dunia E-Commerce. Hal ini dilakukan sebagai respons terhadap perubahan kondisi pasar dan untuk memanfaatkan kemajuan teknologi guna memperluas jangkauan bisnis. Pemilik toko berjualan secara online pertama kali melalui E-Commerce pada tahun 2020 di media Shopee dan pada tahun 2021 mengiklankan juga pada media tiktok shop.

Toko wallpaper Adipati Dinding memulai bisnisnya dengan dua metode berbeda. Pertama, dengan media offline, pada metode ini konsumen bisa langsung melihat barang yang tersedia di toko dan melakukan payment secara langsung, mungkin saja dalam Metode ini memiliki keterbatasan jangkauan konsumen yang signifikan, kemungkinan besar hanya mencakup tetangga dan masyarakat di sekitar lokasi tersebut. Kedua, metode online, pada metode ini cangkupan yang di dapat cukup sangat luas, karena dapat di akses dan dikenal oleh banyak kalangan dan masyarakat luas ataupun mancanegara. Untuk mempermudah proses promosi atau penjualan, pihak toko wallpaper Adipati Dinding akan melalulan live pada akun Shopee dan Tiktok shop mereka.

Diantara kedua metode penjualan yang dilakukan pada toko wallpaper Adipati Dinding memiliki persamaan dan perbedaan, persamaan yang terlihat adalah, adanya persediaan barang untuk di perjual belikan yang kemudian disepakati oleh pihak konsumen dan produsen lalu terjadilah transaksi antara kedua belah pihak, namun adapun perbedaannya adalah konsumen yang berkunjung langsung ke toko wallpaper Adipati Dinding untuk melakukan pembelian barang secara offline, ataupun pembelian yang dilakukan secara online, dengan memilih barang yang ditawarkan pada platfrom yang kemudian disepakati untuk melakukan transaksi pembelian barang yang diinginkan.

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai topik peningkatan penjualan melalui platform E-Commerce, ditemukan bahwa:

“penjualan dengan menggunakan metode online melalui E-Commerce memberikan dampak yang sangat besar, yang

mengakibatkan peningkatan penjualan yang sangat drastis, dengan kendala kondisi pandemi saat awal pembangunan bisnis toko wallpaper Adipati Dinding. Peningkatan melalui E-Commerce di dasari oleh beberapa faktor antara lain karena cangkupan pasar yang lebih luas dan faktor lainnya karena promosi yang di adakan oleh pihak toko wallpaper Adipati Dinding melalui platfrom shopee dan tiktok shop, dangan cara menampilkan beberapa iklan, video riview dan live di waktu tertentu”(Viki Karyawan Toko, 2025)

Dari penjelasan wawancara pada toko wallpaper Adipati Dinding di atas, terlihat bahwa penjualan melalui media E-Commerce sangat efektif dalam meningkatkan pangsa pasar, dan karna kemajuan teknologi yang semakin canggih juga. Terlihat sejak bulan maret 2020 lalu pengiklanan produk secara online terlihat semakin meningkat, serta maraknya digital content yang memainkan peran penting dalam suatu perusahaan maupun perorangan untuk menarik perhatian para konsumen.(Afrizal, 2022)

Pemilik menjelaskan bahwa salah satu transaksi penjualan online shop di toko wallpaper Adipati dinding terdapat beberapa tahapan, antara lain:

1) Penawaran

Dalam proses jual beli online pada toko wallpaper Adipati Dinding melakukan penawaran terhadap konsumen dengan cara mengunggah berbagai produk yang tersedia di toko beserta deskripsi barang yang sesuai dengan aslinya. Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara dengan ibu yuni selaku istri dari pemilik toko memberikan keterangan bahwa:

“Kami dari pihak toko selalu memasarkan dan mendeskripsikan barang-barang kami sesuai dengan keadaan aslinya agar konsumen merasa puas saat barang yang di pesan sampai sesuai dengan keadaan yang kami deskripsikan”

2) Kesepakatan

Apabila konsumen merasa cocok dengan barang yang di tawarkan pada toko wallpaper Adipati Dinding, konsumen bisa menghubungi contact person untuk melakukan tanya jawab terkait ketersediaan barang, kondisi barang maupun harga barang bila diperlukan.

Jika dirasa sudah cocok maka pembeli sepakat untuk memesan barang yang di jual pada toko wallpaper Adipati Dinding. Wawancara kembali dilaksanakan kepada ibu yuni dengan keterangan sebagai berikut:

“jika pembeli melakukan pemesanan barang kepada toko kami, kami akan memberikan beberapa prosedut terkait barang pesanan dengan menuliskan beberapa spesifikasi barang yang dijual denga realitias. Pembeli juga wajib membaca syarat dan ketentuan yang telah kami berikan, supaya tidak terjadi kekecewaan pada barang pesanan yang tidak sesuai karena minimnya literasi konsumen.

3) Pembayaran

Setelah dilakukan kesepakatan untuk memesan barang yang di tawarkan pada toko wallpaper Adipati Dinding, maka pihak konsumen harus melakukan pelunasan pembayaran dan ongkos kirim atas barang pesanan yang akan dikirimkan, dengan harga yang telah disepakati antara penjual dan pembeli yang dapat dilakukan melalui media transfer. Adapun keterangan yang diberikan oleh ibu yuni:

“setelah pelunasan pembayaran yang telah disepakati, kami dari pihak toko akan langsung melakukan pengemasan sesuai dengan barang pesanan konsumen”

4) Pengiriman

Pengiriman barang secara online adalah suatu proses pengiriman produk yang dibeli melalui internet (online) kepada pembeli di lokasi yang dituju. Pengiriman diproses setelah pembayaran atas barang pesanan dilakukan. Barang pesanan akan di proses oleh pihak ekspedisi atau perusahaan jasa pengiriman seperti JNE, JNT, Ninja Ekspres dan lain sebagainya.

