

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Sistem *Delivery Order***

##### 1. Pengertian *Delivery Order*

Layanan pesan antar atau *delivery order* adalah program untuk menunjang citra bisnis suatu usaha dengan memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen. Jenis usaha yang memberikan jasa *delivery order* ialah restaurant, bengkel, toko, perkantoran, pabrik dan lainnya yang mencoba menghadirkan layanan ini kepada konsumennya. Layanan pesan antar ini membutuhkan biaya dan tenaga yang besar, sehingga hanya sedikit peusahaan yang mau berinvestasi untuk jasa layanan ini.

Sistem *delivery order* memiliki tugas untuk mengantarkan barang pesanan yang dipesan ke konsumen. Modal utama dalam menjalankan usaha ini yaitu alat transportasi , misalnya motor dan mobil. Kunci utama dalam menjalankan bisnis ini adalah memperluas jaringan agar mendapat pelanggan yang banyak. Usaha jasa layanan *delivery order* ini adalah usaha yang sangat menjanjikan karena dapat membuka lapangan pekerjaan dan menghasilkan keuntungan yang banyak. Pada tahun 2019 jumlahnya semakin banyak dan bermacam-macam. Bahkan ada yang dijalankan oleh perorangan dan juga perusahaan.

*Delivery order* merupakan layanan dalam perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dalam pemesanan suatu barang atau layanan jasa. *delivery order* merupakan sekumpulan proses manajerial yang memiliki fokus

utama pada konsumen dari berbagai layanan, yang menjamin bahwa layanan tersebut dapat digunakan sesuai fungsinya untuk menjalankan bisnis. *delivery order* berkaitan dengan kepentingan konsumen yaitu pihak bisnis dari sebuah perusahaan dalam hal utilisasi teknologi untuk membantu mengoptimalkan jalannya suatu proses bisnis.<sup>1</sup>

Faktor – faktor yang mempengaruhi *delivery order* adalah : 1) *Delivery time* (Waktu Pengiriman), 2) *Delivery flexibility* (Pengiriman Fleksibilitas), 3) *Delivery accuracy* (Ketepatan Pengiriman), 4) *Stock service* (Persediaan Barang), 5) *Information* (informasi). *Delivery order* (layanan antar) adalah sebuah layanan pengiriman dimana konsumen memesan barang kepada produsen atau penjual dengan menggunakan media komunikasi telepon, dan barang yang dipesan di antar sampai ke tempat tujuan.<sup>2</sup>

## 2. Macam-Macam *Delivery Order*

*Delivery order* (layanan pesan-antar) sudah mulai merajalela dikalangan masyarakat. Bahkan dikalangan masyarakat sekarang ini jual beli sudah dilakukan secara *delivery order* (layanan pesan-antar), *delivery order* dalam jual beli di bagi menjadi dua antara lain:

### a. *Delivery Order* (Layanan Pesan-Antar) Secara Offline

Di dalam *delivery order* ini dilakukan dengan cara jual beli sistem offline. Jual beli offline merupakan cara bertransaksi yang terjadi antara penjual dan pembeli yang saling bertatap muka bertujuan untuk menciptakan,

---

<sup>1</sup> Pipit Dainur Rahman, “Penerapan *Delivery Order* Pemasaran pada Rumah Makan Istana Lele dalam Meningkatkan Penjualan di Desa Banyuputih Kecamatan Banyuputih Kabupaten Situbondo”, (Jember: Universitas Jember, 2017), hlm. 15.

