



**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP
TRANSAKSI JUAL BELI BARANG BEKAS
SECARA ONLINE**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh

**ABDUL IKHSAN LUBIS
NIM. 19 402 00280**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2024**



**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP
TRANSAKSI JUAL BELI BARANG BEKAS
SECARA ONLINE**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh

**ABDUL IKHSAN LUBIS
NIM. 19 402 00280**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2024**



**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP
TRANSAKSI JUAL BELI BARANG BEKAS
SECARA ONLINE**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh

**ABDUL IKHSAN LUBIS
NIM. 19 402 00280**

PEMBIMBING I

**Prof. Dr. Darwis Harahap, S.H, M.Si.
NIP. 197808182009011015**

PEMBIMBING II

**Muhammad Wandisyah R Hutagalung, M.E
NIP. 199302272019031008**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2024**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

UIN SYAHADA PADANGSIDIMPUAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidempuan 22733

Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **ABDUL IKHSAN LUBIS**
Lampiran : 6 (Enam Eksemplar)

Padangsidempuan, April 2024
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad
Addary Padangsidempuan
Di-
Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **ABDUL IKHSAN LUBIS** yang berjudul "**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP TRANSAKSI JUAL BELI BARANG BEKAS SECARA ONLINE (STUDI KASUS PADA PLATFORM PERDAGANGAN ELEKTRONIK SHOPEE)**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidempuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama dari Bapak kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I

Prof. Dr. Darwis Harahap, S.H, M.Si.
NIP. 197808182009011015

PEMBIMBING II

Muhammad Wandisyah R Hutagalung, M.E
NIP. 199302272019031008

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : **ABDUL IKHSAN LUBIS**
NIM : 19 402 00280
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : **Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli Barang Bekas Secara Online (Studi Kasus Pada Platform Perdagangan Elektronik Shopee)**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, Maret 2024

Saya yang Menyatakan,



Abdul Ikhsan Lubis
NIM. 19 402 00280

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Ad Dhary Padangsidimpuan, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Abdul Ikhsan Lubis
Nim : 19 402 00280
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Ad Dhary Padangsidimpuan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*No Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul "**Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli Barang Bekas Secara Online (Studi Kasus Pada Platform Perdagangan Elektronik Shopee)**". Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Islam Negeri SYAHADA Padangsidimpuan berhak menyimpan, mengalih media/memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Padangsidimpuan

Pada tanggal, Maret 2024

Yang Menyatakan



Abdul Ikhsan Lubis

1940200280



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jln. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733 Tlp (0634) 22080, Fax (0634) 24022
Website:<https://febi.uinsyahada.ac.id>

**DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

Nama : Abdul Ikhsan Lubis
NIM : 19 402 00280
Judul Skripsi : Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli Barang Bekas Secara Online.

Ketua

Muhammad Wandisyah R Hutagalung, M.E
NIP. 19930227 201903 1 008

Sekretaris

Nofinawati, M.A.
NIP. 19821116 201101 2 003

Anggota

Muhammad Wandisyah R Hutagalung, M.E
NIP. 19930227 201903 1 008

Nofinawati, M.A.
NIP. 19821116 201101 2 003

M. Fauzan, M.E.I
NIP. 19890404 202012 1 009

Rizal Ma'ruf Anidy Siregar, M.M
NIDN. 2006118105

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Kamis, 4 April 2024
Pukul : 13.00 s/d 16.00 WIB
Hasil/ Nilai : 75,50(B)
Indeks Prestasi Kumulatif (IPK) : 3, 16 (Tiga Koma Lima Enam Belas)
Predikat : Sangat Memuaskan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIKINDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 SihitangPadangsidimpuan 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022
Website: <https://febi.uinsyahada.ac.id>

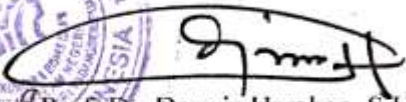
PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli
Barang Bekas Secara Online.
Ditulis Oleh : Abdul Ikhsan Lubis
NIM : 1940200280
IPK : 3,16
Predikat : Sangat Memuaskan

Telah dapat diterima untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam bidang Ekonomi Syariah



Padangsidimpuan, 26 Juni 2024
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Prof. Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si.
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : Abdul Ikhsan Lubis
NIM : 1940200280
Judul Skripsi : Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli Barang Bekas Secara Online (Studi Kasus Pada *Platform* Perdagangan Elektronik Shopee)

Penelitian ini dilatar belakangi pada dasarnya dalam pembelian barang Bekas ini konsumen merasa puas dengan barang yang diterima, dan seperti yang kita ketahui bahwa Jual beli online dilakukan untuk mengurangi biaya, ketika kita ingin memberi produk tertentu, dan mudahnya mendapatkan barang yang diinginkan. Dalam jual beli barang Bekas pada *e-commerce* shopee ini juga banyak terjadi permasalahan yang dimana barang yang dibeli oleh konsumen banyak barang yang rusak, barang tidak sampai, barang palsu, dan bahkan barang tidak sesuai dengan konsumen pesan, dalam hal ini juga transaksi jual beli barang Bekas secara online banyak terjadi penipuan terhadap konsumen.

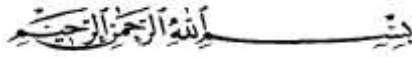
Teori yang dipaparkan dalam penelitian ini berkaitan dengan teori analisis, perilaku konsumen, faktor- faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam memutuskan pembelian secara online, pengertian jual beli, rukun dan syarat jual beli, etika dan prinsip jual beli, *e-commerce*, barang bekas, shopee, teori konsumsi. Menurut para ahli Suherman, jual beli via internet yaitu sebuah akad jual beli yang dilakukan dengan menggunakan serana elektronik (internet baik berupa barang maupun jasa).

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode deskriptif sumber data yang digunakan adalah data primer dan data skunder, sedangkan teknik pengumpulan data penelitian ini adalah wawancara, observasi dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa perilaku Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli Barang Bekas Secara Online pengetahuan mahasiswa tentang jual beli online ini sudah tidak asing bagi mereka dan para konsumen melakukan transaksi ini secara sadar dan alami yang dimana kepercayaan konsumen dan ketertarikan konsumen untuk berbelanja secara online yang memudahkan konsumen untuk membeli barang, produk, dan jasa, meski banyak konsumen yang mengalami penipuan barang atau produk yang cacat tidak sesuai dengan deskripsi yang telah tertera di dalam aplikasi, terkadang juga pengiriman yang kurang aman sehingga barang, atau produk yang dibeli mengalami kerusakan. Kepuasan dan kepercayaan konsumen setelah melakukan transaksi jual beli barang bekas secara online banyak dan konsumen merasa puas dan percaya untuk berbelanja barang bekas secara online lagi. Dikarenakan dalam perusahaan *platform* shopee menerapkan metode pembayaran COD (*Cash On Delivery*), Discount sale gratis ongkir setiap bulannya, dan lebih memudahkan para konsumen untuk melakukan transaksi jual beli barang bekas secara online.

Kata kunci: Perilaku Konsumen, Transaksi Jual Beli, Barang Bekas, Shopee

KATA PENGANTAR



Assalaamu ‘alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Syukur Alhamdulillah peneliti ucapkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya yang tiada henti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul penelitian “ANALISIS PENGGUNAAN TRANSAKSI NON TUNAI MENGGUNAKAN APLIKASI DIGITAL PADA MASA COVID-9 DI PT. PEGADAIAN SYARIAH UPS SIBUHUAN”. Serta tidak lupa juga shalawat dan salam senantiasa dicurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, seorang pemimpin umat yang patut dicontoh dan diteladani kepribadiaannya dan yang senantiasa dinantikan syafaatnya di hari akhir.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, yaitu:

1. Bapak Prof Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., Rektor Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan serta Bapak Dr. Erawadi, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Dr. Anhar, MA., Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum,

Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si., selaku wakil Dekan Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Ibu Dr. Rukiah, S.E, M.Si, selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Ibu Dra. Hj. Replita, M.Si., Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah, serta seluruh Civitas Akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
4. Prof. Dr. Darwis Harahap, S.H.I, M.Si., selaku pembimbing I dan Bapak Muhammad Wandisyah R Hutagalung, M.E., selaku pembimbing II, yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak serta Ibu Dosen Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

6. Teristimewa kepada keluarga tercinta Ayahanda Alm. Damron Junaidi Lubis dan Ibunda Mas Khoiroh Hasibuan beserta kedelapan saudara/i peneliti yakni Eka Efriza Lubis, Doni Hendri Husayni Lubis, Beni Hendri Murdani Lubis, Rido Hamdani Lubis, S.o.s. Rahmat Zailani Lubis, SE, Eva Monica Safitri Lubis, M.Pd, Jamal Lutdin Al Afgani Lubis, S.Pd, Dayatun Sholikin Lubis, S.Kom dan Keluarga Besarku yang paling berjasa dan paling berharga dalam hidup peneliti. serta telah menjadi penyemangat peneliti dalam menyelesaikan studi mulai dan tingkat sekolah dasar sampai kuliah di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Abmad Addary Padangsidempuan.
7. Kepada teman-teman terbaik peneliti, Persatuan Mahasiswa Islam Labuhanbatu selatan, Guntur Adi Syaputra S.H, Azrul Karim Nst, Irwan Syaputra Nst, Chendinda Claudiya, S.E terima kasih atas dorongan semangat, dukungan satu sama lain dan kebersamaan yang tidak terlupakan.
8. Rekan-rekan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2019 khususnya Program Studi Ekonomi Syariah (Ekonomi Syariah-7) dan rekan-rekan Asrama Putra Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan khususnya Asrama H-2 yang telah berjuang bersama-sama untuk meraih gelar S.E (Sarjana Ekonomi), semoga kita semua sukses dalam meraih cita-cita.
9. Seluruh Responden yang bersedia meluangkan waktu untuk peneliti, terimakasih atas kerjasamanya.

10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Semoga Allah SWT senantiasa membenarkan balasan yang jauh lebih baik atas amal kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti. Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas karunian-nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada diri peneliti. Peneliti juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dan kata sempurna, untuk itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Padangsidempuan, Agustus 2023
Peneliti

ABDUL IKHSAN LUBIS
NIM. 19 402 00280

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. Konsonan




Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan Latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	šad	š	S (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	žā	ž	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..’..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye



B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

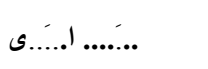


1. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	fatḥah	A	A
	Kasrah	I	I
	ḍommah	U	U

2. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
	fatḥah dan ya	Ai	a dan i
	fatḥah dan wau	Au	a dan u

3. *Maddah* adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Tanda dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
	fatḥah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

C. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *Ta Marbutah* ada dua.

1. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dummah, transliterasinya adalah /t/.
2. *Ta Marbutah* mati yaitu *Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *Ta Marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *Ta Marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

D. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

E. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.
2. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

F. Hamzah

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila *hamzah* itu diletakkan di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

G. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun huruf ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

H. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf capital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal capital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak dipergunakan.

I. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
HALAMAN PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
SURAT PERNYATAAN HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
DEWAN PENGUJI SIDANG	
PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITER ARAB-LATIN.....	v
DAFTAR ISI.....	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah.....	5
C. Batasan Istilah	6
D. Rumusan Masalah	9
E. Tujuan Penelitian.....	9
F. Kegunaan Penelitian.....	9
G. Sistematika Pembahasan	10
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kerangka Teori.....	12
1. Analisis	12
2. Perilaku Konsumen	13
3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Memutuskan Pemeblian Sacara Online	14
4. Pengertian Jual Beli	16
5. Rukun dan Syarat Jual Beli	19
6. Etika dan Prinsip Jual Beli	20
7. E-commerce	24
8. Barang Bekas	27
9. Shopee	27
10. Teori Konsumsi	28
B. Penelitian Terdahulu	29
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	37
B. Jenis Penelitian.....	37
C. Unit Analisis/Subjek Penelitian	37
D. Sumber Data.....	38
1. Data Primer.....	38
2. Data Skunder	38
E. Teknik Pengumpulan Data.....	39

1. Wawancara	39
2. Observasi	39
3. Dokumentasi	40
F. Teknik Pengolahan dan Analisi Data.....	40
G. Teknik Pengecekan Keabsahan Data	41
 BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	43
1. Sejarah Singkat Berdirinya Faktultas Ekonomi dan Bisnis Islam Uin Syahada Padangsidempuan.....	43
2. Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	44
3. Struktur Organisasi	45
B. Hasil Penelitian	46
1. Perilaku Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli Barang Bekas Secara Online	48
2. Kepuasan dan kepercayaan konsumen setelah melakukan transaksi jual beli barang bekas secara online	50
C. Pembahasan Hasil Peneliti	55
D. Keterbatasan Peneliti.....	58
 BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	60
B. Saran.....	61
 DAFTAR PUSTAKA	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sebagai makhluk sosial, manusia tidak bisa lepas dari muamalah, terutama dalam hal jual beli untuk kebutuhan sehari-hari maupun untuk jangka waktu yang panjang. Demi mencukupi keperluan tersebut manusia mengerjakan berbagai jual beli, jual beli ialah satu diantara sekian banyak aktivitas muamalah yang lainnya, kegiatan jual beli juga dapat meningkatkan kesejahteraan bagi kehidupan manusia. Sebagai penunjang kegiatan tersebut, manusia membutuhkan teknologi untuk memudahkan manusia dalam menjalani aktivitas kesehariannya. Saat ini teknologi sangat berperan penting dalam kehidupan masyarakat, dimana teknologi dapat menghubungkan antara tempat satu dengan yang lain, teknologi dapat menghubungkan antara si A dan si B dalam berkomunikasi. Teknologi sangat memudahkan manusia untuk menjalani aktivitasnya.¹

Teknologi mengalami peningkatan kegunaan, saat ini dengan teknologi kita bisa menyaksikan kejadian yang jauh dari tempat tinggal kita, kita juga dapat berkomunikasi jarak jauh dengan keluarga maupun kerabat kita, teknologi juga bisa mengantarkan kita kemana saja yang kita mau, dengan teknologi kita juga dapat membeli keperluan yang ada di rumah kita. Dengan berkembangnya teknologi kita tidak perlu keluar untuk membeli makanan minuman kebutuhan dapur, kebutuhan rumah dan lain-lain. Kegiatan tersebut dikenal dengan sebutan jual beli *online (e-commerce)*.