Berdasarkan hal tersebut dan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti kepada pemilik toko wallpaper Adipati Dinding, dalam transaksi jual beli online melalui media sosial, dilakukan dengan beberapa tahap yaitu, penawaran, kesepakatan, pembayaran dan pengiriman.

b. Kendala dalam jual beli online pada toko wallpaper Adipati Dinding

Ada beberapa kendala yang dihadapi selama transaksi dalam proses jual beli secara online, seperti proses

pembayaran yang tertunda karena koneksi internet, proses pengiriman barang yang dianggap tidak sesuai dengan estimasi di awal pesanan dan barang pesanan yang tidak sesuai dengan pesanan konsumen ataupun kualitas produk pesanan. Beberapa orang mengatakan bahwa tidak ada masalah selama transaksi. Oleh karena itu, jual beli online melalui aplikasi dianggap salah satu proses melakukan transaksi perdagangan dan risiko kelalaian online.

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa kendala yang dialami oleh produsen yang dapat mempengaruhi kelancaran dalam transaksi jual beli online pada toko wallpaper Adipati Dinding:

1) Barang tidak sesuai dengan keinginan pembeli

Kerap sekali pembeli mengeluh soal barang yang tidak sesuai dengan pesanan. Dalam hal ini konsumen umumnya menggunakan ruang lingkup marketplace dalam kolom komentar untuk komplain barang yang dianggap tidak sesuai pesanan. Namun, dalam kasus tersebut pihak produsen memberikan penjelasan dalam wawancara

“Biasanya hal tersebut terjadi juga karena ketidaktelitian konsumen dalam membaca deskripsi barang yang akan di pesan, sehingga barang yang datang seringkali tidak sesuai dengan harapan pembeli. Semisal kita menjual barang tersebut dengan panjang 1 meter, namun perkiraan pembeli barang yang kita tawarkan memiliki panjang 2 meter, padahal dalam deskripsi sudah dijelaskan ukuran, jenis bahan, dan warna yang digunakan”

Dalam kasus seperti di atas konsumen tidak bisa memberikan ganti rugi atas barang yang tidak sesuai pesanan pembeli, karena hal tersebut terjadi akibat ketidaktelitian pembeli dalam membaca deskripsi barang yang mereka pesan.

2) Keterlambatan pengiriman

Dalam hal keterlambatan pengiriman pesanan juga menjadi kendala dalam transaksi ini. Ketika pihak ekspedisi kebanjiran pemaketan barang dari berbagai marketplace, seperti halnya bertepatan pada waktu Ramadhan atau saat mendekati hari-hari besar, biasanya

konsumen banyak memesan barang untuk kebutuhan untuk sehari-hari besar tersebut. Proses tersebut akan memakan banyak waktu yang mengakibatkan keterlambatan pengiriman barang kepada pelanggan. Keterlambatan pengiriman juga akan mempengaruhi kepuasan pelanggan dan merusak kepercayaan pelanggan terhadap toko wallpaper Adipati Dinding. Untuk mengatasi masalah tersebut, pihak toko akan memberikan penjelasan kepada pelanggan atas terjadinya keterlambatan pengiriman barang karena suatu kendala yang dihadapi oleh pihak ekspedisi.

3) Persaingan sangat ketat

Dengan maraknya bisnis online yang beroperasi tentunya semakin marak juga persaingan yang terjadi antara beberapa marketplace. Karena banyaknya pesaing dalam bisnis online para pemilik usaha perlu menyiapkan berbagai strategi untuk meningkatkan pemasaran dalam meningkatkan penjualan dan keuntungan yang di dapatkan semakin meningkat. Untuk menghadapi kendala tersebut, pihak toko wallpaper Adipati Dinding kerap melakukan live pada akun shopee dan tiktok shop dan memberikan beberapa diskon secara terbatas, untuk menarik perhatian pelanggan.

c. Praktik akad salam dalam transaksi jual beli online pada toko wallpaper Adipati Dinding

Dalam transaksi jual beli *online* yang dilakukan oleh toko *wallpaper* Adipati Dinding, praktik akad salam merupakan bentuk yang setara dengan konsep jual beli *online* dalam perspektif fikih muamalah. Perlu diketahui, akad salam juga sering dikenal dengan istilah salaf, keduanya merujuk pada makna yang sama. Perbedaannya hanya terletak pada penggunaan regional; ulama di wilayah Hijaz lazim menggunakan istilah "salam," sementara ulama di Irak lebih sering menggunakan kata "salaf." Akad ini pada dasarnya adalah salah satu model perjanjian jual beli yang melibatkan pembayaran penuh di muka untuk barang tertentu yang penyerahannya akan dilakukan di kemudian hari, sesuai dengan kesepakatan yang telah dibuat. Dengan kata lain, ini adalah akad pesanan di mana pembeli

membayar di awal dan barang diterima belakangan. Penting untuk digarisbawahi bahwa akad salam ini dianggap sah (syah) dalam syariat Islam, asalkan seluruh rukun dan syarat yang telah ditetapkan terpenuhi. (Afandi, 2009)

Berdasarkan pengamatan dan wawancara yang telah dilakukan, toko wallpaper Adipati Dinding dinilai sangat efisien dan memudahkan konsumennya. Tidak perlu mengeluarkan banyak tenaga untuk mencukupi kebutuhan dan kepentingan sehari-hari. Cukup dengan mengakses media online shop dan melakukan transaksi yang telah disepakati. Akad salam yang dilakukan pada toko wallpaper Adipati Dinding menganjurkan para konsumen untuk membaca deskripsi produk yang dijual pada platform online shop, jika telah ada kesepakatan dan ketertarikan pada konsumen, maka konsumen di arahkan untuk melakukan pembayaran secara kontan sebagai buktikeseriusan akad lalu barang akan dikemas dan dikirim pada alamat tujuan konsumen.

