

**ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP SISTEM
PEMASARAN JUAL BELI ONLINE
DI KOTA PAREPARE**



Oleh

**MUSDALIFAH
NIM 13.2200.030**

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN)
PAREPARE**

2017

**ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP SISTEM
PEMASARAN JUAL BELI *ONLINE*
DI KOTA PAREPARE**



Oleh

**MUSDALIFAH
NIM 13.2200.030**

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Syariah (S.H)
Pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Jurusan Syariah Dan Ekonomi Islam
Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN)
PAREPARE**

2017

**ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP SISTEM
PEMASARAN JUAL BELI *ONLINE*
DI KOTA PAREPARE**

Skripsi

**Sebagai salah satu syarat untuk mencapai
Gelar Sarjana Hukum**

**Program Studi
Hukum Ekonomi Syariah (HES)**

Disusun dan diajukan oleh

**MUSDALIFAH
NIM 13.2200.030**

Kepada

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN)
PAREPARE**

2017

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Musdalifah
Judul Skripsi : Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Sistem Pemasaran Jual Beli *Online* Di Kota Parepare
Nomor Induk Mahasiswa : 13.2200.030
Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah (HES)
Dasar Penetapan Pembimbing : SK Ketua STAIN Parepare : Sti. 08/PP.00.9/084/2016

Disetujui Oleh

Pembimbing Utama : Badruzzaman, S.Ag., M.H
NIP : 19700917 199803 1 002 (.....)
Pembimbing Pendamping : Damirah, S.E., M.M
NIP : 19760604 200604 2 001 (.....)

Mengetahui:



Ketua Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam
Badman, M.HI
NIP: 19730627 2003121 1 004

SKRIPSI

ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP SISTEM PEMASARAN
JUAL BELI *ONLINE* DI KOTA PAREPARE

Disusun dan diajukan oleh

MUSDALIFAH
NIM: 13.2200.030

Telah dipertahankan di depan panitia ujian munaqasyah
Pada tanggal 15 November 2017 dan
Dinyatakan telah memenuhi syarat

Mengesahkan

Dosen Pembimbing

Pembimbing Utama : Badruzzaman, S.Ag., M.H

NIP : 19700917 199803 1 002

()

Pembimbing Pendamping : Damirah, S.E., M.M

NIP : 19760604 200604 2 001

()

Ketua STAIN Parepare



Abdul Solih Rustan, M.Si
NIP: 1980427 198703 1 002

Ketua Jurusan Syariah dan Ekonomi

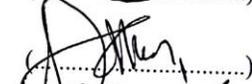


Budiman, M.HI
NIP: 19730627 2003121 1 004

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Analisis Etika Bisnis Islam terhadap Sistem Pemasaran Jual Beli *Online* di Kota Parepare
Nama Mahasiswa : Musdalifah
Nomor Induk Mahasiswa : 13.2200.030
Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah (HES)
Dasar Penetapan Pembimbing : SK.Ketua STAIN Parepare
Sti. 08/PP.00.9/084/2016
Tanggal Kelulusan : 15 November 2017

Disahkan Oleh Komisi Penguji

Badruzzaman, S.Ag., M.H	(Ketua)	
Damirah, S.E, M.M	(Sekretaris)	
Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag	(Anggota)	
Syahriyah Semaun, S.E., M.M	(Anggota)	

Mengetahui;



Dr. Ahmad Sultra Rustan, M. Si
19840427 198703 1 002

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas semua limpahan rahmat serta hidayahnya yang diberikan kepada peneliti sehingga bisa menyelesaikan skripsi tepat pada waktunya. Tak lupa pula penulis kirimkan salawat serta salam kepada junjungan Nabiullah Muhammad SAW. Nabi yang menjadi panutan bagi kita semua. Skripsi ini penulis susun untuk memenuhi salah satu persyaratan akademik guna menyelesaikan studi pada Program Studi Muamalah Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Parepare.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada Ayahanda Edy. S dan Ibunda St. Aminah yang merupakan kedua orang tua penulis yang telah memberi semangat, do'a dan nasihat-nasihat yang tiada henti-hentinya. Penulis dengan tulus mengucapkan terima kasih atas dukungannya, baik berupa moril maupun materil yang belum tentu penulis dapat membalasnya.