¹ Noegroho, A. (2010). *Teknologi Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu. hal. 2

Hadirnya *e-commerce* yang dibuat dengan latar belakang prinsip-prinsip memang sangat dibutuhkan. Adanya situs jual beli *online* yang menerapkan prinsip Islam sudah mulai menunjukkan keberadaan dan perkembangannya masing-masing, perkembangan ini dapat memicu kesadaran umat muslim dalam memanfaatkan perubahan teknologi, yang saat ini sudah mengalami peningkatan. Seiring perjalanan waktu, beragam jenis situs *e-commerce* yang menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman. Dengan adanya perkembangan tersebut, lambat laun muncul berbagai macam jenis *e-commerce* yang menyebabkan adanya persaingan antara satu *e-commerce* dengan *e-commerce* lainnya, baik yang baru merintis maupun yang situs jual belinya sudah dikenal banyak orang, dari berbagai negara. Para pengusaha juga menciptakan ide-ide baru untuk menarik minat para konsumen, salah satunya dengan menciptakan situs *e-commerce*, dimana dalam sistemnya terdapat prinsip Syariah, dalam bentuk yang berbeda.²

Transaksi Jual beli merupakan transaksi saling tukar menukar barang antara satu dengan yang lainnya untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Jual beli yang sah terjadi jika ada kesepakatan antara penjual dan pembeli, dizaman yang serba canggih ini, perkembangan teknologi semakin maju dan pesat. Orang-orang jadi semakin mudah untuk saling berinteraksi dan bertransaksi melalui internet atau *online*, bahkan dengan jarak yang cukup jauh sekalipun, dengan adanya jual beli *online* ini kebutuhan dapat dipenuhi dengan cepat tanpa harus repot-repot mencari keluar dan juga dapat menghemat waktu dan *energy*. Jual beli *online* yaitu penjual menjual barangnya, dan sipembeli membelinya dengan menukarkan

²Tech In Asia: Tren StartUp di tahun 2016 mendatang. Diakses pada 05 Januari 2023 dari <https://id.techinasia.com/talk/bagaimana-tren-startup-di-tahun-2016-mendatang>.

barang tersebut dengan sejumlah uang yang telah disepakati oleh kedua belah pihak. Jual beli *online* adalah proses pemindahan hak milik/barang atau harta kepada pihak lain dengan menggunakan sejumlah uang sebagai alat tukarnya.³

Prinsip Islam sudah tentu diciptakan sesuai ajaran Islam, dengan tidak menjadikan umat muslim sebagai benda nyata yang relatif mudah untuk diperjual belikan semata-mata hanya untuk memperoleh keuntungan. *E-commerce* seharusnya dapat memberi saran dalam aktivitas muamalah agar tidak ada yang merasa saling dirugikan, dan bisa menjadikan hukum Islam sebagai dasar perekonomian yang sehat. Masyarakat sangat membutuhkan *e-commerce* yang baik, dapat dilihat dari beberapa kejadian dimana banyak kejadian penipuan yang terjadi dalam jual beli *online*.⁴ Seperti pernyataan Kaspersky Lab, seperti yang ditulis di beritasatu.com, mengatakan bahwa Indonesia masuk sebagai negara yang mengalami kasus penipuan *online* di tingkat tiga besar dengan perhitungan 26%, selanjutnya Vietnam dengan 25% dan India sebesar 24%.⁵

Jual beli *online* dilakukan untuk mengurangi biaya, ketika kita ingin membeli produk tertentu. Mudah-mudahan mendapatkan barang yang diinginkan juga merupakan kelebihan dari jual beli *online*. Namun disisi lain, jual beli *online* sangat mungkin akan terjadinya penipuan dalam transaksinya, apalagi terhadap barang Bekas. Karena pembeli tidak bisa melihat detail secara langsung bagaimana bentuk dan fungsi barang tersebut, apakah barang tersebut masih berfungsi atau

³ Meida Lutfi Samawi, Jual Beli Online Dalam Perspektif Ekonomi Islam, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol.1. No. 2, 2019, hlm 53-54

⁴ Ambar ati, E-commerce Dalam Perspektif Perlindungan Konsumen, Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 1, No. 2, hlm. 2

⁵ Misbahul Ulum, Prinsip-Prinsip Jual Beli online Dalam Islam dan Penerapannya Pada E-commerce Islam Di Indonesia, Jurnal Dinamika Ekonomi dan Bisnis, Vol.17, No.1, 2020 hlm.50

tidak. Karena tidak bisa melihat barang yang akan dibeli secara langsung inilah yang akan menimbulkan *gharar* atau tindakan yang dapat merugikan konsumen. Karena adanya berbagai macam permasalahan barang dalam keadaan pecah, sobek, rusak pada sistem barang elektronik, barang yang dibeli tidak sesuai dengan deskripsi penjual, barang yang dipesan tidak sampai kepada pembeli dan lain-lain, yang menjadi landasan bagi prinsip ekonomi Syariah dalam menyelesaikan persoalan tersebut dengan cara, pembeli berhak mengajukan hak *khiyar* untuk mempertahankan haknya, hak *khiyar* merupakan, kebebasan bagi para pembeli untuk mempertahankan atau melanjutkan transaksi.⁶

Seperti hasil observasi dari peneliti, pada kenyataannya dilapangan 8 dari 10 pengguna *e-commerce* dalam *platform* aplikasi shopee pernah mengalami permasalahan yang sama, yaitu kecewa dengan penerimaan barang Bekas yang sudah dipesan, seperti yang dialami oleh saudara Apriadi mengatakan bahwa:

“ saya pernah memesan sebuah *Smartphone second like new* yang dimana dalam deskripsi pejualannya barang tersebut masih dalam keadaan mulus ataupun tidak cacat dan layak digunakan , yang dimana saya memesan barang tersebut melalui aplikasi shopee, namun ketika barang sudah sampai kepada saya, barang tersebut tidak bisa digunakan dan barang tersebut juga dalam keadaan cacat atau tidak sesuai dengan deskripsi sipenjual”.⁷

Kemudian dalam hasil wawancara dengan saudari Herlina mengantakan bahwa: “saya pernah memesan baju *trifthing*/baju Bekas di shopee, namun

⁶ Hidayat, E. (2015). *Fiqh Jual Beli*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya . hal. 4-5.

⁷ Hasil Wawancara dengan Apriadi Hasibuan, Pengguna Aplikasi Shopee, Pada Tanggal 04 Januari 2023, Jam 14.15 WIB.

didalam aplikasi barang tersebut sudah saya terima tetapi pada kenyataannya barang tersebut belum ada saya terima”.⁸

Pada dasarnya dalam pembelian barang Bekas ini konsumen merasa puas dengan barang yang diterima, dan seperti yang kita ketahui bahwa Jual beli *online* dilakukan untuk mengurangi biaya, ketika kita ingin memberi produk tertentu, dan mudahnya mendapatkan barang yang diinginkan. Dalam jual beli barang Bekas pada *e-commerce* shopee ini juga banyak terjadi pemasalahan yang dimana barang yang dibeli oleh konsumen banyak barang yang rusak, barang tidak sampai, barang palsu, dan bahkan barang tidak sesuai dengan konsumen pesan, dalam hal ini juga transaksi jual beli barang Bekas secara online banyak terjadi penipuan terhadap konsumen.

Dari latar belakang masalah diatas maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “**Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli Barang Bekas Secara Online (Studi kasus Pada Platform Perdagangan Elektronik Shopee)**”

B. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, agar penelitian ini relevan dan dapat dipahami, perlu dilakukan pembatasan masalah agar tidak terjadi kesalahan dalam menginterpretasikan topic penelitian. Oleh karena itu, peneliti khusus meneliti pada perilaku konsumen pada transaksi jual beli barang Bekas secara online. Adapun transaksi jual beli secara online ini adalah *platform*

⁸ Hasil Wawancara dengan Herlina Harahap, Pengguna Aplikasi Shopee, Pada Tanggal 04 Januari 2023, Jam 14.40 WIB

shopee. Yang mana responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan transaksi jual beli barang Bekas secara online pada *platform* shopee.

C. Batasan Istilah

1. Analisis

Analisi adalah suatu pemeriksaan dan penafsiran mengenai hakikat dan makna sesuai kegiatan berfikir saat mengkaji bagian-bagian untuk mengetahui ciri masing-masing komponen dan kaitannya. Analisis dalam penelitian ini adalah perilaku konsumen shopee dalam jua beli barang Bekas secara online.

2. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan suatu proses yang berkaitan dengan adanya suatu proses pembelian, pada saat itu konsumen melakukan aktivitas seperti melakukan pencarian, peneitian, dan pengevaluasian produk dan jasa (*product and service*). Perilaku konsumen merupak sesuatu yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan dalam pembelian. Perilaku konsumen adalah sebuah kegiatan yang berkaitan erat dengan proses pembelian suatu barang atau jasa. Perilaku konsumen juga selain itu juga merupakan hal-hal yang mendasari dan menjadikan konsumen untuk membuat keputusan pembelian.

3. Transaksi Jual Beli

Jual beli merupakan perjanjian timbal balik, dimana pihak yang satu (penjual) berjanji untuk menyerahkan hak milik atas suatu barang sedangkan pihak kedua (pembeli), berjanji untuk membayar harga yang terdiri atas sejumlah uang sebagai imbalan dari perolehan hak tersebut. Barang yang menjadi objek jual beli, setidaknya dapat ditentukan ujud dan jumlahnya pada

saat ia akan diserahkan hak miliknya kepada pembeli. Jual beli juga dapat dimaknai sebagai perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai, dan secara sukarela diantara kedua pihak, dimana pihak yang satu menerima barang dan pihak kedua menerima uang yang bernilai sesuai dengan perjanjian dan ketentuan yang telah dibenarkan secara syara' dan disepakati oleh keduanya

4. Barang Bekas

Sedangkan barang *Bekas* merupakan barang bekas pakai atau *ex-pakai* yang masih layak untuk digunakan kembali. Ada beberapa istilah sebelumnya yang digunakan untuk menyebut barang bekas, yakni *Bekas hand, garage sale*, cakar dan istilah yang sedang populer adalah *preloved*. Meskipun barang bekas sangat beragam, istilah *preloved* digunakan secara terbatas. Misalnya untuk barang bekas seperti elektronik, *furniture*, laptop menggunakan istilah *Bekas hand*, sementara untuk barang bekas seperti kosmetik, fashion menggunakan istilah *preloved*.⁹

5. Shopee

Shopee merupakan salah satu perusahaan teknologi yang ada di Indonesia dan memiliki misi menciptakan perekonomian yang adil untuk semua. Shopee didirikan pada tahun 2009, oleh tiga orang yaitu Chris Feng sebagai CEO, Shopee didirikan dengan tujuan untuk menyediakan platform yang bisa digunakan baik oleh penjual maupun pembeli dari berbagai belahan Asia Tenggara demi tercapainya dunia yang lebih baik melalui kekuatan

⁹ Nimpuno, H.B. (2014). Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta: Pandom Media Nusantara. hal.99

transformatif Teknologi. Tujuan Shopee juga untuk menawarkan pengalaman berbelanja dan berjualan online dengan berbagai macam pilihan produk, jasa fulfillment yang mudah digunakan dari beragam komunitas sosial. Shopee merupakan satu dari sekian banyak *platform* perdagangan elektronik yang sangat terkenal di Indonesia.¹⁰

Selama Januari-Desember 2023, secara kumulatif situs Shopee meraih sekitar 2,3 miliar kunjungan, jauh melampaui para pesaingnya, Dimana perbandingan platform penjualan e-commerce sebagai berikut:

No	Nama Data	Nilai
1.	Shopee	2.349.900.000
2.	Tokopedia	1.254.700.000
3.	Lazada	762.400.000
4.	Blibli	337.400.000
5.	Bukalapak	168.200.000

Alasan peneliti memilih *platform* shopee dikarenakan shopee adalah salah satu situs elektronik komersial terbesar di Asia dan juga di Indonesia, namun aplikasi ini masih memiliki beberapa masalah dalam segi pelayanan bagi konsumen yang merasa tidak puas, dikarenakan penjualan barang *Bekas* dalam *platform* ini masih belum sempurna yang menimbulkan gharar atau tindakan yang dapat merugikan konsumen.

