

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi yang semakin maju serta penggunaan internet yang semakin populer di semua lapisan masyarakat, termasuk dalam dunia bisnis dan pemasaran. Dengan semakin banyaknya orang yang menggunakan internet, gaya hidup masyarakat pun ikut berkembang dan membantu mereka berinteraksi tanpa batasan jarak dan waktu. Saat ini, kegiatan berbelanja telah menjadi lebih mudah dan efisien dengan adanya belanja online atau menggunakan layanan internet. Pemanfaatan teknologi komputer berbasis internet juga semakin populer sebagai alat promosi bisnis melalui *e-commerce*. Dalam konteks global, pertumbuhan industri *e-commerce* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap budaya pemasaran. Menurut Laudon, *e-commerce* adalah suatu bentuk perdagangan elektronik yang memiliki ciri-ciri atau karakteristik khusus.¹

Semakin banyak pengguna internet mendorong pelaku usaha memanfaatkan peluang ini untuk menjual produknya secara *online*. Perubahan perilaku konsumen yang dipengaruhi oleh kemajuan teknologi terutama perkembangan internet yang sangat pesat. Transaksi yang terjadi melalui *online shop* menjadi indikasi kuat budaya berbelanja masyarakat yang telah beralih dari berbelanja secara *offline* menjadi belanja secara *Online*.

Keterbukaan negara Indonesia terhadap perkembangan teknologi yang ada didunia serta kemudahan masuknya produk-produk dari seluruh penjuru dunia memudahkan masyarakat untuk membeli dan menikmati produk yang ditawarkan. Dengan kemudahan masyarakat mengakses internet secara otomatis mereka dapat mengakses *online shop* sebagai media perantara antara penjual dan pembeli yang ingin bertransaksi secara *online*. Fenomena seperti ini yang telah menjadi motivasi para penjual *online shop* untuk berlomba-lomba dalam memasarkan produknya secara *online*. Sebuah kesempatan yang menjanjikan peluang baru dalam perkembangan dunia pemasaran modern khususnya di Indonesia. Sistem belanja yang cepat dan praktis dengan memanfaatkan kemudahan akses internet menjadi *tren* baru di masyarakat.

Dalam kompetisi kegiatan jual beli tentu dengan cara yang sehat dan tidak merugikan pihak lain baik dari pembeli maupun dari pesaing. Sesuai dengan perintah Allah SWT. Surah An-Nisa ayat 29 :

¹ Kenneth C Laudon dan Jane P. Laudon. *Sistem Informasi Manajemen Edisi Ke-10*. terj. Christian Sungkono dan Machmudin Eka P (Jakarta: Salemba Empat, 2007). 48.

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

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa pemiagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.²

Selama pandemi *Covid 19* pengguna internet mengalami kenaikan yang sangat signifikan, diperkirakan ada 35 juta pengguna internet baru yang bertambah semenjak pandemi terjadi. Data ini dikeluarkan oleh APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) dalam laporannya menyatakan dalam tempo tahun 2021-2022 pengguna internet di Indonesia yang awalnya dari 175 juta orang menjadi 210 juta orang. Fenomena ini menjadikan momentum besar perkembangan pengguna di Indonesia.³

Cepatnya pertumbuhan pengguna internet memberikan peluang bagi para pengusaha terutama dalam bidang penjualan untuk mendapatkan keuntungan maksimal dari *online shop*. Kemudahan yang diperoleh dengan penggunaan internet menjadikan produk mudah dikenal oleh banyak orang karena mudahnya komunikasi melalui media internet yang tidak dibatasi oleh jarak antara penjual dengan pembeli.⁴

Aktivitas kegiatan masyarakat sangat terdampak oleh kemunculan wabah pandemi *Covid 19* yang terjadi. Disusul dengan adanya peraturan pemerintah yang memberlakukan pembatasan aktivitas masyarakat di luar rumah mengakibatkan berubahnya perilaku masyarakat dalam belanja barang kebutuhan sehari-hari. Yang sebelumnya masyarakat pergi kepasar untuk membeli barang, dengan adanya pembatasan aktifitas diluar rumah mereka beralih belanja *online* yang bisa dilakukan dari dalam rumah. Jikalau sebelumnya konsumen berbelanja dengan datang ke toko, maka semenjak adanya pandemi mereka lebih memilih berbelanja secara *online*.