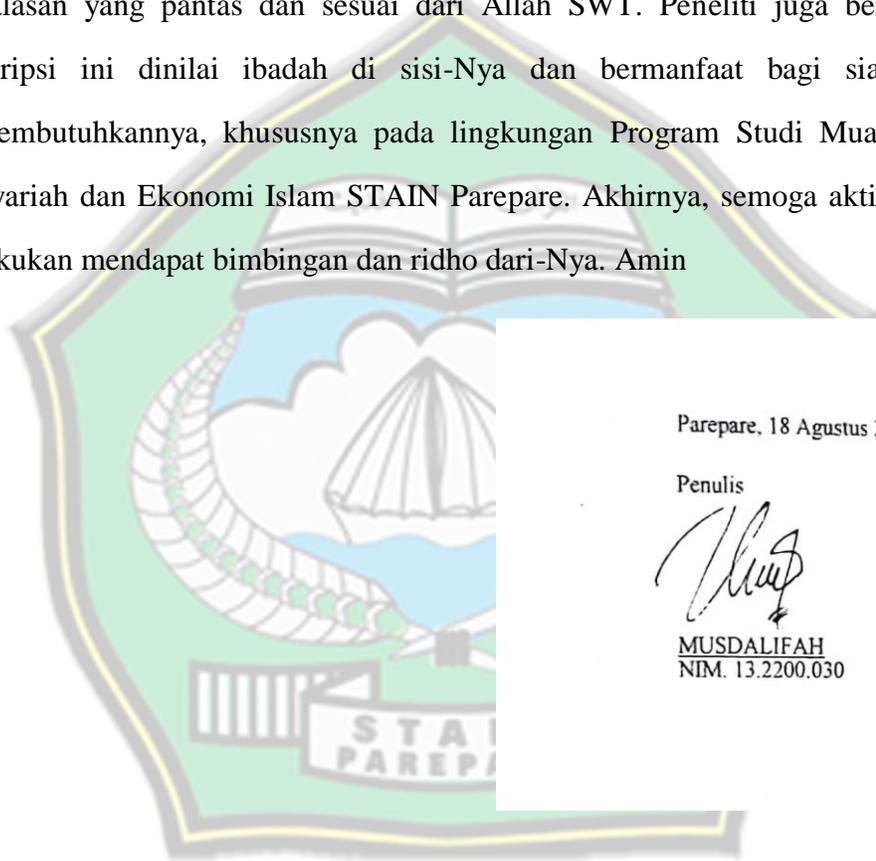
Selain itu, penulis ingin pula mengucapkan terima kasih terkhusus kepada Badruzzaman, S.Ag., M.H selaku pembimbing I atas segala bimbingan dan arahan yang diberikan kepada saya serta motivasi untuk bergerak lebih cepat dalam penyelesaian studi peneliti, dan kepada Ibunda Damirah, S.E., M.M selaku pembimbing II atas segala bimbingan, arahan, bantuan, dan motivasinya.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis juga mendapatkan banyak bimbingan, dorongan dan bantuan dari berbagai pihak, sehingga skripsi ini dapat selesai tepat waktu. Untuk itu perkenankan penulis untuk mengucapkan terima kasih pula yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si, selaku ketua STAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di STAIN Parepare
2. Budiman, M.HI, selaku Ketua Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam atas pengabdianya telah menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa
3. Seluruh bapak dan ibu dosen pada Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam yang selama ini telah mendidik penulis hingga dapat menyelesaikan studinya
4. Kepala perpustakaan dan jajaran pegawai perpustakaan STAIN Parepare yang telah membantu dalam pencarian referensi skripsi ini.
5. Dosen pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah yang telah meluangkan waktu mereka dalam mendidik penulis selama studi di STAIN Parepare.
6. Kepala sekolah, guru, dan staf Sekolah Dasar Negeri (SDN) 012 Kanang, Sekolah Menengah Pertama MTS DDI Kanang, dan Sekolah Menengah Atas MA DDI Kanang tempat penulis pernah mendapatkan pendidikan dan bimbingan di bangku sekolah.
7. Kepala Camat Lingkup Kota Parepare Dan Kepala Dinas Perdagangan Kota Parepare beserta jajarannya atas izin dan datanya sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.
8. Teman-teman seperjuangan E2 Friendship, A. Rahmi Oktaviani, Isbar, Marhani, Hikmadia A. Hakim, Nurkamaria, Fatma, Nuraida, Fitria Mahmud, Risna Puspita, Fakhah Sabaruddin, Agus, Agustomo, Asan Jafar, Muh. Akbar, Irfan Ali, Muh. Sabir Latif yang bersama-sama berjuang selama penulis menjalani studi di STAIN Parepare.
9. Teman-teman dan segenap kerabat yang tidak sempat disebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penyusun dengan sangat terbuka dan lapang dada mengharapkan adanya berbagai masukan dari berbagai pihak yang sifatnya membangun guna kesempurnaan skripsi ini.