Transaksi yang dilaksanakan pada toko wallpaper Adipati Dinding dengan memberikan deskripsi barang yang sangat jelas pada produk yang di pasarkan merupakan kebijakan akad salam yang sedang dilaksanakan oleh pihak toko. Sebelum pembeli melakukan pemesanan produk, di anjurkan untuk membaca deskripsi barang yang akan di pesan, jika telah sepakat maka pembeli bisa melakukan pemesanan kepada pihak toko untuk dipersiapkan barang yang di butuhkan oleh pembeli, kemudian pembeli bisa melakukan pembayaran secara kontan (lunas) untuk proses pengemasan dan pengiriman barang sesuai dengan kesepakatan.

Akad salam adalah bentuk transaksi jual beli di mana pembeli memesan barang dengan spesifikasi yang jelas, sementara barangnya masih menjadi tanggung jawab penjual. Sederhananya, ini adalah akad pesanan dengan pembayaran penuh di muka, dan barang akan diserahkan di kemudian hari. Akad salam ini dianggap sah dalam syariat Islam, asalkan memenuhi seluruh rukun dan syarat yang telah ditetapkan. Model jual beli ini melibatkan kesepakatan pembayaran dan penyerahan barang tertentu sesuai perjanjian. Selain itu, akad salam juga menghasilkan

kewajiban atau utang dari salah satu pihak, yaitu penjual yang memiliki tanggungan untuk menyerahkan barang di masa depan.(Afandi, 2009)

Menurut pandangan mazhab Hanafiyah, rukun utama dalam akad salam hanyalah ijab (penawaran) dan qabul (penerimaan). Namun, bagi jumhur ulama (mayoritas ulama), rukun salam lebih komprehensif, mirip dengan rukun jual beli pada umumnya. Rukun-rukun tersebut meliputi: *Aqid* (pembeli atau *al-muslim* atau *rabussalam*, dan penjual *al-muslam ilaih*), *ma'qud 'alaih* (barang yang dipesan dan harga modal salam), *shighat* (ijab dan qobul). Secara umum, syarat-syarat dalam akad salam tidak jauh berbeda dengan akad jual beli biasa. Beberapa syarat penting mencakup bahwa barang yang dipesan harus sepenuhnya milik *al-muslam ilaih* (penjual), bukan barang najis, dan harus bisa diserahkan. Namun, ada satu perbedaan krusial dalam akad salam: pembeli (*al-muslim*) tidak disyaratkan untuk melihat langsung barang yang dipesan. Sebagai gantinya, pembeli hanya diwajibkan untuk menentukan sifat-sifat atau spesifikasi barang pesanan tersebut secara sangat jelas dan terperinci, sehingga tidak ada keraguan mengenai apa yang akan diterima di kemudian hari.(Muslich, 2022) Dan dalam transaksi salam, modal atau pembayaran harus diserahkan secara tunai di muka secara penuh. Ini berarti bahwa pembayaran dalam bentuk utang tidak diperbolehkan. Jika pembayaran dilakukan dengan cara berutang, transaksi tersebut akan jatuh ke dalam kategori "jual beli utang dengan utang," yang secara syariat dilarang karena berpotensi menimbulkan ketidakpastian dan masalah. Selain itu, pembayaran salam juga tidak boleh berupa pembebasan utang yang sebelumnya harus dibayar oleh *muslam ilaih* (penjual atau penerima pesanan). Larangan ini sangat penting dan bertujuan untuk mencegah praktik riba melalui mekanisme akad salam, sehingga memastikan transaksi tetap adil dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Berdasarkan uraian di atas, di analisis bahwa rukun salam telah terpenuhi karena terdiri atas pembeli (konsumen), penerima pesanan (produsen), harga dan barang yang dipesan, serta kesepakatan ijab dan qobul yang