²Alquran, An-Nisa ayat 105, Qur'an terjemahan Kemenag, <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/4?from=1&to=176>

³ Dewi, Intan Rahmayanti, CNBC Indonesia 2022. Data terbaru berapa pengguna internet di Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220609153306-37-345740>

⁴Yolanda Olga Mongkol, "Peran Pengambilan Keputusan Untuk Meningkatkan Penjualan Bagi Revolt Industry dengan Menggunakan Media Sosial Instagram". Jurnal Mahasiswa Universitas Surabaya, Vol. 7 No. 1 (2018), 481.

Toko-toko fisik yang berjualan secara *offline* terkena dampak sangat besar dengan adanya tren jualan *online*. Bisnis mereka semakin tertekan dengan turunya jumlah penjualan yang diakibatkan oleh konsumen yang beralih dari belanja secara langsung datang ke toko beralih melakukan belanja secara *online* dengan menggunakan *smartphone* dan jaringan internet yang dimiliki. Tanpa mereka harus mengeluarkan biaya bensin, tenaga dan waktu untuk keluar rumah, mereka sudah bisa mendapatkan barang yang diinginkan.

Belanja online merupakan aktivitas jual beli barang dan jasa menggunakan jaringan internet antara penjual dan pembeli dengan komunikasi secara interaktif dan *real-time* tanpa jeda waktu yang berarti.⁵ Banyak kemudahan yang diberikan ketika seseorang melakukan belanja *online* mulai dari harga yang murah, pilihan produk yang beragam jika dibandingkan belanja secara *offline* mengakibatkan pedagang retail yang berjualan secara *offline* menjadi sangat tertekan.

Fenomena yang terjadi dengan pesatnya perkembangan penjualan produk secara online mendorong para pengusaha untuk mengalihkan bisnisnya atau menambahkan bisnisnya kedalam sistem penjualan secara elektronik (*E-commerce*). *E-Commerce* merupakan sebuah koneksi komputer ke komputer lain dengan menggunakan jaringan internet yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk mengenalkan dan memasarkan produknya kepada calon pembeli atau pelanggan. Yang mana penjual memberikan informasi kepada calon pembeli mengenai barang yang ditawarkan secara lengkap dan terperinci agar konsumen memperoleh informasi produk yang lengkap sehingga yakin dalam menentukan pilihan.⁶

E-commerce merupakan alternatif bisnis yang sangat menjanjikan untuk dilakukan pada saat ini, karena *e-commerce* dapat memberikan keuntungan dan kemudahan bagi kedua belah pihak, baik bagi pihak pembeli maupun penjual dalam melakukan suatu transaksi jual beli barang maupun jasa. Salah satu pelaku bisnis ritel yang melakukan perubahan penjualan dari toko *offline* ke toko *online* adalah Vape Store Ngaringan yang memanfaatkan *e-commerce* Shopee sebagai sarana memasarkan produknya.

Kemudahan dalam mendapatkan barang melalui pasar *online* atau sering disebut *marketplace* sudah selayaknya dimanfaatkan oleh masyarakat terutama penjual dan pembeli karena hal tersebut

⁵ Ingge Elisa dan Mujiyana. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Via Internet pada Toko Online". *Jurnal Ekonomi Manajemen*. Universitas Diponegoro, Semarang, (2013): 35.

⁶ Philip Kotler dan Gary Armstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1 (Jakarta: Erlangga, (2016), 526.

merupakan sebuah sarana jual beli yang tidak bertentangan dengan syari'at Islam, sebagaimana disabdakan oleh Rasulullah SAW.

