

**ANALISIS MODEL TRANSAKSI BISNIS  
(STUDI KASUS IBU ORGANIK SEMARANG)  
DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM  
SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu dalam Ilmu Ekonomi Islam



Oleh:

Nama : Ita Destiani

NIM : 1705026193

Jurusan : S1 Ekonomi Islam

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
SEMARANG**

**2019**



**Choirul Huda, M. Ag**

Perum Bukit Beringin Asri D. 20 Tambak Aji, Ngaliyan

**Zuhdan Ady Fataron, S.T.,MM**

Bukit Beringin Selatan, Blok F No. 22 Ngaliyan

---

---

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Lamp. : 4 (empat) eks Naskah  
Hal : Naskah Skripsi  
An. Sdri. Ita Destiani

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam UIN Walisongo  
di Semarang

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah kami meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini kami kirim naskah skripsi saudara :

Nama : Ita Destiani  
NIM : 1705026193  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Islam  
Judul Skripsi : Analisis Model Transaksi Bisnis (Studi Kasus Ibu Organik Semarang)  
Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Dengan ini kami mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Semarang, 16 Desember 2019

Pembimbing I



**Choirul Huda, M. Ag.**

**NIP. 197601092005011002**

Pembimbing II



**Zuhdan Ady Fataron, S.T., MM**

**NIP. 198403082015031003**





KEMENTERIAN AGAMA RI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jalan Prof. Dr. Hamka Km 2 Kampus III Ngaliyan Telp. (024) 7608454  
Semarang 50185

### PENGESAHAN

Nama : Ita Destiani  
NIM : 1705026193  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Judul : Analisis Model Transaksi Bisnis (Studi Kasus Ibu Organik Semarang) Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Telah dimunaqsyahkan oleh Dewan penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan lulus dengan predikat cumlaude/baik/cukup pada tanggal:

26 Desember 2019

Dan dapat diterima sebagai syarat guna untuk memperoleh gelar Sarjana Strata I dalam Ilmu Ekonomi tahun akademik 2019

Semarang, 26 Desember 2019

Mengetahui,

Ketua Sidang

**Heny Yuningrum, S.E., M.Si**  
NIP. 198106092007102005

Penguji I

**A. Turmudi, S.H., M.Ag**  
NIP. 196907082005011004

Pembimbing I

**Choirul Huda, M.Ag**  
NIP. 19760109 2005011002

Sekretaris Sidang

**Choirul Huda, M. Ag**  
NIP. 197601092005011002

Penguji II

**Dra. Hj. Nur Huda, M. Ag**  
NIP. 196908301994032003

Pembimbing II

**Zuhdanady Fataron, S.T., MM**  
NIP. 19840308 2015031003





## MOTTO

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنفَقُوا مِمَّا رَزَقْنَاكُمْ مِّن قَبْلِ أَن يَأْتِيَ

يَوْمٌ لَا بَيْعٌ فِيهِ وَلَا خُلَّةٌ وَلَا شَفِيعَةٌ ۗ وَالْكَافِرُونَ هُمُ

الظَّالِمُونَ

Hai orang-orang yang beriman, belanjakanlah (di jalan Allah) sebagian dari rezeki yang telah kami berikan kepadamu sebelum datang hari yang pada hari itu tidak ada lagi jual beli dan tidak ada lagi syafa'at, dan orang-orang kafir Itulah orang-orang yang zalim.



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, nikmat, serta karunia yang berlimpah dan berkat do'a dan segenap asa yang tak pernah putus skripsi ini dapat penulis selesaikan. Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Civitas Akademik UIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Choirul Huda, M.Ag dan Bapak Zuhdan Ady Fataron, S.T., MM yang telah membimbing saya dengan sabar sampai terselesaikannya skripsi ini.
3. Bapak dan Ibuku, serta adikku tercinta yang selalu memberikan do'a, semangat, dukungan, perhatian, dan pengertian yang luar biasa.
4. Ibu Intan selaku istri dari pemilik bisnis Ibu Organik Semarang yang bersedia dijadikan tempat penelitian dan diwawancarai untuk penulisan skripsi ini.
5. Teman-temanku yang sudah memberikan semangat dan motivasi selama penulisan skripsi ini.
6. Semua pihak yang sudah membantu dan memberikan dukungan dalam penulisan skripsi ini. Saya ucapkan terimakasih sedalam-dalamnya.



## DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggungjawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satupun pemikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 19 Desember 2019

Deklarator



Ita Destiani

NIM. 1705026193



## HALAMAN TRANSLITERASI

Transliterasi merupakan hal yang penting dalam skripsi ini karena pada umumnya banyakistilah Arab, nama orang, judul buku, nama lembaga dan lain sebagainya yang aslinya ditulis dengan huruf Arab harus disalin ke dalam huruf latin. Untuk menjamin konsistensi perlu diterapkan satu transliterasi sebagai berikut:

### A. Konsonan

ء= ʿ	ز= z	ق= q
ب= b	س= s	ك= k
ت= t	ش= sy	ل= l
ث= ts	ص= sh	م= m
ج= j	ض= dl	ن= n
ح= h	ط= th	و= w
خ= kh	ظ= zh	ه= h
د= d	ع= ʿ	ي= y
ذ= dz	غ= gh	
ر= ra	ف= f	

### B. Vokal

اَ= a

اِ= i

اُ= u

**C. Diftong**

أَي = ay

أَوْ = aw

**D. Syaddah**

Syaddah dilambangkan dengan ganda, misalnya الطبّ *al-thibb*

**E. Kata Sandang ( ال )**

Kata sandang (ال.....)ditulis dengan al-..... misalnya الصنّاعة = al-shina'anh. Al ditulis dengan huruf kecil jika terletak pada permulaan kalimat.

**F. Ta' Marbuthah ( ة )**

Setiap ta'marbuthah di tulis "h" misalnya البيعية المعيشة *al-ma'isyah al-thab'iyah*

## ABSTRAK

Perkembangan sistem teknologi informasi melalui media elektronik dan media sosial menjadikan kegiatan *muamalah* semakin berkembang pesat. Pertanian organik di Indonesia juga memiliki potensi untuk dikembangkan dan dijadikan bisnis. Hal ini mengingat perhatian masyarakat terhadap pertanian organik semakin meningkat dan *trend* hidup sehat mulai gencar dan digalakan oleh masyarakat. Peluang ini menjadikan Ibu Organik Semarang membuka bisnis penjualan sayur, buah, dan rempah organik yang penjualannya sebagian besar *online*.

Sisi positif dari adanya kemudahan teknologi informasi menjadikan terbukanya peluang bisnis yang lebih luas dan terbuka. Hal ini membuat sistem dan model akad transaksi jual beli semakin beragam. Bermodalkan *smartphone* dan internet yang kini ada di gengaman masyarakat, transaksi jual beli semakin mudah tanpa adanya tatap muka langsung antara penjual dan pembeli serta tidak terikat jarak dan waktu. Permasalahan yang muncul dari adanya kemudahan ini, adalah apakah sistem dan model akad transaksi jual beli yang semakin beragam telah memenuhi rukun dan syarat jual beli dan terbebas dari riba, *gharar*, dan *maysir*. Tujuan penelitian ini untuk melihat bagaimanakah perspektif ekonomi Islam terkait dengan model transaksi bisnis yang dijalankan Ibu Organik Semarang secara *online* maupun *offline* dan resiko bisnis apa yang terkandung di dalamnya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif analitis yaitu menguraikan dari hasil pokok permasalahan.

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa Ibu Organik Semarang belum memiliki tim manajemen khusus untuk pengelolaan resiko yang berfungsi untuk mencegah resiko dan penanggulangan resiko pada pertanian organik dan model transaksi bisnis yang terjadi di dalamnya. Menurut perspektif ekonomi Islam penerapan model transaksi bisnis Ibu Organik Semarang kurang

tepat karena dapat menyebabkan munculnya dua akad dalam satu transaksi. Dua akad yang ada dalam model transaksi bisnis Ibu Organik Semarang adalah *ba'i munajjaz al-tsaman* dan *ba'i al muajjal*. *Ba'i munajjaz al-tsaman* adalah jual beli dengan harga yang di bayar tunai saat akad. Sedangkan *ba'i al muajjal* adalah jual beli yang mana pembayarannya tunda, atau penyerahan harganya ditunda sesuai waktu yang disepakati. Jadi dalam menjalankan bisnis, Ibu Organik Semarang diharapkan memiliki tim khusus untuk manajemen resiko dan lebih hati-hati dalam menerapkan model transaksi bisnisnya agar sesuai dengan model transaksi bisnis ekonomi Islam.

Kata Kunci: Transaksi, Jual Beli, Ekonomi Islam

## KATA PENGANTAR

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb.*

*Alhamdulillah* *rabbi' alamin*, Segala Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Model Transaksi Bisnis Ibu Organik Semarang Dalam Perspektif Ekonomi Islam”. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Strata Satu (S1) dalam jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Ucapan terimakasih sedalam-dalamnya penulis sampaikan kepada semua yang telah memberikan bimbingan, arahan, bantuan, dan dukungan selama proses penyusunan skripsi ini. Untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M.Ag selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. M. Saifullah, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
3. Bapak H. Ade Yusuf Mujaddid, M.Ag selaku ketua Program S1 Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
4. Bapak Choirul Huda, M.Ag selaku dosen pembimbing I dan Bapak Zuhdan Ady Fataron, S.T., MM selaku dosen pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu serta memberikan arahan dan bimbingannya kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas segala ilmu yang telah diberikan.
6. Segenap staf dan karyawan di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

7. Kedua orang tua, dan adikku tercinta yang selalu memberikan dukungan baik moril maupun materiil, perhatian, dan kesabaran yang tiada henti kepada penulis.
8. Dan semua pihak yang tak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Semoga Allah senantiasa memberikan balasan atas segala bantuan dalam penulisan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat diharapkan. Meskipun dengan segala keterbatasan dan kekurangan yang ada, penulis berharap penulisan skripsi ini dapat berguna bagi semua pihak untuk pembelajaran yang lebih baik.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Semarang, 19 Desember 2019

Penulis

ItaDestiani

NIM. 1705026193

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN DEKLARASI .....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN TRANSLITERASI .....</b>	<b>vii</b>
<b>HALAMAN ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>HALAMAN KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>HALAMAN DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan dan Manfaat Hasil Penelitian .....	9
D. Tinjauan Pustaka .....	11
E. Metodologi Penelitian .....	17
F. Sistematika Penulisan.....	20
<b>BAB II. LANDASAN TEORI</b>	
A. Transaksi Dalam Ekonomi Islam .....	23
B. Jual Beli Dalam Islam .....	33
C. Jual Beli <i>Online</i> .....	43
D. Resiko Bisnis.....	55

### **BAB III. GAMBARAN UMUM IBU ORGANIK SEMARANG**

A. Pertanian Organik.....	63
B. Profil Perusahaan .....	66
C. Visi Misi Perusahaan.....	74
D. Struktur Organisasi Perusahaan .....	76
E. Deskripsi Pekerjaan.....	76
F. Daftar Produk Ibu Organik Semarang.....	83
G. Mekanisme Model Transaksi Bisnis Ibu Organik Semarang.....	88

### **BAB IV. ANALISIS MODEL TRANSAKSI BISNIS (STUDI KASUS IBU ORGANIK SEMARANG) DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

A. Analisis Model Transaksi Bisnis (Studi Kasus Ibu Organik Semarang) Dalam Perspektif Ekonomi Islam .....	93
B. Analisis Resiko Bisnis (Studi Kasus Ibu Organik Semarang) .....	106

### **BAB V. PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	113
B. Saran .....	114
C. Penutup.....	115

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Kondisi lingkungan yang semakin kritis menjadikan gerakan cinta lingkungan, kampanye gaya hidup sehat, dan gerakan berbasis lingkungan kian mengemuka. Perkembangan produk yang berwawasan lingkungan dari berbagai bidang bisnis menunjukkan bahwa ada segmentasi masyarakat yang memang peduli terhadap lingkungan.<sup>1</sup> Salah satu sinyal positif dari kepedulian lingkungan adalah timbulnya kesadaran masyarakat akan kualitas hidup sehat seperti gaya hidup sehat yang tengah gencar di masyarakat Indonesia saat ini. Gaya hidup sehat tersebut adalah gaya hidup sehat dengan kembali ke alam (*back to nature*) yang mengusung gaya hidup sehat dengan konsep pola konsumsi makanan secara organik.

Makanan organik menurut *UK Food Standards Agency* adalah bahan pangan yang diproduksi dengan menggunakan metode pertanian organik yang membatasi input sintetis modern seperti pestisida sintetis dan pupuk

---

<sup>1</sup> Siti Khoiriyah, Muh Juan Suam Toro, *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Ketersediaan Produk Hijau* dalam Jurnal Bisnis dan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sebelas Maret, Vol. 14, No. 1, 2004 : 63-76

kimia.<sup>2</sup> Menurut data WHO (*World Health Organization*), 70% kematian disebabkan oleh berbagai penyakit seperti jantung, diabetes, stroke dan kanker. Separuh dari jumlah tersebut adalah orang-orang yang sering mengonsumsi makanan siap saji yang mengandung pengawet, penyedap rasa, dan komposisi makanan yang kurang bernutrisi untuk tubuh. Menurut WHO (*World Health Organization*) pola makan seimbang mencukupkan nutrisi yang dibutuhkan oleh tubuh, sehingga tubuh akan berfungsi dengan baik.<sup>3</sup>

Makanan organik dijadikan pilihan karena aman dari bahan-bahan kimia dan pestisida yang bisa membahayakan tubuh. Sehingga kandungan dalam sayur dan buah akan tetap utuh dan terjaga serta manfaatnya akan terserap secara optimal oleh tubuh. Kesadaran masyarakat untuk meningkatkan kualitas hidup sehat dan menjaga kelestarian lingkungan hidup menjadikan banyak produsen dari berbagai macam produk beralih menggunakan bahan-bahan yang menyediakan produk yang ramah lingkungan.

---

<sup>2</sup> <https://m.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20151213072810-262-97836/kembali-ke-alam-lewat-makanan-organik>. Diakses 2 September pukul 13.49 WIB

<sup>3</sup> Endang Susanti, Nur Kholisoh, *Kontruksi Makna Kualitas Hidup Sehat (Studi Fenomenologi pada Anggota Komunitas Herbalife Klub Sehat Ersanddi Jakarta)*, Jurnal Lugas, Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI, Universitas Mercubuana, Vol. 2, No. 1, Juni 2018, pp. 1-2.

Konsep pemasaran produk dengan penggunaan bahan yang tidak merusak lingkungan dikenal dengan pemasaran hijau (*green marketing*). Konsep ini sudah dilakukan oleh banyak produsen yang pada dasarnya direspon secara positif oleh konsumen. Namun, respon tersebut bukan berarti konsumen seratus persen lebih memilih produk hijau (organik) karena harga jual produk hijau sendiri lebih mahal dari pada produk non hijau (non organik).<sup>4</sup>

Peluang bisnis organik yang tidak semua masyarakat bisa menjadi target pasar telah dilakukan Ibu Intan dan suaminya selaku pemilik bisnis Ibu Organik Semarang sejak tahun 2016. Mereka memilih membuka bisnis menjual sayuran, buah, dan rempah organik yang telah tersertifikasi organik melalui media sosial seperti *Instagram*. Pemasaran bisnis Ibu Organik lebih dominan *online*, akan tetapi pada hari Sabtu dan Ahad, Ibu Organik Semarang biasa menjajakan produknya di area simpang lima bersama komunitas Pasar Sehat Semarang.

Bisnis dalam konsep Islam termasuk ke dalam kegiatan *mu'amalah* yaitu kegiatan yang berhubungan dengan sesama manusia khususnya yang berkaitan dengan

---

<sup>4</sup> James S Situmorang, Jurnal Kebutuhan Produk Hijau Yang Semakin Menjadi Kebutuhan dalam Dunia Bisnis, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik, Universitas Parahyangan.

masalah ekonomi. *Mu'amalah* merupakan bagian dari ekonomi Islam yang dalam ajaran Islam sudah ada tuntunan bagaimana seharusnya perilaku atau cara individu maupun masyarakat dalam memanfaatkan sumber daya yang ada untuk memenuhi kebutuhan. Salah satu bentuk praktek *muamalah* yang sering dilakukan masyarakat secara umum adalah jual beli.

Transaksi jual beli saat ini banyak dipengaruhi oleh kemajuan teknologi. Beberapa dampak positif dari kemajuan teknologi terhadap ekonomi antara lain kegiatan ekonomi yang semakin mudah, efektif, efisien, dan produktif sehingga produk dalam negeri dapat bersaing di pasar Internasional. Kemajuan teknologi semakin memudahkan manusia untuk mengakses segala hal yang dapat mendukung dan mencukupi kebutuhan hidupnya melalui telepon pintar (*smart phone*) maupun komputer.

Salah satu hal yang kini menjadi kebiasaan masyarakat *modern* adalah jual beli melalui *online*. Transaksi jual beli secara tradisional dengan jual beli secara *modern* tidak jauh berbeda. Jual beli secara tradisional mengharuskan penjual dan pembeli bertatap muka langsung di pasar untuk melakukan peralihan barang langsung dari penjual ke pembeli. Sedangkan jual beli secara *modern* tidak memiliki keharusan penjual dan

pembeli bertatap muka langsung untuk melaksanakan transaksi jual beli tersebut.

Jual beli secara *online* menjadikan transaksi jual beli semakin mudah, cepat, dan praktis. Konsumen yang memiliki keterbatasan waktu tetapi ingin memenuhi kebutuhannya tetap dapat berbelanja tanpa harus mendatangi tempat perbelanjaan tersebut. Keuntungan bagi penjual sendiri adalah jual beli *online* atau perdagangan secara elektronik dapat dilakukan melalui *e-commerce*, *marketplace*, dan *online shop* tanpa biaya sewa tempat.

*E-commerce* menurut Sutabri adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet, televisi, atau jaringan komputer lainnya. *E-commerce* dapat melibatkan *transferdana* elektronik, pertukaran data elektronik, sistem inventori otomatis, dan sistem pengumpulan data otomatis.<sup>5</sup> Sedangkan *Marketplace* adalah sebuah *website* yang menghubungkan seorang penjual dengan pembeli melalui internet. *Marketplace* menyediakan tempat bagi mereka yang ingin berjualan di *website* mereka. Selanjutnya pihak *marketplace* akan

---

<sup>5</sup> Iwan Sidharta, Boy Suzanto, “Pengaruh Kepuasan Transaksi Online Shopping Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Sikap Serta Perilaku Konsumen Pada E-Commerce”, Jurnal Computech dan Bisnis, STMIK Mardira Indonesia Bandung, STIE Pasundan Bandung, Vol. 9, No. 1, Juni 2015.

memunculkan barang jualan ketika ada calon pembeli yang melakukan pencarian barang yang ingin dibelinya. Ketika calon pembeli sudah menemukan barang yang sesuai dengan pencarian dan kebutuhannya maka pembayaran bisa melalui *marketplace* itu sendiri.

Pengelolaan bisnis yang mudah dan banyak digunakan oleh pengusaha yang baru membuka bisnis yaitu membuka toko secara *online (online shop)*. *Online shop* merupakan tempat terjadinya transaksi jual beli barang atau jasa melalui internet. Untuk menjalankan *online shop*, seorang pengusaha tidak harus memiliki *website* sendiri. *Online shop* juga dapat dibuka melalui akun media sosial pengusaha itu sendiri seperti *instagram*, dan *facebook*. *Online shop* tidak memiliki perantara untuk penjual dan pembeli seperti yang ada di *e-commerce* maupun *market place*.<sup>6</sup> Seseorang yang menjual barang dengan sistem *online shop* akan berhubungan langsung dengan pembelinya, karena calon pembeli dapat melakukan pemesanan melalui aplikasi *chat* seperti *whatsapp*, dan *line*. Seperti yang dilakukan oleh Ibu Intan yang memilih lebih aktif menjual barang organiknya dengan sistem *online shop* dari pada *offlineshop* di Pasar Sehat Semarang yang dilakukan setiap pekan satu dan tiga.

---

<sup>6</sup>[www.dewaweb.com](http://www.dewaweb.com) diakses pada hari Sabtu pukul 13.00 WIB.