<sup>2</sup> Wibowo, A. A., & Z, A. F, *Sistem Delivery Order Berbasis Android Pada Nobu Bistro Dan Anemo Palembang*. Palembang: Jurnal STMIK GI MDP, (Palembang:2021), hlm 71-72

memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran sehingga menguntungkan bagi pihak lain. Jual beli langsung (offline) ini terjadi saat situasi ketika seorang penjual menawarkan/menjual produknya secara langsung kepada konsumen (baik konsumen perorangan maupun bisnis). Pada saat ini penjualan secara offline ini bisa dilakukan dengan cara *delivery order* (layanan pesan antar). Misalnya, jual beli dalam pesanan souvenir, snack, kue ulang tahun, alat elektronik, kendaraan, dan lain sebagainya.<sup>3</sup>

*Delivery order* (layanan pesan-antar) secara offline yaitu *delivery order* (layanan pesan-antar) yang pemesanan tidak melalui form pemesanan online melainkan penjual dan pembeli bertemu langsung di tempat usaha atau pemesanan melalui telephone hingga terwujudnya proses transaksi jual beli kemudian barang yang sudah disepakati penjual dan pembeli dikirim atau diantar menggunakan layanan pesan-antar (*delivery order*) sesuai tujuan yang disepakati juga antara pembeli dan penjual.<sup>4</sup>

b. *Delivery Order* (Layanan Pesan-Antar) Secara Online

*Delivery order* (layanan pesan-antar) secara online terbagi menjadi dua yaitu sebagai berikut:

1) *Delivery order* (Layanan Pesan-Antar) melalui media sosial Layanan pesan-antar melalui media sosial merupakan *delivery order* (layanan pesan-antar) dalam jual beli sistem online yang memanfaatkan kemajuan teknologi sebagai sarana untuk melakukan transaksi. Cara memanfaatkannya dengan salah satu situs media sosial melalui WhattsApp, Instagram, Facebook, dan Line.

---

<sup>3</sup> Farida Nailil Muna, “Pengaruh Pembelian Online dan Pembelian Offline Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada 3Second Yogyakarta)”, (Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2019), hlm. 13.

<sup>4</sup> Aribowo, “Cara Order Offline”, [www.printondemand.co.id](http://www.printondemand.co.id), diakses pada tanggal 21 Januari 2024.

2) *Delivery order* (Layanan Pesan-Antar) Melalui Aplikasi Kemajuan teknologi saat ini banyak sekali aplikasi-aplikasi khusus *delivery order* (layanan pesan-antar). Aplikasi-aplikasi ini digunakan dalam hal jual beli, jasa transportasi, dan lain sebagainya. Adapun aplikasi-aplikasi *delivery order* (layanan pesan-antar) ialah Go-Jek, Grab, Shopee Express, Klikindomaret, PHD (Pizza Hut Delivery), K24Klik, Dll.<sup>5</sup>

### 3. Mekanisme *Delivery Order*

*Delivery Order* adalah 2 buah dokumen yang digunakan dalam rangka penyerahan barang kepada pelanggan (pengiriman). Pada banyak perusahaan dua dokumen ini dijadikan satu. *Delivery Order* adalah dokumen yang berfungsi sebagai surat pengantar atas barang yang tercantum di dalamnya yang ditujukan kepada customer (pembeli) atau penerima yang ditentukan oleh pembeli dan mempunyai kekuatan hukum atas legalitas yang diperlukan di jalan raya mulai dari keluar perusahaan sampai memasuki wilayah milik *Customer* sehingga barang dengan *quantity*, spesifikasi yang disertai dengan informasi lainnya diterima oleh *customer*. Surat jalan terkait langsung dengan persediaan. Jumlah yang diperlukan sesuai dengan sistem pengendalian perusahaan. dalam hal ini kita ambil sebagai contoh adalah 3 lembar:

- a. Lembar ke 3 untuk arsip yang menerbitkan
- b. Lembar ke 2 untuk customer
- c. Lembar ke 1 untuk bukti transaksi penyerahan barang, yang selanjutnya digunakan bagian akuntansi.