¹⁰ Tentang Kami - About Us Shopee, diakses pada tanggal 14 April 2022 dari <https://www.shopee.com/terms#introduction>

D. Rumusan Masalah

Dari beberapa uraian yang peneliti kemukakan pada bagian latar belakang diatas, makka peneliti dapat merumuskan permasalahannya sebagai berikut:

1. Bagaimana perilaku konsumen terhadap transaksi jual beli barang Bekas secara online?
2. Bagaimana kepuasan dan kepercayaan konsumen setelah melakukan transaksi jual beli barang Bekas secara online?

E. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan apa yang ingin dicapai berdasarkan permasalahan yang ada di atas yaitu:

1. Untuk mengetahui perilaku konsumen terhdapa transaksi jual beli barang Bekas secara online
2. Untuk mengetahui kepuasa dan kepercayaan konsumen setelah melakukan transaksi jual beli barang Bekas secara online.

F. Kegunaan Peneitian

1. Bagi peneliti

Dengan adanya penelitian ini diharapkan memberikan kegunaan kepada penulis berupa wawasan, pengetahuan, dan pengalaman yang berkaitan dengan masalah yang diteliti secara teori maupun praktik yaitu tentang perspektif ekonomi syariah tentang sistem proteksi pada transaksi jual beli barang Bekas secara online.

2. Bagi Institusi

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan referensi pelajaran dan bagi kalangan yang akan melakukan penelitian lebih lanjut terutama di Fakultas Ekonomi Bisnis Islam.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan dapat memberikan manfaat berupa tambahan pengetahuan dan wawasan kepada peneliti selanjutnya serta sebagai bahan acuan dalam penulisan skripsi selanjutnya.

G. Sistematika Pembahasan

Adapun sistematika pembahasan dalam penelitian ini, peneliti membagi pembahasan menjadi lima bab dalam tiap-tiap bab tersebut terdiri beberapa sub bagian. Sistematika dalam penelitian ini adalah:

BAB I PENDAHULUAN, Bab ini membahas tentang latar belakang masalah yaitu fenomena yang menjadi sebab penelitian ini dilakukan, identifikasi masalah yaitu masalah-masalah yang terdapat dalam penelitian ini, batasan masalah untuk memudahkan penelitian dalam mengungkapkan masalah yang terdapat dalam penelitian ini, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II KAJIAN TEORI, Bab ini membahas kerangka teori, penelitian terdahulu.

BAB III METODE PENELITIAN, Bab ini membahas metode penelitian membahas lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN, Bab ini membahas hasil penelitian, klarifikasi bahasan disesuaikan dengan pendekatan, sifat penelitian, dan rumusan masalah atau focus penelitiannya.

BAB V PENUTUP, Bab ini berisi kesimpulan, saran-saran atau rekomendasi. Kesimpulan menyajikan secara ringkas seluruh penemuan penelitian yang ada hubungannya dengan masalah penelitian. Kesimpulan diperoleh berdasarkan hasil analisis dan interpretasi data yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Analisis

Menurut Spradley dalam Sugiyono mengatakan bahwa analisis adalah sebuah kegiatan untuk mencari suatu pola selain itu analisis merupakan cara berpikir yang berkaitan dengan pengujian secara sistematis terhadap sesuatu untuk menentukan bagian, hubungan antar bagian dan hubungannya dengan keseluruhan.¹¹ Analisis adalah kajian yang dilaksanakan terhadap sebuah bahasa guna meneliti struktur bahasa tersebut secara mendalam. Jadi analisis disini adalah sebuah kajian yang di teliti guna mendapatkan hasil yang mendalam. Analisis dapat didefinisikan sebagai penguraian dari suatu sistem informasi yang utuh ke dalam bagian-bagian komponennya dengan maksud untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi permasalahan, kesempatan, hambatan yang terjadi dan kebutuhan yang diharapkan sehingga dapat diusulkan perbaikannya. Sedangkan Komarudin mengemukakan bahwa analisis adalah kegiatan berpikir untuk menguraikan suatu keseluruhan menjadi komponen sehingga dapat mengenal tanda-tanda komponen, hubungannya satu sama lain dan fungsi masing-masing dalam satu keseluruhan yang padu.¹²

¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)* (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 335.

¹² Komaruddin, *Ensilopedia Manajemen, Edisi ke 5* (Jakarta: Bumi Aksara, 2001), hlm. 53.

Berdasarkan pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa analisis adalah suatu kegiatan berpikir untuk memecahkan atau menguraikan satu pokok menjadi bagian-bagian atau komponen-komponen yang lebih rinci sehingga dapat diketahui penjelasan, karakteristik dari setiap bagian, dan keterkaitan antara satu sama lain secara keseluruhan.

2. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan suatu proses yang berkaitan dengan adanya suatu proses pembelian, pada saat itu konsumen melakukan aktivitas seperti melakukan pencarian, penelitian, dan pengevaluasian produk dan jasa (product and services). Perilaku konsumen merupakan sesuatu yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan dalam pembelian. Perilaku konsumen adalah sebuah kegiatan yang berkaitan erat dengan proses pembelian suatu barang atau jasa. Perilaku konsumen juga selain itu juga merupakan hal-hal yang mendasari dan menjadikan konsumen untuk membuat keputusan pembelian.¹³

Menurut Engel at al dalam Bilson Simamora menyebutkan perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat untuk mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan ini. Sedangkan menurut Loudon dan Bitta lebih menekankan perilaku konsumen sebagai suatu proses pengambilan keputusan. Mereka mengatakan bahwa perilaku konsumen adalah prose pengambilan keputusan yang mensyaratkan aktivitas individu

¹³ Bison Simamora, Panduan Riset Perilaku Konsumen (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002), h. 01

untuk mengevaluasi, memperoleh, menggunakan, atau mengatur barang dan jasa.¹⁴

Menurut Kotler dalam Sangadji menjelaskan perilaku konsumen sebagai suatu studi tentang unit pembelian bisa perorangan, kelompok, atau organisasi. Unit-unit tersebut akan membentuk pasar sehingga muncul pasar individu atau pasar konsumen, unit pembelian kelompok, dan pasar bisnis yang dibentuk organisasi.¹⁵

Perilaku konsumen adalah suatu proses yang memiliki kaitan erat dengan proses pembelian. Saat itu konsumen melakukan efektivitas-efektivitas seperti melakukan pencarian, penelitian, dan pengevaluasian produk, dan sampai kepada membuat keputusan pembelian. Menurut Setiadi mendefinisikan perilaku konsumen adalah suatu tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan tersebut.¹⁶

3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Memutuskan Pembelian Secara Online

Menurut Kotler dan Keller, faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Faktor tersebut adalah dasar penentu seseorang melakukan pembelian. Perilaku konsumen

¹⁴ Bison Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002), h. 01

¹⁵Marheni Eka Saputri, “Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Online Produk Fashion Pada Zalora Indonesia,” dalam *Jurnal Sositologi*, vol. 15, h. 115

¹⁶ Nurul Hanifah dan Dedi Rianto Rahadi, “Analisis Perilaku Konsumen Dalam Memutuskan Pembelian Secara Online Pada Masa Pandemi Covid-19,” dalam *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, vol. 8, h. 113

melibatkan pikiran dan perasaan yang mereka alami serta tindakan yang mereka lakukan. Konsumen memerlukan pemikiran yang matang dalam mengambil keputusan pembelian dengan membandingkan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen selama kondisi pandemi seperti sekarang ini. Adapun hal hal yang mempengaruhinya yaitu:

- a. Faktor budaya terdiri atas budaya, subbudaya, dan kelas sosial.
- b. Faktor sosial terdiri atas kelompok referensi, keluarga, peran, dan status.
- c. Faktor pribadi terdiri atas usia, pekerjaan, keadaan ekonomi, kepribadian, dan gaya hidup.
- d. Faktor psikologis terdiri atas motivasi, persepsi, pembelajaran, dan memori.¹⁷

Sedangkan menurut Amstrong dan Kotler, faktor- faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen (Consumer behaviour) yaitu:

- a. Budaya, sub-budaya dan kelas sosial sangat penting bagi perilaku pembelian. Budaya merupakan kumpulan dari nilai dasar, persepsi, keinginan, dan perilaku yang dipelajari dari anggota sosial seperti keluarga dan institusi penting lainnya. Sub-budaya adalah sekelompok orang yang berbagai nilai sistem berdasarkan pengalaman hidup dan situasi (nasionalisme, agama, dan ras). Kelas sosial relatif permanen dimana anggotanya berbagai nilai, ketertarikan, dan perilaku yang mirip.
- b. Sosial, perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status sosial. 3) Pribadi,

¹⁷ Kotler et. al., Marketing Management, (England: Person Education, 2012)

keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Meliputi usia, tahap dalam siklus kehidupan, pekerjaan, dan keadaan ekonomi.

- c. Psikologis, serta perangkat proses psikologis berkombinasi dengan karakteristik konsumen tertentu untuk menghasilkan proses keputusan dan keputusan konsumen.¹⁸

4. Pengertian Jual Beli

Jual beli merupakan perjanjian timbal balik, dimana pihak yang satu (penjual) berjanji untuk menyerahkan hak milik atas suatu barang sedangkan pihak kedua (pembeli), berjanji untuk membayar harga yang terdiri atas sejumlah uang sebagai imbalan dari perolehan hak tersebut. Barang yang menjadi objek jual beli, setidaknya dapat ditentukan ujud dan jumlahnya pada saat ia akan diserahkan hak miliknya kepada pembeli. Jual beli juga dapat dimaknai sebagai perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai, dan secara sukarela diantara kedua pihak, dimana pihak yang satu menerima barang dan pihak kedua menerima uang yang bernilai sesuai dengan perjanjian dan ketentuan yang telah dibenarkan secara syara' dan disepakati oleh keduanya. Sesuai dengan ketentuan hukum yaitu memenuhi persyaratan, rukun-rukun dan hal-hal lain yang ada kaitannya dengan jual beli, sehingga bila syarat-syarat dan rukunnya tidak terpenuhi berarti tidak sesuai dengan kehendak syara', sebaliknya apabila telah

¹⁸ Gary Amstrong et.al., Manajemen Pemasaran, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003)

memenuhi rukun dan syarat tersebut maka jual beli yang dilakukan sah secara syara'.¹⁹

Jual beli dalam istilah *fiqh* disebut dengan *al-bai'* yang artinya menjual, mengganti, dan menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain. Lafal *albai'* dalam bahasa Arab, terkadang digunakan untuk pengertian lawannya, yakni kata *yashtarii* yang berarti "beli". Dengan demikian, kata *al-bai'* berarti jual, sekaligus juga berarti Jual beli atau bisnis menurut bahasa berasal dari kata (*bay'a*) bentuk jamaknya (*buyuu'un*), dan bentuk konjungsinya (*baa'a – yabii'u – bay'an*) yang artinya menjual. Secara bahasa, jual beli berarti menukarkan sesuatu dengan sesuatu Sedangkan menurut istilah yang dimaksud jual beli berarti, menukar barang dengan barang atau barang dengan uang dengan maksud melepaskan hak milik dari pihak satu kepada pihak yang lain atas dasar saling merelakan atau suka sama suka.

Secara terminologi terdapat beberapa pengertian jual beli dari para ulama, yaitu:

- a. Menurut ulama hanafiyah, mengartikan jual beli dengan tukar menukar barang atau harta dengan semacamnya, dengan cara yang sah yakni ijab qabul.
- b. Menurut ulama Malikiyah, Syafi'iyah, dan Hanabilah, mengartikan jual beli, sebagai hak milik dan kepemilikan, hal tersebut dikarenakan, tidak semua jenis tukar menukar benda yang sifatnya tidak mesti memiliki.

¹⁹ R. Subekti, Aneka Perjanjian, cet. Kesepuluh (Jakarta: PT.Citra Aditya Bakti, 1995), hlm. 1

- c. Menurut Imam Nawawi, jual beri adalah tukar menukar barang dengan barang lain, yang bertujuan untuk memindahkan kepemilikan benda tersebut
- d. Menurut Ibnu Qudamah, jual beli merupakan tukar menukar barang dengan barang lain dengan tujuan, memindahkan dan menerima hak milik

Dari beberapa definisi diatas, jual beli dapat diartikan sebagai perjanjian tukar menukar barang atau benda yang memiliki nilai, yang dilakukan secara sukarela atau suka sama suka, antara kedua belah pihak, dimana pihak satu menerima barang.²⁰

Penjelasan mengenai arti jual beli secara bahasa setidaknya menunjukkan tiga hal, yaitu:

- a. Secara implisit menunjukkan bahwa dalam akad jual beli terdapat dua pihak yang berperan sebagai penjual dan pembeli
- b. Terdapat objek yang diperuntukkan, yaitu barang yang dijual (mabi) dengan harga (tsaan).
- c. Secara tidak langsung juga menunjukkan bahwa dalam akad jual beli terdapat dua objek, yaitu barang yang dijual (mutsman/matsmun) dan harga (tsman).

Arti jual beli secara istilah dijelaskan oleh ulama sebagai berikut:

- a. Ulama hanafiyah menjelaskan bahwa yang dimaksud jual beli secara istilah adalah pertukaran harta dengan harta secara khusus, atau pertukaran sesuatu yang diinginkan yang berguna (mufid) dengan cara khusus, yaitu ijab (

²⁰ ibid

ucapan/perbuatan yang menunjukkan penawaran) dan qabul (ucapana/perbuatan yang menunjukkan penerimaan).