Salah satu hal yang menarik dari bisnis Ibu Organik adalah model transaksi dan sistem pembayaran yang digunakan Ibu Organik terhadap konsumennya. Saat ini Ibu organik hanya mampu menerima pesanan area Jawa Tengah. Barang yang ditawarkan kepada konsumen adalah barang-barang yang saat itu *ready stock* setelah panen. Konsumen yang ingin membeli bisa melakukan pemesanan melalui *whatsapp*. Setelah pesanan terkonfirmasi, pesanan konsumen yang berdomisili di Semarang akan diantar oleh penyedia jasa kurir seperti paxel. Namun jika konsumen berdomisili di luar Semarang barang akan dikirim melalui jasa pengiriman seperti JNE (Jalur Nugraha Ekakurir), J&T *Express* dan lain-lain. Konsumen dapat memilih membayar pesanan saat akad dilakukan atau setelah menerima pesanan dan tidak ada keluhan dari barang yang dipesan. Jadi uang yang nantinya akan di transfer ke Ibu Organik bisa saat itu juga maupun saat konsumen telah menerima pesanan dan menikmatinya.

Metode pembayaran jual beli *online* yang diterapkan Ibu Organik memang sama seperti metode pembayaran jual beli *online* pada umumnya yaitu mengirimkan uang melalui rekening bank (*transfer*). Tetapi *transfer* bank pada transaksi jual beli *online* pada umumnya adalah pembeli mengirimkan sejumlah uang terlebih dahulu ke rekening penjual agar pesanan tersebut

dapat di proses lebih lanjut oleh penjual untuk di kirim ke alamat pembeli. Hal ini berbeda dengan metode pembayaran yang diterapkan Ibu Organik, karena pembeli dapat mengirimkan sejumlah uang kepada penjual setelah pembeli tersebut menerima barang pesanan.

Model transaksi bisnis seperti ini dapat menyebabkan munculnya resiko kerugian bagi Ibu Organik Semarang. Resiko kerugian dapat terjadi jika konsumen berlaku curang atau tidak jujur karena tidak mengirimkan uang pembelian meskipun telah menerima barang pesanan terlebih dahulu. Selain resiko penipuan yang dapat dilakukan oleh penjual maupun pembeli dari adanya kemudahan-kemudahan bertransaksi secara *online*. Model transaksi dan akad yang diterapkan merupakan salah satu hal yang perlu di cermati kembali dalam jual beli *online* yang terdapat dalam jual beli *online* di Ibu Organik Semarang. Akad merupakan unsur penting dalam suatu bisnis, rukun dan syarat jual beli pada bisnis *online* tetap harus terpenuhi meskipun terdapat beberapa perbedaan dalam proses bertransaksi. Melalui latar belakang tersebut penyusun tertarik mengangkat judul **“Analisis Model Transaksi Bisnis (Studi Kasus Ibu Organik Semarang) Dalam Perspektif Ekonomi Islam”**.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana model transaksi bisnis ( studi kasus Ibu Organik Semarang) dalam perspektif ekonomi Islam?
2. Bagaimana analisis resiko dalam model transaksi bisnis (studi kasus Ibu Organik Semarang)?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui model transaksi dan metode pembayaran jual beli *online* yang sesuai dengan ekonomi Islam.
2. Mengetahui cara Ibu Organik Semarang dalam menangani resiko dari penerapan model transaksi tersebut.

Manfaat penelitian dibedakan menjadi dua, manfaat teoritis dan manfaat praktis:

### **1. Manfaat Teoritis**

Secara teoritis penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi terhadap masalah keilmuan khususnya dalam bidang ekonomi Islam. Selain sebagai referensi, penelitian ini merupakan sebagian kecil dari sumbangsih pemikiran kepada dunia pendidikan tentang model transaksi dan metode pembayaran *online* yang sesuai dengan ekonomi Islam.

### **2. Manfaat Praktis**

- a. Bagi Ibu Organik Semarang

Sebagai bahan rujukan untuk mengetahui bagaimana pandangan ekonomi Islam terhadap model transaksi dan pembayaran jual beli *online* yang ada dalam bisnis Ibu Organik Semarang. Meminimalisir resiko dari kekurangan model transaksi dan metode pembayaran yang diterapkan Ibu Organik Semarang. Salah satu bentuk media untuk semakin mengenalkan produk Ibu Organik Semarang.

b. Bagi Masyarakat

Semakin menambah wawasan mengenai adanya produk organik dari Ibu Organik Semarang yang bisa dijadikan pilihan untuk menerapkan hidup sehat dengan bahan-bahan yang berkualitas baik. Menambah motivasi dan kedisiplinan masyarakat untuk menjalankan bisnis dengan praktek jual beli *online* secara ekonomi Islam.

c. Bagi Peneliti

Manfaat penelitian bagi peneliti adalah sumber referensi serta penambah wawasan, pengetahuan, keilmuan, dan masukan untuk penelitian selanjutnya. Sebagai bahan evaluasi untuk pengambilan sikap jika terjadi permasalahan serupa. Peneliti juga mendapatkan wawasan keilmuan mengenai pertanian organik dan

kaitannya dengan model transaksi dan metode pembayaran jual beli *online* secara ekonomi Islam.

d. Bagi Ilmu Pengetahuan

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi baik dalam bidang ekonomi bisnis Islam maupun bidang lainnya yang berkaitan dengan transaksi jual beli *online* dan metode pembayaran yang sesuai dengan ekonomi Islam. Sebagai bahan penelitian untuk dilengkapi kekurangannya oleh peneliti selanjutnya.

#### **D. Tinjauan Pustaka**

Dalam penelitian ini, peneliti merujuk pada beberapa literatur dari hasil penelitian sebelumnya yang memiliki relevansi dengan penelitian ini. Adapun beberapa tinjauan pustaka dalam penelitian ini diantaranya:

1. Skripsi oleh Nurmalia dengan judul “*Jual Beli Salam (Pesanan) Secara Online Di Kalangan Mahasiswa UIN Sumatera Utara Medan (Tinjauan Menurut Syafi’iyah)* Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Tahun 2018.

Hasil penelitian menjelaskan jual beli *salam* (pesanan) secara *online* di kalangan mahasiswa UIN Sumatera Utara Medan dalam tinjauan Syafi’iyah dalam kitab *Al-fiqh A’la Al Mazahib Al-Arba’ah*, *Al-Iqna’ Fi Hilli Alfaz Abi Syuja’*, *Al-Fiqh Al-Islamiy Wa Adillatuh*, dan

*Al-Umm* adalah jual beli *salam* (pesanan) secara *online* telah memenuhi adanya rukun dan syarat-syarat jual beli *salam* (pesanan). Akan tetapi ada beberapa rukun dan syarat yang tidak dinyatakan secara nyata namun tersirat dalam praktek jual beli *salam* yang terjadi di kalangan mahasiswa UIN Sumatera Utara Medan. Peneliti beranggapan jual beli *salam* (pesanan) secara *online* yang terjadi pada jaman sekarang tetap sah.

2. Skripsi oleh Aulia Nur Agustin dengan judul “*Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Online Busana Muslim Pada Shofiya Collection Di Media Sosial*”. Progam Studi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Surakarta, Tahun 2018.

Skripsi ini membahas tinjauan hukum mengenai jual beli *online* busana muslim yang ada di Shofiya *Collection* telah memenuhi syarat dan rukun jual beli *online* dalam hukum Islam. Sistem yang digunakan Shofiya *Collection* dalam jual beli menggunakan media sosial dan sistem *reseller/dropshipping*. Sistem jual beli tersebut diperbolehkan dalam Islam. Akad yang digunakan adalah *Ba'i as salam* dan objek barang yang dijual di toko Shofiya *Collection* tidak memiliki unsur haram seperti riba dan menyimpang dari syariat Islam.

3. Skripsi oleh Nurul Atira dengan judul “*Jual Beli Online Yang Aman Dan Syar’i (Studi Terhadap Pandangan Pelaku Bisnis Online di Kalangan Mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum UIN Alauddin Makassar)*”. Prodi Hukum Acara Peradilan dan Kekeluargaan Jurusan Peradilan pada Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Alauddin Makassar, Tahun 2017.

Peneliti memaparkan bahwa jual beli *online* yang aman menurutnya adalah jual beli *online* yang secara resmi telah diformalkan oleh pemerintah. Mekanismenya adalah *onlineshop* tersebut telah mendapat jaminan terhadap legalitas yang secara resmi terdaftar secara prosedural dari Departemen Perdagangan atau pemerintah terkait. Sedangkan jual beli *online* secara *syar’i* memenuhi beberapa kriteria antara lain: memenuhi rukun dan syarat jual beli, spesifikasi barang harus jelas (macam, jenis, sumber, kualitas dan kuantitas), ada kesepakatan di awal ketika akad mengenai waktu atau ketetapan tanggal barang akan sampai, dan garansi pengembalian atau hak khiyar), tidak ada kerahasiaan mengenai cacat barang, tidak berlebihan dalam mengambil keuntungan, mengedepankan kejujuran dalam bertransaksi, saling menghargai antar penjual dan pembeli, menghindari sumpah meskipun penjual tersebut benar, dan

memperbanyak sedekah dari hasil penjualan produk tersebut.

4. Jurnal oleh Hasrini Sari dan Aditya Parama Setiaboedhi dengan judul “*Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Pangan Organik Melalui Situs Online*”, Progam Studi Teknik Industri dan Manajemen Rekayasa Industri, Fakultas Teknologi Industri, Institut Teknologi Bandung.

Kesimpulan mengenai penelitian ini adalah minat beli pangan organik melalui situs *online* yang ada di Indonesia masih rendah. Sedangkan potensi produk organik dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif Indonesia. Minat beli yang rendah disebabkan kurangnya manfaat yang bisa segera dimanfaatkan dari karakteristik produk organik dan harga yang relatif tinggi membuat posisi tawar lebih rendah terhadap produk substitusinya. Harga yang relatif tinggi disebabkan biaya yang dikeluarkan untuk pertanian organik lebih mahal dari pada pertanian dengan perawatan dari pestisida dan bahan-bahan kimia lainnya.

Jadi pemasaran melalui situs *online* menjadi salah satu strategi penjualan karena biaya pemasaran yang lebih rendah dibandingkan dengan pemasaran melalui *offline*. Selain biaya pemasaran yang lebih rendah, situs *online*

juga mudah digunakan, cakupan jaringan luas, penyebaran dan pengumpulan informasi cepat serta mudah mencari mitra bisnis potensial. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli pangan melalui situs *online* adalah rasa percaya dan persepsi terhadap kegunaan. Rasa percaya konsumen dipengaruhi oleh informasi yang disajikan oleh situs.

5. Jurnal oleh Daharmi dengan judul “*Persepsi Masyarakat Terhadap Akad Jual Beli Online Perspektif Ekonomi Syariah*”. Dalam Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah, Volume 1 Nomor 1, Juni 2018. Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau (UIR) Pekanbaru. Hasil penelitian menunjukkan gambaran faktor-faktor eksternal lingkungan yang mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap jual beli *online* seperti intensitas, ukuran, keberlawanan atau kontras, dan pengulangan telah dimiliki oleh masyarakat berdasarkan tingginya responden yang menyatakan setuju. Begitupun dengan hasil dari faktor dalam diri yang mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap jual beli *online* seperti belajar atau pemahaman, motivasi, kepribadian, yang gambarannya telah dimiliki juga oleh masyarakat dengan tingginya jawaban responden yang menyatakan setuju. Maka persentase dari hasil keduanya adalah 42,78% dengan perbandingan skor tertinggi dengan

skor penelitian 19.400:15.054. Hasil skor penelitian pada garis kontinum terletak pada daerah “netral”. Dilihat dari nilai interpretasi skor penelitian yaitu  $15.054/19.400 \times 100 = 77,59\%$  maka dapat disimpulkan persepsi masyarakat terhadap jual beli online di BKMT Kota Pekanbaru dapat dikatakan “baik”.

6. Jurnal oleh Wati Susiawati dengan judul “*Jual Beli Dalam Konteks Kekinian*”. Dalam Jurnal Ekonomi Islam Volume 8, Nomor 2, November 2017, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.

Pembahasan dalam jurnal ini mengungkapkan jual beli merupakan transaksi yang harus terpenuhi rukun dan syaratnya oleh penjual dan pembeli. Rukun dan syarat jual beli tersebutlah yang menjadikan sebuah transaksi jual beli dapat dianggap “Sah”. Sebaiknya kita lebih berhati-hati dalam melakukan jual beli *online* tanpa mengurangi esensi rukun dan syarat jual beli yang sesuai dengan syariat agama Islam mengingat berbagai macam model transaksi yang ada jual beli *online* pada masa sekarang.

Beberapa tinjauan pustaka di atas merupakan referensi bagi peneliti untuk penelitian yang akan diangkat. Penelitian terdahulu menguraikan penelitian secara umum mengenai tinjauan hukum jual beli *online* yang sesuai dengan syariah. minat beli konsumen

terhadap produk organik, dan persepsi masyarakat terhadap jual beli *online*. Meskipun semua penelitian tersebut berhubungan dengan penelitian yang akan diangkat oleh penulis, namun berbeda objek penelitian. Objek penelitian penulis bukan hanya jual beli *online* secara umum yang dibahas pada skripsi sebelumnya. Penulis memiliki objek penelitian bagaimana model transaksi bisnis Ibu Organik Semarang yang di dalamnya terdapat metode pembayaran transaksi jual beli *online* yang berbeda dengan model transaksi dan metode pembayaran yang umum digunakan perspektif ekonomi Islam.

## **E. Metodologi Penelitian**

### **1. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Jenis penelitian adalah penelitian kualitatif dengan metode pengumpulan data lapangan (*field research*). Penelitian kualitatif adalah salah satu metode penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman tentang kenyataan melalui proses berpikir induktif.<sup>7</sup> Tujuan dari penelitian ini pada khususnya adalah untuk mengetahui dan meneliti fenomena ekonomi Islam yang terjadi di lapangan (bisnis Ibu

---

<sup>7</sup> Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Rineka Cipta, 2008, h.1.

Organik) mengenai model transaksi bisnis Ibu Organik Semarang.

## 2. Sumber Data

Sumber data terbagi menjadi data primer dan sekunder. Data primer bersumber dari (1) subjek penelitian, (2) informan, dan (3) narasumber. Data sekunder bersumber dari buku, jurnal, skripsi, *website*, dan data-data lain yang mendukung penelitian. Subjek penelitian yang dipilih adalah pemilik bisnis Ibu Organik Semarang. Informan dalam penelitian ini adalah pemilik bisnis Ibu Organik Semarang dan lainnya yang dapat memberikan informasi terkait penelitian. Narasumber dalam penelitian ini adalah para pakar yang berkompeten dalam penelitian dengan judul yang diangkat penulis.

## 3. Teknik Pengumpulan Data

### a. Wawancara

Wawancara dilakukan terhadap subjek penelitian selaku pemilik bisnis yang mengetahui bagaimana model transaksi bisnis yang dijalankan Ibu Organik Semarang dan narasumber lainnya. Penggalan informasi secara mendalam dan terbuka dari wawancara akan dicatat dan di rekam menggunakan media

komunikasi untuk memudahkan penulis dalam menganalisis penelitian.

b. Dokumentasi

Dokumentasi berupa pengambilan data secara tertulis maupun elektronik dari objek penelitian yang bersangkutan. Dokumen tertulis meliputi standar operasional dalam melayani konsumen, daftar harga dan produk yang dijual, dan mekanisme model transaksi bisnis Ibu Organik Semarang. Dokumen ini sebagai kelengkapan data dan bukti telah meneliti objek penelitian tersebut.

c. *Study Literatur*

*Study Literatur* adalah teknik pengumpulan data melalui berbagai sumber seperti buku, jurnal, skripsi, tesis, internet, dan lain-lain yang berhubungan dengan topik yang diangkat dalam suatu penelitian.

4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis kualitatif yang bersifat deskriptif karena data yang akan terkumpul tidak menekankan pada angka maupun gambar melainkan kata-kata. Data yang terkumpul akan dianalisis dan dideskripsikan melalui kalimat.

## **F. Sistematika Penulisan**

Pembahasan dalam penyusunan skripsi ini terbagi menjadi beberapa bab, setiap bab terdiri dari beberapa sub bab. Gambaran sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pendahuluan dalam bab pertama meliputi: latar belakang masalah untuk memperjelas mengapa penelitian ini dilakukan, rumusan masalah berisi tentang beberapa pertanyaan terkait masalah yang ada pada latar belakang, tujuan dan manfaat penelitian terdiri dari tujuan adanya penelitian ini dan manfaat yang terdiri dari manfaat teoritis dan manfaat praktis dari penelitian, tinjauan pustaka merupakan beberapa referensi penelitian terdahulu yang dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya, metodologi penelitian menjelaskan tentang pendekatan dan metode yang dilakukan penulis untuk melakukan penelitian, sistematika penulisan merupakan pembagian dari masing-masing sub bab yang akan di bahas dalam penelitian, daftar pustaka adalah daftar buku, jurnal, *website*, yang menjadi referensi dalam penulisan skripsi.

## **BAB II :LANDASAN TEORI**

Dalam bab ini berisi mengenai landasan teori yang berhubungan dengan penelitian ini. Adapun beberapa teori yang digunakan antara lain: transaksi ekonomi dalam Islam, jual beli dalam Islam, jual beli *online*, dan resiko bisnis. Teori transaksi ekonomi Islam meliputi definisi transaksi, karakteristik transaksi dalam ekonomi Islam, definisi akad, dasar hukum akad, serta rukun dan syarat akad. Jual beli dalam Islam meliputi definisi jual beli, dasar hukum jual beli, rukun dan syarat jual beli, dan jual beli menurut cara pembayaran. Jual beli *online* meliputi definisi jual beli *online*, hukum jual beli *online* menurut undang-undang, media jual beli *online* dan metode pembayaran *online*. Resiko bisnis meliputi definisi resiko, resiko pada pertanian organik, manajemen resiko.

## **BAB III : GAMBARAN UMUM**

Gambaran umum dalam bab ini adalah gambaran umum tentang bisnis Ibu Organik Semarang antara lain: sejarah perusahaan, visi dan misi, struktur organisasi, daftar harga produk Ibu Organik Semarang dan mekanisme model transaksi bisnis Ibu Organik Semarang.

#### **BAB IV : ANALISIS PENELITIAN**

Analisis penelitian menguraikan hasil penelitian berupa analisis resiko bisnis Ibu Organik Semarang dan analisis model transaksi Ibu Organik Semarang dalam perspektif Ekonomi Islam. Analisis diperoleh dari data-data penelitian yang di dapatkan dan teori yang dijadikan rujukan untuk menganalisis permasalahan.

#### **BAB V : PENUTUP**

Bab ke lima berisi uraian kesimpulan mengenai hasil analisis analisis resiko dan analisis dari model transaksi bisnis Ibu Organik Semarang perspektif ekonomi Islam, kritik dan saran untuk memperbaiki model transaksi bisnis yang sesuai dengan ekonomi Islam, daftar pustaka dan lampiran-lampiran penelitian.

## BAB II

### MODEL TRANSAKSI BISNIS

#### A. Transaksi Dalam Ekonomi Islam

##### 1. Definisi Transaksi

Transaksi dalam ekonomi Islam merupakan kejadian ekonomi yang dilakukan oleh orang atau lembaga yang menyebabkan perubahan harta atau kekayaan. Transaksi dapat berbentuk tunai maupun kredit. Jika transaksi terjadi secara tunai tidak akan terjadi permasalahan ketika penjual dan pembeli memegang syari'at Islam secara baik dan benar. Sebaliknya apabila transaksi dilakukan secara kredit (hutang atau piutang) oleh masyarakat maka Islam mengatur secara detail hal ini dikarenakan untuk menjaga stabilitas kerukunan umat. Inilah pentingnya keberadaan bukti transaksi sebagai alat untuk memperjelas kejadian transaksi seperti yang diperintahkan dalam al-Qur'an surat al-Baqarah ayat 282.<sup>1</sup>

Buya Hamka juga telah menafsirkan surat al-Baqarah ayat 282 di dalam tafsir Al-Azhar Juz 3 yang mengemukakan beberapa hal mengenai pentingnya mencatat saat proses transaksi antara lain: "Perhatikan

---

<sup>1</sup> Ikit, dkk, *Jual Beli Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Gava Media, 2008, h.40.

tujuan ayat yang menyatakan kepada sekalian orang yang beriman kepada Allah supaya utang piutang itu ditulis, itulah dia yang berbuat sesuatu pekerjaan karena Allah, karena perintah Allah dilaksanakan. Sebab itu tidaklah layak berbaik hati kepada kedua belah pihak lalu berkata tidak perlu dituliskan karena kita selalu percaya satu sama lain, padahal umur kedua belah pihak sama-sama di tangan Allah". Beliau mengungkapkan bahwa wajibnya memelihara tulisan atau mencatat bukan karena tidak percaya satu sama lain tetapi upaya pencegahan jika terjadi sesuatu dikemudian hari agar tidak ada konflik. Perintah seperti ini telah banyak di abaikan oleh umat Islam pada zaman sekarang. Situasi seperti inipun sudah semakin parah karena seolah-olah mencatat transaksi seperti menunjukkan kurangnya kepercayaan satu sama lain, padahal mencatat sendiri merupakan perintah Allah.<sup>2</sup>

## 2. Karakteristik Transaksi Dalam Ekonomi Islam

Beberapa karakteristik akad (transaksi) dalam ekonomi Islam sebagai pembeda antara ekonomi Islam dengan ekonomi konvensional antara lain:<sup>3</sup>

- a. Transaksi dapat dilakukan atas dasar prinsip saling ridha.
- b. Transaksi yang digunakan dapat berupa bagi hasil, jual beli, sewa menyewa dan jasa.