dilakukan melalui media *online*. Syarat akad salam dalam transaksi jual beli *wallpaper* di toko Adipati Dinding dianggap telah terpenuhi dengan baik. Hal ini dikarenakan deskripsi produk yang disajikan sangatlah terperinci dan lengkap. Misalnya, informasi mengenai jenis bahan, motif, ukuran, ketebalan, hingga kualitas *wallpaper* dijelaskan secara mendetail. Kejelasan deskripsi ini menjadi krusial dalam akad salam, sebab pembeli tidak melihat langsung fisik barang di awal. Dengan deskripsi yang rinci, pembeli dapat memiliki gambaran yang akurat mengenai barang yang dipesan, sehingga meminimalkan potensi kesalahpahaman atau perselisihan di kemudian hari, serta memenuhi prinsip transparansi yang disyaratkan dalam akad salam. Untuk melengkapi pemenuhan syarat akad ini, terdapat beberapa aspek penting lainnya. Pertama, pembayaran untuk barang pesanan harus dilakukan sepenuhnya di awal. Ini adalah prinsip dasar dalam transaksi ini, memastikan komitmen finansial pembeli sejak dini. Kedua, barang pesanan harus benar-benar tersedia pada saat jatuh tempo atau waktu yang disepakati untuk penyerahan. Artinya, penjual wajib memastikan ketersediaan barang sesuai janji. Ketiga, pengadaan barang tersebut harus terjamin oleh pemilik toko, menegaskan tanggung jawab penuh penjual atas ketersediaan dan kualitas produk. Terakhir, dan tak kalah penting, pihak-pihak yang terlibat dalam akad (baik pembeli maupun penjual) harus sudah dewasa, berakal sehat, dan baligh (mencapai usia akil baligh). Persyaratan ini menjamin bahwa semua pihak memiliki kapasitas hukum dan pemahaman penuh atas kesepakatan yang mereka buat.

Adapun analisis berdasarkan hukum ekonomi islam sudah sesuai dimana pemilik toko siap menanggung resiko atas barang yang tidak sesuai oleh pesanan pembeli, dan menerima retur barang untuk penukaran barang sesuai pesanan pembeli dengan syarat seperti menyertakan video unboxing untuk kejelasan barang tidak sesuai dengan pesanan. Selain itu, penting juga untuk memastikan bahwa praktik jual beli ini tidak melibatkan monopoli perdagangan. Tujuannya adalah agar keuntungan yang diperoleh tidak semata-mata diambil secara berlebihan dari pembeli, yang bisa merugikan mereka. Sebaliknya, transaksi ini harus

dibangun di atas prinsip tolong-menolong, di mana baik pemesan maupun pemilik toko saling percaya satu sama lain. Dengan demikian, setiap pihak dapat memastikan bahwa mereka tidak saling merugikan, menciptakan hubungan bisnis yang adil dan berkelanjutan

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Setelah melewati tahapan analisis data dan pembahasan yang telah dijelaskan secara komprehensif pada bab-bab sebelumnya, kami dapat merumuskan beberapa kesimpulan penting sebagai berikut:

- a. Transaksi bisnis penjualan secara online di toko wallpaper Adipati Dinding memiliki 4 tahapan meliputi: penawaran, kesepakatan, pembayaran dan pengiriman. Sama seperti kebanyakan transaksi jual beli *online* lainnya, saat membeli produk dari toko *wallpaper* Adipati Dinding, pembeli tidak memiliki kesempatan untuk melihat atau menyentuh fisik barang secara langsung. Mereka hanya bisa mengandalkan media visual berupa foto dan video yang disediakan oleh toko tersebut di platform *online*-nya. Ini berarti keputusan pembelian sepenuhnya didasarkan pada representasi digital, bukan pengalaman langsung dengan produk. Dan untuk pembayaran bisa dilakukan dengan cara ATM transfer, ataupun virtual account tergantung pada pilihan pembayaran yang akan di lakukan. Dalam transaksi ini, spesifikasi lengkap produk yang dipesan dan harganya harus disepakati secara final di awal kontrak. Ini berarti tidak akan ada perubahan atau negosiasi lebih lanjut setelah perjanjian awal dibuat. Setelah semua aspek transaksi akad diselesaikan sepenuhnya—termasuk pembayaran dan kelengkapan administrasi lainnya—barulah barang akan segera dikemas dengan rapi dan aman. Selanjutnya, barang tersebut akan dikirimkan kepada pembeli melalui jasa ekspedisi yang telah ditentukan, memastikan produk sampai ke tujuan dengan baik.
- b. Terdapat beberapa kendala yang di alami oleh produsen yang dapat mempengaruhi kelancaran dalam transaksi jual beli online pada toko wallpaper Adipati Dinding meliputi: barang tidak sesuai dengan keinginan pembeli, keterlambatan pengiriman, dan persaingan yang sangat ketat. Adapun beberapa pihak berpendapat bahwa transaksi *online* tidak menimbulkan masalah berarti. Dengan demikian, jual beli yang dilakukan melalui aplikasi *online* dipandang sebagai

salah satu cara melakukan perdagangan, meskipun tetap ada risiko kelalaian yang melekat pada lingkungan *online*.

- c. Praktik akad salam yang dilaksanakan pada toko wallpaper t Toko wallpaper Adipati Dinding yang berlokasi di Blokagung, Karangdoro, Tegalsari, Banyuwangi, telah memenuhi semua rukun dan syarat dalam akad salam. Ini juga berarti operasional toko tersebut sesuai dengan semua aturan yang ditetapkan oleh hukum ekonomi Islam di Indonesia. Dalam rangka menjamin kepuasan pelanggan dan kepatuhan syariah, pihak toko wallpaper Adipati Dinding memiliki kebijakan yang jelas terkait pengembalian barang. Jika pembeli merasa barang yang diterima tidak sesuai dengan keinginan atau deskripsi, toko akan menerima retur barang tersebut. Selanjutnya, toko akan memberikan penggantian yang sesuai, asalkan memang terbukti bahwa barang pesanan benar-benar tidak sesuai dengan deskripsi yang tercantum dalam keterangan toko. Untuk memverifikasi ketidaksesuaian ini, pihak toko akan meminta bukti berupa video unboxing dari pembeli guna memastikan kejelasan kondisi barang yang diklaim tidak sesuai pesanan.