*Delivery order* adalah dokumen yang berfungsi sebagai surat perintah penyerahan barang kepada pembawa surat tersebut, yang ditujukan kepada bagian

---

<sup>5</sup> Embun Fajar Wati, “*Aplikasi Sitem Layanan Pesan Antar Makanan Berbasis Android Pada Kedai Ayam Remuk, Tangerang*”, hlm. 2.

yang menyimpan barang (Bagian gudang ) milik perusahaan atau bagian gudang perusahaan lain yang memiliki konsensus dengan perusahaan yang menerbitkan *Delivery Order*. *Delivery order* tidak berpengaruh terhadap persediaan. Selanjutnya Dokumen ini berfungsi sebagai bukti pengeluaran barang atas perintah yang menerbitkan *Delivery Order*.

## **B. Kepuasan Konsumen**

### **1. Pengertian Kepuasan Konsumen**

Menurut Nugroho kepuasan pelanggan merupakan salah satu elemen penting dalam peningkatan kinerja pemasaran dalam suatu perusahaan. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama, membeli lebih banyak, kurang sensitif pada harga dan memberikan komentar baik pada perusahaan. Salah satu langkah penting dalam rangka memenangkan persaingan adalah menjaga hubungan baik dengan pelanggan, karena pelanggan merupakan pihak yang secara langsung menggunakan produk yang ditawarkan oleh pihak perusahaan.

Indikator Kepuasan Pelanggan Menurut Tjiptono adalah sebagai berikut:

- a. Kesesuaian harapan, merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan.
- b. Minat berkunjung kembali, merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait.<sup>6</sup>
- c. Kesediaan merekomendasikan, merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga.

---

<sup>6</sup> Ibid, hlm 72

Kepuasan Pelanggan dalam Perspektif Islam, yang menjadi tolak ukur dalam menilai kepuasan pelanggan adalah standar syariah. Kepuasan pelanggan dalam pandangan syariah adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap produk atau jasa yang seharusnya sesuai syariah dengan kenyataan yang diterima. Menurut pendapat Qardhawi, sebagai pedoman untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen, maka sebuah perusahaan barang maupun jasa harus melihat kinerja perusahaannya yang berkaitan dengan jujur, amanah, benar

## **2. Hubungan *Delivery Order* dalam Islam dengan Kepuasan Konsumen**

*Delivery order* adalah dokumen yang digunakan untuk mengkonfirmasi pesanan barang atau jasa. *Delivery order* biasanya dikeluarkan oleh penjual kepada pembeli setelah barang atau jasa telah dikirim. *Delivery order* memiliki peran penting dalam kepuasan konsumen, baik dalam perspektif ekonomi konvensional maupun ekonomi Islam, karena dapat memberikan kepastian kepada konsumen tentang barang atau jasa yang telah dipesan. *Delivery order* juga dapat memberikan informasi kepada konsumen tentang harga, kuantitas, dan kualitas barang atau jasa yang telah dipesan. Informasi tersebut dapat membantu konsumen untuk menilai apakah barang atau jasa yang diterima sesuai dengan harapan.<sup>7</sup>

Berikut adalah beberapa hubungan antara *delivery order* dengan kepuasan konsumen dalam perspektif ekonomi Islam:

- a. *delivery order* sebagai bukti transaksi jual beli yang sah
- b. *delivery order* sebagai dasar bagi pembeli untuk menilai kepuasannya.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> Ibid, hlm 74

<sup>8</sup> Ibid, hlm 83

## C. *Delivery Order* dalam Islam

### 1. Pengertian *delivery order* dalam islam

*Delivery order* adalah dokumen pengiriman barang yang umum digunakan dalam transaksi jual beli, terutama dalam perdagangan modern. Dalam konteks Islam, validitas dan hukum transaksi yang melibatkan *delivery order* sangat bergantung pada akad (perjanjian) yang mendasarinya. Muhammad Abdul Manan dalam Islam yang mana dijelaskan ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah- masalah ekonomi masyarakat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam dalam muamalah.