Semoga segala bantuan yang penulis terima dari berbagai pihak mendapat balasan yang pantas dan sesuai dari Allah SWT. Peneliti juga berharap semoga skripsi ini dinilai ibadah di sisi-Nya dan bermanfaat bagi siapa saja yang membutuhkannya, khususnya pada lingkungan Program Studi Muamalah Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam STAIN Parepare. Akhirnya, semoga aktivitas yang kita lakukan mendapat bimbingan dan ridho dari-Nya. Amin



Parepare, 18 Agustus 2017

Penulis

MUSDALIFAH
NIM. 13.2200.030

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Musdalifah
Tempat/Tgl.Lahir : Kanang/01 januari 1995
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)
Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila kemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka penulis bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Parepare, 18 Agustus 2017

Penulis



MUSDALIFAH
NIM. 13.2200.030

ABSTRAK

Musdalifah. Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Sistem Pemasaran Jual Beli Online Di Kota Parepare (dibimbing oleh Badruzzaman dan Damirah).

Perkembangan teknologi modern saat ini sangat mempengaruhi kegiatan manusia khususnya dalam melakukan transaksi jual beli. Salah satu media yang digunakan dalam transaksi jual beli yakni melalui media online (internet). Peran internet sebagai media komunikasi sangat memudahkan masyarakat untuk melakukan transaksi jual beli online. Hal ini dikarenakan koneksi jaringan yang dapat dilakukan secara cepat dan mudah serta dijangkau oleh berbagai kalangan. Problematika dalam transaksi jual beli online yang sering terjadi yakni penipuan dalam transaksi dan ketidaksesuaian barang dengan yang dicantumkan oleh pedagang di media sosial. Selain itu resiko cacat tersembunyi dari barang yang diperjual belikan juga menjadi modus terbesar dari pelaku usaha online baik secara sengaja maupun tidak sengaja. Berbagai prblematika tersebut membuat penyusun tertarik untuk menganalisis bagaimana etika bisni islam dalam jual beli online di Kota Parepare.

Adapun yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini yaitu: bagaimana mekanisme pemasaran terhadap jual beli *online* di Kota Parepare, Bagaimana Etika Bisnis Islam terhadap Mekanisme pemasaran terhadap jual beli *online* di kota Parepare. Jenis penelitian yang di gunakan dalam skripsi ini adalah deskriptif kualitatif, data dalam penelitian ini diperoleh dari data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun teknik analisis datanya yaitu menggunakan analisis data kualitatif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Saat ini penjual atau pelaku usaha jual beli online Kota Parepare dalam memasarkan produknya dengan cara menggunakan sosmed (sosial media). Dimana harga yang sesuai dengan kualitasnya atau ditentukan sesuai dengan harga yang ada di pasar dan transaksi yang sering dilakukan oleh penjual dan konsumen atau pembeli adalah COD (Cash On Delivery) . 2) Sebagian penjual atau pelaku usaha telah menerapkan etika bisnis Islam dalam berdagang, dan sebagian yang lain masih belum menerapkan etika bisnis Islam tersebut. Hal ini karena masih ada diantara mereka yang menyembunyikan kualitas dan kuantitas barangnya dengan tujuan tertentu.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Tinjauan Teoritis.....	8
2.2.1 Analisis.....	8
2.2.2 Etika Bisnis.....	8
2.2.3 Pemasaran.....	21