5.2 Implikasi

Penerapan akad salam dalam transaksi jual beli online merupakan langkah positif dalam prinsip-prinsip Syariah pada transaksi bisnis modern. Akad salam yang di terapkan dalam platfrom bisnis online akan memberikan keuntungan yang setara bagi penjual maupun pembeli. Pada era digitalisasi yang semakin marak dapat pula dikembangkan melalui transaksi jual beli secara online tanpa melanggar syariat-syariat islam, yaitu terhindar dari riba, maysir dan gharar. Salah satu contoh penerapan jual beli secara online telah di praktikkan pada toko wallpaper adipati Dinding di desa Blokagung Karangdoro Tegalsari banyuwangi. Karenanya seorang muslim juga dapat mempraktikkannya dalam transaksi jual beli secara online atau transaksi digital lainnya yang saling memudahkan, menguntungkan dan halal. Dengan adanya prinsip-prinsip Syariah yang diterapkan, maka diharapkan program ini dapat memberikan manfaat yang lebih luas, khususnya bagi para pengusaha yang bergerak di bidang online.

5.3 Implikasi Penelitian

5.3.1 Implikasi Teoritis

Penelitian ini secara tegas menyoroti betapa krusialnya penerapan akad bai' salam dalam setiap transaksi jual beli yang dilakukan secara online. Pentingnya ini terutama terasa bagi penjual dan pembeli yang memiliki keterkaitan erat dalam alur transaksi, di mana kepercayaan dan kejelasan akad menjadi fondasi utama. Lebih lanjut, studi ini menekankan bahwa dengan adanya implementasi akad bai' salam dalam sebuah transaksi atau jual beli daring, akan tercipta sebuah kerangka kerja yang adil dan transparan. Ini berarti, mekanisme pembayaran di muka (dari pembeli) dengan penyerahan barang di kemudian hari (oleh penjual) diatur secara syariah, sehingga meminimalkan risiko ketidakjelasan (gharar) dan perselisihan. Akad ini memberikan kepastian hukum bagi kedua belah pihak, memastikan bahwa hak dan kewajiban masing-masing terpenuhi sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Dengan demikian, bai' salam tidak hanya memfasilitasi perdagangan di era digital, tetapi juga menjamin integritas dan keberkahan dalam setiap transaksi online.

Hasil penelitian ini secara jelas mengungkapkan bahwa penerapan akad bai' salam dalam transaksi jual beli online memberikan keuntungan timbal balik yang signifikan, baik bagi penjual maupun pembeli. Manfaat ini timbul karena akad bai' salam secara inheren mengandung prinsip-prinsip Syariah yang dengan tegas mengharamkan praktik-praktik merugikan seperti riba, maysir, dan gharar. Dengan demikian, bai' salam menciptakan lingkungan transaksi yang adil, transparan, dan saling menguntungkan, selaras dengan nilai-nilai Islam.

5.3.2 Implikasi Praktis

Berdasarkan hasil temuan dari penelitian ini, maka implikasi praktik dari penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Penerapan akad bai' salam dalam transaksi jual beli secara online memberikan dampak yang sangat positif, baik bagi penjual maupun pembeli. Hal ini selaras dengan prinsip-prinsip Syariah yang senantiasa

mengedepankan kejujuran dalam setiap transaksi, sekaligus mengharamkan praktik riba (bunga) yang merugikan. Dengan demikian, akad bai' salam tidak hanya memfasilitasi transaksi jual beli yang efisien di era digital, tetapi juga memastikan bahwa setiap proses bisnis berjalan sesuai dengan etika dan nilai-nilai Islam, menciptakan lingkungan perdagangan yang adil dan transparan.

- b. Praktik transaksi jual beli online kini sangat populer dan diakses secara masif, tidak hanya oleh masyarakat lokal, tetapi juga oleh warga dari berbagai negara di seluruh dunia. Fenomena ini terjadi karena platform online memungkinkan akses tanpa batas geografis, sehingga transaksi dapat dilakukan hingga ke seluruh penjuru dunia.
- c. Pemilik toko Adipati Dinding telah merasakan peningkatan yang sangat signifikan dalam penjualan setelah memutuskan untuk terjun ke dunia e-commerce. Peningkatan ini terlihat jelas dari tahun ke tahun, memberikan keuntungan besar bagi pemilik toko itu sendiri. Selain itu, keberadaan dan penerapan akad salam dalam transaksi mereka turut memberikan kenyamanan dan keuntungan bagi para pembeli. Ini menunjukkan bahwa transisi ke platform online yang disertai dengan prinsip-prinsip syariah memberikan dampak positif menyeluruh bagi semua pihak yang terlibat.

5.4 Keterbatasan Penelitian

Penelitian yang telah kami lakukan memiliki beberapa keterbatasan. Keterbatasan-keterbatasan ini meliputi:

- a. Ada kendala signifikan dalam menemukan waktu yang tepat untuk wawancara langsung dengan pemilik toko Adipati Dinding. Tantangan ini muncul karena perubahan jadwal dan lokasi wawancara yang harus terus disesuaikan. Hal ini disebabkan oleh kebutuhan untuk menyesuaikan diri dengan jadwal operasional pemilik toko yang harus mengelola beberapa cabang Adipati Dinding. Oleh karena itu, fleksibilitas dalam penjadwalan menjadi kunci untuk bisa mendapatkan informasi langsung dari pemilik toko.