---

<sup>2</sup> Sofyan Syafri Harahap, *Menuju Perumusan Teori Akuntansi Islam*, Jakarta: PT. Pustaka Quantum Prima, 2008, h. 86.

<sup>3</sup> Ikit, dkk, *Jual Beli Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Gava Media, 2008, h. 52.

- c. Prinsip kebebasan bertransaksi dapat dilakukan sepanjang objeknya halal dan baik (*thayib*).
- d. Uang hanya berfungsi sebagai alat ukur dan satuan pengukur nilai bukan sebagai komoditas.
- e. Tidak mengandung unsur riba.
- f. Tidak mengandung unsur haram dan kezaliman.
- g. Tidak mengandung unsur *maysir, gharar, tadlis, ikhtikar, ba'i najasy*, dan *riswah*.
- h. Memadukan nilai spiritual dan nilai materi.
- i. Adanya kebebasan dalam mencari harta yang sesuai dengan nilai-nilai syariah.
- j. Tidak menganut prinsip nilai waktu dari uang (*time value of money*) karena keuntungan dari kegiatan bisnis akan selalu terikat dengan resiko yang melekat pada bisnis tersebut.

### 3. Definisi Akad

Akad adalah kategori transaksi yang berisi ucapan (*tasharruf qauli al-aqdi*).<sup>4</sup> Kata akad berasal dari bahasa arabal-*'aqd* dalam bentuk jamak disebut *al-uqud* yang berarti ikatan atau simpul tali.<sup>5</sup> Menurut etimologi, akad berarti ikatan antara dua perkara, baik

---

<sup>4</sup> Oni Sahroni, M. Hasanuddin, *Fikih Muamalah Dinamika Teori Akad dan Implementasinya dalam : Ekonomi Syariah*, Jakarta: Rajawali Pers, 2016, h. 2.

<sup>5</sup> Ash-Shidqi, *Pengantar Fiqh Muamalah*, Jakarta: Bulan Bintang, 1984, h.1.

ikatan secara nyata maupun ikatan secara maknawi, dari satu segi maupun dua segi. Secara terminologi fiqh, akad didefinisikan dengan pertalian ijab (pernyataan melakukan ikatan) dan qabul (pernyataan penerimaan ikatan) sesuai dengan *syariat* yang berpengaruh kepada objek perikatan. Akad adalah ikatan, keputusan, penguatan, perjanjian atau transaksi yang dapat diartikan sebagai kemitraan yang terbingkai dengan nilai-nilai syari'ah.<sup>6</sup>

Secara khusus akad berarti kesamaan antara ijab (pernyataan penawaran atau pemindahan kepemilikan) dan qabul (pernyataan penerimaan kepemilikan) dalam lingkup yang disyariatkan dan berpengaruh kepada sesuatu.<sup>7</sup> Melalui beberapa pengertian di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa akad adalah perikatan atau perjanjian di antara kedua belah pihak yang dilakukan sesuai dengan syari'at dan akan berdampak pada objeknya. Adapun hikmah diadakannya akad antara lain: a) Adanya ikatan yang kuat antara dua orang atau lebih di dalam bertransaksi atau memiliki sesuatu. b) Tidak dapat sembarangan

---

<sup>6</sup> M. Nur Rianto Al-Arif, *Penjualan On-line Berbasis Media Sosial Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Jurnal Wacana Hukum Islam dan Kemanusiaan, Volume 13, No. 1, Juni 2013, h. 35.

<sup>7</sup> Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007.

dalam membatalkan suatu ikatan perjanjian, karena telah diatur secara syar'i. c) Akad merupakan payung hukum di dalam kepemilikan sesuatu sehingga pihak lain tidak menggugat atau memilikinya.

#### 4. Dasar Hukum Akad <sup>8</sup>

Dasar hukum akad dalam al-Qur'an antara lain:

##### 1) Q.S Al-Isra ayat 34

وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ  
أَشُدَّهُ<sup>ج</sup> وَأَوْفُوا بِالْعَهْدِ<sup>ط</sup> إِنَّ الْعَهْدَ كَانَ مَسْئُولًا ﴿٣٤﴾

“Dan janganlah kamu mendekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih baik (bermanfaat) sampai ia dewasa dan penuhilah janji; sesungguhnya janji itu pasti diminta pertanggung jawaban”.

##### 2) Q.S Al-Maidah ayat 1

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ<sup>ج</sup> أُحِلَّتْ لَكُمْ بَيْعَةٌ  
الْأَنْعَمِ إِلَّا مَا يُتْلَىٰ عَلَيْكُمْ غَيْرِ مُجْلَىٰ الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ<sup>ط</sup>  
إِنَّ اللَّهَ تَحْكُمُ مَا يُرِيدُ ﴿١﴾

---

<sup>8</sup> Abdullah Al-Mushlih, Shalah Ash-Shawi, *Fikih Keuangan Islam*, Jakarta: Darul Haq, 2004, h. 91.

“Hai orang-orang yang beriman, penuhilah akad-akad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (Yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya”.

## 5. Rukun dan Syarat Akad

Rukun dan syarat akad terdiri dari:

### 1) *Al-Aqidain* (pihak-pihak yang berakad)

Para pihak yang membuat akad disebut juga dengan subjek akad (subjek hukum). Syarat dari subjek akad yaitu *mukallaf* atau orang yang telah memiliki kedudukan tertentu sehingga dia dibebani kewajiban-kewajiban tertentu. Subjek hukum dapat berbentuk perorangan ataupun badan hukum. Indikator dari *mukallaf* seperti telah baligh, dan *tamyiz* (dapat membedakan mana baik dan buruk).<sup>9</sup>

### 2) Objek Akad

Objek akad (*mahallul al-'aqd*) adalah sesuatu yang dijadikan objek akad dan dikenakan akibat

---

<sup>9</sup> Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2012, h. 72.

hukum yang ditimbulkan. Objek akad hanya benda-benda yang halal dan bersih dari najis dan maksiat.

Syarat objek akad sebagai berikut:

- a) Telah ada pada waktu diadakan  
Barang yang belum wujud, mungkin tidak wujud, dan tidak akan wujud pada waktu yang akan datang, tidak bisa menjadi objek akad. Namun, para fuqaha memberikan pengecualian seperti pada akad *salam*, *ijarah*, dan bagi hasil, dimana objek akad cukup diperkirakan berwujud di masa yang akan datang. Pengecualian tersebut didasarkan pada prinsip *istihsan* untuk menjaga dan memenuhi kebutuhan manusia dan tidak bertentangan dengan syara'.
- b) Dibenarkan oleh syara'  
Objek yang bisa digunakan untuk akad adalah benda-benda yang memiliki nilai dan manfaat bagi manusia. Jika objek merupakan benda dalam bentuk manfaat yang bertentangan dengan *syariah* maka batal akadnya.

- c) Dapat diketahui dan ditentukan oleh pihak yang berakad

Objek akad harus dapat diketahui dan ditentukan oleh para pihak yang berakad. Ketidakjelasan objek akad dapat menimbulkan sengketa di kemudian hari. Terdapat 4 (empat) aspek yang perlu diperhatikan yaitu, sifat, jenis, jumlah, dan jangka waktu.

- d) Dapat diserahkan

Objek akad harus dapat diserahkan pada waktu akad sesuai dengan kesepakatan. Hal yang harus diperhatikan dan dipastikan adalah objek akad tersebut benar-benar ada secara sempurna atau terwujud.

3) Tujuan Akad (*Maudhu' al- 'Aqd*)

Syarat-syarat yang harus dipenuhi agar tujuan akad dipandang sah dan mempunyai tujuan hukum adalah sebagai berikut:

- 1) Tujuan akad tidak merupakan kewajiban yang telah ada atas pihak-pihak yang bersangkutan tanpa diadakannya akad.
- 2) Tujuan harus berlangsung dari adanya akad hingga berakhirnya akad.

3) Tujuan harus dibenarkan oleh *syara'*.<sup>10</sup>

4) *Sighat Akad*

*Sighat akad* merupakan sesuatu yang bersumber dari dua orang yang melakukan akad yang menunjukkan tujuan kehendak batin mereka yang melakukan akad. Dalam literatur fiqh, *sighat* akad diwujudkan dalam bentuk ijab dan qabul. Ijab adalah pernyataan pihak pertama mengenai perikatan yang diinginkan atau penawaran yang menunjukkan keinginan untuk membuat akad. Qabul adalah pernyataan pihak kedua untuk menerimanya atau penerimaan dan persetujuan dari pihak kedua terhadap. Pada prinsipnya akad dilakukan secara lisan, namun bukan satu-satunya cara. Menurut para ulama ada beberapa cara yang bisa di tempuh untuk melaksanakan akad diantaranya:

a) *Sighat* akad secara lisan (ucapan)

*Sighat* akad secara lisan adalah para pihak mengungkapkan kehendaknya dalam bentuk perkataan yang jelas dan menunjukkan keridhoannya.

b) *Sighat* akad secara tulisan

---

<sup>10</sup> Mardani, *Fiqh ...*, h. 73.

*Sighat* akad secara tulisan biasanya dilakukan karena kedua belah pihak tidak dapat bertemu secara langsung. Hal ini diperbolehkan dalam Islam dengan syarat tulisan harus jelas, tampak, dan dapat dipahami oleh keduanya.

c) *Sighat* akad dengan perbuatan

*Sighat* akad dengan perbuatan dilakukan oleh kedua belah pihak dengan perbuatan yang saling meridhoi. Contoh *sighat* akad dengan perbuatan adalah jual beli di supermarket yang di dalamnya tidak ada proses tawar menawar, tetapi pihak pembeli mengetahui harga yang tercantum. Pada saat pembeli akan membayar barang yang dibelinya di supermarket ke meja kasir, menunjukkan bahwa pembeli ridho dengan proses jual beli tersebut dan terjadilah transaksi jual beli.

d) *Sighat* dengan isyarat

*Sighat* diperbolehkan jika orang yang berakad tidak bisa bicara seperti bisu dan gagap dengan catatan tidak bisa berakad dengan tulisan karena tulisannya tidak baik dan kurang bisa di pahami. Sehingga lebih

baik berakad dengan isyarat yang bisa dipahami karena sama nilainya desan lisan berdasarkan kesepakatan para fuqaha karena darurat.<sup>11</sup>

## **B. Jual Beli Dalam Islam**

### **1. Definisi Jual Beli**

Jual beli menurut bahasa adalah *mutlaq al-mubadalah* yang berarti tukar menukar secara mutlak. Ungkapan lain dari jual beli adalah *muqabalah syai'i bi syai* yaitu tukar menukar sesuatu dengan sesuatu. Jual beli dalam istilah fikih disebut *al-ba'i* yang berarti menjual, mengganti, dan menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain. Pengertian jual beli secara bahasa menurut Jalaluddin al-Mahally adalah tukar menukar sesuatu dengan sesuatu dengan adanya ganti atau imbalan. Sementara jual beli menurut istilah adalah tukar menukar harta dengan harta yang berimplikasi pada pemindahan milik dan kepemilikan. Tukar menukar harta dengan harta yang lain dalam transaksi jual beli ini menurut Sayid Sabiq adalah berdasarkan suka sama

---

<sup>11</sup> Syech Abdurrahman as-Sa'di, Penerjemah Abdullah, *Fiqih Jual Beli (Panduan Praktis Bisnis Syariah)*, Jakarta: Senayan Publisng, 2008, h. 299.

suka.<sup>12</sup> Terdapat beberapa pendapat pengertian jual beli menurut istilah *fuqaha*, beberapa pendapat di kalangan para Imam madzhab, antara lain:

a. Madzhab Hanafi

Jual beli adalah menukarkan barang dengan dua mata uang, yaitu emas, perak dan sejenisnya.

b. Madzhab Maliki

Jual beli atau *ba'i* menurut istilah ada dua pengertian, yakni:

- 1) Definisi untuk seluruh satuannya *ba'i* (jual beli) yang mencakup akad *sharf*, *salam*, dan lain sebagainya.
- 2) Definisi untuk satu satuan dari beberapa satuan yaitu sesuatu yang dipahamkan dari lafal *ba'i* secara mutlak menurut '*urf* (adat kebiasaan).

c. Madzhab Syafi'i

Jual beli menurut syara' adalah tukar menukar harta dengan harta dengan cara tertentu.

d. Madzhab Hambali

---

<sup>12</sup> Rozalinda, *Fikih Ekonomi Syariah Prinsip Dan Implementasi Pada Sektor Keuangan Syariah*, Jakarta: Rajawali Pers, 2016, h. 63

Jual beli menurut syara' adalah menukarkan harta dengan harta atau menukarkan manfaat yang mubah dengan suatu manfaat yang mubah pula untuk selamanya.<sup>13</sup>

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa jual beli adalah persetujuan antara dua pihak atas kerelaan masing-masing untuk melaksanakan transaksi tukar menukar uang dengan barang (membayar barang dengan harga yang telah disepakati bersama) dengan cara yang sesuai dengan *syariat*.

## 2. Dasar Hukum Jual beli Antara Lain:<sup>14</sup>

### a. Q.S An-Nisa : 29

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

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu

<sup>13</sup> *Ibid*, 65.

<sup>14</sup> Mardani, *Hukum Sistem Ekonomi Islam*, Jakarta: Rajawali Pers, 2015, h. 167.

sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.

b. Hadis

Rasulullah SAW, bersabda; “Pedagang yang jujur dan terpercaya itu sejajar (tempatny di surga) dengan para Nabi, para shiddiqin, dan para syuhada. (HR Tirmidzi)

c. Ijma

Jumhur ulama sepakat mengenai hukum jual beli adalah diperbolehkan. Diperbolehkannya jual beli karena kebutuhan manusia sangat berkaitan dengan barang yang dimiliki oleh saudaranya. Sedangkan saudara itu tidak akan memberikan barang tersebut tanpa kompensasi. Sehingga dengan disyariatkannya jual beli masing-masing pihak dapat memenuhi kebutuhannya. Di sisi lain, manusia merupakan makhluk sosial yang tidak dapat hidup tanpa kerjasama dan tolong menolong dengan manusia yang lainnya.<sup>15</sup>

3. Rukun dan Syarat Jual Beli

Perjanjian jual beli merupakan perbuatan hukum yang menimbulkan peralihan hak atas suatu barang dari

---

<sup>15</sup> Al-Bahuti Mansur bin Yunus bin Shalahuddin ibn Hasan bin Idris al, *Kasyshaf al-Qina ‘an Matn al-Iqna’*, Beirut: Dar al-Kutub al-‘Ilmiyyah, Vol. 3, h. 146.

pihak penjual kepada pihak pembeli. Oleh karena itu jual beli harus memenuhi rukun dan syarat sah jual beli antara lain:

a. Rukun *ba'i* (jual beli) terdiri atas:

- 1) Adanya orang yang berakad atau *al-muta'qidain*
- 2) Adanya *sighat* (lafal *ijab* dan *qabul*)
- 3) Adanya objek jual beli
- 4) Ada nilai tukar pengganti barang.<sup>16</sup>

b. Syarat Sah Jual Beli

Syarat sah jual beli antara lain:

1) Pihak-pihak yang berakad

Pihak-pihak yang berakad merupakan orang yang berakal dan baligh serta meakukan jual beli atas kehendaknya sendiri dan tidak ada paksaan.

2) Syarat barang yang di akadkan

Barang-barang yang di akadkan merupakan barang yang suci, dapat dimanfaatkan, milik sendiri, dapat di serah terimakan, diketahui barang dan harganya, dan baranf sudah di terima pembeli.

3) Syarat *Sighat (Ijab dan Qabul)*

---

<sup>16</sup> Nasrun Harun, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Gaya Media Pratama, h. 115

Para ulama fiqh mengemukakan bahwa syarat ijab dan qabul adalah sebagai berikut:

- a) Ijab dan qabul harus jelas dan dapat dipahami

Ijab dan qabul harus jelas dan dipahami maksudnya adalah sighat harus menunjukkan keinginan niat dan maksud pelaku akad yang akan bertransaksi. Kejelasan tersebut diperlukan karena setiap akad memiliki ketentuan hak-hak, kewajiban dan akibat hukum yang berbeda-beda. Saat bertransaksi barang, harus ada ungkapan yang menjelaskan dan menunjukkan jual beli.

- b) Ada kesesuaian antara ijab dan qabul

Ijab dan qabul harus ada kesesuaian seperti pihak yang melakukan ijab atas objek akad tertentu maka qabul juga melakukan pada objek qabul tertentu, sesuai dengan objek benda yang disepakati pada ijab dan qabul tersebut. Jika qabul menunjukkan objek qabul yang berbeda maka sighatnya menjadi batal.

- c) Ijab dan qabul harus dilakukan berturut-turut

Antara ijab dan qabul harus dilakukan secara berturut-turut atau menyambung yaitu dilaksanakan dalam satu majlis akad.

#### 4. Jual Beli Menurut Cara Pembayaran Harga

Jual beli dilihat dari cara pembayaran harga (*tsaman*) terbagi menjadi dua yaitu:

- 1) Jual beli yang pembayarannya dilakukan secara tunai (*naqd (an)* atau *ta'jil*)
- 2) Jual beli yang pembayarannya dilakukan secara tangguh (*ta'jil*).

Kemudian hal tersebut mengalami perkembangan, pembayaran harga yang tangguh dapat dibedakan menjadi dua yaitu pembayaran harga secara tangguh yang dilakukan sekaligus pada tanggal tertentu (*ba'i al-ta'jil*) dan jual beli tangguh (*ta'jil*) yang pembayarannya dilakukan secara angsur (*taqsith*). Atas dasar ini jual beli dari segi pembayaran harga dapat dibedakan menjadi tiga yaitu:

- 1) Jual beli dengan pembayaran tunai (*naqd (an)* atau *ta'jil*)

- 2) Jual beli dengan pembayaran secara tangguh (*ta'jil*)
- 3) Jual beli tangguh yang pembayaran harganya dilakukan secara angsur (*al-ba'i bi al-taqsih*).

Namun, dalam praktek jual beli yang berkembang di masyarakat terdapat jual beli yang keempat yaitu jual beli *salam*. *Salam* adalah akad jual beli yang serah terima harganya (*tsaman*) dilakukan sebelum barang atau aset (*mutzman*) diserahkan. Penjelasan Harits Thahir 'Ali al-Dabbagh mengenai jual beli menurut cara pembayarannya dapat dilihat pada tabel berikut:<sup>17</sup>

Tabel 1

## Cara Pembayaran Harga

No	Terminologi	Deskripsi
1.	<i>Ba'i al-Naqd</i> atau <i>Ba'i al Munjiz</i>	<i>Tsaman</i> dan <i>Mutzman</i> diserahkan pada waktu akad.
2.	<i>Ba'i Muajjal</i> atau <i>Ba'i al-Nasi'ah</i>	<i>Mutzman</i> diserahkan pada waktu akad, sedangkan <i>tsaman</i> diserahkan pada masa yang akan datang.

---

<sup>17</sup> Jaih Mubarak, Hasanudin, *Fikih Mu'amalah Maliyyah Akad Jual Beli*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, h.116

3.	<i>Ba'i al-Salam</i>	<i>Mutsman</i> diserahkan pada masa yang akan datang, sedangkan <i>tsaman</i> diserahkan pada waktu akad.
4.	<i>Ba'i al-Dain bi al-Dain</i>	<i>Tsaman</i> diserahkan pada masa yang akan datang dan <i>mutsmam</i> juga akan diserahkan pada masa yang akan datang.

Selanjutnya pembahasan mengenai masing-masing jual beli menurut cara pembayarannya akan dibatasi hanya pada jual beli tunai dan jual beli tangguh sebagai berikut:

#### 1. Jual Beli Tunai (*Naqd*)

Jual beli tunai mencakup jual beli barter (*muqayadhah*) dan jual beli yang merupakan pertukaran barang dengan uang (*muthlaqah*).