2.2.4	Jual Beli	26
2.2.5	Pengertian online	32
2.3	Tinjauan Konseptual.	33
2.4	Kerangka Pikir.	34
2.5	Bagan Kerangka Pikir	36
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Jenis Penelitian.....	37
3.2	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	38
3.3	Fokus Penelitian.	39
3.4	Jenis dan Sumber Data yang digunakan.	39
3.5	Teknik Pengumpulan Data.	40
3.6	Teknik Analisis Data.	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	46
4.2	Hasil PenelitiandanPembahasan.....	50
4.2.1	Manajemen Pemasaran terhadap jual beli online di Kota Parepare.....	50
4.2.2	Etika bisnis islam terhadap manajemen pemasaran terhadap jual beli online di Kota Parepare	59

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan..... 68

5.2 Saran..... 69

DAFTAR PUSTAKA..... 70

LAMPIRAN – LAMPIRAN



DAFTAR LAMPIRAN

NO	JUDUL LAMPIRAN
1	Surat Izin Melakukan Penelitian Dari STAIN Parepare
2	Surat Izin Penelitian Dari Pemerintah
3	Surat Keterangan Penelitian
4	Surat Keterangan Wawancara
5	Dokumentasi Skripsi
6	Riwayat Hidup



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Setiap manusia memerlukan harta untuk mencukupi segala kebutuhan hidupnya. Karenanya, manusia akan selalu berusaha memperoleh harta kekayaan itu. Salah satunya melalui bekerja, sedangkan salah satu dari ragam bekerja adalah berbisnis. Islam mewajibkan setiap muslim, khususnya yang memiliki tanggungan, untuk “bekerja”. Bekerja merupakan serba pokok yang memungkinkan manusia memiliki harta kekayaan. Untuk memungkinkan manusia mencari nafkah, Allah SWT melapangkan bumi serta menyediakan berbagai fasilitas yang dapat dimanfaatkan manusia untuk mencari nafkah.

Ilmu pengetahuan dan teknologi (Iptek) telah berkembang sejalan dengan perkembangan kebudayaan manusia, yang hakekatnya untuk memenuhi kebutuhan hidup dan bertujuan untuk kesejahteraan umat manusia itu sendiri. Dengan kemajuan dahsyat yang dilahirkan iptek terutama dalam bidang komunikasi dan transformasi telah memberikan kemudahan bagi manusia dalam menjalani proses kehidupan menuju masyarakat yang meliputi seluruh “bola” dunia. Hal ini, di pertegas oleh alwi shihabbahwa dengan system transformasi dan komunikasi menghasilkan ketergantungan antar bangsa yang telah mengakibatkan menciutnya dunia ini sehingga menjelma sebagai desa sejagat (*village global*).

Sejak bisnis terkait dengan komputer dan sistem jaringan global atau yang disebut dengan internet muncul ke permukaan, maka terjadi suatu momentum perubahan terhadap aspek kehidupan masyarakat terutama di dalam bidang transaksi

perdagangan. Transaksi yang dilakukan dengan cara yang konvensional tersisih oleh sistem transaksi dengan cara *online*. Barang yang akan dijual berada di dekat pembeli, beralih kepada sistem *online* yang kebalikan dari jual beli yang biasanya (konvensional) di mana pembeli dan penjual tidak bertemu langsung dan barang yang diperjualbelikan hanya berbentuk gambar atau tulisan yang menjelaskan spesifikasi dari barang yang akan dijual. Mengakibatkan transaksi dapat dilakukan setiap saat dengan cara mengakses sistem produk yang diinginkan dalam jaringan internet. Jika pemakaian internet disalahgunakan, maka menimbulkan banyak kerugian kepada pembeli. Kebutuhan dan penggunaan akan teknologi informasi yang diaplikasikan dengan internet dalam segala bidang, salah satunya adalah jual beli online. Internet telah menciptakan dunia baru yang dinamakan cyberspace, yaitu sebuah dunia komunikasi berbasis komputer yang menawarkan realitas yang baru berbentuk virtual (tidak langsung dan tidak nyata).¹ Maka dari itu di mana perkembangan internet yang semakin meningkat baik teknologi dan penggunaannya. Mempunyai banyak dampak baik positif maupun negatif. Tapi tidak dapat dipungkiri bahwa teknologi internet membawa dampak negatif yang tidak kalah banyak dengan manfaat yang ada. Internet membuat kejahatan yang semula bersifat konvensional seperti pengancaman pencurian maupun penipuan kini dapat dilakukan dengan menggunakan media computer secara online dengan resiko tertangkap yang sangat kecil oleh individu maupun kelompok dengan akibat kerugian yang lebih besar baik untuk masyarakat maupun Negara di samping menimbulkan kejahatan-kejahatan baru.