- b. Peneliti menghadapi kendala signifikan dalam berkomunikasi dengan konsumen toko, yang membutuhkan waktu sehari-hari untuk dapat terhubung. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan waktu yang dimiliki oleh peneliti sendiri, sehingga proses interaksi dan pengumpulan informasi dari konsumen menjadi tidak efisien.

5.5 Saran

- a. Secara keseluruhan, praktik transaksi jual beli salam secara online yang diterapkan oleh Adipati Dinding sudah berjalan dengan baik. Namun, untuk mengatasi kendala utama di mana produk yang diterima terkadang tidak sesuai dengan ekspektasi atau keinginan pembeli, perlu dilakukan perbaikan. Solusinya adalah dengan memberikan penjelasan yang lebih selektif atau sangat terperinci mengenai setiap produk yang ditawarkan melalui platform online toko wallpaper Adipati Dinding. Ini mencakup, namun tidak terbatas pada, penyediaan rincian per meter produk yang dijual (misalnya, tekstur, pola, dan dimensi), serta penjelasan yang sangat akurat terkait warna dan jenis bahan produk. Dengan demikian, pembeli akan memiliki pemahaman yang jauh lebih akurat sebelum memutuskan untuk membeli, meminimalkan potensi kekecewaan dan ketidaksesuaian barang.
- b. Untuk mengatasi tingginya persaingan dalam bisnis online, peneliti menyarankan beberapa langkah strategis. Pertama, disarankan untuk mengadakan promo khusus yang ditujukan kepada tim pemasaran (marketing) atau reseller. Ini bisa berupa insentif yang memotivasi mereka untuk lebih aktif dalam menjual produk Adipati Dinding. Kedua, promosi juga perlu ditargetkan langsung kepada konsumen. Salah satu cara efektif adalah dengan melaksanakan sesi live shopping di berbagai platform media toko wallpaper Adipati Dinding. Selama sesi live ini, berbagai promo menarik bisa ditawarkan secara langsung. Tujuan dari strategi ini adalah untuk memperluas jangkauan pasar ("melebarkan sayap") Adipati Dinding, sehingga toko ini mampu bersaing secara lebih efektif di tengah maraknya kompetitor dalam dunia bisnis e-commerce. Dengan pendekatan promosi yang agresif dan kreatif, diharapkan Adipati Dinding dapat menarik lebih banyak konsumen dan memperkuat posisinya di pasar online.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, M. Y. (2009). *Fiqh Muamalah dan Implementasinya dalam Lembaga Keuangan Syariah*. Lugong Pustaka.
- Afrizal, S. (Ed.). (2022). *Dr. Afrizal, S.E., M.M., Rahmad Firdaus, S.Kel., M.M, Nur Hidayati, S.E., M.M., Mat Amin, S.E., M.M., Nadia Sri Rezeki S.E., M.M., Dr. Adrian Radiansyah, S.E., M.M., Dr. Hamdan, S.Pd, M.M., Dr. Juhari, S.E., M.M., Adisuputra, S.T., M.Kom., Dr. Wargia*. Pulica Indonesia Utama.
- Agama, P., Di, I., & Medan, M. A. N. (2022). Implementasi Metode Outdoor Learning dalam Peningkatan Hasil Belajar Siswa pada Mata Pelajaran Agama Islam di MAN 1 Medan. *Jurnal Penelitian, Pendidikan Dan Pengajaran: JPPP*, 3(2), 147–153. <https://doi.org/10.30596/jppp.v3i2.11758>
- Al-Gharabali, A. A. M. bin Q. bin M. A.-G. ibn. (n.d.). *Terjemah Kitab Fathul Qorib*.
- Al-Syarbini, S. M. bin A. al-K. (n.d.). *Kitab Muhgnil Mukhtaj*.
- An-Nawawi, I. (1997). 15 □□□□□□ □□□ □□□□□□□.
- Antonio, muhammad syafi'i. (2001). *Bank syariah dari teori ke praktik*. Gema Insani.
- Arip, P. (2014). *BISNIS ONLINE SYARIAH*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Bajuri, S. I. bin M. bin A. al-S. al-. (n.d.). *Kitab Bajuri*.
- Beli, J., Di, O., & Parepare, K. (2024). *Skripsi implementasi akad salam dalam kegiatan jual beli online di kota parepare*.
- Dr. H. Try Widiyanto, S.H., M.H., Sp.N., C. M. (2024). *Aspek Hukum Akad-Akad Pembiayaan Syariah: Dasar Hukum, Teknik Pembuatan Akta, dan Contoh dalam Praktik Perbankan*. PT. RajaGrafindo Persada-Rajawali Pers.
- Fahrozi, I. A., Irwan, M., & Nasution, P. (2024). Pentingnya Peran E-Commerce Dalam Mengembangkan Bisnis. *Journal Of Informatics And Busisnes*, 02(01), 115–120.
- Gusti Susmanto, F., Mutiah, R., & Damayanti Rusmana, F. (2024). Implementasi Pengelolaan E-Commerce Terhadap Strategi Pemasaran Keripik Pisang Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia (JESI)*, 3(1), 34–49. <https://doi.org/10.57171/jesi.v3i1.29>
- Handayani, A., & Arafah, S. (2023). Tinjauan Ekonomi Islam Mengenai Transaksi Pembelian Online Melalui E-Commerce Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Potensi Utama). *BISEI: Jurnal Bisnis Dan Ekonomi Islam*, 8(2), 91–103. <https://doi.org/10.33752/bisei.v8i2.5235>
- Husnullail, M., Risnita, Jailani, M. S., & Asbui. (2024). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Riset lmiiah. *Journal Genta Mulia*, 15(0), 1–23.
- Liputan6.com. (2021).
- Lubis, F. A., & Tambunan, K. (n.d.). *Al-Mutharahah*: 21(02).

