

## DAFTAR ISI

|                                       |      |
|---------------------------------------|------|
| HALAMAN SAMPUL                        |      |
| ABSTRAK .....                         | i    |
| LEMBAR PERNYATAAN KARYA SENDIRI ..... | ii   |
| LEMBAR PERSETUJUAN .....              | iii  |
| LEMBAR PENGESAHAN.....                | iv   |
| PEDOMAN PENGGUNAAN.....               | v    |
| KATA PENGANTAR .....                  | vi   |
| DAFTAR ISI .....                      | ix   |
| DAFTAR GAMBAR .....                   | xii  |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                  | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN .....               | 1    |
| A. Latar Belakang Penelitian .....    | 1    |
| B. Rumusan Masalah.....               | 5    |
| C. Tujuan Penelitian .....            | 6    |
| D. Kegunaan Penelitian .....          | 6    |
| E. Studi Terdahulu.....               | 6    |
| F. Kerangka Berpikir .....            | 9    |
| G. Langkah-Langkah Penelitian .....   | 17   |
| 1. Metode Penelitian .....            | 17   |
| 2. Jenis Data .....                   | 18   |
| 3. Sumber Data .....                  | 18   |
| 4. Teknik Pengumpulan Data .....      | 19   |
| 5. Analisis Data .....                | 20   |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....         | 21   |

|   |    |
|---|----|
| A. Konsep Jual Beli.....  | 21 |
| 1. Pengertian Jual Beli .....   | 21 |
| 2. Dasar Hukum Jual Beli .....  | 23 |
| 3. Rukun dan Syarat Jual Beli .....   | 27 |
| 4. Macam-Macam Jual Beli .....  | 30 |
| 5. Prinsip dan Etika Jual Beli .....  | 35 |
| B. Konsep Jual Beli Salam .....   | 38 |
| 1. Pengertian Jual Beli Salam.....  | 38 |
| 2. Dasar Hukum Jual Beli Salam.....   | 40 |
| 3. Rukun dan Syarat Jual Beli Salam.....  | 41 |
| 4. Fatwa DSN-MUI Mengenai Jual Beli Salam .....   | 44 |
| C. Konsep <i>E-Commerce</i> .....   | 46 |
| 1. Definisi <i>E-Commerce</i> .....   | 46 |
| 2. Dasar Hukum <i>E-Commerce</i> .....  | 48 |
| 3. Macam-Macam <i>E-Commerce</i> .....  | 49 |
| 4. Kelebihan dan Kekurangan <i>E-Commerce</i> .....   | 50 |
| BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....   | 53 |
| A. Gambara Umum <i>Marketplace</i> Shopee.....  | 53 |
| 1. Profil <i>Marketplace</i> Shopee.....  | 53 |
| 2. Perjalanan Shopee .....  | 55 |
| 3. Produk dan Layanan Shopee .....  | 58 |
| B. Mekanisme Transaksi Jual Beli Menggunakan Fitur Shopee Barokah di<br><i>Marketplace</i> Shopee ..... | 62 |
| 1. Tentang Shopee Barokah .....   | 62 |
| 2. Mekanisme Transaksi Menggunakan Shopee Barokah .....   | 64 |

|  |     |
|--|-----|
| 3. Metode Pembayaran Shopee Barokah .....  | 71  |
| 4. Kebijakan Syarat Layanan Shopee Barokah .....   | 75  |
| C. Tinjauan Fikih <i>Buyu'</i> Terhadap Transaksi Jual Beli Pada Fitur Shopee Barokah di <i>Marketplace</i> Shopee ..... | 81  |
| BAB IV PENUTUP .....   | 90  |
| A. Simpulan .....  | 90  |
| B. Saran .....   | 91  |
| DAFTAR PUSTAKA .....   | 92  |
| LAMPIRAN .....   | 97  |
| RIWAYAT HIDUP .....  | 101 |