مَا خَيْرَ رَسُولٍ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ بَيْنَ أَمْرَيْنِ فَطُ إِلاَّ أَخَذَ أَيْسَرَهُمَا مَا لَمْ يَكُنْ إِثْمًا

Artinya: “Tidaklah Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam merasa bingung terhadap dua pilihan melainkan beliau akan memilih perkara yang lebih mudah (ringan) selama hal itu tidak mengandung dosa.”⁷

Dari hadis tersebut menjadi landasan kita mendapatkan kebebasan untuk memilih sesuatu yang mudah selama hal tersebut tidak merupakan perbuatan dosa.

Shopee adalah platform perdagangan elektronik yang berkantor pusat di Singapura di bawah SEA Group, yang didirikan pada 2009 oleh Forrest Li. Shopee pertama kali diluncurkan di Singapura pada tahun 2015, dan sejak itu memperluas jangkauannya ke Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam, dan Filipina. Di Indonesia sendiri Shopee mulai beroperasi pada tahun 2015 kuartal akhir, lebih tepatnya pada bulan desember. Jika dibandingkan dengan situs *marketplace* lainnya seperti Bukalapak, Tokopedia, OLX dan lain-lain, maka Shopee termasuk yang termuda dan minim pengalaman pada saat itu.

Vape Store Ngaringan merupakan sebuah toko yang menjual produk rokok elektrik atau *vapor*. Sebuah produk yang menjadi pengganti rokok tembakau dengan pertumbuhan pengguna sangat pesat terutama dikalangan anak muda. Banyak anak muda yang mulai beralih dari rokok tembakau menjadi pengguna rokok elektrik atau *vape*. Ada pula yang dari awal langsung menjadi pengguna *vape* tanpa diawali dengan mengkonsumsi rokok tembakau.

Saat ini pengakuan pemerintah terhadap jenis rokok *vape* tertuang dalam PMK No.198/PMK.010/2020. Bentuk pengakuan lain terdapat dalam UU Harmonisasi Peraturan Perpajakan (HPP) yang telah disahkan DPR bersama pemerintah melalui menteri keuangan. Regulasi vapor di Indonesia membatasi penggunaan produk ini dan memastikan bahwa produk memenuhi standar kesehatan dan keselamatan. Beberapa negara telah mengatur dan membatasi penggunaan *vapor*, terutama dalam konteks rokok elektronik. Beberapa negara bahkan telah melarang penjualan dan penggunaan *vapor*. Hal ini dilakukan untuk melindungi masyarakat dari risiko kesehatan yang disebabkan oleh

⁷ Hadis,Sahih Bukhari, No.5661, <https://shareoneayat.com/hadits-bukhari-5661>

penggunaan *vapor* dan untuk memastikan bahwa produk *vapor* yang dijual aman dan berkualitas.

Mudahnya produk *vape* di beli siapa saja tidak terkecuali anak-anak di bawah umur karena banyaknya penjual yang mempromosikan produknya baik secara *offline* maupun *online* membuat peredaranya perlu kontrol dari otoritas terkait. Agar tidak memberikan dampak yang negatif dengan mempertimbangkan unsur-unsur yang terkandung dalam produk *vape* dan akibat dari penggunaan *vape* pemerintah telah mengatur produk *vape* dalam kategori yang sama sebagai produk hasil tembakau dengan pengawasan dan peredaran yang terbatas sesuai peraturan perundang-undangan yang telah diterbitkan.

Disamping pertimbangan kesehatan dan undang-undang Pemerintah, pengguna *vape* juga perlu mempertimbangkan sudut pandang Agama, bagaimana produk ini dikaji dan di musyawarahkan oleh para Ulama mengenai status hukum fiqihnya. Sebagai negara yang religius pertimbangan Agama juga merupakan faktor penting dalam kebijakan-kebijakan peredaran barang yang dikonsumsi oleh masyarakatnya tidak terkecuali produk *vape* ini.