- b. Al-sayyid sabiq menyatakan bahwa jual beli adalah pertukaran harta dengan jalan saling merelakan (mubadalat al-mal bi al-mal ala sabil al-taradha) atau pemindahan kepemilikan barang dengan penggantian atas kehendak masing-masing pihak.²¹

5. Rukun dan Syarat Jual Beli

Manusia adalah makhluk sosial yang membutuhkan interaksi dengan orang yang berada di sekitarnya, dengan berinteraksi mereka dapat mengambil dan memberikan manfaat satu sama lain. Salah satu praktik yang merupakan hasil interaksi sesama manusia yaitu, terjadinya jual beli yang dengannya mereka mampu mendapatkan kebutuhan yang mereka inginkan. Islam mengatur jual beli ini dengan rinci dan seksama, sehingga ketika mengadakan transaksi jual beli, manusia mampu berinteraksi dalam tuntunan syariat, agar terhindar dari tindakan-tindakan yang merugikan terhadap sesama manusia, hal ini menunjukkan bahwa Islam merupakan ajaran yang bersifat universal dan menyeluruh.

Jual beli mempunyai rukun dan syarat yang harus dipenuhi, agar jual beli itu dapat dikatakan sah oleh *syara'*. Rukun Jual beli ada tiga, yakni :

- a. Akad (ijab kabul)
- b. Orang-orang yang berakad (penjual dan pembeli)

²¹ Dr. Darwis Harahap, S.H.i., M.si. Dr. H. Arbanur Rasyid, M.A. Idris Saleh, S.E.I., M.E. *Fiqih Muamalah 1*, jl. Gagak Hitam, Komplek Bumi Seroja Permai Villa 18, Medan Sunggal, Cv. Merdeka Kreasi Group Penerbit Nasional, Hal. 32

c. Barang (objek jual beli).²²

6. Etikan dan Prinsip-Prinsip Jual Beli

Selain sebagai agama spiritual, Islam juga memiliki segala kelebihan, dan merupakan konsep sosial religius yang banyak digunakan umat Islam. Pemikiran sosial dalam agama Islam secara pasti mengatur batasan memberikan batasan serta ekspresi kepada manusia. Kemampuan melepaskan diri dari norma moral dan etika yang disebut akhlakul karimah. Terkait dengan bagaimana manusia menerapkan sistem sosialnya yang disebut bermuamalah. Dalam bermuamalah ini kemudian secara mikro mengatur tentang perpindahan kepemilikan yang disebut dengan jual beli. seorang pengusaha muslim tidak akan mencurangi para konsumennya dengan mengambil laba sebanyak-banyaknya. Demikian pula ketika akan membeli barang, pembeli seharusnya tidak menego barang tersebut sehingga nilai barang tersebut menjadi hilang batas kerasionalitasannya, sehingga penjual tidak mendapatkan untung. Oleh sebab itu proporsi akan sangat penting dalam proses jual beli barang tersebut.²³

Al-Qur'an memberikan aturan agar ketika melakukan kegiatan mu'amalah terutama jual beli, agar tidak terjerumus dalam transaksi yang tidak dibenarkan syara', yang akan berujung kepada kemudharatan. Al-Qur'an melarang bisnis yang dilakukan dengan cara batil, karena akan merugikan orang lain atau pihak lain. Untuk menghindari hal tersebut, Al-Qur'an

²² Istianah, (2015, desember), Tinjauan Hukum Islam terhadap Jual Beli Pakaian Bekas di Pasar Bringharjo, Yogyakarta, Az-zarqa, Vol. 7, No. 2

²³ Misbahul ulum, "Prinsip-Prinsip Jual Beli Online Dalam Islam dan Penerapan Pada e-commerce Islam di Indonesia", *Jurnal Dinamika Ekonomi dan Bisnis*. Vol.17, No. 1, 2020

memberikan solusi dalam jual beli dengan cara *an-taradhin* (suka sama suka di antara kedua belah pihak yang berbisnis). Sebagaimana Firman Allah dalam surat al-Nisa (4) ayat 29 sebagai berikut:

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

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (An-Nisa’:29)

Ayat tersebut di atas menjelaskan bahwa Allah mengingatkan, supaya manusia tidak melakukan perbuatan batil untuk memperoleh harta, akan tetapi hendaklah kita peroleh harta itu dengan jalan perniagaan yang berdasarkan kerelaan di antara kamu, kerelaan yang tidak melanggar ketentuan agama. Karena harta benda mempunyai kedudukan di bawah nyawa, bahkan banyak nyawa dipertaruhkan untuk memperoleh dan mempertahankan harta.²⁴ Jual beli pada prinsipnya harus didasarkan pada hukum Islam, maka tidak boleh ada unsur *gharar* dalam objeknya misalnya ketika membeli barang *Bekas*, pembeli tidak tahu kekurangan apa saja yang ada pada barang tersebut, maka akan terjadi, pembeli merasa kecewa dan menganggap bahwa penjual tidak mau bertanggung jawab atas barang yang dijualnya. Secara pelaksanaannya, *gharar* diartikan ketidak jelasan dan tidak adanya kepastian terhadap barang yang menjadi objek transaksi, baik terkait kualitas, kuantitas, harga dan waktu

²⁴ Azzy, Y & Rusmani. (2018) Prinsip Bisnis dalam Perspektif Hukum Ekonomu Islam, Jurnal Hukum Ekonomi Syariah, Vol 5. No 2

penyerahan barang sehingga pihak kedua dirugikan. *Gharar* ini terjadi apabila mengubah sesuatu yang pasti menjadi tidak pasti.²⁵

Jual beli semakin hari, semakin bertambah macamnya karena jual beli terus mengalami perkembangan sesuai dengan kebutuhan manusia. Perkembangan terkini dari dunia internet, yang menjadikan dunia internet sebagai gaya hidup baru dalam kehidupan manusia. Penggunaan internet sebagai media perdagangan terus mengalami perkembangan dan peningkatan dari tahun ketahun. Ini disebabkan oleh berbagai manfaat yang didapat oleh perusahaan maupun konsumen dengan melakukan transaksi melalui internet.²⁶

Maka karena faktor tersebut, terdapat beberapa etika dan prinsip yang diajarkan oleh Rasulullah dalam hal jual beli agar tidak menimbulkan perpecahan di antara umatnya yang melaksanakan kegiatan ini, yaitu:

- a. Kejujuran, jangkauan jujur sangat luas, yaitu tidak melakukan penipuan contohnya tidak mempermainkan timbangan, tidak menyembunyikan cacat pada barang, dan lain-lain.
- b. Tidak bersumpah palsu, sumpah merupakan perbuatan yang sangat tidak dibenarkan dalam Islam, apalagi dengan maksud agar barang jualannya laris dan cepat habis terjual, Islam sangat mengecam hal tersebut.
- c. Amanah, memiliki arti yaitu dapat dipercaya, Amanah juga memiliki arti perintah atau pesan, oleh karena itu amanah memiliki makna kepercayaan terhadap seseorang.

²⁵ *ibid*

²⁶ Lestari, A.N.R. (2019, Januari) “*Analisis Terhadap Praktik Jual Beli Pakaian Bekas di Sosial Media Facebook Ditinjau dari Undang-Undang Konvensional dan Hukum Islam (Studi Kasus di Grup PL Tulungagung Preloved 2)*.”. Skripsi. (Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2019) hal. 3

- d. Takaran yang benar atau menakar yang benar sesuai dengan porsinya, merupakan suatu tindakan untuk mengambil hak orang lain, karena nilai dari timbangan yang benar harus diutamakan, sesuai dengan perintah yang ada di dalam Al-Quran.
- e. *Gharar*, *gharar* menurut bahasa memiliki arti, sesuatu yang tidak diketahui pasti benar atau tidaknya. *Gharar* juga dapat diartikan dengan “belum pasti” atau “tidak jelas”, dimana akan mengakibatkan kerugian apabila terdapat dalam jual beli.²⁷
- f. Tidak melakukan judi, dalam jual beli apabila dilakukan dengan cara melemparkan kepada suatu barang yang akan dibeli, apabila barang kena lemparan, maka pembelian berlangsung, dan sebaliknya jika tidak maka pembelian tidak terjadi.
- g. Tidak melakukan penipuan, yaitu menyembunyikan kondisi barang. Serta tidak diperbolehkan dalam menimbun barang karena akan menimbulkan keburukan pada lingkungan masyarakat dan sekitarnya
- h. Saling menguntungkan, merupakan prinsip utama dalam dunia bisnis, karena pada prinsip ini mengajarkan bahwa dalam jual beli, kedua buah pihak harus merasa sama-sama untung dan tidak ada pihak yang merasa dirugikan.
- i. Dilarang memperjual belikan barang haram, Islam melarang umatnya untuk memperjualbelikan barang yang haram dari segi zatnya, karena dapat membahayakan pada manusia itu sendiri,

²⁷ Qanitah An Nabila A'yun dan Nafish Maulidia cusma, “Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Pada E-commerce Pupular di Indonesia”, Jurnal Perbankan Syariah Darussalam, Vol. 1, No. 2, 2021

- j. Dilarang Mengambil riba, riba merupakan kelebihan dari keuntungan yang tidak dibenarkan agama, riba juga dilarang dari segala jenisnya
- k. Dilarang menawar barang yang sedang ditawarkan oleh orang lain, dimana barang tersebut yang telah disepakati harganya oleh penjual dan pembeli.

Berdasarkan poin-poin diatas bisa dipahami bahwa Islam sangat detail dalam mengatur akan hak dan kewajiban antara penjual dan pembeli.²⁸

7. E-Commerce

Penggunaan internet untuk kegiatan transaksi bisnis dikenal dengan istilah *Electronic Commerce (E-Commerce)*. *E-Commerce* dapat terjadi antara organisasi bisnis dengan konsumen, meliputi penggunaan Internet dan *World Wide Web* sebagai tempat penjualan produk dan pelayanan untuk konsumen. Penggunaan *e-commerce* telah mengalami peningkatan di Indonesia, penggunaan internet sebagai tempat jual beli merupakan hal yang penting, karena hal tersebut menandakan bahwa Indonesia dari segi bisnisnya telah mengalami perkembangan saat ini banyak perusahaan yang telah mengembangkan bisnisnya ke dalam bisnis *online* atau *e-commerce*, karena banyak manfaat yang didapatkan oleh para pelaku usaha dari bisnis *online*, diantaranya:

- a. Para konsumen tidak harus datang langsung ke toko untuk membeli barang yang diinginkan tanpa batas waktu yang ditentukan.

²⁸ Syaifullah, M.S. (2014, Desember). Etika Jual Beli dalam Islam. Hunafa. Jurnal Studi Islamika, Vol.11, No. 2

- b. Dari segi keuangan, konsumen dapat menghemat biaya yang dikeluarkan untuk bepergian ke toko. Sedangkan bagi pengusaha, dapat memasarkan produknya ke wilayah yang lebih luas, tidak hanya di dalam negeri saja.

Seiring dalam perkembangan dunia bisnis saat ini *e-commerce* merupakan salah satu kebutuhan penting, untuk meningkatkan serta memenangkan persaingan bisnis dan penjualan produk produk. Pada proses penggunaan *e-commerce*, kegiatan jual beli maupun pemasaran lebih efisien dimana penggunaan *e-commerce* tersebut akan memperlihatkan adanya kemudahan bertransaksi, pengurangan biaya untuk menuju tempat penjualan dan mempercepat proses transaksi.²⁹

Kualitas transfer data juga menjadi lebih baik daripada menggunakan proses manual, dimana tidak dilakukannya *entry* ulang yang memungkinkan terjadinya *human error*. Perdagangan elektronik atau yang disebut juga *e-commerce*, merupakan penggunaan jaringan komunikasi dan komputer untuk menjalankan proses bisnis. *E-commerce* ialah suatu sistem yang menggunakan internet dan komputer dengan browser web untuk mengenalkan, menawarkan, membeli dan menjual produk. Manfaat dengan penerapan *e-commerce* sebuah perusahaan dapat memiliki sebuah pasar internasional. Bisnis dapat dijalankan tanpa harus terbentur pada batas negara, dengan adanya teknologi digital. Biaya operasional dapat ditekan sedikit mungkin, mempercepat waktu pemrosesan dan mengurangi resiko *human error*, dan mengurangi penggunaan kertas dalam berbagai aktivitas pengerjaan

²⁹ Maulan S.M dkk. (2015,desember). Implementasi E-commerce sebagai Media Penjualan Online (Studi Kasus pada Toko Pastbrik Kota Malang). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol.29. No.1

mulai dari mendesain, memproduksi, pengiriman, pendistribusian hingga marketing.³⁰

Dalam pandangan Islam, jual beli merupakan salah satu jenis *mu'amalah* yang diatur oleh Islam. Secara formal, *e-commerce* pada dasarnya merupakan modal transaksi jual beli yang merupakan inovasi teknologi yang dikategorikan sebagai jual beli modern. Secara umum perdagangan secara Islam menjelaskan adanya transaksi yang bersifat fisik atau secara langsung, dengan menghadirkan benda tersebut sewaktu transaksi, sedangkan *e-commerce* tidak seperti itu. *E-commerce* merupakan bentuk kesepakatan pada transaksi jual beli yang memiliki ciri serta fokus yang lain dari dari refrentasi dari jual beli pada umumnya, cakupannya juga tidak hanya bersifat lokal, tetapi juga mendunia. Tidak mungkin untuk secara langsung mengubah persyaratan umum penjualan dan juga tidak akan cocok dengan *e-commerce*. Karena itu, seharusnya dilakukan penelitian apakah dengan menerapkan prinsip-prinsip Islam ketentuan hukum Islam, sesuai dengan sifat *e-commerce*, ataukah diperlukan pengetahuan yang luas yang yang berkaitan dengan transaksi *e-commerce*. *E-commerce* merupakan salah satu bentuk pengaplikasian Bai'salam, dimana pada saat akad berlangsung barang yang dibeli tidak berwujud, namun akan diserahkan pada kemudian hari, sesuai dengan kesepakatan antara penjual dan pembeli.³¹

³⁰ *ibid*

³¹ Muttaqin, A. (2010, januari-juni). "Transaksi E-commerce dalam tinjauan Hukum Jual beli islam". *Ulumuddin*, vol. 6, hal 459-467

8. Barang Bekas

Barang merupakan, setiap benda baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat diperjual belikan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen, dapat dikategorikan sebagai sebuah barang.