Bolehnya dilakukan jual beli secara tunai berdasarkan:

- a. Hadis yang diriwayatkan Imam Bukhari terkait jual beli kambing yang dilakukan 'Urwah yang membeli 2 ekor kambing dengan harga satu dinar, kemudian satu kambing dijual dengan dengan harga 1 dinar sehingga beliau menghaadap

Rasulullah SAW sambil membawa 1 ekor kambing dan uang sebesar 1 dinar. Hal tersebut menunjukkan bahwa jual beli dilakukan secara tunai.

- b. Hadis riwayat Imam Bukhari terkait jual beli tanah yang dilakukan Zubair Ibn Awwam menunjukkan jual beli dilakukan secara tunai.
  - c. Hadis riwayat Imam Muslim menunjukkan bahwa pertukaran harta *ribawi* harus tunai (*yad(an) bi yad(in)*) dan harus sepadan sama timbangan atau takarannya. Apabila pertukarannya tidak tunai, pertukarannya akan melahirkan *riba nasa'*.
2. Jual Beli Tunda/ Tangguh (*Ba'i al-Nasi'ah; Muajjal*)

Kata *ba'i* secara bahasa pertukaran harta dengan harta. *Al-muajjal* sendiri merupakan bentuk isim *maf'ul* dari kata *ajjala* al-syakhsu syaian yang artinya seseorang menunda sesuatu. Ajal dalam istilah *al-ba'i al-muajjal* adalah waktu yang disepakati kedua belah pihak untuk menyerahkan harga barang yang diperjual belikan. Definisi jual beli tangguh disini adalah penyerahan barang atau aset (*mutsmam*) dilakukan pada saat akad namun pembayaran harganya (*tsaman*) dilakukan pada masa yang akan datang.

Tidak ada ikhtilaf di kalangan ulama mengenai boleh jual beli yang pembayaran harganya dilakukan di kemudian hari. Sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya bahwa jual beli tangguh pada prinsipnya dapat dibedakan menjadi dua yaitu (1) pembayaran harga secara sekaligus pada waktu yang dijanjikan; dan (2) pembayaran harga secara angsur sesuai dengan jangka waktu yang disepakati.

Secara filosofis, jual beli dengan pembayaran secara tunda memiliki kedekatan dengan riba karena perkembangan zaman modern telah menjadikan akad ini saling berkaitan dengan penambahan harga dan waktu. Mootif penundaan pembayaran diiringi kenaikan harga jual. Oleh karena itu Imam Ahmad dan Ibnu ‘Aqil sebagaimana dikutip al-Satar tidak menyukai jual beli bayar dengan pembayaran tunda karena ada maksud mengaitkan tambahan harga barang dibandingkan harga pada saat akad dengan tanggung waktu yang disepakati.<sup>18</sup>

### **C. Jual Beli *Online***

#### **1. Definisi Jual Beli *Online***

Alimin mendefinisikan jual beli *online* sebagai satu set dinamis teknologi, aplikasi dan proses bisnis

---

<sup>18</sup> Nur Fatoni, *Jurnal Kearifan Islam Atas Jual Beli Kredit (Studi Pada Aktifitas Tukang Kredit Di Kec. Cepiring Kabupaten Kendal)*

yang menghubungkan perusahaan, konsumen, tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan dan informasi yang dilakukan secara elektronik.<sup>19</sup> Transaksi elektronik telah banyak memberi kemudahan kepada para pelaku bisnis yang didukung dengan perkembangan teknologi yaitu internet. Internet berkembang pesat sejak jaringan internet untuk pertama kalinya sukses dikembangkan dan diujicobakan pada tahun 1969 oleh U.S department of Defence dalam proyek ARPANET (Advance Research Project Network).<sup>20</sup>

Lalu lintas data internet ke seluruh Amerika dan penjuru dunia saat ini disebarkan oleh jaringan pusat yang disebut VBNS (*Very High Speed Backbone Network Service*). Biaya yang dikeluarkan untuk kepentingan tersebut dibiayai oleh badan Ilmu Pengetahuan Nasional Amerika Serikat. Melalui jaringan-jaringan tersebut, komputer-komputer yang terhubung dengan internet akan berkomunikasi dan saling mengirimkan data sehingga internet dapat dinikmati oleh seluruh manusia untuk berkomunikasi

---

<sup>19</sup>Muhammad Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: BPPE, 2004), h. 76.

<sup>20</sup> Andi Sunarto, *Seluk Beluk e-Commerce*, Jogjakarta: Garai Ilmu, 2009, h.40.

baik melalui komputer maupun *handphone*.<sup>21</sup> Selain memudahkan manusia dalam berkomunikasi, perkembangan internet juga memberikan kemudahan dalam transaksi bisnis. Internet menjadikan dunia bisnis bertransformasi dari ruang perdagangan di dunia nyata ke bisnis di dunia maya (*cyber*). Internet semakin mendukung adanya elektronisasi yang terjadi dalam dunia bisnis seperti *e-business* dan *e-commerce*.

Aplikasi *e-business* merupakan kegiatan bisnis yang dilakukan secara otomatis dan semiotomatis yang memanfaatkan teknologi elektronik. *e-Business* yang digunakan sebuah perusahaan berkaitan dengan proses bisnis seperti pembelian secara elektronik, manajemen rantai suplai, pemrosesan order elektronik, penanganan dan pelayanan kepada pelanggan, dan kerja sama dengan mitra bisnis. *e-Business* juga memungkinkan perusahaan untuk melakukan pertukaran data antara satu perusahaan dengan perusahaan lain melalui website, internet, intranet, ekstranet, atau kombinasi diantaranya.<sup>22</sup> Jadi cakupan dalam *e business* sangat luas, tidak hanya sekedar perniagaan. Kegiatan perniagaan atau perdagangan kini telah ditunjang dengan teknologi yang disebut *e commerce*.

---

<sup>21</sup> Triton Prawira Budi, *Bisnis Lewat Internet*, Semarang: Oryza, 2009, h. 12.

<sup>22</sup>Tata Sutabri, *Pengantar Teknologi Informasi*, Yogyakarta: CV. Andi, 2014, h. 128.

*E-commerce* (*electronic commerce*) merupakan bagian dari *e-business* dimana *e-commerce* mengacu pada internet untuk belanja online dan jangkauannya lebih sempit. *E-commerce* berasal dari layanan *EDI* (*Electronic Data Interchange*). Layanan *EDI* ini telah berkembang sedemikian pesat di negara-negara yang mempunyai jaringan computer dan telepon. Jika sebelumnya kita telah sering menggunakan media elektronik seperti telepon, fax, hingga handphone untuk melakukan perdagangan atau perniagaan, sekarang kita dapat menggunakan internet untuk melakukan perniagaan.

Menurut Mariza Arfina dan Robert Merpaung, *e-commerce* adalah cara berbelanja atau berdagang secara *online* atau *direct selling* yang memanfaatkan fasilitas internet dimana terdapat *website* yang dapat menyediakan layanan “*get and deliver*”. Jadi dapat disimpulkan *e-commerce* adalah perdagangan elektronik yang di dalamnya terdapat proses penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui internet yang melibatkan dua belah pihak yang mekanisme bisnisnya fokus kepada transaksi bisnis berbasis individu yang menggunakan internet sebagai media pertukaran barang atau jasa baik antar instansi atau individu dengan instansi.

*E-commerce* melibatkan transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventaris otomatis, dan sistem pengumpulan data otomatis. Selain teknologi jaringan web, *e-commerce* memerlukan teknologi database, e-mail, dan bentuk teknologi non computer lain seperti sistem pengiriman barang dan alat pembayaran untuk *e-commerce*.<sup>23</sup> Menurut Wahbah Az-Zuhaili mengenai penggunaan *e-commerce* diperbolehkan selama *e-commerce* sudah sesuai dengan *syariah*. Hukum dibolehkannya *e-commerce* berdasarkan prinsip dasar *muamalah* yaitu membolehkan selama tidak dilarang oleh *syariat* atau bertentangan dengan dalil (nash) *syariah*.

Aktivitas *e-commerce* yang sesuai dengan *syariah* seperti konsep usaha yang Islami dapat digunakan sebagai acuan, yaitu konsep halal. Halal dalam hal ini adalah mengambil yang baik (*thayyib*), halal cara perolehan (melalui perniagaan yang berlaku secara ridha sama ridha), halal dalam prosesnya (berlaku adil dan menghindari keraguan), halal cara penggunaannya (saling tolong menolong dan

---

<sup>23</sup> Murhada, Yo Ceng Giap, *Pengantar Teknologi Informasi*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2011, h. 209.

menghindari resiko yang berlebihan) dan halal produknya.<sup>24</sup>

2. Hukum Jual Beli *Online* Menurut Undang-Undang Hukum perniagaan *online* terdapat dalam pasal 1313 KUH Perdata. Pasal tersebut menjelaskan bahwa suatu persetujuan adalah suatu perbuatan dimana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya satu sama lain. Sedangkan syarat sah suatu kontrak terdapat dalam pasal 1320 KUH Perdata sebagai berikut:
  - a. Kesepakatan para pihak  
Kesepakatan para pihak dalam jual beli *online* diukur melalui pembeli yang menyetujui penawaran melalui internet.
  - b. Kecakapan untuk membuat perjanjian  
Kecakapan untuk membuat perjanjian adalah orang dewasa menurut hukum. Sedangkan anak-anak di bawah umur dapat melakukan transaksi *e-commerce*, akan tetapi tidak memenuhi syarat subjektif dalam pasal 1320 KUH Perdata.
  - c. Suatu hal tertentu

---

<sup>24</sup> Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah*, Jakarta: Bumi Aksara, 2008, h. 203

Suatu hal tertentu merupakan barang-barang yang dapat diperdagangkan dan di tentukan jenisnya.

b. Suatu sebab yang halal

Transaksi yang menjadi suatu sebab yang halal adalah transaksi jual beli yang dilakukan dengan prinsip itikad baik oleh penjual dan pembeli serta tidak bertentangan dengan undang-undang, kesusilaan, dan kepentingan umum.

Selain pasal 1313 KUH Perdata, undang-undang terkait jual beli *online* dapat dikaitkan dengan UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi Teknologi Elektronik (ITE) dan perlindungan kepentingan konsumen yang terdapat dalam pasal 28. Pasal tersebut menjelaskan bahwa setiap orang yang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik dapat dipidana penjara paling lama 6 (enam) tahun atau denda paling banyak Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).<sup>25</sup>

1. Media Jual Beli *Online*

---

<sup>25</sup> Tira Nur Fitria, *Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) Dalam Hukum Islam Dan Negara*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Vol. 03. No. 01 Maret 2017.

Beberapa cara, media atau tempat yang umum digunakan untuk mengelola jual beli online antara lain:

a. Melalui Media Sosial

Banyaknya masyarakat Indonesia yang mengakses media sosial seperti *facebook*, *instagram*, dan *twitter* menjadikan peluang bagi para pengusaha untuk melakukan jual beli melalui media sosial. Jual beli dan pemasaran melalui media sosial dianggap cukup efektif karena dapat mendongkrak pemasaran.

b. Melalui *Personal Website*

*Personal website* atau blog pribadi banyak digunakan untuk melakukan pemasaran oleh pelaku bisnis. Dampak positif dari penjualan melalui *personal website* adalah branding yang dibangun bisa sangat positif karena bisa meningkatkan citra, mendongkrak gengsi, dan penjualan bagi pemilik *website*.

c. Melalui *Online Shop*

Menurut Fajrin ada dua jenis online shop yang berkembang di Indonesia saat ini adalah situs iklan baris dan marketplace.

1) Situs Iklan Baris

*Online shop* berbentuk situs iklan baris adalah jenis *online shop* yang menyediakan

*platform* berbentuk barisan produk yang ditawarkan pengiklanan. Contohnya seperti Mataharimall.com, Zalora, Lazada, dan lain-lain. Pembeli dapat mencari barang yang diinginkannya melalui barisan situs iklan kemudian menghubungi pihak pengiklanan secara langsung.

Resiko yang mungkin terjadi jual beli ini adalah pembeli atau penjualnya palsu. Saat transaksi berlangsung, dan penjual sudah menerima uang dari pembeli, bisa saja penjual kabur tidak bertanggungjawab. Pemilik situspun tidak bisa bertanggungjawab karena transaksi dilakukan secara pribadi antara penjual dan pembeli.

## 2) *E- Marketplace*

*E-marketplace* adalah tren bisnis *e-commerce* dimana terdapat beberapa penjual yang ada dalam *website* untuk menjual berbagai macam barang produksi yang difasilitasi jaringan internet. Pembeli dapat mencari berbagai barang yang mereka inginkan dan dapat melaksanakan transaksi jual beli dari berbagai macam toko melalui

*browser* atau aplikasi *mobile*. Contoh dari *e-marketplace* adalah tokopedia, bukalapak, shopee, dan lain-lain.<sup>26</sup>

## 2. Metode Pembayaran

Terdapat beberapa metode pembayaran yang biasa digunakan dalam transaksi jual beli di *e-commerce* yaitu:

### a. *Online Processing Credit Card*

Metode ini cocok digunakan untuk produk yang bersifat retail dimana pasarnya adalah seluruh dunia. Pembayaran dilakukan secara *real time* (proses verifikasi saat itu juga). Sistem pembayaran dengan menggunakan kartu kredit biasanya disediakan oleh perusahaan besar biasanya global.

### b. *Transfer Bank*

Proses transaksi *transfer* antar bank adalah metode transaksi yang paling populer dan banyak digunakan oleh para penjual dan pembeli *online*. Metode pembayaran ini dilakukan dengan cara pembeli mengirimkan sejumlah uang sesuai dengan harga yang telah disepakati, kemudian

---

<sup>26</sup> Wati Susiawati, *Jual Beli Dalam Konteks Kekinian*, Jurnal Ekonomi Islam, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Volume 8 No. 2 November 2017, h. 181.

setelah uang berhasil masuk ke rekening penjual, penjual segera mengirimkan barang yang dibayar tersebut.

c. *Cash on Delivery (COD)*

Metode ini merupakan jual beli online dengan sistem pembayaran konvensional yaitu bertemunya penjual dengan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli. Sistem pembayaran *COD (Cash On Delivery)* adalah sistem pembayaran yang dilakukan dengan cara penjual dan pembeli bertemu di suatu tempat, kemudian pembeli membayar barang tersebut setelah mereka bertemu untuk memeriksa dan menyerahkan barang pesanan tersebut.

d. Rekening Bersama atau Rekber

Sistem transaksi dengan rekber melibatkan orang ketiga dalam prosesnya. Jika pada sistem *transfer* bank pihak ketiganya adalah bank maka pada sistem rekening bersama pihak ketiganya adalah lembaga atau perusahaan atau orang yang sudah dipercaya dan disepakati oleh penjual dan pembeli. Cara transaksi dengan sistem rekening bersama yaitu:

- 1) Pembeli mengirim uang ke rekening jasa rekening bersama.

- 2) Setelah uang dikonfirmasi masuk ke rekening jasa rekening bersama, penjual akan mengirimkan barang pesanan kepada pembeli.
- 3) Pembeli akan mengkonfirmasi kepada jasa rekening bersama setelah barang pesanan sampai kepada pembeli.
- 4) Kemudian jasa rekening bersama akan mengirim uang tersebut kepada penjual.

Sebelum menggunakan sistem pembayaran rekening bersama ini, sangat penting memilih jasa rekening yang aman dan terpercaya. Biasanya pihak ketiga ini atau penyedia jasa rekening bersama akan menetapkan tarif atau *fee* sebagai jasa rekening bersama tersebut. Besarnya *fee* tergantung pihak ketiga bahkan ada yang menawarkan jasa rekening bersama dengan seikhlasnya.

b. *E-Currency* (Rekening Virtual Elektronik)

Paypal, Payza, Kaspay, Webmoney, Skrill, Neteller adalah bentuk-bentuk *e-currency* atau rekening virtual. Cara kerja *e-currency* hampir sama dengan internet banking yang disediakan oleh bank. Penggunaan *e-currency* dapat digunakan diseluruh dunia asalkan merchant

yang dituju menyediakan layanan *e-currency* tersebut. *E-currency* selain dapat digunakan untuk transaksi dalam negeri tetapi lebih banyak digunakan untuk transaksi dengan merchant merchant luar negeri.<sup>27</sup>

#### **D. Resiko Bisnis**

##### 1. Definisi Resiko

Menurut Ricky W. Griffin dan Ronald J. Ebert resiko adalah *uncertainty about future events*. Adapun Joel G. Siegel dan Jae K. Shim mendefinisikan risiko pada tiga hal yaitu:

- a. Resiko adalah keadaan yang mengarah kepada sekumpulan hasil khusus, dimana hasilnya dapat diperoleh dengan kemungkinan yang telah diketahui oleh pengambilan keputusan.
- b. Resiko adalah variasi dalam keuntungan, penjualan, atau variabel keuangan lainnya.
- c. Resiko adalah kemungkinan dari sebuah masalah keuangan yang mempengaruhi kinerja operasi perusahaan atau posisi keuangan, seperti risiko ekonomi, ketidakpastian politik, dan masalah industri.

---

<sup>27</sup> <https://www.iqbisnis.com> diakses hari Ahad pukul 14.00 WIB

Lebih jauh Joel G. Siegel dan Jae K. Shim menjelaskan pengertian dari analisis resiko adalah proses pengukuran dan penganalisan risiko disatukan dengan keputusan keuangan dan investasi. Sementara itu David K. Eitman, Arthur I. Stonehill dan Michael H. Moffett mengatakan bahwa risiko dasar adalah *the mismatching of interest rate bases for associated assets and liabilities*.<sup>28</sup>

Kesimpulan dari beberapa pengertian diatas bahwa resiko adalah suatu bentuk ketidakpastian keadaan yang akan terjadi di masa yang akan datang akibat dari keputusan yang diambil berdasarkan pertimbangan saat ini. Oleh karena itu, risiko tetap akan menyertai dari suatu bentuk pengambilan keputusan, sehingga resiko harus di *manage* agar resiko tersebut lebih terkontrol dan terminimalisir.

## 2. Resiko Pada Bisnis Pertanian Organik

Resiko pada bisnis pertanian organik dimulai dari saat proses pertanian organik itu sendiri. Beberapa jenis resiko pada praktek pertanian organik adalah resiko

---

<sup>28</sup> Irham Fahmi, *Kewirausahaan Teori, Kasus, dan Solusi*, Bandung; Alfabeta, h. 218

produksi, resiko harga, resiko sumber daya manusia, dan resiko finansial, dan resiko pasar.<sup>29</sup>

#### 1) Resiko Produksi

Resiko produksi terdiri dari beberapa jenis yaitu:

##### a. Resiko Input Produksi

Resiko ini terjadi akibat kekurangan benih organik bersertifikat, pupuk hayati, pestisida nabati, peralatan pertanian yang khusus dirancang untuk praktek pertanian organik, serta input lain.

##### b. Resiko Benih

Benih yang di gunakan dalam pertanian organik yang digunakan sebaiknya berasal dari kebun pertanian organik karena benih dari rekayasa genetika atau *genetically modified organism* (GMO) dipandang sebagai resiko yang serius.

##### c. Resiko Lahan

Lahan untuk dibudidayakan organik dapat terkena cemaran bahan agrokimia dari pupuk dan pestisida sebagai akibat dari posisi lahan

---

<sup>29</sup> Moncada, KM and Seaffer, CC (Editors), *Risk Management Guide for Organic Producers*, University of Minnesota.

organik terhadap lahan pertanian konvensional.

d. Resiko Kesuburan Tanah

Resiko kesuburan tanah terkait dengan dengan penurunan kandungan hara tanah akibat berbagai perubahan yang ada.

e. Resiko Produktivitas

Penurunan produksi dapat terjadi pada masa transisi. Masa konversi pada pertanian organik relatif lebih lama karena masa konversi lahan tergantung pada penggunaan lahan, pupuk, pestisida, dan jenis tanaman.

f. Resiko Cuaca dan Iklim

Paparan kondisi cuaca dan iklim menimbulkan resiko besar untuk hasil produksi.

g. Resiko Organisme Pengganggu Tanaman

Resiko serangan hama, penyakit, dan gulma menyebabkan permasalahan yang lebih besar dalam pertanian organik karena dalam pertanian organik tidak menggunakan solusi cepat dalam bentuk penggunaan pestisida sintetik.

h. Resiko Daya Simpan dan Daya Tahan Produk

Resiko daya simpan dan daya tahan produk terkait dengan proses pemurnian serta penggunaan bahan tambahan pangan dan bahan penolong. Radiasi ion tidak dibolehkan untuk pengendalian hama, pengawetan makanan, pemusnahan penyakit atau sanitasi.

i. Resiko Kehilangan Identitas Organik

Kehilangan identitas organik dapat terjadi apabila pemilik tidak memenuhi standar dan regulasi teknik produk pangan organik serta tidak mendokumentasikan persyaratan teknis yang minimal mencakup penggunaan label, komposisi produk, dan kalkulasi presentasi komposisi produk organik.

j. Resiko Ketersediaan Bahan Baku Kemasan Organik

Resiko bahan baku kemasan terkait dengan ketersediaan bahan yang dapat diuraikan oleh mikroorganisme, bahan hasil daur ulang, atau bahan yang dapat di daur ulang.

i. Resiko Tercampur

Integritas produk organik yang tidak dipelihara selama penyimpanan dan pengangkutan, serta ditangani dengan

menggunakan tindakan pencegahan dapat menyebabkan resiko tercampur dengan produk non organik atau tersentuh dengan bahan yang tidak diizinkan untuk digunakan dalam sistem produksi pangan organik dan penanganannya.