¹Agus Arijanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis (Cara Cerdas Dalam Memahami Konsep dan Faktor-Faktor Etika Bisnis Dengan Beberapa Contoh Praktis)* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), h 66-67.

Menurut Milton Friedman tidak mungkin jika bisnis tidak mencari keuntungan yang menjadi satu-satunya motivasi atau daya tarik bagi masyarakat yang melakukan kegiatan bisnis atau di sebut dengan pelaku bisnis. Menurut Friedman mencari keuntungan bukan hal jelek karena semua orang memasuki bisnis selalu punya satu motivasi dasar, yaitu mencari keuntungan, artinya kalau semua orang masuk dalam dunia bisnis dengan satu motivasi dasar untuk mencari keuntungan, maka sah dan etis jika saya pun mencari keuntungan dalam bisnis.² Karena sudah menjadi hakekat dasar oleh pelaku bisnis bahwa usaha yang telah di jalankannya dapat menghasilkan keuntungan dan memperbaiki kesejahteraan hidup pelaku bisnis.

Di dalam era bisnis yang modern ini, untuk menghadapi persaingan dan mewujudkan persaingan yang sehat di dalam bisnis, diperlukan adanya aturan yang juga dikenal dengan istilah etika bisnis. Etika bisnis sangat berperan penting dalam dunia bisnis karena sangat bermanfaat untuk mengendalikan persaingan bisnis agar tidak menjauhi norma-norma yang ada karena etika pada dasarnya adalah moral atau standar yang menyangkut benar salahnya atau baik buruknya satu perbuatan dan salah satunya adalah perbuatan-perbuatan yang di lakukan dalam berbisnis. Dan persaingan bisnis dapat di nilai etis apabila memnuhi seluruh noema-norma bisnis yang ada.

Tujuan lain etika bisnis bukan mengubah keyakinan moral seseorang, melainkan untuk meningkatkan keyakinan itu sehingga seseorang percaya pada diri sendiri dan akan memperlakukannya di bidang bisnis.³ dengan demikian seseorang

²Agus Arijanto, *Etika Bisnis bagi Pelaku Bisnis (Cara Cerdas Dalam Memahami Konsep dan Faktor-Faktor Etika Bisnis dengan Berbagai Contoh Praktis)* (Cet. II; Jakarta: Rajawali Pers, 2011), h. 22.

³Simorangkir, *Etika: Bisnis, Jabatan, dan Perbankan* (Cet. 1 Jakarta: Rineka Cipta, 2003), h. 30-32.

yang melakukan kegiatan bisnis dapat mengetahui bahwa ia melakukan kegiatan bisnis bukan semata-mata hanya mencari keuntungan saja melainkan untuk mencari Ridho Allah SWT dengan cara yang baik yang mementingkan perasaan akan kepuasan konsumen dengan tidak melakukan kecurangan-kecurangan atau unsur-unsur tertentu yang dapat merugikan dan mengecewakan pihak konsumen.