Sedangkan barang Bekas merupakan barang bekas pakai atau *ex-pakai* yang masih layak untuk digunakan kembali. Ada beberapa istilah sebelumnya yang digunakan untuk menyebut barang bekas, yakni *Bekas hand*, *garage sale*, *cakar* dan istilah yang sedang populer adalah *preloved*. Meskipun barang bekas sangat beragam, istilah *preloved* digunakan secara terbatas. Misalnya untuk barang bekas seperti elektronik, *furniture*, laptop menggunakan istilah *Bekas hand*, sementara untuk barang bekas seperti kosmetik, fashion menggunakan istilah *preloved*.³²

9. Shopee

Shopee merupakan salah satu perusahaan teknologi yang ada di Indonesia dan memiliki misi menciptakan perekonomian yang adil untuk semua. Shopee didirikan pada tahun 2009, oleh tiga orang yaitu Chris Feng sebagai CEO, Shopee didirikan dengan tujuan untuk menyediakan platform yang bisa digunakan baik oleh penjual maupun pembeli dari berbagai belahan Asia Tenggara demi tercapainya dunia yang lebih baik melalui kekuatan transformatif Teknologi.³³ Tujuan Shopee juga untuk menawarkan

³² Nimpuno, H.B. (2014). Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta: Pandom Media Nusantara. hal.99

³³Tentang Kami - About Us Shopee, diakses pada tanggal 14 April 2022 dari <https://www.shopee.com/terms#introduction>

pengalaman berbelanja dan berjualan online dengan berbagai macam pilihan produk, jasa fulfillment yang mudah digunakan dari beragam komunitas sosial. Shopee merupakan satu dari sekian banyak *platform* perdagangan elektronik yang sangat terkenal di Indonesia.³⁴

Setiap pihak yang berada di wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia dapat mengakses platform shopee untuk membuka lapak, membeli barang, menjual barang, menggunakan fitur layanan, atau hanya sekadar mengakses atau mengunjungi *Platform* shopee. Sebagai penunjang bisnis dan penyedia jasa, *platform* perdagangan elektronik shopee, menjamin keamanan dan kenyamanan bagi para Pengguna. Namun terlepas dari hal tersebut, tidak menutup kemungkinan akan terjadinya kecurangan atau pelanggaran pada setiap transaksi antar produsen dan konsumen.

10. Teori Konsumsi

Perilaku konsumsi manusia seringkali bersumber dari rasionalisme ekonomi (*economic rationalism*) dan *utilitarianism*, dimana keduanya lebih menitikberatkan, kepentingan pribadi, tanpa memperhatikan keadaan sekitar. Konsep mementingkan kepentingan pribadi secara ekonomi terkesan baik, akan tetapi tetap memiliki konsekuensi pada terhadap kebiasaan konsumsi yang lebih longgar, karena ukuran logis yaitu selama dapat memuaskan kepentingan pribadi.

Sedangkan, *utilitarianism* mengutamakan kepentingan pribadi bagaimana agar mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya, meskipun

³⁴ Tentang Kami - About Us Shopee, diakses pada tanggal 14 April 2022 dari <https://www.shopee.com/terms#introduction>

harus mengorbankan kepentingan pihak lain. Teori sikap konsumen rasional dalam model ekonomi konvensional menitikberatkan pada prinsip *utilitarianisme*.³⁵

Dalam ekonomi Islam, sangat berbeda dengan teori diatas, dimana Islam mengedepankan nilai keberkahan dan kebahagiaan di dunia maupun di akhirat. Karena itu tujuan dari ilmu ekonomi Islam yaitu tercapainya manfaat serta keberkahan oleh setiap orang, ataupun kelompok. Artinya dalam setiap kelompok tidak ada satu orangpun hidupnya berada dalam garis kemiskinan, karena tujuan akhir dalam konsumsi seorang muslim yaitu sebagai sarana penolong beribadah kepada Allah. Karena sesungguhnya niat untuk konsumsi, tidak lain untuk meningkatkan ketakwaan kepada Allah, yang dengannya manusia akan mendapatkan pahala. Sedangkan konsumsi dalam perspektif ekonomi konvensional dinilai sebagai tujuan terbesar dalam kehidupan dan segala bentuk kegiatan ekonomi. Bahkan ukuran kebahagiaan seseorang diukur dengan tingkat kemampuannya dalam mengkonsumsi. Pemikiran bahwa “konsumen adalah raja” menjadi arah bahwa aktivitas ekonomi khususnya produksi untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

B. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian terdahulu peneliti yang berhubungan dengan analisis perilaku konsumen pada transaksi jual beli barang Bekas secara online, sudah di teliti oleh peneliti sebelumnya dengan objek dan hasil yang berbeda, maka peneliti dapat mengambil beberapa penelitian terdahulu untuk memperkuat

³⁵ supatminingsih, T. (2018, Desember). Pola dan Perilaku Konsumen Rumah Tangga dalam Perspektif Ekonomi Islam di Kota Makassar, Jurnal Syariah dan Hukum, Vol. 16. No. 2. Hal 380-309

penelitian ini, adapun beberapa penelitian terdahulu tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Adhi Bawono, Isanawikrama, Kusumah Arif, Yohanes Jhony Kurniawan. (Jurnal 2018).	Pengaruh Perilaku Konsumen, Brand Image, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Situs Belanja Online (Studi Kasus pada Situs Belanja Online XYZ)	Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Adhi Bawono dkk menunjukkan bahwa Secara parsial, dimensi Perilaku Konsumen berpengaruh signifikan dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di situs belanja online XYZ yang diterima dengan nilai signifikansi 0,618, Citra berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di situs belanja online XYZ yang diterima dengan nilai signifikansi 0,323 dan dimensi promosi berpengaruh signifikan dan signifikan terhadap

			Keputusan Pembelian di situs belanja online XYZ yang diterima dengan nilai signifikansi 0,765. ³⁶
2.	Marheni Eka Saputri (Jurnal 2016)	Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Online Produk Fashion Pada Zalora Indonesia	Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumen pada zaman teknologi seperti saat ini secara signifikan berpengaruh pada keputusan pembelian pada Zalora Indonesia. ³⁷
3.	Pathron Antabella (Skripsi IAIN Palang Karaya, 2021)	Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Minat Belanja Online Pada Mahasiswa IAIN Palangka Raya	Hasil penelitian ini menunjukan bahwa Mahasiswa IAIN Palangka Raya mengalami pergeseran perilaku, sebanyak 75,08% membatasi dari berpergian kepasar. Hal ini didukung oleh perkembangan teknologi e-commerce

³⁶ Adhi Bawono, Isanawikrama, Kusumah Arif, Yohanes Jhony Kurniawan, "Pengaruh Perilaku Konsumen, Brand Image, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Situs Belanja Online", dalam *Jurnal Pengabdian Dan Kewirausahaan*. Vol.2, No.2, Tahun 2018.

³⁷ Marheni Eka Saputri, Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Online Produk Fashion Pada Zalora Indonesia, dalam *Jurnal Sositologi*. Vol. 15. No.2, Tahun 2016

			yaitu transaksi bisnis yang dilakukan secara online serta aktivitas dikawasan pasar besar Palangka Raya mengalami penurunan sebesar 80%. Mahasiswa IAIN Palangka Raya menyatakan lebih nyaman berbelanja secara online sebanyak 70,08%. ³⁸
4.	Intan Lestarini (Skripsi STIE Perbanas Surabaya, 2019)	Perilaku Konsumen Dalam Marketplace (Studi Kasus Di Shopee Dan Tokopedia Perspektif Etika Bisnis Islam)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Perilaku konsumen yang ada di marketplace baik di shopee maupun di tokpedia merupakan hal yang sama terkait dengan proses pembelian yang dimulai pencariam prodeuk, melakukan pemesann produk (checkout), melakukan proses pembayaran, proses

³⁸ Pathron Antabella,” Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Minat Belanja Online Pada Mahasiswa IAIN Palangka Raya”, Skripsi IAIN Palangka Raya, 2021

			pengiriman barang yang dilakukan oleh penjual, hingga tahap evaluasi atau pemberian penilaian dan komentar yang diterima oleh sesuai dengan kepuasan prodeuk dan layanan yang telah diberikan oleh penjual. ³⁹
5.	Dian Permata Sari (Skripsi UMSU 2021)	Analisis Perilaku Konsumen Dalam Memutuskan Pembelian Secara Online Pada E- Commerce Shopee Dimasa Pandemi Covid-19	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dua faktor yang menjadi penyebab terjadinya perilaku konsumen dalam memutuskan pembelian secara online pada e-commerce shopee dimasa pandemi covid-19 yaitu faktor eksternal dan faktor internal. Dimana faktor eksternal tersebut berupa adanya pemberlakuan sistem

³⁹ Intan Lestarini, "Perilaku Konsumen Dalam Marketplace (Studi Kasus Di Shopee Dan Tokopedia Perspektif Etika Bisnis Islam)", Skripsi STIE Perbanas Surabaya, 2019

			<p>PSBB (Social distancing, perintah dirumah saja, larangan untuk tidak berkerumunan) dan faktor internal berupa dorongan yang berasal dari dalam diri responden sendiri, khususnya kalangan mahasiswa program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Agama Islam UMSU. Selanjutnya terdapat adanya faktor kemudahan dan kepercayaan responden, adanya extra gratis ongkir, diskon, sale 12,12 sehingga berujung kepada keputusan pembelian secara online pada e-commerce shopee. Bentuk perilaku konsumen dalam memutuskan pembelian secara online pada e-commerce shopee dimasa pandemi covid-19 oleh para responden dapat dilihat dari</p>
--	--	--	--

			<p>segi bentuk perilaku perbelanjaan produk yang dilakukan seperti perbelanjaan terhadap produk-produk kesehatan seperti masker, vitamin c, hand sanitizer dan 35% lainnya diikuti oleh produk-produk makanan ringan dll.⁴⁰</p>
--	--	--	--

Dari penelitian di atas, ada beberapa perbedaan dan juga persamaan sebagai berikut:

1. Persamaan penelitian ini dengan Adhi Bawono, Isanawikrama, Kusumah Arif, Yohanes Jhony Kurniawan yaitu sama-sama meneliti tentang perilaku konsumen dalam pembelian secara online sedangkan perbedaan Adhi Bawono, Isanawikrama, Kusumah Arif, Yohanes Jhony Kurniawan meneliti pada Situs Belanja Online XYZ sedangkan peneliti pada *platform* shopee.
2. Persamaan penelitian ini dengan Marheni Eka Saputri terletak pada perilaku konsumen terhadap pembelian online sedangkan perbedaannya peneliti meneliti transaksi jual beli barang Bekas pada *platform* shopee sedangkan Marheni Eka Saputri pembelian barang Fashion pada *platform* zalora Indonesia.
3. Persamaan penelitian ini dengan Pathron Antabella sama-sama meneliti perilaku konsumen sedangkan perbedaannya yaitu penelitian ini meneliti

⁴⁰ Dian Permata Sari, "Analisis Perilaku Konsumen Dalam Memutuskan Pembelian Secara Online Pada E-Commerce Shopee Dimasa Pandemi Covid-19", Sripsi UMSU, 2021

menggunakan metode kualitatif sedangkan Pathron Antabella meneliti menggunakan metode kuantitatif.

4. Persamaan penelitian ini dengan Intan Lestarini yaitu sama-sama meneliti perilaku konsumen sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian.
5. Persamaan penelitian ini dengan Dian Permata Sari yaitu sama-sama meneliti perilaku konsumen melakukan transaksi secara online pada *platform* shopee sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian pada penelitian ini dilakukan di Fukltas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan dan waktu penelitian ini dilakukan dari Desember 2022 sampai dengan selesai.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian pada penelitian ini yaitu penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.⁴¹ Serta menggambarkan data dan informasi yang berlandaskan fakta-fakta yang diperoleh dari lapangan mengenai analisis perilaku konsumen terhadap transaksi jual beli barang Bekas secara online.

C. Subjek Penelitian

Subjek penelitian yaitu subjek yang dituju oleh peneliti untuk penelitian. Pada penelitian ini, subjeknya yaitu, mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidempuan sebagai konsumen dalam transaksi *e-commerce platform* shopee, dikarenakan ruang lingkup mahasiswa mayoritas pengguna *e-commerce* dalam *platform* shopee, dengan menggunakan wawancara secara langsung dengan mahasiswa untuk mendapatkan data sesuai fakta dilapangan.