Sedangkan dalam perspektif agama Islam terdapat berbagai fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga dan organisasi Islam di Indonesia berkaitan dengan hukum rokok elektrik dari Muhammadiyah, NU dan MUI sebagai berikut:

1. Fatwa Majelis Tarjih dan Tajdid Pimpinan Pusat (PP) Muhammadiyah Nomor 01/PER/I.1/E/2020 Tentang Hukum dari *e-cigarette* (Rokok Elektrik) yang menyatakan bahwa rokok elektrik hukumnya adalah haram sama seperti rokok konvensional.
2. Ketua Pengurus Besar Nahdlatul Ulama, KH Marsudi Syuhud memperbolehkan masyarakat Indonesia menggunakan rokok elektrik atau *vape*, hukum rokok elektrik ataupun rokok konvensional tidak sampai pada tingkatan haram, tapi hanya makruh saja. Yaitu jika meninggalkan dapat pahala dan mengerjakannya tidak mendapat dosa.⁸
3. Untuk MUI sendiri belum secara resmi mengeluarkan fatwa untuk rokok elektrik atau *vape*. Serta belum berencana untuk menerbitkan fatwa tentang *vape*.

Pada tanggal 21 Desember 2015, Jawatankuasa Fatwa Majelis Kebangsaan (JFMK) yaitu otoritas Lembaga yang berwenang mengeluarkan fatwa di Malaysia telah memutuskan bahawa rokok elektronik atau *vape* ini adalah haram dengan mengambil keputusan pengharaman rokok (keputusan tahun 1995) dan *shisha* (keputusan

⁸ "Hukum Rokok Elektrik, PBNU: Maksimal Makruh." Sabtu, 27 Jan 2018, <https://khazanah.republika.co.id/berita/p37efv384/hukum-rokok-elektrik-pbnu-maksimal-makruh>

tahun 2013). Ia diputuskan haram kerana berbahaya, membazir dan mudarat kesehatan, dan setiap yang mudharat hukumnya adalah haram.⁹

Dari berbagai uraian fatwa yang dikeluarkan organisasi Islam di atas ada yang mengharamkan dan ada juga yang membolehkan. Untuk penulis lebih condong kepada yang memperbolehkan karena tidak ada dalil yang spesifik tentang keharaman rokok elektrik. Hal itu juga dapat dijadikan pegangan pelaku usaha di bidang rokok elektrik atau *vape*, bahawa usaha yang dijalankan tidak sepenuhnya bertentangan dengan hukum agama berdasarkan fatwa ulama.

Pentingnya akad dalam jual beli suatu barang ataupun jasa. Dalam kehidupan masyarakat tidak akan terlepas dari jual beli dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Pentingnya sebuah akad ditentukan supaya tidak saling merugikan antara satu pihak terhadap pihak lain. Bagaimana akad dilakukan juga perlu menjadi perhatian penting supaya tidak melanggar kaidah jual beli yang terlarang sesuai tuntunan Agama. Oleh karena itu dibutuhkan pedoman-pedoman yang mengatur bagaimana transaksi itu dilaksanakan secara baik dan benar dilihat dari berbagai sudut pandang, terutama sudut pandang Agama dan Negara.

Agama Islam mengatur berbagai aspek kehidupan dengan ajaran yang sempurna menggunakan tata nilai, kaidah-kaidah dan norma yang memiliki manfaat kebaikan bagi umat manusia. Islam mengajarkan ajaran yang manusiawi, adil, inklusif dan egaliter yang didasari secara *strict* oleh paham ketuhanan yang maha Esa dan etika.¹⁰ Islam juga merupakan ajaran yang bersifat universal dan ditegaskan dalam al-Qur'an bahwa agama itu berlaku untuk seluruh alam raya, termasuk untuk seluruh umat islam. Agama Islam ini mengatur dalam berbagai bidang, baik dalam bidang ibadah maupun muamalah. Dalam bidang muamalah islam mengatur dengan baik apa itu jual beli.¹¹