Aspek-aspek yang perlu diperhatikan dalam *delivery order* menurut perspektif Islam dalam muamalah:

#### a. Kejelasan Akad:

- 1) Jual beli (bai'): Jika *delivery order* terkait dengan transaksi jual beli, maka akad jual belinya harus memenuhi syarat sah dalam Islam, seperti adanya ijab qabul yang jelas, objek jual beli yang jelas, harga yang pasti, dan penyerahan barang (baik secara fisik maupun simbolik).
- 2) Wakalah: Jika *delivery order* melibatkan pihak ketiga sebagai agen pengiriman, maka akad wakalah (pemberian kuasa) harus jelas dan memenuhi syarat-syariah.

#### b. Objek yang Dikirim:

- 1) Haram: Barang yang haram diperjualbelikan dalam Islam, seperti narkoba, minuman keras, babi, dan turunannya, tidak boleh menjadi objek pengiriman melalui *delivery order*.
- 2) Syubhat: Barang yang statusnya syubhat (meragukan) perlu dihindari jika ada alternatif yang lebih jelas halal.

c. Harga dan Pembayaran:

- 1) Jelas dan pasti: Harga barang yang tercantum dalam *delivery order* harus jelas dan pasti, serta pembayaran harus dilakukan sesuai dengan akad yang disepakati.
- 2) Riba: Transaksi harus bebas dari unsur riba, baik riba dalam jual beli maupun riba dalam utang piutang.

d. Waktu Pengiriman:

- 1) Tepat waktu: Pengiriman barang harus dilakukan sesuai dengan waktu yang telah disepakati dalam akad. Keterlambatan yang tidak beralasan dapat menimbulkan masalah hukum.

e. Kondisi Barang:

- 1) Sesuai dengan perjanjian: Barang yang dikirim harus sesuai dengan spesifikasi dan kualitas yang telah disepakati dalam akad.

f. Tanggung Jawab Pengiriman:

- 1) Jelas: Tanggung jawab atas kerusakan atau kehilangan barang selama proses pengiriman harus jelas, baik itu tanggung jawab penjual, pembeli, atau pihak ketiga (kurir).

**2. Prinsip-prinsip Islam yang relevan dengan delivery order dari sudut pandang muamalah:**

a. Kejujuran dan keadilan.

Kejujuran merupakan salah satu prinsip fundamental dalam ekonomi Islam. Dalam konteks swalayan, prinsip ini menjadi sangat

penting untuk menjaga kepercayaan konsumen dan menciptakan lingkungan bisnis yang sehat. Walaupun terkadang ada hal kecil yang kurang teliti.

b. Saling ridho.

Prinsip ini menekankan bahwa baik penjual maupun pembeli harus menyetujui suatu transaksi secara sukarela dan tanpa paksaan. Keduanya harus merasa puas dan tidak dirugikan dengan kesepakatan yang telah dibuat. Dalam konteks sistem *delivery order*, prinsip ini dapat diterapkan melalui transparansi informasi, kebebasan memilih, dan kesepakatan bersama. Dengan demikian, sistem *delivery order* dapat menjadi instrumen yang efektif dalam memenuhi kebutuhan konsumen dan mengembangkan bisnis, namun tetap menjunjung tinggi nilai-nilai keislaman.

c. Larangan riba.

Riba dalam Islam adalah tambahan nilai atau keuntungan yang diperoleh tanpa adanya usaha yang sebanding, terutama dalam transaksi utang piutang. Dalam konteks swalayan, larangan riba memiliki implikasi yang cukup luas, terutama dalam hal penawaran kredit atau cicilan kepada konsumen. Agar swalayan dapat beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam, maka perlu menghindari praktik-praktik yang mengandung unsur riba. Beberapa hal yang perlu diperhatikan antara lain:

- 1) Penjualan Tunai: Sebaiknya swalayan lebih mengutamakan transaksi tunai untuk menghindari unsur bunga dalam pembayaran.