⁴¹ Lexy J. Moleong, Metodologi Penelitian Kualitatif, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000), hlm. 3.

D. Sumber Data

Sumber data merupakan bahan darimana asal data yang akan diteliti diperoleh. Penelitian ini berfokus pada persoalan sistem proteksi pada jual beli barang *Bekas* secara *online*, oleh sebab itu sumber data yang akan digunakan pada penelitian diatas yaitu:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang didapatkan langsung dari sumber pertama, data primer merupakan sebuah opini dari satu orang ataupun kelompok, dimana mereka pernah mengalami kejadian, melihat secara langsung, atau melalui sebuah penelitian. Dalam kasus ini, data pokok yang peneliti peroleh sumbernya dari pelaku langsung atau orang yang pernah melakukan kegiatan membeli barang *Bekas*.

Data ini dibuktikan dari hasil wawancara peneliti kepada mahasiswa Uin syahada Padangsidimpuan selaku pengguna e-commerce dalam *platform* shopee.

2. Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang lebih dahulu dilaporkan oleh seseorang maupun instansi, selain dari peneliti lakukan. Data yang peneliti peroleh berdasarkan analisis pada sistem *platform* Shopee media-media informasi, jurnal Ekonomi, Jurnal Ekonomi Islam dan peraturan perundang-undangan terkait perlindungan konsumen, serta dari berbagai literatur yang memiliki kesamaan dengan yang peneliti akan teliti.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam usaha menghimpun data untuk penelitian ini digunakan beberapa metode yaitu sebagai berikut:

1. Wawancara

Kegiatan wawancara merupakan salah satu metode yang digunakan untuk mendapatkan hasil yang lebih nyata, karena dengan wawancara kita akan memperoleh data informasi yang lebih akurat dan berkaitan dengan judul penelitian. Wawancara diadakan dengan cara mewawancarai secara langsung atau melalui media *online* yang diadakan dengan orang lain secara langsung tanpa perantara, seperti yang dilakukan oleh peneliti dengan mewawancarai beberapa mahasiswa aktif UIN SYAHADA Padangsidempuan sebagai pelaku dari kegiatan tersebut, wawancara ini agar dapat memperoleh hasil yang lebih terpercaya. Pada praktiknya, isi dari wawancara telah disiapkan terlebih dahulu oleh peneliti, dan sesuai dengan judul yang peneliti teliti.

2. Observasi

Kegiatan observasi merupakan kegiatan mengamati serta mencatat secara tersistem, bagaimana gejala-gejala yang akan diteliti, guna melihat apakah praktik jual beli barang *Bekas* secara *online* tersebut telah memenuhi prinsip-prinsip dan ketentuan syara' dalam ekonomi Syariah dalam bermu'amalah dengan cara pengamatan secara langsung melalui berbagai media dan wawancara dan mencatat gejala-gejala yang ada secara sistematis untuk mendapatkan hasil maupun representasi secara nyata. Observasi ini

dilakukan dalam ruang lingkup mahasiswa UIN SYAHADA Padangsidempuan selaku pengguna e-commerce dalam *platform* shopee.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik mencari data melalui media elektronik, surat kabar, majalah terbuka, transkrip, buku, dan lain-lain. Pada teknik dokumentasi, peneliti harus mempelajari maupun mencari info-info yang sesuai dengan judul yang dibahas oleh peneliti.

F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan ketika mengumpulkan data secara langsung, dan setelah pengumpulan data selesai. Teknik yang peneliti gunakan dalam penelitian ini ialah teknik deskriptif dan interaktif. Analisis data merupakan suatu proses pencarian kemudian menyusun data-data yang diperoleh tersebut secara sistematis. Data tersebut dapat berupa hasil wawancara, pengamatan lapangan, maupun melalui media elektronik, sehingga akan mudah dipahami, dan diinformasikan kepada orang lain.⁴²

Bentuk analisis data yang digunakan peneliti adalah model interaktif Miles, Huberman, dan Saldana. Komponen dalam analisis data Miles, Huberman dan Saldana, diantaranya:

1. Kondensasi data (*data Condensation*), yaitu proses mengabstraksikan, memfokuskan, menyederhanakan, dan mengubah data yang paling mendekati keseluruhan dari proses wawancara di lapangan secara tertulis, hasil-hasil dan catatan wawancara, dan objek empiris. Pada akhirnya proses kondensasi data

⁴² Sugiyono. (2008). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: cv. Alfabeta

ini diperoleh setelah peneliti melakukan wawancara dan menghasilkan data yang tertulis dari lapangan, kemudian hasil wawancara tersebut dipilih untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan oleh peneliti.

2. Penyajian data, (*data Display*), Penyajian data adalah proses penyatuan informasi dan penataan data yang didapat kemudian disimpulkan. Penyajian data juga dapat membantu memahami kondisi, karena telah melakukan analisis yang mendalam.
3. Penarikan Kesimpulan (*conclusion drawing*), merupakan proses menyimpulkan apa yang peneliti lakukan, seperti mencari data dan akibatnya, serta mencari pemahaman, yang pada akhirnya dapat disimpulkan secara keseluruhan oleh peneliti.⁴³

Dari penjelasan tersebut dapat diambil kesimpulan jikalau dalam penelitian metode kualitatif adalah temuan yang baru, jadi penelitian tersebut masih samar atau kurang jelas. Maka dari itu peneliti akan mencoba memperjelas menggunakan unsur teori yang telah diuji sehingga terbentuk komponen seperti di atas.

G. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Peneliti akan menjelaskan terkait penjelasan yang didapatkan oleh peneliti, dan menguji hasil penelitian untuk memperoleh hasil yang teruji. sehingga diperoleh temuan dan pemahaman yang tepat. Hasil penelitian tersebut juga perlu diteliti integritasnya dengan menggunakan teknik tertentu diantaranya, Analisis kasus negatif dan pelacakan kesesuaian hasil. Menganalisis kasus negatif yaitu

⁴³ Saldana. Miles & Huberman. (2014). *Qualitative Data Analysis*. America: SAGE Publications

peneliti akan mencari data yang bertentangan dengan hasil data peneliti, apabila peneliti tidak menemukan pertentangan tersebut, maka temuan peneliti sudah dapat dipercaya.

Contohnya, Apabila terdapat persoalan, kemudian pada kasus tersebut terdapat perbedaan pendapat misalkan terdapat 99% orang mengatakan bahwa kasus tersebut “benar”, dan 1% dari orang-orang tersebut yang mengatakan “tidak benar”, maka peneliti harus mencari tahu secara mendalam dan menemukan kepastian apakah 1% kelompok ini mengatakan apa yang sebenarnya atau tidak, kemudian menemukan kebenaran bahwa 1% kelompok ini, tidak mengatakan yang sejujurnya, berarti kasus tersebut benar adanya. Dengan demikian penelitian akan lebih meyakinkan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Singkat Berdirinya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Uin Syahada Padangsidempuan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam berdiri pada tahun 2013. Berdirinya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam bersamaan dengan proses alih status STAIN Padangsidempuan menjadi IAIN Padangsidempuan berdasarkan peraturan presiden No 52 Tahun 2013 tentang perubahan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Padangsidempuan yang ditanda tangani oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono pada tanggal 6 Agustus 2013 oleh Menteri Hukum dan HAM RI, Amir Syamsudin pada lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2013 Nomo 122.

Melalui peningkatan status ini, IAIN Padang sidempuan memiliki 4 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Artinya IAIN dipercaya untuk melaksanakan arah Kementerian Agama untuk mewujudkan integrasi dan interkoneksi dan menghilangkan dikotomi ilmu pengetahuan, meskipun terbatas pada ilmu-ilmu social dan humaniora.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam merupakan Fakultas termuda dari segi pengalaman, meskipun keempat Fukltas sama lahirnya, sebab 3 (tiga)

Fakultas lainnya merupakan peningkatan status dari jurusan yang ada ketika masih dibawah bendera STAIN.⁴⁴

Sejalan dengan alih satatus Sekolah Tinggi Agama Islam negeri (STAIN) Padangsidimpuan menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan melalui Peraturan Presiden RI Nomor 52 Tahun 2013, ada 4 (empat) Fakultas Dilingkungan IAIN Padangsidimpuan, yaitu Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Pendidikan, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam memiliki 2 (dua) Jurusan, Yaitu Jurusan Perbankan Syariah dan Jurusan Ekonomi Syariah.

2. Visi Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

a. Visi

“Menjadikan pusat pengembangan ekonomi dan bisnis islam berbasis teoantroekosentris (Al- Ilahiyah, Al- Insaniyah, Al-Kauniah) dan berperan aktif di tingkat internasional”

b. Misi

- 1) Menyelenggarakan pendidikan berkualitas secara konsep dan praktis yang berbasis
- 2) Meningkatkan kualitas penelitian dibidang ekonomi dan bisnis ilsam yang berbasis teonantropoekosentris
- 3) Meningkatkan kualitas pengabdian kepada masyarakat dibidang ekonomi dan bsinis islam yang berbasis teonantropoekosentris

⁴⁴ <https://febi.uinsyahada.ac.id> Diakses pada tanggal 2 Juli 2023 Pukul 21.50 WIB

- 4) Mengembangkan jaringan kerja sama dengan pemangku kepentingan internasional dan nasional
- 5) Membangun sistem manajemen dengan tata kelola dan budaya mutu yang baik berbasis teknologi informasi dan komunikasi

c. Tujuan

- 1) Menghasilkan lulusan yang berkualitas, cerdas, berjiwa kewirausahaan dan professional yang berbasis teonantropoekosentris
- 2) Menghasilkan karya ilmiah yang bias jadi rujukan dalam ilmu ekonomi dan bisnis islam
- 3) Menghasilkan karya pengabdian melalui penerapan ilmu ekonomi dan bisnis islam untuk mewujudkan masyarakat islam sejahtera
- 4) Menghasilkan kerjasama dalam peningkatan kualitas tridharma perguruan tinggi yang berkelanjutan
- 5) Mewujudkan kinerja fakultas yang efektif dan efesien dalam pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi.

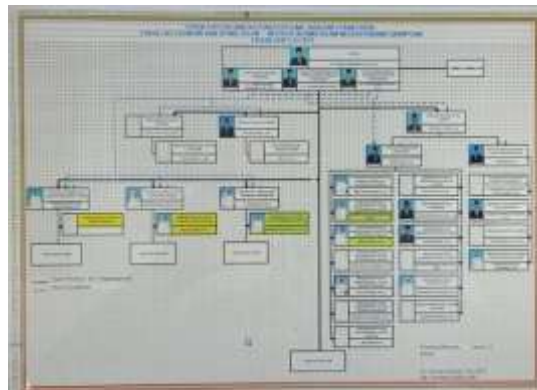
3. Struktur Organisasi

Stuktur organisasi adalah suatu system yang digunakan untuk mendefenisikan suaru hirarki dalam suatu organisasi. Dimana didalam struktur organisasi ini memaparkan setiap unit atau bagian serta kelompok pekerjaan yang mana fungsinya yaitu untuk menentukan pengambilan keputusan yang ditujukan dalam membantu pertumbuhan organisasi kedepannya. Dan penetapan strukturr organisasi sangat penting dilakukan oleh perusahaan guna mencapai tujuan yang semula telah ditetapkan. Struktur organisasi juga

menunjukkan bahwa masing-masing bagian atau unit tertentu dipimpin oleh seorang atasan, serta masing-masing pegawai mendapatkan satu arahan dalam setiap kegiatannya.

Secara garis besar, adapun struktur organisasi dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syahada Padangsidimpuan yang lebih mendetail telah dilampirkan oleh penulis pada bagian lampiran berikut.

**Gambar IV.1 Struktur Organisasi Fakultas Ekonomo dan
Bisnis Islam (FEBI) :**



B. Hasil Penelitian

Dalam melakukan penelitian mengenai “*Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli Baarang Bekas Sacara Online (Studi Kasus pada platform perdagangan elektronik shopee)*”, oleh penulis dengan tujuan penelitian yang sebelumnya telah dijelaskan oleh penulis pada bagian tujuan penelitian dengan sebagaimana untuk mengetahui penyebab terjadinya perubahan perilaku konsumen terhadap transaksi jual beli barang bekas secara online pada *e-commerce shopee* dan serta untuk mengetahui perubahan perilaku konsumen itu sendiri dalam memutuskan pembelian secara online pada *e-commerce shopee*. Adapun studi kasus ini peneliti lakukan pada mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi

dan Bisnis Islam, data yang diambil oleh peneliti yaitu 10 jawaban responden mahasiswa aktif yang digunakan dalam mengumpulkan data-data serta informasi terkait dengan fokus penelitian dengan menggunakan teknik dan metode pengumpulan data yang telah digunakan oleh penulis dalam mengungkapkan data dengan benar dan dapat dipercaya melalui proses wawancara, dan bahwasanya lima orang responden dari mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidimpuan ini merupakan konsumen yang membeli pembelian produk dengan menggunakan *e-commerce*.