Syariat Islam telah mengajarkan jual beli yang saling menguntungkan antara penjual dan pembeli, adanya larangan saling merugikan diantara keduanya seperti menjual barang yang tidak sesuai yang di beritakan kepada pembeli begitu pula pembeli yang melakukan pembayaran tidak sesuai yang disepakati. Muamalah adalah suatu disiplin ilmu yang memiliki tujuan untuk memperbaiki kehidupan manusia, dengan memberikan berbagai sudut pandang dan standar yang

⁹ Irwan Mohd Subri dan Fakhriina Zulkiple, "Pandangan Pakar Dalam Keputusan Hukum Pengharaman Vape," 6, 19 Maret, 2023, https://iais.org.my/attach/2016/10MAR2016_fatwa/Pandangan%20Pakar%20Dalam%20Keputusan%20Hukum%20Pengharaman%20Vape.pdf

¹⁰ Al Hadi Abu Azam, *Fikih Muamalah Kontemporer* (Depok: Rajawali Pers, 2019), 75-76.

¹¹ Ratno Lukito, *Tradisi Hukum Indonesia* (Yogyakarta: Teras, 2018), hlm. 121.

mungkin menjamin gagasan keadilan dalam bermuamalah antara manusia.¹²

Vape Store Ngaringan menjual produk vapor beserta turunannya yaitu *MOD Vapor, Liquid, Coil, POD* dan Kapas *Vapor* yang dijelaskan sebagai berikut:

1. *Mod vapor* adalah jenis alat *vaporisasi* yang dapat disesuaikan dan dikustomisasi oleh pengguna. *Mod vapor* seringkali dilengkapi dengan baterai yang lebih besar dan dapat diisi ulang, serta chip kontrol yang dapat mengatur pengaturan suhu dan *wattage*, dan bahkan dapat menghasilkan tampilan pada layar LCD. Hal ini memungkinkan pengguna untuk mengontrol berbagai aspek dari proses *vaporisasi*, seperti suhu, waktu pemanasan, dan volume uap yang dihasilkan.¹³
2. Cairan atau *liquid* dalam konteks *vaporisasi* adalah cairan khusus yang digunakan pada alat *vaporisasi* untuk menghasilkan uap yang dihirup oleh pengguna. Cairan atau *liquid* terdiri dari campuran berbagai bahan kimia, seperti *propilen glikol (PG)*, *gliserin (VG)*, aroma, dan kadang-kadang nikotin. Cairan atau *liquid* tersedia dalam berbagai rasa dan konsentrasi nikotin yang berbeda, sehingga dapat disesuaikan dengan preferensi masing-masing pengguna. Kadang-kadang, cairan atau *liquid* juga mengandung nikotin dalam berbagai konsentrasi. Konsentrasi nikotin dalam cairan atau *liquids* dapat bervariasi mulai dari nol hingga lebih dari 50 mg/ml.¹⁴
3. *Coil vapor* adalah salah satu komponen utama dalam pengoperasian *vaporizer* atau alat *vaporisasi* yang digunakan untuk menghasilkan uap atau asap yang dihirup. *Coil vapor* adalah penghantar panas yang digunakan untuk memanaskan bahan yang akan diuapkan dan dihisap, seperti cairan atau bahan padat dalam bentuk wadah atau *cartridge*.¹⁵
4. *Pod vapor* adalah jenis alat *vaporisasi* yang sering digunakan pada rokok elektrik atau *vape*, khususnya pada model yang lebih kecil dan portable. *Pod vapor* dirancang untuk memenuhi kebutuhan pengguna yang lebih sederhana dan memiliki mobilitas tinggi. *Pod vapor* seringkali dilengkapi dengan *pod* atau wadah yang sudah dilengkapi dengan *coil vapor* dan kapas *vapor* yang sudah

¹² Ismail Nawawi, *Hukum Perjanjian dalam Perspektif Islam* (Surabaya: Putra Media Nusantara, 2010), 37.

¹³ Arinda, V. (2017). 3 Jenis Vape (Rokok Elektrik), Mana yang Lebih Baik?, <https://hellosehat.com>.

¹⁴Budi S (2016) Mengenal Nama Bagian Komponen Vape. Tersedia di: <http://www.vapeku.net>.