## 2) Resiko Harga

Harga pertanian cenderung berubah dan tidak memiliki kestabilan serta tidak adanya kepastian. Variabilitas harga berasal dari pengaruh pasar baik secara endogen maupun eksogen. Perubahan juga dipengaruhi oleh kondisi permintaan atau penawaran. Jika jumlah barang yang ditawarkan berjumlah banyak, maka harga akan menjadi anjlog. Sedangkan secara global pasar akan dipengaruhi secara signifikan oleh dinamika produksi internasional. Perubahan harga yang dihadapi oleh pelaku pertanian akan mempengaruhi minat dan kesediaan mereka untuk memproduksi suatu jenis komoditi.

## 3) Resiko Sumber Daya Manusia

Rendahnya kualitas sumber daya manusia juga dapat menjadi resiko dalam pertanian organik karena belum adanya kontinuitas produksi pertanian organik. Salah satunya mengubah pola

pikir petani dari sistem konvensional ke sistem organik yang lebih sulit.

#### 4) Resiko Finansial

Resiko finansial terkait dengan kemampuan pembayaran kredit, likuiditas dan perubahan nilai tukar.

#### 5) Resiko Pasar

Resiko pasar terkait dengan kesalahan peramalan, tingkat kompetisi dan keragaman permintaan.

### 3. Manajemen Resiko

Menurut Darmawi manajemen resiko adalah suatu usaha untuk mengetahui, menganalisis, dan mengendalikan resiko dalam setiap kegiatan perusahaan dengan tujuan untuk memperoleh efektivitas dan efisiensi yang lebih tinggi. Manajemen resiko pada pertanian organik merupakan upaya untuk menghindari atau mengurangi dampak resiko yang telah teridentifikasi. Tujuan manajemen resiko sendiri antara lain: (1) kelangsungan hidup perusahaan, (2) ketenangan dalam berpikir, (3) memperkecil biaya, (4) menstabilisasi pendapatan perusahaan, (5) memperkecil atau meniadakan gangguan dalam berproduksi, (6) mengembangkan pertumbuhan

perusahaan, (7) mempunyai tanggungjawab sosial terhadap karyawan.<sup>30</sup>

Strategi pengelolaan resiko pada bisnis pertanian organik dapat diterapkan dalam bentuk penghindaran resiko, penahanan resiko, pengalihan resiko, dan pengendalian resiko. Manajemen resiko dapat juga diinisiasi pemerintah, *Risk Management Agency* (RMA) yang berada di bawah USDA membantu mengelola resiko bisnis secara efektif dengan manajemen resiko berbasis pasar. RMA mempromosikan, mendukung dan mengatur solusi manajemen resiko yang sehat untuk melestarikan dan memperkuat stabilitas ekonomi produsen pertanian. Selain menawarkan program asuransi, RMA juga menyediakan pendidikan manajemen resiko bagi petani baik praktek pertanian konvensional maupun organik, serta untuk produsen organik bersertifikat dan produsen transisi ke praktek organik.<sup>31</sup>

---

<sup>30</sup> A. Abbas Salim, *Asuransi dan Manajemen Resiko*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005, h. 201

<sup>31</sup> Suci Wulandari, Agus Wahyudi, *Manajemen Resiko Dalam Pengembangan Pertanian Organik di Indonesia*, Jurnal Prosding Seminar Nasional Pertanian Organik, 2014.

### BAB III

## IBU ORGANIK SEMARANG

#### A. Pertanian Organik

Pertanian organik adalah adalah cara budidaya dan pengusahaan pertanian dengan mengandalkan input dan sarana produksi bahan alami (organik) tanpa menggunakan kimia sintesis, rekayasa genetic (GMO= *genetically modified organism*) serta segala input luar yang menurunkan kualitas lahan. Tujuan utama pertanian organik adalah menyediakan produk-produk pertanian terutama bahan pangan yang aman bagi kesehatan produsen dan konsumennya serta tidak merusak lingkungan. Indonesia memiliki potensi besar untuk perkembangan pertanian organik namun potensi tersebut belum di lirik oleh petani-petani Indonesia. Sumber daya alam yang potensial untuk pengembangan organik, teknologi untuk mendukung pengembangan pertanian organikpun sudah tersedia seperti pembuatan pupuk kompos, pembuatan pestisida hayati dan nabati, sistem tanam benih langsung dan teknologi lainnya.

Hal-hal yang perlu diperhatikan dari pertanian organik adalah prinsip-prinsip pertanian organik karena pemahaman petani terkait pertanian organik masih bervariasi padahal sudah ada standar tersendiri terkait pertanian organik. Beberapa prinsip-prinsip pertanian organik antara lain:<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Sherly Sisca Piay, dkk, *Pertanian Organik*, Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, Balai Besar Pengkajian dan Pengembangan Tekonologi Pertanian, Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Jawa tengah, 2012.

1) Prinsip Kesehatan

Pertanian organik harus melestarikan dan meningkatkan kesehatan sumber daya yang ada dalam arti meningkatkan kesehatan sumber daya yang ada seperti meningkatkan kesehatan tanah, tanaman, hewan, manusia dan lingkungan sebagai satu kesatuan yang tak terpisahkan.

2) Prinsip Ekologi

Pertanian organik harus didasarkan pada sistem dan siklus ekologi kehidupan. Artinya setiap aktivitas harus melihat dan mencontoh sekaligus menjaga sistem dan siklus ekologi yang terkait dengan pertanian organik.

3) Prinsip Keadilan

Pertanian organik harus membangun hubungan yang mampu menjamin keadilan terkait dengan lingkungan dan kesempatan hidup bersama.

4) Prinsip Perlindungan

Pertanian organik harus dikelola secara hati-hati dan bertanggung jawab untuk melindungi kesehatan dan kesejahteraan generasi sekarang dan mendatang serta lingkungan hidup. Selain prinsip-prinsip pertanian organik ada beberapa hal lain yang harus diperhatikan mulai dari memenuhi persyaratan lahan yang bisa digunakan untuk pertanian organik, budidaya tanaman pangan organik yang meliputi pemilihan tanaman dan

varietas, pemupukan, pengendalian hama dan penyakit, gulma dan zat pengatur tumbuh, pengendalian polusi dan pencemaran, konversi tanah dan air yang nantinya akan penulis lampirkan pada bagian akhir skripsi.

Setelah memenuhi semua persyaratan yang ada di dalam pertanian organik, petani dapat melakukan sertifikasi untuk pertanian organik yang dikelolanya. Sertifikasi adalah prosedur dimana lembaga sertifikasi pemerintah atau lembaga sertifikasi yang diakui pemerintah memberikan jaminan tertulis atau yang setara bahwa pangan atau sistem pengendalian pangan sesuai dengan persyaratan. Tujuan dan fungsi sertifikasi pangan organik adalah:

- 1) Memberikan bukti bahwa pelaku usaha telah menerapkan sistem pangan organik.
- 2) Mewujudkan jaminan mutu produk pangan segar hasil pertanian yang aman, bermutu, ramah lingkungan serta dapat meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan produktivitas nasional.
- 3) Bukti tertulis bahwa pelaku usaha telah lulus uji sertifikasi pangan organik.
- 4) Pelaku usaha berhak menempelkan label “organik” pada kemasan produk.

Sertifikasi produk pertanian organik dapat dibagi menjadi dua kriteria yaitu:

- 1) Sertifikasi lokal untuk pangsa pasar dalam negeri  
Kegiatan pertanian ini masih menoleransi penggunaan pupuk kimia sintesis dalam jumlah yang minimal atau *Low Internal Input Sustainable Agriculture (LEISA)*, namun sudah sangat membatasi penggunaan pestisida sintesis. Pengendalian OPT dengan menggunakan biopestisida, varietas toleran, maupun agensia hayati. Tim untuk merumuskan sertifikasi nasional sudah dibentuk oleh Kementerian Pertanian dengan melibatkan perguruan tinggi dan pihak-pihak lain yang terkait.
- 2) Sertifikasi Internasional untuk pangsa ekspor dan kalangan tertentu di dalam negeri seperti misalnya sertifikasi yang dikeluarkan oleh *International Federation Of Organic Agriculture Movements (IFOAM)*. Beberapa persyaratan yang harus dipenuhi antara lain masa konversi lahan, tempat penyimpanan produk organik, bibit, pupuk dan pestisida serta pengolahan hasilnya harus memenuhi persyaratan tertentu sebagai produk pertanian organik.

## **B. Profil Perusahaan**

Ibu Organik Semarang adalah bisnis rumahan yang menjual berbagai macam sayur, buah, dan rempah-rempah organik. Bisnis ini lebih sering dijalankan secara *online* walaupun hari Ahad pada pekan ke satu dan tiga dibuka penjualan secara *offline* di Pasar Sehat Semarang. Bisnis ini

bertempat tinggal di Perumahan Klipang Persada Mas Blok A27, Sendangmulyo, Kecamatan tembalang, Kota Semarang. Awal mula terbentuknya bisnis ini bermula ketika Ibu Intan selaku bagian operasional memiliki riwayat penyakit magh parah yang di deritanya hingga mengakibatkan adanya penyakit *gerd*.<sup>2</sup> *Gerd* atau *gastroesophageal reflux* adalah munculnya rasa terbakar di dada akibat asam lambung naik ke kerongkongan.<sup>3</sup> Penyakit *gerd* juga menyebabkan psikologinya terganggu sehingga beliau mengidap penyakit *anxiety disorder*. *Anxiety disorder* adalah gangguan kecemasan yang terlalu sering, berlebihan, dan tanpa alasan yang kuat. *Anxiety disorder* masuk ke dalam gangguan mental, sehingga kondisi ini berbeda dengan cemas biasa.

Orang dengan gangguan kecemasan akan merasa sangat khawatir terhadap berbagai hal, bahkan ketika dirinya sedang dalam kondisi normal. Kasus yang parah dari gangguan kecemasan bisa sampai mengganggu aktivitas sehari-hari penderitanya.<sup>4</sup> Orang lain yang tidak mengerti riwayat penyakit Ibu Intan pasti mengira beliau kerasukan, karena dari gangguan kecemasan itu menjadikan dirinya menangis histeris

---

<sup>2</sup>Hasil wawancara dengan Ibu Intan pada tanggal 27 Agustus 2019 pukul 12.00 WIB

<sup>3</sup><https://hellosehat.com/penyakit/gerd-adalah-penyakit/> diakses pada 29 Oktober 2019 pukul 21.00 WIB

<sup>4</sup><https://hellosehat.com/penyakit/anxiety-disorder-gangguan-kecemasan/> diakses pada 29 Oktober 2019 pukul 21.00 WIB

saat membaca al-Qur'an terjemah saat menemui kata neraka. Keadaan seperti itulah yang mengganggu kenyamanan dirinya saat beribadah.

Ketidaknyamaan beliau dalam beribadah menjadikan dirinya bertekad untuk hidup sehat sehingga ibadah yang dijalankan beliau menjadi lebih khusyuk lagi. Hidup sehat yang dijalankan beliau adalah dengan menerapkan pola hidup sehat dan makanan sehat sehari-hari yang bergizi dan bernutrisi baik untuk tubuh. Perjalanan hidup sehatnya sudah berlangsung selama 7 (tujuh) tahun dan ia mulai sejak dirinya kuliah di Bandung. Itulah mengapa bisnis Ibu Organik Semarang mempunyai *tagline* "Perjalanan Hidup Sehat" yang bertujuan untuk mengajak konsumennya untuk sama-sama memulai hidup sehat dengan mengonsumsi sayur dan buah.

Kesehatan adalah investasi badan yang kita rasakan manfaatnya secara jangka panjang, sehingga tidak bisa diperoleh dengan cara instan. *Tagline* perjalanan hidup sehat lebih menekankan konsumen agar menikmati setiap proses untuk mencapai kehidupan dan jiwa yang sehat. Ada kalanya perjalanan hidup sehat yang di tempuh seseorang mengalami kendala serta naik dan turunnya semangat untuk tetap berkelanjutan. Proses seperti itu wajar saja terjadi tetapi proses itu harus tetap dijalankan agar dapat mendapatkan manfaat kesehatan secara jangka panjang. Langkah awal untuk memulai hidup sehat adalah dengan mengganti pola

makan dengan produk-produk alami seperti sayur dan buah yang telah Allah ciptakan dengan segudang manfaatnya untuk manusia. Menyadari pentingnya kesehatan dan mulai merubah kebiasaan pola makan yang buruk ke sehat akan menimbulkan perasaan suka dan kerelaan seseorang dalam menjalankan hidup sehat ini. Perasaan suka dan hati yang ikhlas sehat akan semakin meringkankan seseorang dalam menjalankan hidup sehat, sehingga keistiqomahan akan di dapat.

Penyakit lain yang di derita beliau adalah kista yang terdiagnosis sebelum beliau menikah dan *pcos* (polycystic ovarian syndrome) yang terdeteksi saat beliau sudah menikah. Kista adalah benjolan di bawah kulit yang berisi cairan, udara, atau zat padat seperti rambut. Benjolan ini dapat tumbuh di bagian tubuh manapun dan diakibatkan oleh berbagai faktor seperti infeksi, radang, atau keturunan.<sup>5</sup> *Pcos* adalah gangguan hormon yang terjadi pada wanita subur.

Perjalanan hidup sehat yang ia jalani saat masih kuliah di Bandung hingga sekarang ini sudah ia rasakan manfaatnya. Kesabaran dalam menjalani perjalanan hidup sehat membawa perubahan positif dalam hidupnya. Penyakit *anxiety disorder* yang mengganggu psikologinya perlahan-lahan sembuh, ibadah yang dijalankan menjadi lebih nyaman, dan hatinya menjadi semakin damai dan tentram. Kista yang ada pun saat

---

<sup>5</sup><https://www.alodokter.com/kista> Diakses pada 30 Oktober 2019 pukul 09.00 WIB

diperiksakan ke dokter telah hilang dan bersih menjelang pernikahannya dan Alhamdulillah pcos yang dideritanya tidak menghambat dirinya mempunyai keturunan.

Pengalaman sakit yang pernah di derita dan kecurigaan beliau mengenai keaslian label organik saat ia membeli sayur dan buah yang di supermarket menjadi ide awal terbentuknya bisnis ini. Penting baginya untuk mengetahui apakah sayur dan buah organik yang dibelinya benar-benar organik atau hanya labelisasi saja. Saat kuliah beliau tidak terlalu memperdulikan hal tersebut, karena saat itu beliau mengkonsumsi sayur dan buah yang belum organik. Akan tetapi setelah menikah dan hamil beliau mulai peduli dengan hal tersebut, karena kandungan dari makanan atau minuman yang dikonsumsi Ibu hamil akan langsung terserap oleh janin yang dikandungnya dan dapat berpengaruh terhadap kehamilannya. Sayur dan buah yang memiliki label organik bisa saja masih menggunakan pestisida meskipun kadarnya sedikit karena konsumen sendiri tidak mengetahui secara detail bagaimana proses pertanian dari petani tersebut.

Kecurigaan dan keraguan tersebut menjadikan Ibu Intan dan suaminya survey mencari petani organik untuk membeli sayur dan buah yang akan dikonsumsinya sehari-hari. Petani organik yang berhasil ditemuinya berasal dari Kopeng. Ibu Intan dan suaminya berulang kali pulang pergi dari kopeng ke semarang untuk membeli sayur dan buah

untuk persediaan di rumah sebagai bahan makanan setiap hari. Jika ada kelebihan persediaan, beliau menjualnya. Bisnis jual beli organik inipun berdiri pada tahun 2016 dan mulai aktif pemasaran melalui media sosial instagram pada tahun 2017. Bermula dari kelebihan persediaan sayur dan buah yang dijualnya, beliau mempunyai pelanggan tetap seorang *survivor* kanker yang merasa hanya cocok pada rasa dan buah yang dijual Ibu Organik Semarang. Kanker yang diderita pelanggan tersebut menjadikan dirinya tidak mengkonsumsi nasi putih dan hanya mengkonsumsi sayur segar untuk dijadikan salad serta buah sebagai cemilannya.

Pelanggan tersebut tentu sudah paham dan sangat sensitif merasakan perbedaan rasa dari sayur dan buah yang dikonsumsinya. Sayur dan buah yang dikelola secara organik memiliki perbedaan kualitas dan rasa dari sayur dan buah yang dikelola secara konvensional yang masih menggunakan pestisida. Sakit kanker yang diderita pelanggannya serta pengalaman mengkonsumsi sayur dan buah selama bertahun-tahun menjadikan pelanggan tersebut bisa membedakan mana sayur dan buah yang memiliki rasa enak, segar, dan renyah untuk dirinya, dan mana sayur dan buah yang memiliki rasa pahit dan kurang enak untuk dikonsumsi.

Berawal dari hanya melayani satu pelanggan, perlahan-lahan orang-orang mulai mengetahui dan mengenali kelebihan dari produk organik karena sesekali beliau juga

mengedukasi terkait produk organik yang ia promosikan di Instagram. Bisnisnya kian berkembang, bisnis yang mulanya dikelola secara mandiri kini telah memiliki 6 (enam) karyawan dengan kerjasama dengan kelompok petani lokal yang ada di kopeng. Penjualan yang dulunya menggunakan sistem pre order kini telah berganti menjadi sistem *ready stock*. Petani yang di ajak kerja sama adalah petani-petani lokal yang memang sudah mengerjakan pertanian secara organik. Ibu Organik Semarang hanya menawarkan kerja sama untuk menjualkan hasil pertanian serta memberdayakan lagi potensi petani organik dengan edukasi pertanian organik melalui pemberian materi dan pelatihan.

Rata-rata penjualan sayur dan buah per bulan dari bisnis Ibu Organik Semarang mencapai 700 kg belum termasuk penjualan rempah-rempah dan bahan masakan. Bisnis yang dijalankan Ibu Organik Semarang tidak melulu *profit oriented* karena bisnis ini mempunyai visi dan misi agar bisnis yang dijalankan lebih memberikan manfaat kepada konsumen maupun petani lokal agar semakin berdaya dan sejahtera. Ibu Organik Semarang mengakui sendiri bahwa bisnis organiknya belum mencapai keuntungan yang signifikan dan sedang membeanah manajemen agar bisnisnya lebih siap lagi untuk dikembangkan di masa depan. Akan tetapi beliau tetap menjalankan bisnis organik karena merasa

visi misi khususnya lebih penting dari pada sekedar keuntungan semata yang di dapatkannya

Perawatan organik memang lebih murah karena pupuk dan pestisida dibuat secara alami dari bahan cabai yang limbah tanaman yang lain, akan tetapi perlu ekstra kesabaran dalam merawatnya karena hama yang akan menyerang tanaman organik lebih banyak dari pada tanaman yang telah disemprot pestisida. Jika tanaman yang disemprot pestisida menyebabkan hama-hama yang menggerogoti tanamannya langsung mati, pestisida yang dibuat dengan bahan alami tidak bisa mematikan hama. Sifat pestisida alami hanya bisa mengontrol jumlah hama dan mengendalikan nafsu makan hama agar tidak terlalu menyerang dan menggerogoti tanaman sayur dan buah organik. Hasil panen dari tanaman organik tidak bisa sebesar dan sebanyak pertanian secara konvensional. Akan tetapi kualitas dari hasil panen sayur dan buah organik lebih berkualitas karena diproses secara alami sehingga tidak mengurangi kandungan gizi dari sayur dan buah itu sendiri.