Dalam penalaran moral seseorang, dia harus selalu mengikuti standar moral yang berlaku dalam masyarakat mana pun di mana dia berada. Pandangan lain dan kritikus relativisme etis, bahwa ada standar moral tertentu yang harus diterima oleh anggota masyarakat mana pun jika masyarakat itu akan terus berlangsung dan jika anggotanya ingin berinteraksi secara efektif. Relativisme etis mengingatkan kita bahwa masyarakat yang berbeda memiliki keyakinan moral yang berbeda, dan kita hendaknya tidak secara sederhana mengabaikan keyakinan moral kebudayaan lain ketika mereka tidak sesuai dengan standar moral kita.⁴ Etika dalam ajaran islam menuntun seluruh aspek perilaku kehidupan manusia, hampir setiap individu berhadapan dengan berbagai permasalahan etis baik menjalankan bisnis ataupun menjalankan aktivitas sehari-hari. Bisnis yang sehat adalah bisnis yang berlandaskan etika, pelaku bisnis muslim hendaknya memiliki kerangka etika bisnis yang kuat sehingga mengantarkan aktivitas bisnis nyaman dan berkah.⁵ Dengan begitu, aspek etika dalam bahasan ini sudah di *inser* dan internalisasi dalam pengembangan sistem etika bisnis. Dan aspek ini diharapkan menjadi rujukan bagi para pembisnis untuk menentukan prinsip-prinsip yang di pakai dalam menjalankan bisnisnya. Adapun prinsip-prinsip etika bisnis islam itu, adalah persatuan (*Unity*), keseimbangan

⁴H. Veithzal Rivai, H. Amior Nuruddin, Faisar Ananda Arfa, *Islamic Business and Economic Ethics* (Cet. 1. Jakarta : PT Bumi Aksara . 2012), h. 6.

⁵Muhammad, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: UPP-AMP- YKPN, 2004), h. 95.

(*equilibrium*), kehendak bebas (*free will*), tanggung jawab (*responsibility*), dan kebenaran.

Namun, berbedah halnya yang terjadi oleh sebagian konsumen, sebagaimana yang terjadi pada Husna ia membeli barang seperti kerudung dimana barang itu tidak sesuai dengan yang di inginkan karena kerudungnya itu tidak susai dengan model dan kainnya.⁶ Hal serupa dialami juga oleh masni barang yang dibelinya itu berupa rok dan barang itu tidak sesuai dengan apa yang di dicantumkan dalam situs seperti warna tidak sesuai dengan yang di inginkan.⁷ Demikian permasalahan yang dialami oleh Fadillah dimana barangnya itu adalah baju yang tidak sesuai dengan warna dan kainnya.⁸

Observasi awal yang dilakukankan peneliti nampak bahwa sebagian konsumen merasakan tingkat ketidakpuasan dalam melakukan transaksi jual beli *online*, dimana barang yang dijadikan objek ternyata tidak sesuai dengan kualitas yang dicantumkan dalam situs, dalam arti barang yang dibeli tidak sesuai dengan yang diinginkan atau yang dilihat. Dan masih ada sebagian kecil dari pelaku bisnis yang melakukan atau menuangkan cara-cara dan unsur-unsur tertentu kedalam proses penjualannya, seperti kualitas barang yang dicantumkan dalam situs atau media sebagai alat transaksi jual beli online.

Sebagaimana yang terjadi di atas dapat diasumsikan dan dipahami bahwa jika kondisi itu dibiarkan dan belum ada upaya-upaya perbaikan yang dapat meredakan masyarakat dari gejala-gejala sosial tadi, menarik untuk diteliti lebih lanjut. Dengan

⁶Husna, Pembeli, Parepare, Sulsel, wawancara oleh penulis di Soreang, 18 April 2017.

⁷Masni, Pembeli, Parepare, Sulsel, wawancara oleh penulis di Soreang, 18 April 2017.