- 2) Hindari Cicilan Berbunga: Program cicilan yang ditawarkan harus bebas dari bunga atau tambahan biaya yang bersifat riba.
- 3) Transaksi Jual Beli yang Jelas: Setiap transaksi jual beli harus jelas objeknya, harganya, dan syarat-syaratnya. Tidak boleh ada unsur ketidakjelasan atau ketidakpastian yang dapat menimbulkan riba.

g. Larangan gharar (ketidakpastian).

Gharar dalam transaksi ekonomi Islam mengacu pada suatu kondisi ketidakpastian atau keraguan yang sangat besar sehingga dapat merugikan salah satu pihak dalam transaksi. Dalam konteks swalayan, potensi terjadinya transaksi gharar cukup tinggi, terutama jika tidak dijalankan dengan hati-hati dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.<sup>9</sup>

Akad pertama yang terjadi pada praktik delivery order ini ialah akad ijarah. Akad ijarah diartikan sebagai akad pemindahan hak guna atas barang atau jasa dalam batasan waktu tertentu, melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barang. Atau dalam bahasa Indonesianya berarti sewa menyewa dan upah mengupah.<sup>10</sup> Sewa menyewa adalah menjual manfaat dan upah mengupah adalah menjual tenaga dan kekuatan. Akad ini termasuk kedalam akad sewa jasa yang mana bentuk pemanfaatan jasanya ialah adanya ketersediaan kurir yang bertindak sebagai penyedia jasa untuk membelikan dan mengantar pesanan yang telah dipilih melalui layanan delivery order oleh konsumen. Yang diakhiri dengan pemberian upah berupa ongkos kirim dari customer kepada driver atas jasa yang telah driver berikan. Jika ditinjau dari

---

<sup>9</sup> Lukman Hakim. *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*. (Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2012), hlm 4

<sup>10</sup> Dimyauddin Djuwaini, Pengantar Fiqh, 153.

kelengkapan rukun menurut Jumhur ulama, rukun dan syarat ijarah ada (4) empat, sebagai berikut:

- 1) Mu`jir dan Musta`jir, yaitu orang yang melakukan akad sewa menyewa atau upah-mengupah. Konsumen *delivery order* bertindak sebagai Mu`jir yaitu orang yang memberikan upah yang menyewakan, kurir *delivery order* bertindak sebagai Musta`jir yaitu orang yang menerima upah untuk melakukan sesuatu dan yang menyewa sesuatu.
- 2) Shighat ijab kabul antara Mu`jir dan Musta`jir. Bentuk ijabnya ialah pada saat konsumen menentukan pesannya dan menyetujui setiap harga yang dia pilih pada menu beserta ongkos kirim yang harus dibayarkan kepada kurir, dengan mencantumkan alamat pengiriman beserta metode pembayaran yang diselesaikan sedangkan bentuk kabulnya terjadi pada saat munculnya kurir yang menerima pesanan tersebut dan mengkonfirmasi kepada konsumen.<sup>11</sup>
- 3) Ujrah (uang sewa atau upah), berupa ongkos kirim yang diterima oleh kurir yang telah ditentukan dalam layanan *delivery order*. Ongkos kirim tersebut ditentukan berdasarkan jarak antara resto dengan alamat konsumen.
- 4) Manfaat, dalam hal ini berupa layanan kurir yang telah membelikan dan mengantarkan pesanan kepada konsumen. Sehingga jika rukun ijarah di atas ditinjau berdasarkan syarat rukun ijarah yang dikemukakan oleh Sulaiman Rasjid yang berupa adanya manfaat dari barang yang disewakan, upahnya jelas dan barang yang disewakan

---

<sup>11</sup> Rachmat Syafe`I, Fiqh Muamalah, 125.

adalah yang boleh menurut syara“ bukan hal yang dilarang (diharamkan). Maka, rukun dan syarat dalam layanan delivery order tersebut telah terpenuhi<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> Sulaiman Rasjid, *Fiqh Islam* (Bandung: Sinar Baru Algesindo, 2009), 26.