Perawatan yang cukup rumit menjadikan harga sayur dan buah sayur dan buah organik dua kali lipat lebih mahal dari harga sayur dan buah yang dikelola secara konvensional. Meskipun begitu, bisnis ini tetap berjalan karena memiliki target pasar sendiri. Promosi yang dijalankan juga hanya secara *online* melalui instagram karena menurut

pemilik tanpa promosi yang gencar-gencaran, kualitas dan rasa dari sayur dan buah organik itu sendiri memiliki pasarnya sendiri dan produk tersebutlah yang memasarkan produknya sendiri karena kualitas dari produk organik tersebut.

### **C. Visi Dan Misi Perusahaan**

Visi Ibu Organik Semarang adalah:

Memimpin jalan menuju penyediaan hasil pertanian yang sehat dengan meingkatkan produktivitas lahan pertanian dan nilai gizi makanan yang diproduksi sambil melestarikan lingkungan mencapai pertumbuhan berkelanjutan bersama.

Misi Ibu Organik Semarang adalah:

- a. Mencapai kemampuan produksi hasil pertanian organik dan memastikan pasokan berkelanjutan sepanjang tahun melalui peningkatan petani ke arah penggunaan lahan dan perlakuan tanam terbaik sehingga penyediaan produk pertanian berkualitas tinggi untuk konsumen dan penyediaan bahan serta pelatihan pertanian agar petani dapat bertumbuh bersama.
- b. Menjaga Pertumbuhan  
Berkomitmen bertumbuh untuk memberikan yang terbaik dan terus menerus melampaui upaya sebelumnya.
- c. Menjaga Hubungan Baik  
Pertanian adalah bisnis rakyat. Perusahaan berusaha untuk menghubungkan petani kecil di industri untuk berbagi pengetahuan, sumber daya, dan tumbuh bersama. Oleh

karena itu kami mendorong kemitraan, kesukarelaan, dan bimbingan diantara pemangku kepentingan di sepanjang rantai nilai produk kami.

d. Menjaga Pelayanan

Perusahaan berfokus untuk melayani individu, masyarakat umum dan industri. Upaya tersebut adalah melalui penciptaan pasar yang handal dengan produk pertanian berkualitas tinggi yang menciptakan kepuasan bagi konsumen dengan petani.

e. Pelatihan Dan Pengembangan

Pertanian terus berkembang dan kami ingin memenuhi tantangan dunia yang berubah dengan mempromosikan pendidikan dan pelatihan berkelanjutan untuk membangun bakat kami dan mengembangkan keterampilan baru tentang penggunaan sumber daya terbaik yang tersedia di antara anggota rantai nilai perusahaan.

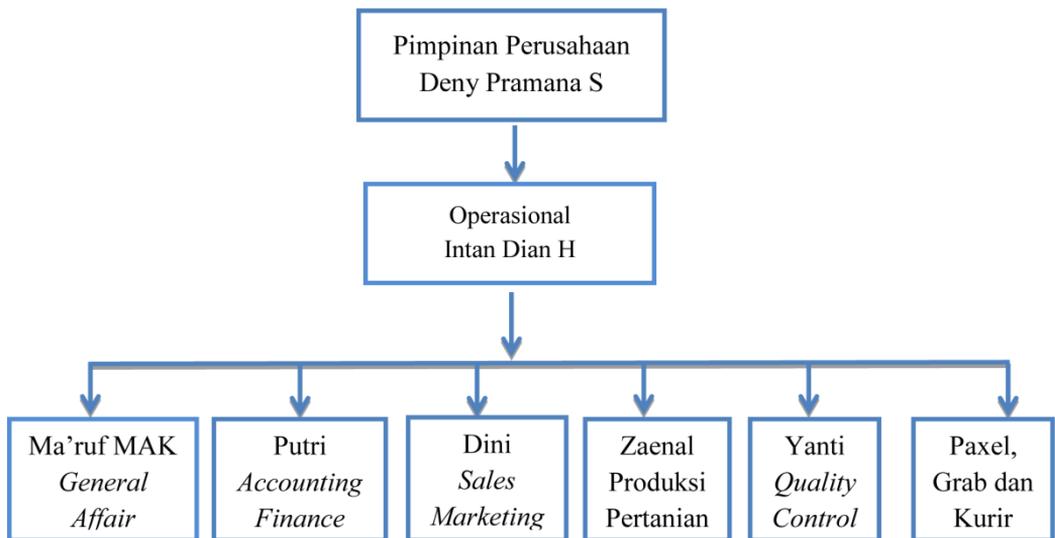
f. Berbagi Semangat

Kita semua memilih karier kita masing-masing karena bersemangat untuk terlibat dalam pertanian dan membuat perbedaan. Gairah bersama ini berjalan sebagai benang merah yang menyatukan kami dengan semua petani lainnya di industri ini agar menerima hasil berkelanjutan dari praktik pertanian terbaik yang mendorong lebih banyak produksi pangan.

g. Menjaga Lingkungan

Kemampuan untuk memberi makan masa depan diberikan pada konservasi tanah dan lingkungan yang kita tinggali saat ini. Langkah-langkah konservasi keanekaragaman hayati adalah bagian dari praktik pertanian kami.<sup>6</sup>

#### D. Struktur Organisasi Perusahaan



#### E. Deskripsi Pekerjaan

1) Pimpinan Ibu Organik Semarang

Tugas utama dari seorang pemilik bisnis adalah terjun langsung ke dalam bisnisnya mulai dari produksi

---

<sup>6</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Intan pada tanggal 30 September 2019 pukul 12.00 WIB

sampai pada pemasarannya, pengambilan keputusan, dan membuat terobosan baru untuk bisnisnya. Rincian tugas pimpinan bisnis sebagai berikut:

- a. Memimpin perusahaan dengan menerbitkan kebijakan-kebijakan perusahaan.
- b. Memilih, menetapkan, mengawasi tugas dari karyawan dan kepala bagian (manajer).
- c. Menyetujui anggaran tahunan perusahaan.
- d. Menyampaikan laporan mitra perusahaan.

## 2) Operasional

Tugas utama dari manajer operasional adalah bertanggungjawab atas manajemen tenaga kerja, produktivitas, kontrol kualitas, dan keselamatan secara efektif dan efisien sesuai dengan kebijakan yang telah ditetapkan. Seorang manajer operasional harus terlibat dalam mengawasi produksi barang atau penyediaan barang. Rincian tugas manajer operasional sebagai berikut:

- a. Mengelola dan mengarahkan tim operasional untuk mencapai target bisnis.
- b. Membangun hubungan yang kuat dengan menangani masalah dan keluhan pelanggan secara tepat waktu.
- c. Memberikan dukungan operasional, bimbingan kepada karyawan dan memberikan penilaian

- karyawan, promosi, kompensasi dan pemutusan hubungan kerja berdasarkan tinjauan kerja.
- d. Membantu mengembangkan anggaran operasional dan modal.
  - e. Memantau dan mengendalikan pengeluaran sesuai anggaran yang dialokasikan.
  - f. Membantu dalam mewawancarai, merekrut dan melatih kandidat karyawan.
  - g. Menyimpan dokumentasi yang akurat dan jelas untuk prosedur dan kegiatan operasional..
  - h. Berkomunikasi dengan pihak ketiga tentang kesiapan pengiriman barang ke gudang.
  - i. Mengevaluasi laporan harian dari *accounting finance*.
  - j. Pembuatan *purchase order* kepada supplier.

### 3) *General Affair*(GA)

General affair sebuah posisi yang berada di bawah pimpinan manajemen operasional Struktur perusahaan yang sederhana biasanya menggabungkan GA dengan HRD atau bahkan dengan bagian pembelian atau *purchasing*. Geeneral affair bertugas untuk mendukung kegiatan operasional perusahaan melalui pengadaan barang dan jasa yang dibutuhkan. Tugas-tugas lain dari GA antara lain:

- a. Mengelola pengadaan barang atau fasilitas operasional perusahaan.
- b. Membuat prioritas anggaran perusahaan.
- c. Manjalin komunikasi dengan seluruh divisi perusahaan.
- d. Berkoordinasi dengan pihak luar perusahaan.
- e. Pemeliharaan asset (*maintenance assets*).
- f. Pembayaran tenaga kerja harian.

#### 4) *Accounting Finance*

Bagian *accounting finance* akan lebih fokus dalam tugas dan tanggungjawab pencarian, pengelolaan, pengalokasian dana, dan melakukan pembayaran di perusahaan. Bagian *accounting finance* juga mengatur kebutuhan uang kas perusahaan dan memastikannya sesuai dengan catatan. Rincian tugas *accounting finance* yaitu:

- a. Melakukan transaksi keuangan perusahaan dan membuat laporan keuangan.
- b. Memasukan semua transaksi keuangan ke dalam program atau posting jurnal operasional.
- c. Melakukan pembayaran kepada *supplier*
- d. Melakukan penagihan kepada konsumen.
- e. Mengontrol transaksi keuangan perusahaan.
- f. Mengkoordinasi perencanaan anggaran.

- g. Menyiapkan dokumen penagihan *invoice* atau kuitansi tagihan bersama kelengkapannya.

5) *Sales Marketing*

*Sales marketing* adalah orang yang bertanggungjawab terhadap segala bentuk penjualan produk pada perusahaan. Beberapa rincian tugas *sales marketing* yaitu:

- b. Selalu aktif dalam mencari target konsumen.
- c. Melakukan *market survey*.
- d. Menyusun strategi pemasaran lanjutan.
- e. Mencari mitra kerja untuk perkembangan bisnis.
- f. Menjamin kepuasan pelanggan dengan mengkomunikasikan ke bagian operasional.
- g. Aktif memasarkan produk di media sosial dengan foto dan konten produk yang menarik.

6) Produksi pertanian

Secara umum tugas dari produksi pertanian adalah memastikan tercapainya hasil produksi sesuai dengan rencana perusahaan baik dalam hal kualitas, kuantitas, dan waktu penyelesaiannya dengan menggunakan sumber daya secara optimal dan dilaksanakan sesuai dengan standar operasional perusahaan. Rincian tugas-tugas produksi antara lain:

- a. Melakukan perencanaan dan pengorganisasian jadwal produksi.

- b. Menentukan standar kontrol kualitas.
- c. Mengawasi proses produksi.
- d. Melakukan pemilihan, pemesanan dan bahan pembelian.
- e. Mengorganisir perbaikan dan pemeliharaan rutin peralatan produksi.
- f. Menjadi penghubung dengan pembeli dan *sales marketing*.
- g. Mengawasi pemakaian bahan baku, pemakaian *packing* material, dan bahan pembantu lainnya dengan meminimalkan pemborosan dan kegagalan proses
- h. Mengawasi pembuatan laporan produksi yang meliputi laporan absensi, pemakaian bahan baku, dan hasil produksi.

7) *Quality Control (QC)*

*Quality control* bertugas untuk meneliti produk dan selama proses produksi baik sebelum, selama dan setelah proses produksi untuk memperoleh standar kualitas yang diperlukan. Rincian tugas *Quality Control* adalah sebagai berikut:

- a. Melakukan *monitoring* proses perkembangan atau segala hal yang terlibat dalam produksi.
- b. Memastikan segala jenis produk sesuai dengan standar perusahaan.

- b. Menjaga daftar wajib dalam proses inspeksi serta protokol yang telah ditetapkan dalam suatu perusahaan.
- c. Memiliki tanggungjawab untuk menganalisa serta mengetahui masalah yang muncul pada suatu produk kemudian memberikan rekomendasi tertentu kepada otoritas yang lebih tinggi.

8) Kurir

Tugas utama kurir adalah mengantarkan barang dari pengirim kepada tujuan dengan selamat. Tugas pendukung lainnya antara lain:

- a. Menerima surat atau dokumen yang telah dibukukan dalam buku ekspedisi untuk mengirim barang agar dapat diproses lebih lanjut.
- b. Menyortir surat atau dokumen sesuai jenis dan ketentuan barang yang akan dikirim sesuai dengan wilayah tugasnya untuk mempermudah pengiriman pada pihak terkait.
- c. Menghitung atau menyesuaikan alamat surat kerja atau dokumen barang yang tercantum dalam buku ekspedisi untuk dikirim ke alamat yang dituju.
- d. Membuat rencana perjalanan pengiriman barang sesuai surat perintah untuk kelancaran pelaksanaan tugas.

- e. Menyampaikan atau mengantar surat atau dokumen maupun barang ke alamat yang dituju sesuai prosedur dan meminta tanda bukti penerimaan sebagai bukti barang telah diterima oleh pemesan.

#### **F. Daftar Produk Ibu Organik Semarang**

Daftar produk dan harga dari Ibu Organik Semarang adalah sebagai berikut:

No	Item	Harga Per Pack (Kg)	Harga Jual Per Pack (Rp)	Harga Per Kg (Rp)
1.	Adas	0,25	14.000	56.000
2.	Basil	0,25	17.500	70.000
3.	Bawang Daun	0,25	13.500	54.000
4.	Bayam Jepang	0,25	16.000	64.000
5.	Bayam Merah	0,25	17.500	70.000
6.	Bawang Merah	0,3	22.500	75.000
7.	Beetroot	0,4	20.000	50.000
8.	Brokoli	0,25	15.500	62.000
9.	Buncis Perancis	0,25	15.500	62.000

10.	Buncis Super	0,25	13.500	54.000
11.	Bunga Kol	0,3	18.000	60.000
12.	Cabai Merah	0,25	20.000	80.000
13.	Cabai Rawit	0,25	18.000	72.000
14.	Caisim	0,25	13.000	52.000
15.	Daun Labu Siam	0,25	13.500	54.000
16.	Jagung	0,4	16.000	40.000
17.	Jahe	0,4	14.000	35.000
18.	Kacang Panjang	0,4	15.500	38.750
19.	Kapri	0,3	26.000	86.667
20.	Kale	0,25	20.000	80.000
21.	Kentang	0,4	18.000	45.000
22.	Ketumbar	0,25	19.500	78.000
23.	Kol Putih	0,25	12.000	48.000
24.	Kol Ungu	0,25	19.500	78.000
25.	Krokot	0,25	12.000	48.000
26.	Kunyit	0,4	13.500	33.750
27.	Lengkuas	0,4	14.000	35.000

28.	Labu Siam	0,25	12.000	48.000
29.	Lettuce	0,25	14.500	58.000
30.	Lobak	0,4	13.500	33.750
31.	Mint	0,25	18.000	72.000
32.	Okra Hijau	0,25	15.500	62.000
33.	Okra Merah	0,25	15.500	62.000
34.	Pagoda	0,25	14.500	48.000
35.	Pare	0,25	12.500	50.000
36.	Pakcoy	0,25	11.500	46.000
37.	Peterseli	0,25	18.000	72.000
38.	Pumpkin	0,5	18.000	36.000
39.	Pumpkin Sugar Pie	0,4	17.500	43.750
40.	Romain	0,25	14.500	58.000
41.	Rosemary	0,25	19.500	78.000
42.	Sawi Putih	0,25	12.000	48.000
43.	Serai	0,25	13.500	54.000
44.	Seledri	0,25	13.500	54.000
45.	Selada Air	0,25	12.500	50.000

46.	Selada Hijau	0,25	14.000	56.000
47.	Selada Merah	0,25	14.000	56.000
48.	Stevia	0,25	18.000	72.000
49.	Swiss Chard / Alfafa	0,25	16.500	66.000
50.	Terong Ungu	0,4	13.500	33.750
51.	Terong Belanda	0,4	16.500	41.250
52.	Timun	0,4	13.500	33.750
53.	Timun Kyuri	0,4	16.000	40.000
54.	Tomat	0,4	16.500	41.250
55.	Tomat Beef	0,4	20.000	50.000
56.	Tomat Berry	0,25	25.000	100.000
57.	Tomat Ceri Merah	0,25	18.000	72.000
58.	Tomat Ungu	0,25	21.000	84.000
59.	Tomat Ceri Kuning	0,25	18.000	72.000
60.	Tomat Vine	0,4	20.000	50.000
61.	Wortel	0,4	15.000	37.500
62.	Zukini	0,35	14.000	40.000
63.	Alpukat	1	40.000	40.000

64.	Apel Beauty	0,5	23.000	46.000
65.	Blimbing	0,5	18.500	37.000
66.	Duku	0,5	23.000	46.000
67.	Jambu Biji	0,5	15.500	31.000
68.	Jeruk Baby	0,5	18.500	37.000
69.	Jeruk Keprok	0,5	23.000	46.000
70.	Jeruk Lemon	0,5	30.500	61.000
71.	Lasep	0,5	15.500	31.000
72.	Pisang	1	30.500	30.500
73.	Pepaya	1	24.000	24.000
74.	Ubi Ungu	1	22.500	22.500
75.	Beras Coklat	2	25.750	51.500
76.	Beras Hitam	1	46.500	46.500
77.	Beras IR 64/C4	2	22.750	45.500
78.	Beras Merah	2	22.750	45.500
79.	Beras Mentik Susu	2	27.250	54.500
80.	Beras Coklat	2	24.750	49.500
81.	Beras Hitam	1	45.000	45.000

82.	Beras IR 64/C4	2	21.750	43.500
83.	Beras Merah	2	21.750	43.500
84.	Beras Mentik Susu	2	26.250	52.500

### **G. Mekanisme Model Transaksi Bisnis Ibu Organik Semarang**

Ibu Organik Semarang dalam menjalankan bisnisnya tidak memiliki target khusus untuk penjualan sayur, buah dan rempah-rempah yang harus di jual setiap bulannya, karena ia hanya menjual sesuai dengan barang yang dipanennya. Penjualan yang dilakukan setiap hari mengalir apa adanya. Sayur, buah dan rempah-rempah yang dijualnya adalah sayur, buah, dan rempah-rempah yang siap panen dari kelompok tani organik yang ada di kopeng. Sedangkan untuk rempah-rempah yang berbentuk bubuk, dan bahan masak seperti minyak kelapa, gula, kecap, berasal dari pabrik yang memproduksi barang tersebut secara organik. Sistem *pre order* menjadikan Pak Deny Pramana selaku suami dan pemilik dari Ibu Organik Semarang harus bolak balik ke Kopeng untuk membeli sayur dan buah dari petani organik yang ada di Kopeng.

Sedangkan Ibu Intan bertugas mengelola pekerjaan dari mulai pemasaran *online* hingga *packing* untuk barang yang dipesan konsumen. Pada saat itu modal untuk produksi penjualan masih terbatas dan belum ada kerjasama antara Ibu Organik Semarang dengan kelompok tani organik yang ada di Kopeng. Oleh karena itu digunakanlah sistem *pre order* untuk mengetahui berapa banyak produksi sayur dan buah yang harus dibeli dari petani untuk memenuhi pesanan konsumen. Kini sistem *pre order* telah berganti menjadi sistem *readystock* karena pengambilan panen sayur dan buah dari petani telah diambil secara rutin oleh Ibu Organik Semarang. Berikut ini adalah mekanisme jual beli *online* Ibu Organik Semarang antara lain:<sup>7</sup>

- 1) Kelompok tani organik mengelola pertanian sayur dan buah dengan bibit yang telah diberikan oleh Ibu Organik Semarang. Setelah memasuki masa panen, sayur dan buah akan di panen oleh Pak Zaenal selaku produksi pertanian.
- 2) Hasil panen tersebut akan disortir oleh Quality Control berdasarkan kualitas sayur dan buah yang layak untuk dijual. Kemudian Pihak produksi pertanian akan memberikan informasi kepada

---

<sup>7</sup> Wawancara dengan Ibu Intan pada tanggal 30 September 2019, pukul 12.00 WIB

operasional sayur dan buah apa yang sedang tersedia.

- 3) Sayur dan buah yang telah lulus sortir selanjutnya di kemas dan dibawa ke Semarang oleh Pak Ma'ruf MAK yang bertugas sebagai *general affair*.
- 4) Setelah operasional memberikan daftar sayur, buah dan rempah-rempah organik yang siap untuk dijual, *sales marketing* akan memposting daftar sayur, buah, dan rempah-rempah tersebut ke *instagram* untuk dibuka pemesanan yang ditawarkan ke konsumen.
- 5) Konsumen yang tertarik membeli sayur, buah, dan rempah-rempah Ibu Organik Semarang bisa menghubungi via *whatsapp* dan menerima format order dan daftar harga dari produk Ibu Organik Semarang. Format order berupa: nama, alamat, no.hp, dan pesanan.
- 6) Konsumen bisa mengisi format order dan mengirimkan ke Ibu Organik Semarang untuk diproses transaksi pembeliannya.
- 7) Pihak *accounting finance* akan mengirimkan *invoice* (faktur pembelian) seharga total jumlah pesanan di tambah ongkos kirim.