¹⁵ Budi S (2016) Mengenal Nama Bagian Komponen Vape. <http://www.vapeku.net>.

terpasang, sehingga pengguna tidak perlu melakukan perakitan atau penggantian komponen yang rumit.¹⁶

5. Kapas *vapor* adalah kapas khusus yang digunakan dalam alat *vaporisasi* untuk menyerap dan menghantarkan cairan yang akan diuapkan. Kapas *vapor* dirancang untuk menahan panas dan bahan kimia, sehingga aman dan cocok digunakan dalam proses *vaporisasi*. Kapas *vapor* sering digunakan pada jenis *atomizer* yang disebut *rebuildable atomizer* (RDA) dan *rebuildable tank atomizer* (RTA), yang memungkinkan pengguna untuk membangun kembali *coil vapor* dan mengganti kapas *vapor* dengan mudah.¹⁷

Vape Store Ngaringan mulai memasarkan produknya di *e-commerce* Shopee mulai tahun 2019 sampai dengan sekarang. Usaha tersebut dilakukan sebagai ikhtiar untuk melakukan penjualan produk dengan mengikuti perkembangan zaman. Hal tersebut sesuai dengan Firman Allah S.W.T dalam Al-Qur'an Surat At-Taubah Ayat 105 sebagai berikut:

وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

Artinya: “Katakanlah (Nabi Muhammad), “Bekerjalah! Maka, Allah, rasul-Nya, dan orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu. Kamu akan dikembalikan kepada (Zat) yang mengetahui yang ghaib dan yang nyata. Lalu, Dia akan memberitakan kepada kamu apa yang selama ini kamu kerjakan.”¹⁸

Dari penjabaran ayat diatas dapat disimpulkan bahwa manusia diperintahkan untuk bekerja mencari rizki dari Allah S.W.T. Usaha tersebut telah dilakukan oleh Vape Store Ngaringan yang memanfaatkan teknologi informasi dan telekomunikasi internet untuk melakukan perdagangan secara online. Kemajuan teknologi internet yang sangat cepat memungkinkan masyarakat untuk membeli barang ataupun jasa secara mudah dan praktis. Dibarengi dengan pertumbuhan pedagang yang berjualan secara online menimbulkan persaingan yang semakin ketat. Pentingnya *skill* yang menjadi bekal dalam menghadapi kompetisi tersebut untuk mendapatkan perhatian konsumen yang semakin cerdas dan selektif dalam menentukan produk yang akan dibeli. Disamping itu ada juga banyak faktor lain yang harus menjadi

¹⁶ Budi S (2016) Mengenal Nama Bagian Komponen Vape. <http://www.vapeku.net>.

¹⁷ Budi S (2016) Mengenal Nama Bagian Komponen Vape. <http://www.vapeku.net>.

¹⁸ Alquran, Al-Taubah ayat 105, Qur'an terjemahan Kemenag, <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/9?from=1&to=129>

perhatian yang mempengaruhi naik turunnya penjualan seperti halnya yang dialami oleh Vape Store Ngaringan Sebagai berikut:¹⁹

Tabel 1.1
Penjualan Harian Vape Store Ngaringan di *E-commerce* Shopee November 2022

No.	Jenis Produk	Frekuensi	Harga	Jumlah
1.	Liquid freebase 30 ml	132	Rp. 40.000	Rp. 5.280.000
2.	Liquid freebase 60 ml	156	Rp. 60.000	Rp. 9.360.000
3.	Liquid salt nic 15 ml	170	Rp. 30.000	Rp. 5.100.000
4.	Liquid salt nic 30 ml	37	Rp. 46.000	Rp. 1.702.000
Jumlah				Rp. 21.442.000

Sumber: data penjualan Vape Store Ngaringan

Tabel 1.2
Penjualan Harian Vape Store Ngaringan di *E-commerce* Shopee Desember 2022