- <https://doi.org/10.46781/al-mutharahah>.
- Mubarak, A. Z., Ramadhani, A. R., & Yani, I. R. (2023). *PENERAPAN AKAD BA' I AS -SALAM TERHADAP TRANSAKSI E-COMMERCE Studi Kasus Aplikasi Belanja Online Shopee*. 5(2), 34–40.
- Muslich, H. A. W. (2022). *FIQH MUAMALAT*. Amzah.
- Oktaviani, I. (2024). *E-Commerce*. PUSTAKA BARU PRESS.
- Pahra, J. (2022). Akad Salam Menurut Fatwa DSN MUI Nomor 05/DSNMUI/IV/2000. *Al-Hiwalah : Journal Syariah Economic Law*, 1(1), 85–100. <https://doi.org/10.47766/alhiwalah.v1i1.888>
- Penerapan bisnis E-commerce, dalam persepektif islam. (2024). *Page | 1*. 4(Juli), 1–21.
- Rizqi Chandra Ramadhan, Nuridin, T. V. W. (2023). *Problematisasi Penerapan Aspek Perpajakan dalam Transaksi E-Commerce Antarneegara*. Penerbit NEM.
- Romdhon, M. R. (2015). *Jual Beli Online menurut Madzhab Asy-Syafi'i*. Pustaka Cipasung.
- Romli, syamsudin muhammad bin abil abbas ahmad bin hamzah ibnu syihab budin ar. (n.d.). *Kitab Nihayatul Muhtaj*.
- Sayidah, N. (2018). *METODOLOGI PENELITIAN Disertai Dengan Contoh Penerapannya Dalam Penelitian* (Cetakan 1). Zifatama Jawara.
- Sitio, S. L. M., & Saifudin, A. (2023). Pengenalan E-Commerce Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Masyarakat Di Desa Cibirong Gunung Sindur. *Abdi Jurnal Publikasi*, 1(6), 604–608. <http://jurnal.portalpublikasi.id/index.php/AJP/article/view/362%0Ahttps://jurnal.portalpublikasi.id/index.php/AJP/article/download/362/228>
- Syeikh Abu Syuja', S. S. A.-D. wa A.-D. A. bin H. bin A. A.-I. A.-S. (n.d.). *Matan Ghayah wat Taqrib*.
- Tim Penerjemah, P. A. K. (2007). *Terjemah Kitab Fathul Qarib Muhammad bin Qasim bin Muhammad Al Ghazi*. 308.
- Vera Selvina Adoe, Marnida Yulfiana, Ayu diana, Renny Lubis, M. H. (2022). *Buku Ajar E-commerce*. CV. Feniks Muda Sejahtera.
- Viki Karyawan toko. (2025).
- Yuni. (2025). wawancara.

DOKUMENTASI



Wawancara dengan ibu Yuni selaku istri dari owner dari toko wallpaper Adipati Dinding Blokagung.
Sumber ini berdasarkan tgl: 12 mei 2025.



Tampak beberapa produk yang akan di pasarkan kepada konsumen.
Sumber ini berdasarkan tgl: 12 mei 2025.



Pusat toko wallpaper Adipati Dinding di Blokagung Karangdoro Tegalsari.
Sumber ini berdasarkan tgl: 12 mei 2025.

TOKO WALLPAPER ADIPATI DINDING
BLOKAGUNG KARANGDORO TEGALSARI BANYUWANGI

SURAT KETERANGAN

Nomor: 17/02/COM/V/2025

Saya yang bertanda tangan di bawah ini adalah pemilik toko Wallpaper Adipati dinding, menerangkan bahwa mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas KH. Muktar Syafaat:

Nama : Hikmah Putri Octaviani
NIM : 2113111002
Jurusan : Ekonomi Syariah
Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam

Benar-benar telah melakukan penelitian mulai tanggal 1 Desember- 25 Mei di Dusun Blokagung Kecamatan Tegalsari untuk menyusun skripsi dengan judul **Implementasi Akad Ba'i Salam Dalam Transaksi E-Commerce di Toko Wallpaper Adipati Dinding Blokagung**. Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Blokagung, 25 Mei 2025
Pemilik Toko


Yuni Hidayatun Nisa

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : Hikmah Putri Octaviani
 NIM/NIMKO : 211311002
 PRODI : Ekonomi Syaria'ah (ESY)
 FAKULTAS : Ekonomi dan Bisnis Islam

NO	TGL. KONSULTASI	TOPIK POKOK YANG DIBICARAKAN	TANDA TANGAN PEMBIMBING	TGL MENGHADAP KEMBALI
1.	13/02/2025	Penyetoran judul proposal	[Signature]	
2.	18/02/2025	Bimbingan latar belakang	[Signature]	
3.	27/02/2025	Revisi dan bimbingan bab 2	[Signature]	
4.	03/03/2025	Revisi dan bimbingan bab 2	[Signature]	
5.	12/05/2025	Revisi dan bimbingan bab 2	[Signature]	
6.	20/05/2025	Bimbingan bab 3	[Signature]	
7.	8/06/2025	Revisi dan bimbingan bab 3	[Signature]	
8.	20/06/2025	Revisi proposal	[Signature]	
9.	25/06/2025	Bimbingan bab 4	[Signature]	
10.	19/07/2025	Bimbingan bab 4	[Signature]	
11.	22/07/2025	Bimbingan Bab 4 & Revisi	[Signature]	
12.	28/07/2025	Bimbingan bab 5 & Revisi	[Signature]	
15.	03/08/2025	Revisi bab 5	[Signature]	
16.	08/08/2025	Revisi	[Signature]	
17.	13/08/2025	Revisi	[Signature]	
18.	17/08/2025	Revisi	[Signature]	