- 8) Bagian operasional bersama *sales marketing* dan *accounting finance* akan melakukan penimbangan dan *packing* barang pesanan konsumen.
- 9) Konsumen akan diberitahu kembali saat penimbangan barang. Misalkan konsumen memesan lemon lokal 1 kg, saat proses penimbangan ada kemungkinan angka yang tertera ditimbangan menunjukkan lebih atau kurang sepersekian koma dari 1 kg. Misalkan menimbang 1 kg lemon, terkadang hasil timbangan bisa mencapai 1,2 kg. Kelebihan atau kekurangan dari takaran barang yang di pesan konsumen tetap diperhitungkan karena prinsip kejujuran yang dianut oleh Ibu Organik Semarang dalam bekerja.
- 10) Pesanan konsumen yang sudah siap akan diantar oleh jasa pengiriman barang dari paxel yang akan datang ke rumah Ibu Organik Semarang untuk mengambil dan mengantarkan pesanan tersebut ke alamat konsumen.
- 11) Estimasi barang sampai ke tangan konsumen adalah 3 hari. Jika alamat konsumen masih area Semarang serta melakukan pemesanan pada pagi hari maka kemungkinan barang dapat sampai pada sore harinya. Namun jika konsumen melakukan pemesanan pada siang hari menjelang sore hari dan

daftar pengantaran barang telah penuh maka barang akan di kirim ke esokan harinya. Jika konsumen berada di luar Semarang, barang dapat dikirim melalui jasa travel jika konsumen mau menanggung ongkos kirimnya.

- 12) Saat konsumen menerima barang pesanan dan merasa kurang puas dengan produk yang dipesan atau ada kesalahpahaman terhadap barang yang dipesannya bisa mengeluhkan hal tersebut ke Ibu Organik Semarang.
- 13) Terkait keluhan tersebut Ibu Organik Semarang akan memperbaiki pelayanan dengan cara mengirimkan kembali produknya untuk mengganti ketidakpuasan konsumen terhadap barang yang diterimanya karena rusak, kurang segar, jumlah pesanan yang kurang ataupun pesanan yang salah.
- 14) Setelah konsumen puas dengan penggantian barang pesanan dan tidak ada lagi keluhan terkait pemesanan barang tersebut, maka konsumen diharapkan segera mentransfer uangnya ke rekening Ibu Organik Semarang jika belum membayar *invoice* yang telah dikirimkan kepadanya.
- 15) Transaksi jual beli telah selesai dan akan dilakukan perekapan oleh *accounting finance* yang nanti akan dilaporkan ke bagian operasional.

**BAB IV**  
**ANALISIS MODEL TRANSAKSI BISNIS (STUD KASUS**  
**TOKO IBU ORGANIK SEMARANG) DALAM**  
**PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

**A. Analisis Model Transaksi Bisnis (Studi Kasus Toko Ibu Organik Semarang) Dalam Perspektif Ekonomi Islam**

Melalui mekanisme model transaksi bisnis Ibu Organik Semarang yang telah diuraikan sebelumnya, dapat diketahui bahwa model transaksi bisnis yang digunakan merupakan akad jual beli. Jual beli adalah persetujuan antara dua pihak atas kerelaan masing-masing untuk melaksanakan transaksi tukar menukar uang dengan barang (membayar barang dengan harga yang telah disepakati bersama) dengan cara yang sesuai dengan *syariat*. Jual beli dalam model transaksi bisnis Ibu Organik Semarang dapat dilakukan secara *online* maupun *offline*. Jual beli *online* dapat dilakukan konsumen melalui *whatsapp* dengan *contact person* yang telah tercantum di *Instagram* dengan metode pembayaran *transfer bank*. Semua informasi terkait produk maupun persediaan produk akan di perbaharui di *Instagram* setiap hari.

Jual beli *offline* sendiri dapat dilakukan jika konsumen mendatangi langsung rumah Ibu Organik Semarang untuk membeli produk yang diinginkan atau

mendatangi Pasar Sehat Semarang yang bertempat di depan Basilia Café&Dine pada pekan ke 1 dan 3 pada pukul 08.00-11.00 WIB. Perbedaan jual beli *online* dengan *offline* terletak pada tidak adanya tatap muka secara langsung antara penjual dan pembeli seperti yang umumnya terjadi pada jual beli *offline*. Jual beli *online* hukumnya boleh jika telah memenuhi rukun dan syarat sah jual beli. Rukun dalam jual beli ada 4 (empat) yaitu: 1) pihak-pihak yang berakad, 2) Objek Akad, 3) Tujuan Akad, 4) Sighat atau Ijab Kabul.<sup>1</sup>

Pihak-pihak yang berakad dalam jual beli *online* adalah penjual dan pembeli. Objek akad dalam jual beli *online* juga merupakan barang yang halal dan *thoyyib* berupa sayur, buah dan rempah-rempah dari hasil pertanian yang dikelola secara organik, sehingga hukumnya boleh dilakukan. Objek akad juga mengisyaratkan akad harus jelas dan barang harus dimiliki secara sempurna oleh penjual. Barang yang akan di jual telah jelas milik Ibu Organik Semarang sebagai tengkulak dari petani-petani di Kopeneng.

Objek jual beli *online* diperlihatkan penjual melalui postingan di *instagram* dan *whatsapp* seperti foto produk, video, daftar harga, dan jumlah persediaan setiap

---

<sup>1</sup>Enang Hidayat, *Fiqh Jual Beli*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2005, h. 15

harinya. Kejelasan mengenai objek akad juga dituangkan oleh penjual melalui daftar harga dari masing-masing produknya, foto produk yang ada di *instagram*. Meskipun transaksi hanya dilakukan secara *online*, informasi yang diberikan penjual terkait objek akad yang akan dijual sudah mewakili rukun objek akad yang sah. Selanjutnya mengenai tujuan akad haruslah sesuai dengan syariat.

Tujuan dari akad jual beli *online* yang dilakukan Ibu Organik Semarang tidaklah menyalahi aturan karena tujuan yang ada dalam transaksi jual beli *online* adalah motif ekonomi untuk memenuhi kebutuhan ekonomi dan memberikan kebermanfaat untuk orang lain melalui produk-produk yang dijualnya. Rukun akad yang terakhir adalah *sighat* akad atau ijab kabul. *Sighat* akad atau ijab kabul dapat diwujudkan dengan ucapan lisan, tulisan, perbuatan, isyarat bagi mereka yang tidak mampu berbicara atau menulis maupun sarana komunikasi *modern*. Menurut Imam Nawawi dalam Kitab *al-Majmu'* sebagaimana dikutip oleh Anwar Ibrahim, tidak ada satu petunjuk pun baik dalam ayat al-Qur'an maupun dalam hadis yang mengharuskan penggunaan bentuk atau kata-kata tertentu dalam kontrak. Oleh karena itu, mengenai formulasi kontrak dapat digunakan dengan cara apapun

sepanjang menurut kebiasaan (*'urf*) dipandang telah menunjukkan pelaksanaan ijab qabul.<sup>2</sup>

*Sighat* akad atau ijab kabul yang ada dalam jual beli *online* adalah *sighat* akad secara tulisan. *Sighat* akad secara tulisan dilakukan oleh pembeli saat pembeli tersebut telah menerima informasi mengenai barang yang tersedia beserta daftar harga barang tersebut dari penjual dan menyetujui aturan dan perjanjian yang dibuat. Saat semua ketentuan perjanjian telah disetujui oleh kedua belah pihak, maka *sighat* akad terpenuhi saat pembeli mengirimkan uang ke rekening penjual dan penjual mengirimkan barangnya.

Sedangkan untuk penjualan secara *offline*, transaksi jual beli antara penjual dan pembeli terjadi sebagaimana umumnya secara bertatap muka. Objek akadnya pun berbentuk nyata seperti sayur, buah dan rempah-rempah yang dirapikan sedemikian rupa untuk menarik konsumen tertarik. Tujuan akad yang ada juga tidak keluar dari syariat yang ada. *Sighat* akad atau ijab kabul yang terjadi dalam jual beli *offline* adalah *sighat akad* atau jual beli dengan ucapan, karena pembeli yang setuju dengan ketentuan kesepakatan dan harga dari barang yang dijual Ibu Organik Semarang akan mengisyaratkan

---

<sup>2</sup> Anwar Ibrahim, colloquium (indepth intervie), Jakarta 16 Juni 2003.

dengan ucapan seperti “ya saya akan membelinya”. Transaksi jual belipun berakhir setelah pembeli menyerahkan uang secara langsung kepada penjual seharga barang yang diinginkannya sesuai kesepakatan kedua belah pihak.

Akad yang digunakan Ibu Organik Semarang dilihat dari model transaksi bisnisnya hampir sama dengan *salam*. Akan tetapi dilihat dari cara Ibu Organik Semarang mengelola transaksi jual beli bukanlah akad *salam*. *Salam* adalah jual beli barang pesanan dengan pengiriman di kemudian hari oleh penjual dengan pelunasan dilakukan oleh pembeli pada saat akad disepakati sesuai dengan syarat-syarat tertentu yang biasanya pembayaran di awal muka.<sup>3</sup> Akad *salam* memang identik diterapkan pada jual beli dari hasil pertanian, namun penerapan akad *salam* tersebut biasanya untuk jual beli hasil pertanian yang barangnya belum tersedia. Akad *salam* ini pernah diterapkan Ibu Organik Semarang terhadap konsumennya dengan cara jual beli *online* dengan sistem *pre order* pada masa-masa awal pembukaan bisnisnya. Penerapan akad *salam* secara teori adalah pembeli memesan barang untuk hasil pertanian yang belum panen dengan kualitas dan kuantitas yang nantinya terukur atau di timbang kembali

---

<sup>3</sup>Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Syariah Prroduk-produk dan Aspek Hukumnya*, Jakarta: Prenamedia Group, 2014, h. 274.

dengan pembayaran di awal muka. Batas waktu penyerahan objek akad sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak.

Namun menurut madzhab Hanafi dan Hambali, waktu penyerahan minimal satu bulan dari tanggal efektif. Tetapi jika waktu penyerahan ditetapkan kurang dari satu bulan, maka akad *salam* tidak sah. Mereka berpendapat bahwa *salam* diperbolehkan untuk memenuhi kebutuhan petani dan pedagang kecil sehingga mereka seharusnya diberi kesempatan yang cukup untuk mendapatkan komoditas yang dimaksud. Imam malik sependapat dengan hal tersebut, namun jangka waktunya tidak lebih dari 15 hari karena harga di pasar dapat berubah dalam semalam.

Imam Syafi'i dan beberapa ulama Hanafi menentang pendapat ini, mereka mengatakan bahwa Rasulullah SAW tidak pernah menetapkan periode minimum sebagai syarat sahnya akad *salam*. Satu-satunya syarat yang disebutkan adalah dalam hadis adalah bahwa waktu penyerahan harus ditetapkan secara tegas sehingga tidak boleh ada batas waktu minimum. Para pihak dapat menetapkan tanggal penyerahan kapan saja mereka setuju bersama.<sup>4</sup>

Sedangkan transaksi yang ada di Ibu Organik Semarang tidak mengharuskan pembeli untuk segera

---

<sup>4</sup> Ascarya, Akad dan Produk..., h.93-94

mengirimkan uangnya agar transaksi bisa di proses dan penjual bisa segera mengirimkan barang pesanan ke tempat pembeli tersebut. Berdasarkan identifikasi penulis, penerapan model transaksi bisnis Ibu Organik Semarang kepada konsumen adalah akad jual beli *munajjaz al-tsaman* dan akad jual beli *muajjal al-tsaman*.<sup>5</sup> Selain kedua istilah tersebut jual beli secara tunai biasa juga disebut dengan *ba'i al-naqd* atau *ba'i al munjiz*. Sedangkan jual beli dengan pembayaran tunda bisa juga disebut dengan *ba'i muajjal* atau *ba'i al-nasi'ah*. Perbedaan penamaan dipengaruhi oleh perkembangan zaman namun pada prinsipnya tetap dalam satu pengertian yang sama.

Jadi di dalam transaksinya secara tersirat Ibu Organik Semarang memberikan pilihan kepada konsumen untuk dapat melunasi pembayaran secara tunda maupun tunai. Hal tersebut merupakan salah satu bentuk strategi pemasaran yang memudahkan kebutuhan konsumen dalam bentuk pelayanan yang baik dan cepat. Jika jumlah daftar pesanan dan waktu pengiriman memungkinkan dilakukan pengantaran pada hari itu juga. Maka pesanan pembeli tersebut dapat diterima maksimal sore hari pada hari yang sama saat pembeli tersebut memesan meskipun pembeli tersebut belum melunasi *invoice* nya.

---

<sup>5</sup> Ikit, dkk, Jual Beli ..., h.104

Namun jika pembeli memesan pada siang sampai menjelang sore hari, besar kemungkinan barang akan di antar keesokan harinya karena waktu yang tidak memungkinkan untuk melakukan pengiriman barang. Sehingga model transaksi yang digunakan Ibu Organik Semarang adalah siapapun yang memesan akan di kirim barangnya bukan siapa yang membayar pesanan terlebih dahulu yang akan di kirim barangnya.

Terdapat dua macam akad disebabkan waktu pembayaran *invoice* antar konsumen berbeda-beda. Jika konsumen langsung melunasi *invoiceny* maka konsumen tersebut telah menggunakan akad *ba'i munajjaz al-tsaman*. Sedangkan jika konsumen baru melunasi *invoice* hingga barang pesanan tersebut telah sampai terlebih dahulu, maka konsumen telah melakukan transaksi jual beli *online* dengan akad jual beli *muajjal al-tsaman* atau *ba'i al muajjal*.

*Ba'i munajjaz al-tsaman* adalah jual beli dengan harga yang di bayar tunai saat akad. Sedangkan *ba'i al muajjal* adalah jual beli yang mana pembayarannya tunda, atau penyerahan harganya ditunda sesuai waktu yang disepakati. Jika dalam jual beli *salam* barang diserahkan dikemudian hari dengan pembayaran tunai di muka, sedangkan dalam jual beli bayar tunda, barang yang diperjualbelikan diserahkan saat akad sedangkan

pembayarannya ditunda sebagian atau seluruhnya. *Ba'i muajjal* dicontohkan Rasulullah dalam bentuk perbuatan (hadis fi'liyah). Dalam hadis riwayat Imam Muslim dari 'Aisyah r.a beliau menjelaskan bahwa "Sesungguhnya Rasulullah SAW pernah membeli makanan dengan berutang dari seorang Yahudi dan Nabi menggadaikan sebuah baju besi kepadanya."

Jadi *ba'i munajjaz al-tsaman* maupun akad *ba'i muajjal* dalam model transaksi bisnis Ibu Organik Semarang menurut perspektif ekonomi Islam boleh dilakukan selama masih memenuhi rukun dan syarat dari masing-masing akad dan tidak melanggar syariat. Harga yang dikenakan pada *ba'i muajjal* juga tidak boleh terdapat riba, karena praktek yang marak digunakan dalam *ba'i muajjal* adalah seiring dengan penundaan waktu untuk melunasi pembelian dikenakan pula tambahan harga yang mendekati riba.

Kedua akad yang digunakan Ibu Organik Semarang tidak terdapat riba karena konsumen yang melakukan jual beli dengan pembayaran tunda tidak dikenakan tambahan harga pada produknya. Jadi dua akad yang ada di dalam model bisnisnya juga bukan merupakan akad yang di larang karena terdapat riba maupun terjadi dua akad dalam satu transaksi. Adapun membuat perjanjian dalam satu transaksi jual beli merupakan hal

yang dilarang dalam syariat. Ada sejumlah dalil yang meriwayatkan larangan perbuatan tersebut, antara lain:

- 1) Hadis yang diriwayatkan oleh Ahmad dan at-Tirmidzi dari hadis Abu Hurairah dimana beliau berkata, “Rasulullah melarang dua (akad) jual beli dalam satu jual beli.
- 2) Hadis Abu Hurairah yang diriwayatkan dari Rasulullah bahwa beliau bersabda, “Barangsiapa yang melakukan dua akad jual beli dalam satu transaksi jual beli, maka hendaknya ia mengambil yang paling sedikit, kalau tidak ia telah mengambil riba”.

Para ulama sendiri berbeda pendapat tentang definisi dari dua akad dalam transaksi jual beli. Beberapa pendapat dari ulama antara lain:<sup>6</sup>

- 1) Jual beli dengan dua harga yaitu jual beli yang di bayar dengan cara tunai dan tertunda. Jual beli dengan cara pembayaran yang ditunda akan dikenakan harga yang lebih mahal dari pada jual beli dengan cara yang tunai. Tambahan harga dengan menjual barang yang pembayarannya tertunda dengan harga yang lebih mahal dari harga saat itu diharamkan menurut apa yang diriwayatkan Zainal Abidin. Akan tetapi penafsiran semacam ini dibantah oleh mayoritas

---

<sup>6</sup>Abdullah Al-Mushlih, Shalah Ash-Shawi, *Fikih Keuangan Islam*, Jakarta: Darul Haq, 2004, 104.

ulama. Namun jual beli semacam ini menurut pendapat yang benar dari dua pendapat yang ada adalah disyariatkan.

- 2) Penjualan dengan dua harga yaitu tunai dan kredit. Harga tertundanya lebih mahal, namun tidak dijelaskan. Misalnya seorang penjual berkata “kalau tunai bisa sekian harganya, kalau kredit atau bayar belakangan terkena harga sekian”. Kemudian kedua orang tersebut berpisah dari majelis dengan ketidakjelasan karena tidak menentukan salah satunya. Alasan diharamkannya transaksi seperti ini karena adanya ketidakjelasan dan ketidakstabilan harga dan kemungkinan terjadinya riba.
- 3) Menjual sesuatu dengan pembayaran yang tertunda kemudian membelinya kembali dengan pembayaran yang kontan dengan harga yang lebih murah dari harga pertama. Jual beli seperti ini disebut juga jual beli *'inah*. Pendapat ulama mengenai jual beli *'inah* merupakan jual beli yang menjadi fasilitator riba, karena tujuan sebenarnya dari jual beli ini adalah meminjamkan uang dengan dibayar uang berikut tambahan, sedangkan barang dagangan hanya dijadikan mediator semata untuk melegalkan bunga tersebut. Ibnu Qayyim menyatakan dalam *Tahzib as-Sunan*, “ arti hadis dari diharamkannya dua

transaksi dalam satu aktivitas jual beli hanyalah satu arti”. Arti yang relevan dengan apa yang di sabdakan Nabi adalah melarang seseorang menjual sesuatu dengan pembayaran tertunda lalu membelinya lagi secara tunai dengan harga yang lebih murah dari harga pertama. Orang tersebut hanya berhak mengambil harga termurah dari keduanya karena selebihnya adalah riba. Bisa juga artinya adalah menjual barang secara tunai dengan pembayaran secara tertunda dengan jumlah yang lebih banyak. Hanya uang modalnya saja yang berhak ia ambil. Jika jual beli *‘inah* dilakukan dengan kesepakatan, bukan karena faktor kebetulan, maka jual beli menjadi batal berdasarkan kesepakatan para ulama.

- 4) Arti dua perjanjian dalam satu aktivitas jual beli adalah memberikan syarat sebuah akad lain dalam satu transaksi jual beli yang berlangsung. Misalnya si penjual mengatakan, “Saya akan menjual rumah ini kepadamu dengan harga sekian dengan syarat engkau menjual mobilmu kepadaku dengan harga sekian”. Jual beli seperti ini dilarang karena kedua bentuk perjanjian itu tergabung dalam satu perjanjian jual beli. Selain itu tidak ada bedanya apakah ditentukan harga dan barang yang dimaksud dalam perjanjian kedua ataupun tidak.

- 5) Memesan barang berjangka dengan serah terima tertunda. Jika telah tiba jatuh tempo, barang itu kembali dijual kepadanya secara berjangka pula dengan harga lebih. Dalam jual beli yang kedua termasuk sama dengan jual beli yang pertama. Maka harus dikembalikan kepada yang paling sedikit keuntungannya yakni penjualan pertama. Jual beli seperti ini dilarang menurut kesepakatan ulama.

Melalui beberapa pendapat ulama terkait perbedaan menafsirkan hadis mengenai larangan dua akad dalam satu transaksi jual beli tidak ada kriteria yang sama persis seperti apa yang ada di model transaksi bisnis Ibu Organik Semarang. Perlakuan atau pelayanan yang memudahkan konsumen dalam kasus model transaksi bisnis Ibu Organik Semarang menyebabkan dua akad dalam transaksi jual beli secara menyeluruh, bukan dalam artian adanya dua akad sekaligus saat melakukan satu transaksi jual beli dengan satu konsumennya.