No.	Jenis Produk	Frekuensi	Harga	Jumlah
1.	Liquid freebase 30 ml	15	Rp. 45.000	Rp. 675.000
2.	Liquid freebase 60 ml	32	Rp. 65.000	Rp. 2.080.000
3.	Liquid salt nic 15 ml	42	Rp. 35.000	Rp. 1.470.000
4.	Liquid salt nic 30 ml	14	Rp. 51.000	Rp. 714.000
Jumlah				Rp. 4.939.000

Sumber: data penjualan Vape Store Ngaringan

Data tersebut menunjukkan frekuensi penjualan produk liquid yang merupakan cairan yang digunakan sebagai bahan utama dalam rokok

¹⁹ Achmad Cholid, pemilik Vape Store Ngaringan, wawancara oleh penulis, wawancara, transkrip, 27 juli 2023

elektrik pada bulan November 2022. Namun, berdasarkan keterangan yang dihimpun penulis dari hasil wawancara didapati bahwa penjualan Vape Store Ngaringan pada bulan Desember 2022 mengalami penurunan

Berlandaskan pada tabel diatas dapat diketahui bahwa pendapatan perhari yang diperoleh Vape Store Ngaringan pada bulan November sebesar Rp.21.442.000 mengalami penurunan secara signifikan pada bulan Desember menjadi Rp. 4.939.000 atau turun sebesar 76,96%. Penurunan tersebut disebabkan oleh beberapa faktor. Berdasarkan penjelasan pada latar belakang permasalahan peneliti tertarik untuk menganalisis lebih dalam pada faktor yang mempengaruhi penjualan Vape Store Ngaringan dengan judul **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan Vape Store Ngaringan Grobogan di E-commerce Shopee Ditinjau Dari Perspektif Syariah”**

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang masalah bisa disimpulkan yang menjadi fokus penelitian dimana akan diteliti penulis mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan Vape Store Ngaringan di *e-commerce* Shopee dikarenakan mengalami penurunan penjualan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, dapat dijelaskan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apa saja faktor yang mempengaruhi penjualan Vape Store Ngaringan di *e-commerce* Shopee?
2. Bagaimana respon pembeli terhadap fatwa halal dan haram vape?
3. Apa saja kendala yang dihadapi dalam penjualan di *online shop* serta cara mengatasi permasalahan yang dihadapi secara rasional dan spiritual?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang permasalahan dan rumusan masalah penelitian maka dapat ditentukan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi penjualan Vape Store Ngaringan di *e-commerce* Shopee.
2. Untuk mengetahui upaya apa saja yang telah dilakukan oleh pemilik Vape Store Ngaringan untuk mempertahankan dan meningkatkan penjualannya di *e-commerce* Shopee.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk beberapa kalangan sebagai berikut:

1. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan untuk menambah wawasan mengenai faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi penjualan secara *online* sehingga ketika peneliti akan membuka usaha dapat memiliki pengetahuan dan mengambil keputusan yang tepat.

2. Bagi akademisi

Sebagai tambahan pengetahuan tentang faktor-faktor yang berpengaruh terhadap penjualan secara *online* serta upaya apa saja yang dapat dilakukan untuk menanggulangi faktor-faktor tersebut.

3. Bagi pembaca

Sebagai tambahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan ketika mengalami permasalahan yang sama di masa yang akan datang agar dapat mengambil keputusan yang tepat untuk meminimalisir kerugian.

F. Sistematika Penulisan

Penelitian ini akan terdiri dari lima bab yang akan disusun dengan sistematika sebagai berikut:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Menyajikan tentang paparan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Menyajikan teori-teori, konsep-konsep dan generalisasi-generalisasi hasil penelitian yang dapat dijadikan sebagai landasan teoritis untuk pelaksanaan penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Uraian tentang metode penelitian kualitatif, dalam penelitian metode kualitatif prosedur penelitian yang membahas mengenai jenis dan pendekatan penelitian, setting penelitian, subjek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, pengujian keabsahan data dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas tentang data yang diperoleh dari hasil penelitian yang berisi gambaran objek penelitian, analisis data, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran yang berkaitan dengan analisa penulis berdasarkan data yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya.