Wawancara terhadap 10 (sepuluh) orang narasumber ini dilakukan penulis guna untuk melengkapi data yang dibutuhkan pada penelitian, dan pelaksanaan wawancara dilakukan oleh penulis dengan sistem wawancara yaitu melalui melalui proses wawancara langsung. Pada proses wawancara langsung, penulis mengajukan beberapa pertanyaan singkat termasuk diantaranya pengumpulan identitas data narasumber dan izin untuk melakukan wawancara serta mengajukan pertanyaan seputar berapa lamanya responden sudah menggunakan aplikasi *e-commerce shopee*, mulai dari penggunaan hingga sekarang. Adapun jumlah pertanyaan yang diajukan oleh penulis kepada kelima narasumber, secara langsung berjumlah sama dan berhubungan dengan fokus penelitian sehingga dapat dipastikan bahwa apa yang dinyatakan oleh subjek kepada penulis adalah benar dan dapat dipercaya tanpa adanya keterpaksaan dari pihak manapun sebab informasi yang disampaikan oleh narasumber dalam penelitian ini adalah murni berasal dari subjek, orang yang paling tahu tentang dirinya sendiri dalam memutuskan pembelian secara online pada *e-commerce shopee*.

Dengan demikian, dibawah ini merupakan deskripsi ungkapan-ungkapan serta informasi yang disampaikan oleh kelima responden kepada penulis, dalam menjawab permasalahan-permasalahan yang terkait dengan tujuan fokus penelitian:

1. Perilaku Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli Barang Bekas Secara Online

Jual beli online merupakan jual beli yang terjadi dimedia elektronik, yang mana transaksi jual beli tidak mengharuskan penjual dan pembeli bertemu secara langsung atau saling menatap muka secara langsung, dengan menentukan ciri-ciri, jenis barang, sedangkan untuk harga nya dibayar terlebih dahulu baru diserahkan barangnya. Sedangkan karakteristik bisnis online, yaitu:

- a. Terjadinya transaksi antara dua belah pihak
- b. Adanya pertukaran barang, jasa, atau informasi
- c. Internet merupakan media utama dalam proses atau mekanisme akad tersebut.

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

Responden ke 1 (Despi): *”Seperti yang saya ketahui jual beli online merupakan jual beli barang dan jasa melalui media elektronik yang dimana jual beli online ini memudahkan konsumen untuk berbelanja secara tidak langsung, contohnya aplikasi shopee, oleh karena itu saya juga mengetahui ternyata tidak hanya barang baru yang di perjual belikan tetapi barang bekas juga diperjual belikan dengan berbagai kualitasnya.”⁴⁵*

Responden ke 2 (Fenny): *Saya sering beli baju bekas atau trifthing dalam berbelanja online melalui aplikasi shopee dikarenakan ada diskon gratis ongkir dan diskon harga.”⁴⁶*

Responden ke 3 (Anwar): *Ketika saya berbelanja barang bekas secara online, saya menjual Kembali barang tersebut kepada orang lain dalam sebuah took, dikarenakan lebih murah dn bisa dijual kembali.”⁴⁷*

⁴⁵ Hasil Wawancara dengan Despi, Mahasiswa Fukltas Ekonomi dan Bisnis Islam Pada Tanggal 10 Juli 2023 11:00 WIB

⁴⁶ Hasil Wawancara dengan Fenny, Mahasiswa Fukltas Ekonomi dan Bisnis Islam Pada Tanggal 10 Juli 2023 11:15 WIB

⁴⁷ Hasil Wawancara dengan Anwar, Mahasiswa Fukltas Ekonomi dan Bisnis Islam Pada Tanggal 10 Juli 2023 13:30 WIB

- Responden ke 4 (Rohaya) *Tentu saya pengguna shopee, aplikasi yang sangat membantu berbelanja secara online karena adanya COD (Cash On Delivery)*⁴⁸
- Responden ke 5 (Nisa) *“Dibandingkan beberapa aplikasi platform e-commerce shopee menggunakan fitur paylater yang sangat membantu konsumen dalam berbelanja online dengan pembayaran yang dilakukan nanti.”*⁴⁹

Berdasarkan paparan jawaban dari ketiga responden mengenai bagaimana perilaku konsumen terhadap transaksi jual beli barang bekas secara online khususnya pada mahasiswa pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam secara serempak menggunakan bahwa jual beli online ini sudah tidak asing lagi dikalangan mahasiswa, bahkan kebanyakan dari mahasiswa ini lebih memilih untuk berbelanja secara online dari pada berbelanja secara langsung dikarenakan berbelanja secara online lebih membantu dan memudahkan mereka dalam melakukan penjualan maupun pembelian barang.

2. Kepuasan dan kepercayaan konsumen setelah melakukan transaksi jual beli barang bekas secara online

Berdasarkan informasi dari salah satu responden mengungkapkan bahwa:

⁴⁸ Hasil Wawancara dengan Rohaya, Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Pada Tanggal 10 Juli 2023 13:30 WIB

⁴⁹ Hasil Wawancara dengan Nisa, Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Pada Tanggal 10 Juli 2023 13:30 WIB

Responden ke- 6 (Azrul) *“Dalam melakukan pembelian saya lebih ke bentuk barang bekas seperti elektronik, baju yang bermerk dalam bentuk trifthing, dan alat modif sepeda motor, satu waktu saya pernah membeli barang alat modif sepeda motor didalam rinciannya mengatakan bahwa barang tersebut mulus dan tidak begitu banyak lecetnya, tetapi mungkin dalam pengiriman atau packaging yang dibuat oleh pihak took tidak begitu aman sehingga membuat barang yang saya beli retak dan banyak lecet, tetapi dibalik itu semua aman aman saja, mungkin lain kali lebih cermat dalam membaca penilaiannya sebelum membeli barang tersebut”*.⁵⁰

Responden ke-7 *“Kualitas barang bekas yang saya beli dalam (Khoirunnisyah) platform perdagangan shopee ada beberapa kualitas memang sesuai dan bagus sehingga memberikan kepuasa untuk berbelanja barang bekas kemabali dalam aplikasi shopee, dalam hal ini saya pernah mengalami penipuan yang*

⁵⁰ Hasil Wawancara dengan Azrul Karim, Mahasiswa Fukltas Ekonomi dan Bisnis Islam Pada Tanggal 11 Juli 2023 11:15 WIB

dimana saya membeli baju trifthing bermerk di didalam rincian barang sangat bagus dan berkualitas tetapi barang yang sampai kepada saya isinya kosong, memang pihak shopee mengatakan jika ingin melakukan pengembalian barang seharusnya sebelum membuka paket tersebut alangkah baiknya di videokan supaya ada bukti barang tersebut ternyata kosong, tetapi saya lupa untuk memvideokannya”⁵¹

Responden ke-8 (Syukri) *“kualitas barang elektronik smartphone second yang saya beli menurut saya cukup bagus karna memang sesuai dengan barang rincian yang sudah tertera yang diberika oleh pihak shopee, begitupun saya tertarik untuk melakukan berbelanja barang bekas di shopee ini memudahkan saya untuk berbelanja dengan harga dan kuliatas yang bagus juga, apalagi dengan adanya metode pembayaran COD, Paylater, dan banyaknya diskonan harga.”⁵²*

⁵¹ Hasil Wawancara dengan Khoirunnisyah, Mahasiswa Fukltas Ekonomi dan Bisnis Islam Pada Tanggal 11 Juli 2023 15:00 WIB

⁵² Hasil Wawancara dengan Syukri, Mahasiswa Fukltas Ekonomi dan Bisnis Islam Pada Tanggal 11 Juli 2023 13:00 WIB

Responden ke-9 (Arkhan) *“Saya pernah berbelanja secara online mungkin bisa dibilang saya sering berbelanja secara online apalagi selagi ada diskon, berbelanja secara online ini memang memudahkan saya untuk mencari suatu barang yang tidak ada didaerah saya penjualannya jadi saya lebih sering berbelanja secara online, satu waktu saya pernah berbelanja baju trifthing/ baju bekas di shopee, namun didalam aplikasi barang tersebut sudah saya terima tetapi pada kenyataannya barang tersebut belum ada saya terima”*⁵³

Responden ke-10 (Yasin) *“banyak diskon sale yang saya temukan dalam aplikasi shopee jadi sering berbelanja barang kebutuhan secara online, pernah saya membeli sebuah smartphome second like new yang dimana dalam deskripsi penjualannya barang tersebut masih dalam keadaan mulus ataupun tidak cacat dan masih layak digunakan, namu ketika barang sudah sampai*

⁵³ Hasil Wawancara dengan Arkhan, Mahasiswa Fukltas Ekonomi dan Bisnis Islam Pada Tanggal 10 Juli 2023 11:15 WIB

kepada saya, barang tersebut tidak bisa digunakan dan juga dalam keadaan cacat atau tidak sesuai dengan deskripsi sipenjual”⁵⁴

Perilaku konsumen tersebut disebabkan oleh adanya rasa kepercayaan dan kemudahan yang diberikan oleh perusahaan *e-commerce shopee* sendiri kepada para konsumen dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Hal itu secara langsung diungkapkan oleh para narasumber kepada penulis bahwasanya pengetahuan dan kepercayaan mereka kepada *platform* tersebut menjadikan mereka yakin untuk melakukan pembelian barang bekas ataupun produk serat rasa kemudahan yang diberikan dalam berbelanja. Dan kemudian untuk berbelanja tersebut dapat ditandai dengan para konsumen tidak perlu repot-repot untuk melakukan pembayaran karena perusahaan *shopee* sendiri juga menyediakan layanan COD (*Cash On Delivery*) atau bayar ditempat bagi para konsumen. Dan selanjutnya penyebab lainnya yang menjadikan para responden melakukan pembelian secara *online* pada *e-commerce shopee* dimana secara serempak responden juga mengungkapkan bahwa adanya program *sale* setiap bulannya contohnya seperti *sale 7.7*, *extra* gratis ongkir, dan *discount* (potongan harga yang menjadi penyebab dan menjadikan konsumen melakukan pembelian barang secara *online* pada *e-commerce shopee*.

⁵⁴ Hasil Wawancara dengan Yasin, Mahasiswa Fukltas Ekonomi dan Bisnis Islam Pada Tanggal 10 Juli 2023 13:30 WIB

Demikian temuan penelitian yang ditemukan oleh penulis dalam menjawab rumusan masalah penelitian yang selanjutnya akan dibahas oleh penulis pada bagian pembahasan selanjutnya.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Perilaku Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli Barang Bekas Secara Online

Menurut para ahli Lichtenthal dan eliaz menjelaskan bahwa pada komunikasi business online menjadi satu-satunya cara mengirimkan pesan paling lengkap antara lain knowledge (pengetahuan), awereness (perhatian), liking (kesukaan), conviction (keyakinan), preference (pilihan), dan purchase (membeli). Media komunikasi lain belum mampu mengaksentuasi selengkap komunkasi online tersebut.⁵⁵

Dari artikel yang peneliti baca perilaku konsumen dalah faktor – faktor yang menyebabkan konsumen akhirnya memutuskan untuk membeli barang atau menggunakan suatu jasa. Tentunya ada banyak sekali faktor yang mendasari perilaku konsumen ini.

Karena seseorang yang berperan sebagai konsumen pasti memiliki alasan tersendiri ketika membeli suatu barang. Dan masing – masing orang tentunya memiliki standar atau patokan yang berbeda.⁵⁶

Berdasarkan beberapa pendapat diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwa hasil pembahasan peneliti yaitu perilaku konsumen pikiran dan perasaan yang mereka alami serta yang mereka lakukan. Konsumen juga memerlukan pikiran yang matang dalam mengambil keputusan sehingga dalam kondisi

⁵⁵ Ahmad Nurdin Hasibuan dan Della Rambe, “Perilaku Konsumen Dalam Berbelanja Online Melalui Perspektif Gender”, Jurnal Manajemen, Vol. 26, No. 1, 2020

⁵⁶ <https://www.salamadian.com> diakses pada tanggal 21 Agustus 2023 Pukul 20.00 WIB

tertentu dapat menyebabkan terjadinya perilaku konsumen. Selanjutnya jual beli online sudah tidak asing lagi bagi mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, karena pada umumnya semua halayak juga sudah mengetahui apaitu jual beli online, bahkan sedikit banyaknya mahasiswa lebih memilih berbelanja barang, dan berjualan secara online dikarenakan dengan berbelanja secara online lebih memudahkan konsumen untuk membeli berbagai macam bentuk produk dan terkhususnya barang bekas.

Dengan kecanggihan berbagai fitur-fitur dalam *e-commerce* terkhususnya pada *platform* shopee menarik para konsumen untuk berbelanja didalamnya. Seperti adanya COD, Gratis Ongkir, Paylater yang memudahkan mahasiswa untuk berbelanja secara online sebagai konsumen.

2. Kepuasan dan kepercayaan konsumen setelah melakukan transaksi jual beli barang bekas secara online

Menurut Husna Zahir selaku pengurus harian Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) menyatakan bahwa “ketidaksesuaian jenis, kualitas barang yang dijanjikan, ketidaktepatan waktu pengiriman barang, serta keamanan transaksi merupakan pengaduan yang umum terjadi di *e-commerce*” Hal inilah yang memunculkan berita negatif mengenai *e-commerce* yang dapat berdampak pada kepercayaan dan keputusan pembelian, khususnya untuk kualitas informasi dan kualitas layanan yang tidak sesuai dengan harapan konsumen. Berita negatif dan keluhan dari masyarakat membentuk sebuah persepsi yang negatif yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Jumlah pengguna internet dan online shopper yang meningkat setiap tahunnya ternyata

juga diimbangi dengan masih adanya konsumen yang belum percaya belanja online. Alasan yang paling utama adalah adanya rasa ketakutan akan resiko dan juga keamanan bertransaksi.⁵⁷

Dalam artikel yang peneliti baca bahwa kepercayaan terhadap pembelian barang bekas secara online merupakan kesediaan konsumen untuk bergantung pada pihak lain dan rentan terhadap Tindakan pihak lain selama proses belanja online, dengan harapan bahwa pihak lain akan melakukan praktek yang dapat diterima dan akan dapat memberikan produk dan layanan yang menjanjikan.⁵⁸

Kepuasan konsumen adalah tindak perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakn dibandingkan harapannya. Konsumen dapat mengalami salah satu dari 3 tingkat kepuasan umum yaitu kinerja dibawah harapan, konsumen akan merasa kecewa, pelanggan akan perasa puas dan apabila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasa sangat puas senang dan gembira.