Keadaan ini tentu saja berbeda dari apa yang telah diuraikan para ulama berdasarkan perbedaan pendapat dalam menafsirkan larangan dua akad dalam satu transaksi jual beli. Hanya saja adanya kebebasan yang diberikan kepada konsumen untuk melunasi transaksinya dengan tunai atau secara tunda kurang

tepat karena dapat merugikan Ibu Organik Semarang jika konsumen tersebut tidak melunasi tagihan pembeliannya. Tetapi kemudahan itu mungkin dapat dikenakan pada konsumen yang sudah loyal kepada Ibu Organik sehingga resiko semakin kecil. Jadi dalam perspektif ekonomi Islam model transaksi bisnis Ibu Organik Semarang diperbolehkan dan telah memenuhi rukun dan syarat jual beli .

#### **B. Analisis Resiko Model Transaksi Bisnis ( Studi Kasus Ibu Organik Semarang)**

Para ulama telah bersepakat bahwa terdapat dua kaidah penting yang harus diperhatikan dalam menjalankan bisnis dan setiap transaksi usaha yaitu kaidah *al—kharaj bi dh dhaman* (pendapatan adalah imbalan atas tanggungan yang diambil) dan *al ghuḥmu bil ghurmi* (keuntungan adalah imbalan atas kesiapan menanggung kerugian). Maksud dari kedua kaidah tersebut adalah seorang pedagang berhak mengambil keuntungan atas barang yang dijualnya karena ia telah menanggung seluruh resiko terkait barang dagangannya (kerusakan barang sebelum terjual, kehilangan barang dagang, tidak laku, dan lain sebagainya).

Kaidah “*al-kharaju biidh dhamani*” dan “*al-ghuḥmu bil ghurmi*” mempunyai konsekuensi logis bahwa Islam melarang setiap jenis transaksi yang di dalamnya

terjadi ketidakseimbangan antara resiko dan keuntungan. Jadi Islam melarang setiap jenis transaksi yang menghasilkan keuntungan tanpa adanya kesediaan menanggung kerugian.<sup>7</sup> Oleh karena itu, resiko yang terdapat dalam bisnis merupakan sebuah fitrah. Resiko adalah suatu bentuk ketidakpastian keadaan yang akan terjadi di masa yang akan datang akibat dari keputusan yang diambil berdasarkan pertimbangan saat ini.<sup>8</sup> Sedangkan menurut hasil wawancara dengan Ibu Intan resiko yang ada di model transaksi bisnis Ibu Organik Semarang adalah sebagai berikut:<sup>9</sup>

1) Kehilangan Pendapatan

Tidak ada jaminan bahwa semua konsumen akan jujur, tetapi penggunaan model transaksi bisnis Ibu Organik Semarang dengan sistem pembayaran di akhir, menyebabkan konsumen bisa semena-mena tidak melakukan pembayaran atas transaksi yang telah dilakukannya.

2) Bertambahnya Biaya Transportasi atau Kurir

Pelayanan terbaik yang diberikan Ibu Organik Semarang terkait penggantian barang pesanan yang akan dikirimkan kembali ke konsumen karena keluhan

---

<sup>7</sup> Imam Wahyudi, dkk, *Manajemen Risiko Bank Islam*, Jakarta: Salemba Empat, 2013, h. 15.

<sup>8</sup> Soedjana TD, *Sistem Usaha Tani Terintegrasi Tanaman Ternak Sebagai Respon Petani Terhadap Faktor Resiko*. Jurnal Litbang Pertanian, 2007, 26(2) : 82.

<sup>9</sup> Wawancara dengan Ibu Intan pada tanggal 30 September 2019

terhadap produknya semakin menambah biaya transportasi yang harus ditanggung oleh Ibu Organik Semarang. Bertambahnya biaya transportasi atau kurir juga ada kalanya terjadi karena konsumen yang tidak mau membayar biaya ongkos kirim yang seharusnya ditanggung oleh pembeli. Hal ini disebabkan kurangnya kesadaran dan kejelian konsumen terhadap sistem transaksi jual beli *online* yang baru saja dilakukannya, padahal semua sudah dibicarakan saat awal akad.

- 3) Tidak bisa memenuhi semua permintaan konsumen  
Sistem *ready stock* hanya bisa menjual sayur dan buah sesuai dengan musim panennya. Jumlah sayur dan buah yang dijual juga sesuai dengan jumlah dari sayur dan buah yang telah dipanen. Ada kalanya konsumen memesan atau memaksa pesanan untuk buah yang belum siap panen, hal tersebut tentu saja tidak bisa dipenuhi oleh Ibu Organik Semarang. *Ready stock* juga bisa membatasi permintaan konsumen karena jika permintaan dari konsumen yang melonjak tinggi sedangkan *stock* yang tersedia tidak mencukupi permintaan tersebut, otomatis semua permintaan konsumen tidak bisa dipenuhi.
- 4) Ketahanan produk dan kerusakan barang saat pengiriman

Sayur tidak bisa disimpan dalam jangka waktu yang lama. Sistem *ready stock* menjadikan persediaan sayur akan tersisa jika tidak bisa menjual semua sayur pada hari itu. Perlakuan terhadap sayuran yang tersisa dimanfaatkan sendiri oleh Ibu Organik Semarang untuk konsumsi sehari-hari sebagai bahan olahan masakan maupun jus. Kerusakan barang saat proses pengiriman terjadi karena barang yang dikirim terlalu banyak sehingga terkadang barang tertumpuk satu sama lain dan menyebabkan kerusakan pada barang tersebut saat telah di terima konsumen.

5) Kesalahan pembuatan laporan keuangan

Kesalahan pembuatan laporan keuangan bermula dari kesalahan pencatatan pesanan konsumen sehingga akan mempengaruhi laporan selanjutnya. Pembuatan laporan keuangan secara manual memang rentan terjadi kesalahan karena kelalaian pencatatan tidak dapat secara cepat terdeteksi jika menggunakan manual. Resiko tersebut diminimalisir Ibu Organik Semarang dengan pembuatan aplikasi laporan keuangan secara sistematis.

Strategi pengelolaan resiko pada bisnis pertanian organik dapat diterapkan dalam bentuk penghindaran resiko, penahanan resiko, pengalihan

resiko, dan pengendalian resiko.<sup>10</sup> Tidak ada penghindaran resiko yang ia lakukan agar tidak terulang kembali kejadian konsumen yang tidak mau melunasi tagihan pembeliannya. Hal tersebut ia anggap sebagai resiko kecil karena jarang terjadi dalam penjualan satu bulan kasus seperti itu terjadi satu sampai dua kali saja. Keternagan Ibu Intan sendiri rata-rata penjualan dalam satu bulan adalah 700 kg. Sedangkan jika kasus tersebut terjadi, konsumen yang tidak melunasi tagihannya hanya berkisar 10 kg. Jadi prosentase untuk resiko konsumen tidak membayar dari total 700 kg dalam sebulan adalah 1.42%.

Penghindaran resiko ia gunakan pada resiko kerusakan barang dan pembuatan lapora keuangan. Resiko kerusakan barang ia hindari dengan cara penggunaan penyedia jasa kurir paxel sehigga kurir yang dimilikinya tidak terlalu banyak membawa barang saat proses pengiriman. Hal tersebut cukup efektif karena pengiriman barang bisa lebih cepat dan aman. Jika tetap ada barang rusak yang diterima konsumen, Ibu Organik Semarang juga memberikan garansi penuh untuk penggantian barang rusak yang

---

<sup>10</sup> A. Abbas Salim, *Asuransi dan Manajemen Resiko..*, h. 201.

diterima konsumen. Hal ini juga termasuk ke dalam pengendalian resiko.

Penahanan resiko juga telah dilakukan Ibu Organik Semarang dengan tetap menghubungi konsumen yang belum membayar transaksinya, namun jika tidak ada repon dari konsumen setelah beberapa kali dihubungi maka ia menganggap sebagai sedekah. Pengalihan resiko juga ia lakukan terhadap konsumen yang memesan produk yang belum tersedia di Ibu Organik Semarang dengan memberikan tawaran produk lain yang tersedia dan akan memberikan info lebih lanjut jika produk yang ingin dipesannya telah tersedia. Pengalihan resiko tersebut karena hasil panen dari sayur dan buah yang dijualnya adalah produk-produk yang dipanen sesuai musimnya sehingga tidak bisa dipaksakan menyediakan produk yang tidak sesuai masa panennya.

Sementara itu untuk resiko diluar model bisnis Ibu Organik Semarang, seperti resiko produksi dan finansial pada pertanian organiknya dikelola dengan cara asuransi pertanian (asuransi biaya, asuransi hasil, asuransi pendapatan, asuransi indeks meteorologi), contact farming, atau perdagangan berjangka komoditas pertanian. Selain itu manajemen resiko dapat dilakukan dengan cara perluasan area,

asuransi pertanian, diversifikasi pertanian, kontrak lahan, investasi dalam penelitian dan pengembangan pasar, penjualan langsung kepada pengolah atau pedagang besar, menggunakan fasilitas kredit lembaga ekspor.<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup>Suci Wulandari, Agus Wahyudi, *Manajemen Resiko Dalam Pengembangan Pertanian Organik Di Indonesia*, Jurnal Prosiding Seminar Nasional Pertanian Organik, Bogor, 2014.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Melalui penelitian yang telah dilakukan penulis mengenai analisis model transaksi bisnis (studi kasus Ibu Organik Semarang) dalam perspektif ekonomi Islam dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pilihan dua akad dalam model bisnis Ibu Organik Semarang kepada konsumrnnya yaitu akad *ba'i munajjaz al-tsaman* dan *ba'i muajjal*. *Ba'i munajjaz al-tsaman* adalah jual beli dengan harga yang di bayar tunai saat akad atau juga bisa disebut *ba'i al-naqd* atau *ba'i al munjiz*. Sedangkan jual beli dengan pembayaran tunda bisa juga disebut dengan *ba'i muajjal* atau *ba'i al-nasi'ah* adalah jual beli yang pembayarann dan penyerahan harganya ditunda sesuai waktu yang disepakati. Kebebasan yang diberikan Ibu Organik kepada konsumen untuk waktu pelunasan tagihan merupakan strategi pemasaran untuk melayani kebutuhan konsumen dengan baik dan cepat. Jadi menurut perspektif ekonomi Islam model transaksi bisnis yang digunakan Ibu Organik Semarang boleh dilakukan karena telah memenuhi rukun dan syarat jual beli sesuai syari'at yang ada.

2. Ibu Organik Semarang telah mengelola resiko yang ada dalam model bisnisnya yang secara garis besar dilakukan dengan pembenahan manajemen operasional hingga keuangannya. Prosentase resiko untuk model transaksi bisnis Ibu Organik Semarang hanya sekitar 1,42% dari total rata-rata penjualan per bulan 700 kg. Resiko itu memang ada, namun terbilang kecil. Pilihan model transaksi bisnis seperti itu juga telah Ibu Organik lakukan dari awal didirikannya bisnis tersebut. Hal itu karena Ibu Organik Semarang ingin menciptakan hubungan baik dengan konsumen tidak sekedar sebagai mitra penjual dan pembeli.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan pemaparan di atas, saran penulis adalah:

1. Akan lebih baik juga jika Ibu Organik Semarang lebih tegas dan memberikan ketentuan khusus terkait waktu pelunasan tagihan, sehingga akad terjadi hanya satu dan selaras antara satu konsumen dengan konsumen lainnya. Ketentuan khusus untuk waktu pelunasan dapat diterapkan dengan cara waktu pelunasan tagihan yang di batasi dalam 1 x 24 jam. Konsumen yang tidak bisa melunasi tagihan dengan jangka waktu yang di

berikan maka pesanannya tidak dapat diproses lebih lanjut.

2. Manajemen resiko yang dilakukan Ibu Organik Semarang cukup baik. Tetapi resiko tersebut perlu diidentifikasi lebih lanjut tidak hanya sekedar pengelaan resiko saat sudah terjadi. Resiko-resiko tersebut dapat dihindari lebih awal lagi dengan perubahan sistem pembayaran yang lebih teratur. Tekait resiko produk yang tidak tahan lama, bisa dikelola dengan adanya penambahan produk salad menggunakan sayur dan buah yang masih bisa digunakan sehingga dapat menambah pendapatan dari produk yang dikemas lebih elegan.

### **C. Penutup**

.Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kemudahan bagi penulis untuk dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan baik. Kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat diharapkan oleh penulis karena penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Kesempurnaan hanya milik Allah SWT sedangkan manusia tempatnya khilaf. Ketidaksempurnaan dalam penulisan skripsi disebabkan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Harapan penulis semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat, menambah

wawasan bagi pembaca pada umumnya dan dapat dijadikan referensi untuk penelitian lain yang masih berkaitan dengan model transaksi bisnis menurut perspektif ekonomi Islam.

## DAFTAR PUSTAKA

### Jurnal

- Daharmi. “*Persepsi Masyarakat Terhadap Akad Jual Beli Online Perspektif Ekonomi Syariah*”. Dalam Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau (UIR) Pekanbaru, Volume 1 Nomor 1, Juni 2018.
- Khoiriyah, Siti dan Muh Juan Suam Toro, *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Ketersediaan Produk Hijau*, dalam Jurnal Bisnis dan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sebelas Maret, Vol. 14, No. 1, 2004 : 63-76
- Nur, M Rianto, *Penjualan On-line Berbasis Media Sosial Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Jurnal Wacana Hukum Islam dan Kemanusiaan, Volume 13, No. 1, Juni 2013
- Parama, Setiaboedhi Aditya, Hasrini Sari. “*Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Pangan Organik Melalui Situs Online*”, Progam Studi Teknik Industri dan Manajemen Rekayasa Industri, Fakultas Teknologi Industri, Institut Teknologi Bandung.
- Sidharta, Iwan dan Boy Suzanto, “*Pengaruh Kepuasan Transaksi Online Shopping Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Sikap Serta Perilaku Konsumen Pada E-Commerce*”, Jurnal Computech dan Bisnis, STMIK

Mardira Indonesia Bandung, STIE Pasundan  
Bandung, Vol. 9, No. 1, Juni 2015

Susiawati Wati. *“Jual Beli Dalam Konteks Kekinian”*. Dalam  
Jurnal Ekonomi Islam, Universitas Islam Negeri  
Syarif Hidayatullah, Volume 8, Nomor 2, November  
2017.

Susanti Endang, Nur Kholisoh. 2018. *Kontruksi Makna Kualitas  
Hidup Sehat (Studi Fenomenologi pada Anggota  
Komunitas Herbalife Klub Sehat Ersanddi Jakarta)*,  
dalam Jurnal Lugas, Institut Ilmu Sosial dan  
Manajemen STIAMI, Universitas Mercubuana, Vol.  
2, No. 1, Juni, pp. 1-2 .

Suzanto Boy, Iwan Sidharta. *“Pengaruh Kepuasan Transaksi  
Online Shopping Dan Kepercayaan Konsumen  
Terhadap Sikap Serta Perilaku Konsumen Pada E-  
Commerce”*, Jurnal Computech dan Bisnis, STMIK  
Mardira Indonesia Bandung, STIE Pasundan  
Bandung, Vol. 9, No. 1, Juni 2015.

Skripsi

Aulia Nur Agustin. *“Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli  
Online Busana Muslim Pada Shofiya Collection Di  
Media Sosial”*. Dalam Skripsi Progam Studi Hukum  
Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Institut Agama  
Islam Negeri (IAIN) Surakarta, 2018.

Atira Nurul. *“Jual Beli Online Yang Aman Dan Syar’I (Studi Terhadap Pandangan Pelaku Bisnis Online di Kalangan Mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum UIN Alauddin Makassar)”*. Dalam Skripsi Prodi Hukum Acara Peradilan dan Kekeluargaan Jurusan Peradilan pada Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Alauddin Makassar, 2017.

Nurmalia. *“Jual Beli Salam (Pesanan) Secara Online Di Kalangan Mahasiswa UIN Sumatera Utara Medan (Tinjauan Menurut Syafi’iyah)”*. Dalam Skripsi Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2018.

#### Buku

Abdullah, M. Ma’ruf. *Manajemen Bisnis Syariah*, Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2014.

Abdurrahman, Syech as-Sa’di, Penerjemah Abdullah, *Fiqih Jual Beli (Panduan Praktis Bisnis Syariah)*, Jakarta: Senayan Publing, 2008

Adil. *Bisnis Syariah Di Indonesia*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2017.

Agustin, Hamdi. *Studi Kelayakan Bisnis Syariah*, Depok: Rajawali Press, 2017.

Al-Mushlih, Abdullah dan Shalah Ash Shawi, *Fikih Keuangan Islam*, Jakarta: Darul Haq, 2001.

- Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007.
- Ash-Shidqi, *Pengantar Fiqh Muamalah*, Jakarta: Bulan Bintang, 1984.
- Azzam, Muhammad, *Fiqh Muamalat*, Terj. Nadirsyah Hawari, Jakarta: Amzah, 2010.
- Bahuti, Mansur bin Yunus bin Shalahuddin ibn Hasan bin Idris al, *Kasysyaf al-Qina 'an Matn al-Iqna'*, Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah, TT, Vol. 3.
- Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Rineka Cipta, 2008
- Fahmi Irham. *Kewirausahaan Teori, Kasus dan Solusi*, Bandung: Alfabeta, 2014.
- Farid. *Kewirausahaan Syariah*, Depok: Kencana, 2017.
- Gemala, Dewi, dkk, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, Jakarta: Kencana, 2005
- Hashim, Muhammad Ali Haji. *Bisnis Satu Cabang Jihad*, Jakarta: Pustaka Al-Kautsar , 2003.
- Ikit, dkk, *Jual Beli Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Gava Media, 2008.
- Hidayat, Enang, *Fiqh Jual Beli*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2005.
- Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah*, Jakarta: Bumi Aksara, 2008.
- Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2012.

- Mardani, *Hukum Sistem Ekonomi Islam*, Jakarta: Rajawali Pers, 2015.
- Mas'adi, A Ghufron, *Fiqh Muamalah Konstektual*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002.
- Mubarok, Jaih dan Hasanudin, *Fikih Mu'amalah Maliyyah Akad Jual Beli*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017.
- Muhammad, Abdullah bin Ath Thayar, dkk, *Ensiklopedia Muamalah*, Yogyakarta: Maktabah al-Hanif, 2009, TT.
- Murhada dan Yo Ceng Giap, *Pengantar Teknologi Informasi*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2011.
- Nawawi, Ismail. *Ekonomi Islam Perspektif Teori, Sistem dan Aspek Hukum*, Surabaya: ITS Press, 2009.
- Prawira, Triton Budi, *Bisnis Lewat Internet*, Semarang: Oryza, 2009.
- Rozalinda, *Fikih Ekonomi Syariah Prinsip Dan Implementasi Pada Sektor Keuangan Syariah*, Jakarta: Rajawali Pers, 2016.
- Sabiq, Sayyid, *Fiqh Sunnah*, (Beirut: Dar el-fikr, 1983 M 1403 H, Juz 3), TT.
- Sunarto, Andi, *Seluk Beluk e-Commerce*, Jogjakarta: Garai Ilmu, 2009.
- Sutabri, Tata, *Pengantar Teknologi Informasi*, Yogyakarta: CV. Andi, 2014.

Susiawatu, Wati, *Jual Beli Dalam Konteks Kekinian*, Jurnal  
Ekonomi Islam, Universitas Islam Negeri Syarif  
Hidayatullah, Volume 8 No. 2 November 2017.

Syafi'i, Muhammad Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*,  
Jakarta: Gema Insani Press, 2001.

Tahir, Muhammad Mansoori, *Kaidah-kaidah Fiqh Keuangan dan  
Transaksi Bisnis*, Penerjemah Hendri Tanjung dan  
Aini Aryani, Bogor: Ulil Albab Institute, 2010.

Website

<https://www.iqbisnis.com>

<https://www.alodokter.com/kista>

<https://m.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20151213072810-262-97836/kembali-ke-alam-lewat-makanan-organik>.

[www.dewaweb.com](http://www.dewaweb.com)

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Ita Destiani
2. Tempat dan Tanggal Lahir : Tegal, 16 Desember 1994
3. Alamat Rumah : Jl. Sumbodro Gg. Pasir  
Luhur Tegal
4. No HP : 08997897844
5. Email : [ita.atmi@gmail.com](mailto:ita.atmi@gmail.com)

### B. Riwayat Pendidikan

1. SD IHSANIYAH 1 PUSAKA KOTA TEGAL
2. SMP N 2 TEGAL
3. SMK N 1 DUKUHTURI KAB. TEGAL
4. UIN WALIOSONGO SEMARANG