Mulai Bimbingan : 13 Februari

Batas Akhir Bimbingan : 17 Agustus

Blokagung, 20 Agustus 2025

Mengetahui,
Ketua Prodi

Munawir, M.Ag

Dosen Pembimbing

[Signature]
Yunus ?

Keterangan : Kartu ini tidak boleh hilang dan setiap bimbingan harus dibawa

SKRIPSI VIA B5 baru.pdf

ORIGINALITY REPORT

23%

SIMILARITY INDEX

22%

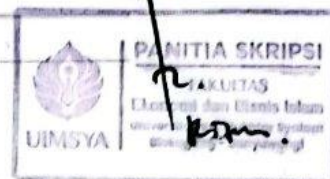
INTERNET SOURCES

10%

PUBLICATIONS

8%

STUDENT PAPERS



PRIMARY SOURCES

1	repository.iainpare.ac.id Internet Source	2%
2	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	1%
3	eprints.unm.ac.id Internet Source	1%
4	ejournal.ibntegal.ac.id Internet Source	1%
5	www.e-journal.iai-al-azhaar.ac.id Internet Source	1%
6	ejournal.an-nadwah.ac.id Internet Source	1%
7	Submitted to Institut Agama Islam Al-Zaytun Indonesia Student Paper	1%
8	jurnal.umt.ac.id Internet Source	1%
9	digilib.uinsby.ac.id Internet Source	<1%
10	repository.library-iaida.ac.id Internet Source	<1%
11	repository.iainpurwokerto.ac.id Internet Source	<1%



Certificate of Appreciation

No. 1904/Un.22/D.5/SP.03.10/7/2025

This certificate is proudly presented to:

Hikmah Putri Octaviani

In recognition of their valuable role as **Presenter**
during the **International Conference on Islamic Economics, Banking, Accounting, and Zakat Waqf Management (ICIEBAZ 2025)** organized by the Faculty of Islamic Economics and Business,
UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, Indonesia, in collaboration with partners.

Your valuable engagement has significantly contributed to the success of the conference and the promotion of scholarly excellence in the field of Islamic economics and finance.

Issued on: **July 31, 2025**

Dr. Adil Siswanto, SST.Par., M.Par.

Chairman of the committee



Dr. Drs. H. Ubaidillah, M.Ag.

The Dean

**PENGESAHAN REVISI UJIAN SKRIPSI
TAHUN AKADEMIK 2024/2025**

Nama : Hikmah Putri Octaviani
NIM : 2113111002
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Ekonomi Syariah (ESy) / Perbankan Syariah (PSy)

Judul : Implementasi Atad Bai' Salam
dalam transaksi E-Commerce
di toko wallpaper Adipati
Dinding Blokagung

Telah dilakukan revisi sesuai dengan catatan dari hasil ujian yang telah dilaksanakan pada sidang Ujian Skripsi pada hari Kamis tanggal 02 Juni 2025.

Blokagung, 29 Agustus 2025

Pembimbing

(Yunda Zamroy)



Mengetahui,
Dekan


Dr. Hj. Lely Ana Ferawati, SE., MH., MM., CRP.
NIPY 3150475027901

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Hikmah Putri Octaviani
 NIM : 2113111002
 TTL : Klungkung, 03 oktober 2001
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Agama : Islam
 Prodi : Ekonomi Syariah
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
 Telp : 081332982765
 Alamat : Jln. Kenyeri XII, Dusun Jelantik
 Mamoran, Desa Tojan, Kecamatan
 Klungkung, Kabupaten Klungkung,
 Provinsi Bali

Riwayat Pendidikan Formal

Jenjang Pendidikan	Tahun Masuk	Tahun Lulus	Nama Sekolah/ Perguruan Tinggi	Bidang Studi
TK	2006	2008	TK Kemala Bhayangkari V	
MI	2008	2014	MIN Kp. Gel-Gel	
MTS	2014	(Mutasi)	MTS Bali Bina Insani	
MTS	2015	2017	MTS Al Amiriyah	
SMK	2017	2020	SMK Darussalam	Akuntansi
S1	2021	2025	Universitas KH. Mukhtar Syafa'at	Ekonomi Syariah

Riwayat Pendidikan Non formal

Jenjang Pendidikan	Tahun Masuk	Tahun Lulus	Nama Sekolah/ Lembaga Pendidikan	Bidang Studi
Ula	2015	2020	PP. Darussalam Blokagung	
Wustho	2020	2021	PP. Darussalam Blokagung	
Ulya	2021	2023	PP. Darussalam Blokagung	

Ulya	2021	2023	PP. Darussalam Blokagung	
------	------	------	-----------------------------	--

Pengalaman Organisasi

1. Anggota PSM UIMSYA 2022-2024
2. Anggota Paduan Suara PP. Darussalam Blokagung 2021-2023

Banyuwangi, 02 Juli 2025



Hikmah Putri Octaviani
NIM: 2113111002