Dari hasil wawancara peneliti dengan beberapa narasumber mengenai kepuasan dan kepercayaan konsumen setelah melakukan transaksi jual beli barang bekas secara online, banyak dari nasabah merasa puasa dan percaya untuk berbelanja barang bekas secara online lagi. Dikarekan dalam perusahaan *platform shopee* menerapkan metode pembayaran COD (Cash On Delivery), *Discount sale* gratis ongkir setiap bulannya, dan lebih memudahkan para konsumen untuk melakukan transaksi jual beli barang bekas secara online.

⁵⁷ www.marketing.co.id diakses pada tanggal 20 Agustus 2023 Pukul 20.30 WIB

⁵⁸ <https://www.hestanto.web.id> diakses pada tanggal 20 Agustus 2023 21.00 WIB

Dalam hal pembelian barang yang tidak sesuai dan cacat menjadikan konsumen untuk lebih berhati-hati dan lebih cermat untuk membaca deskripsi tentang barang bekas tersebut sebelum melakukan pembelian atau meng check out barang bekas tersebut agar tidak terjadi lagi dengan hal yang sama.

Tetapi dalam hal ini juga banyak dari konsumen tidak berhati-hati dalam melakukan berbelanja yang dimana konsumen sedikit banyaknya mengalami penipuan dan cacat barang, oleh sebab itu alangkah baiknya konsumen membeli suatu barang lebih baiknya membaca bagaimana rincian barang dan penilaian barang tersebut dalam ulasan tokoh penjualan barang bekas tersebut sebelum membelinya. Dan ketikan melakukan unboxing barang (membuka paket) pihak shopee sudah menerapkan membuat video selama membuka paket tersebut agar ada bukti untuk melakukan ajuan pengembalian barang tersebut apabila mengalami penipuan dan barang cacat atau tidak sesuai dengan pemesanan.

D. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pada pengalaman langsung peneliti dalam proses penelitian ini, ada beberapa keterbatasan yang dialami dan dapat menjadi beberapa faktor yang agar dapat untuk lebih diperhatikan bagi peneliti-peneliti yang akan datang dalam lebih menyempurnakan penelitiannya karna penelitian ini sendiri tentu memiliki kekurangan yang perlu terus diperbaiki dalam penelitian-penelitian kedepannya. Beberapa keterbatasan dalam penelitian tersebut, antara lain:

1. Dalam proses pengambilan data, informasi yang diberikan responden melalui wawancara terbuka di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam terkadang tidak

menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya, hal ini terjadi karena responden takut salah kata ketika diwawancarai terkait aplikasi pegadaian syariah digital, sebagian hanya perbedaan pemikiran, anggapan dan pemahaman yang berbeda tiap responden, juga ada faktor lain seperti faktor kejujuran dalam menjawab pendapat responden dalam wawancara.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti tentang Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli Barang Bekas Secara Online maka peneliti menyimpulkan bahwa:

1. Perilaku Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli Barang Bekas Secara Online pengetahuan mahasiswa tentang jual beli online ini sudah tidak asing bagi mereka dan para konsumen melakukan transaksi ini secara sadar dan alami yang dimana kepercayaan konsumen dan ketertarikan konsumen untuk berbelanja secara online yang memudahkan konsumen untuk membeli barang, produk, dan jasa, meski banyak konsumen yang mengalami penipuan barang atau produk yang cacat tidak sesuai dengan deskripsi yang telah tertera didalam aplikasi, terkadang juga pengiriman yang kurang aman sehingga barang, atau produk yang dibeli mengalami kerusakan.
2. Kepuasan dan kepercayaan konsumen setelah melakukan transaksi jual beli barang bekas secara online banyak dari konsumen merasa puas dan percaya untuk berbelanja barang bekas secara online lagi. Dikarekan dalam perusahaan *platform shopee* menerapkan metode pembayaran COD (*Cash On Delivery*), *Discount sale* gratis ongkir setiap bulannya, dan lebih memudahkan para konsumen untuk melakukan transaksi jual beli barang bekas secara online.

B. Saran

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian lanjutan dengan penelitian ini supaya lebih bersemangat dan lebih giat dalam mendalami permasalahan yang ada, seperti melihat langsung permasalahan yang ada dan memahami fenomena yang sedang terjadi terutama pada transaksi jual beli online.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhi Bawono, Isanawikrama, Kusumah Arif, Yohanes Jhony Kurniawan, “Pengaruh Perilaku Konsumen, Brand Image, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Situs Belanja Online”, dalam *Jurnal Pengabdian Dan Kewirausahaan*. Vol.2, No.2, Tahun 2018.
- Ahmad Nurdin Hasibuan dan Della Rambe, “Perilaku Konsumen Dalam Berbelanja Online Melalui Perspektif Gender”, *Jurnal Manajemen*, Vol. 26, No. 1, 2020
- Ambar ati, E-commerce Dalam Perspektif Perlindungan Konsumen, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 1, No. 2
- Arikunto, S. (1986). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan*. Jakarta: Bina Aksara
- Azzy, Y & Rusmani. (2018) Prinsip Bisnis dalam Perspektif Hukum Ekonomi Islam, *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Vol 5. No 2
- Bison Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002)
- Bogdan., dan Taylor. (2012). *Prosedur Penelitian*. dalam Moleong, *Pendekatan Kualitatif*. (hlm.4). Jakarta: Rineka Cipta.
- Danim, S. (2002). *Menjadi Peneliti Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia
- Dian Permata Sari, “Analisis Perilaku Konsumen Dalam Memutuskan Pembelian Secara Online Pada E-Commerce Shopee Dimasa Pandemi Covid-19”, *Sripsi UMSU*, 2021
- Dr. Darwis Harahap, S.H.i., M.si. Dr. H. Arbanur Rasyid, M.A. Idris Saleh, S.E.I., M.E. *Fiqih Muamalah 1*, jl. Gagak Hitam, Komplek Bumi Seroja Permai Villa 18, Medan Sunggal, Cv. Merdeka Kreasi Group Penerbit Nasional
- Hasil Wawancara dengan Apriadi, Mahasiswa Fukltas Ekonomi dan Bisnis Islam Pada Tanggal 10 Juli 2023 13:30 WIB
- Hasil Wawancara dengan Ayu Sahara, Mahasiswa Fukltas Ekonomi dan Bisnis Islam Pada Tanggal 10 Juli 2023 11:15 WIB
- Hasil Wawancara dengan Azrul Karim, Mahasiswa Fukltas Ekonomi dan Bisnis Islam Pada Tanggal 11 Juli 2023 11:15 WIB
- Hasil Wawancara dengan Herlina, Mahasiswa Fukltas Ekonomi dan Bisnis Islam Pada Tanggal 10 Juli 2023 11:00 WIB

Hasil Wawancara dengan Irwansyah , Mahasiswa Fukltas Ekonomi dan Bisnis Islam Pada Tanggal 11 Juli 2023 13:00 WIB

Hasil Wawancara dengan Zakia Ananda, Mahasiswa Fukltas Ekonomi dan Bisnis Islam Pada Tanggal 11 Juli 2023 15:00 WIB

Hayati, S. (2019, September). Perlindungan Konsumen dalam Jual Beli Barang Bekas Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah. *Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah*, Vol. 07 Nomor 2

Hidayat, E. (2015). *Fiqh Jual Beli*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

<https://febi.uinsyahada.ac.id> Diakses pada tanggal 2 Juli 2023 Pukul 21.50 WIB

<https://www.hestanto.web.id> diakses pada tanggal 20 Agustus 2023 21.00 WIB

<https://www.salamadian.com> diakses pada tanggal 21 Agustus 2023 Pukul 20.00 WIB

Intan Lestarini,” Perilaku Konsumen Dalam Marketplace (Studi Kasus Di Shopee Dan Tokopedia Perspektif Etika Bisnis Islam)”, Skripsi STIE Perbanas Surabaya, 2019

Istianah, (2015, desember), Tinjauan Hukum Islam terhadap Jual Beli Pakaian Bekas di Pasar Bringharjo, Yogyakarta, *Az-zarqa*, Vol. 7, No. 2

Komaruddin, *Ensilopedia Manajemen, Edisi ke 5* (Jakarta: Bumi Aksara, 2001)

Kotler et. al., *Marketing Management*, (England: Person Education, 2012)

Lestari, A.N.R. (2019, Januari) “*Analisis Terhadap Praktik Jual Beli Pakaian Bekas di Sosial Media Facebook Ditinjau dari Undang-Undang Konvensional dan Hukum Islam (Studi Kasus di Grup PL Tulungagung Preloved 2)*”. Skripsi. (Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2019)

Marheni Eka Saputri, “ Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Online Produk Fashion Pada Zalora Indonesia,” dalam *Jurnal Sositologi*, vol. 15

Marheni Eka Saputri, Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Online Produk Fashion Pada Zalora Indonesia, dalam *Jurnal Sositologi*. Vol. 15. No.2, Tahun 2016

Maulan S.M dkk. (2015,desember). Implementasi E-commerce sebagai Media Penjualan Online (Studi Kasus pada Toko Pastbrik Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol.29. No.1

- Meida Lutfi Samawi, Jual Beli Online Dalam Perspektif Ekonomi Islam, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol.1. No. 2, 2019
- Misbahul ulum, “Prinsip-Prinsip Jual Beli Online Dalam Islam dan Penerapan Pada e-commerce Islam di Indonesia”, *Jurnal Dinamika Ekonomi dan Bisnis*. Vol.17, No. 1, 2020
- Misbahul Ulum, Prinsip-Prinsip Jual Beli online Dalam Islam dan Penerapannya Pada E-commerce Islam Di Indonesia, Jurnal Dinamika Ekonomi dan Bisnis, Vol.17, No.1, 2020
- Muttaqin, A. (2010, januari-juni). “Transaksi E-commerce dalam tinjauan Hukum Jual beli islam”. Ulumuddin, vol. 6
- Nimpuno, H.B. (2014). Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta: Pandom Media Nusantara.
- Noegroho, A. (2010). *Teknologi Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Nurul Hanifah dan Dedi Rianto Rahadi, “ Analisis Perilaku Konsumen Dalam Memutuskan Pembelian Secara Online Pada Masa Pandemi Covid-19,” dalam Jurnal Manajemen dan Keuangan, vol. 8
- Pangesti, A. (2017). *Khiyar Aib Tentang Jual Beli Pakaian Bekas dalam Perspektif Hukum Islam(Studi Kasus di Pasar Pringsewu)*. Skripsi. Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Lampung 2017
- Pathron Antabella,” Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Minat Belanja Online Pada Mahasiswa IAIN Palangka Raya”, Skripsi IAIN Palangka Raya, 2021
- Qanitha An Nabila A’yun dan Nafish Maulidia cusma, “Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Pada E-commerce Pupular di Indonesia”, Jurnal Perbankan Syariah Darussalam, Vol. 1, No. 2, 2021
- R. Subekti, Aneka Perjanjian, cet. Kesepuluh (Jakarta: PT.Citra Aditya Bakti, 1995)
- Ridawati, M. (2016, Juni) *Konsep Khiyar ‘Aib dan Relevansinya dengan Garansi*. TAFALQUH: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Dan Ahwal Syahsiyah Volume : 1 Nomor : 1
- Saldana. Miles & Huberman. (2014). *Qualitative Data Analysis*. America: SAGE Publications

- Sugiyono. (2008). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: cv. Alfabeta
- Supatminingsih, T. (2018, Desember). Pola dan Perilaku Konsumen Rumah Tangga dalam Perspektif Ekonomi Islam di Kota Makassar, *Jurnal Syariah dan Hukum*, Vol. 16. No. 2.
- Sutedi, A. (2009). *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika
- Syaifullah, M.S. (2014, Desember). Etika Jual Beli dalam Islam. Hunafa. *Jurnal Studi Islamika*, Vol.11, No. 2
- Tech In Asia: Tren StartUp di tahun 2016 mendatang. Diakses pada 14 April 2022 dari <https://id.techinasia.com/talk/bagaimana-tren-startup-di-tahun-2016-mendatang>.
- Tentang Kami - About Us Shopee, diakses pada tanggal 14 April 2022 dari <https://www.shopee.com/terms#introduction>
- Wariati, A & Susanti, N.I. (2014, november). E-commerce dalam Perspektif Perlindungan Konsumen. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*. Vol. 1. No. 2
- Wulandari, Y.S. (2018, Desember). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli E-commerce. *AJUDIKASI: Jurnal Ilmu Hukum*, Vol. 2. No. 2.
- www.marketing.co.id diakses pada tanggal 20 Agustus 2023 Pukul 20.30 WIB
- Yatim, R. (2011). *Metodologi Penelitian Pendidikan*, Surabaya: PT Usaha Nasional.