⁸Fadillah, Pembeli, Parepare, Sulsel, wawancara oleh penulis di Soreang, 19 April 2017.

kata lain kasus tersebut menjadi hal menarik untuk penulis teliti karena perilaku dalam jual beli online yang sangat perlu menerapkan etika bisnis dalam menjalankan usahanya terutama dalam etika bisnis islam.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan yang akan menjadi fokus penelitian adalah sebagai berikut:

1.2.1 Bagaimana Mekanisme pemasaran terhadap jual beli *online* di kota Parepare ?

1.2.2 Bagaimana Etika Bisnis Islam terhadap Mekanisme pemasaran terhadap jual beli *online* di kota Parepare ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun hal-hal yang penting yang diharapkan dapat diperoleh setelah pembahasan dilakukan adalah:

1.3.1 Mendapatkan gambaran dan mengetahui tentang Mekanisme pemasaran terhadap jual beli *online* di kota Parepare.

1.3.2 Mengetahui bagaiman Etika sistem islam terhadap Mekanisme pemasaran terhadap jual beli online di kota Parepare.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat hasil penelitian sebagai sebagai berikut :

1.4.1 Teoritis

Dari pembahasan ini di harapkan dapat dipergunakan sebagai masukan dari sumber referensi terutama bagi para mahasiswa dan peneliti yang ingin mengembangkan dan mewujudkan dinamisasi usaha jual beli online dalam konteks syariah.

1.4.2 Praktis

1.4.2.1 Diharapkan berguna bagi masyarakat dalam mengaflikasikan sistem pemasaran terhadap jual beli *online* dalam konteks syariah.

1.4.2.2 Diharapkan bagi mahasiswa syari'ah dalam proses memahami tentang etika bisnis islam, terutama pada mahasiswa prodi muamalah.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Dalam kripsi Biuty Wulan Octavia mahasiswa jurusan Muamalah fakultas syariah institut agama islam negeri Walisongo 2011 dalam penelitiannya yang berjudul *Tinjauan Hukum Islam terhadap jual beli akad As-Salam dengan Sistem Online di Pand's Collection Pandanaran*, Dalam penelitian ini mengarahkan atau lebih memfokuskan pada bagaimana tinjauan hukum islam terhadap jual beli pesanan benda yang dalam internet khususnya dalam busana muslim. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa hubungan para pihak di dalam perjanjian akad salam secara on line (melalui electro commerce) sama saja dengan perjanjian akad salam seperti biasanya. Namun, akad salam dalam electro commerce tidak ada temu muka diantara pembeli dan penjual, hanya saja pelaku akad dipertemukan dalam satu situs jaringan internet. Didalam syari'at Islam suatu akad jual beli diperbolehkan untuk melakukan akad dengan menggunakan tulisan (surat) dengan syarat bahwa kedua belah pihak tempatnya saling berjauhan atau pelaku akad bisu, untuk kesempurnaan akad disyaratkan hendaknya orang lain yang dituju oleh tulisan itu mau membaca tulisan itu. Sementara pedagang secara konvensional beralih ke sistem online. Ini hanyalah salah satu cara mempermudah jalanya transaksi jual beli dimana pelaku akad saling berjauhan tempat dan tidak memungkinkan untuk hadir dalam satu majlis. Seperti yang terjadi di Pands Collection Pandanaran yang awal mulanya merupakan sebuah toko konvensional kemudian beralih ke jual beli dengan sistem online, dimana produk-produknya diaplikasikan melalui internet sehingga orang-orang yang

berminat dengan produk-produknya dapat secara langsung dapat melihatnya di sebuah situs internet.⁹

Yang kedua telah diteliti oleh *Perjanjian Jual Beli Secara Online melalui Rekening bersama pada Forum Jual Beli Kaskus*. Penelitian ini di tulis oleh Muhammad Billah Yuhadian mahasiswa Jurusan Bagian Hukum Keperdataan Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin Makassar 2012. Dalam penelitian kedua ini yaitu untuk mengetahui legalitas atau perlindungan hukum dalam transaksi jual beli secara online menggunakan rekening bersama sehingga masyarakat dapat melakukan transaksi jual beli secara online dengan aman. Hasil yang diperoleh Penulis dari penulisan ini antara lain : (1) Perjanjian jual beli secara online melalui rekber pada FJB Kaskus memenuhi syarat sahnya suatu perjanjian yaitu kesepakatan, kecakapan, suatu hal tertentu, dan suatu sebab yang halal. (2) Perlindungan hukum bagi penjual dan pembeli yang menggunakan jasa rekber telah diatur dalam Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yaitu (a) hak konsumen antara lain mendapatkan barang yang sesuai nilai tukar dan kondisi serta jaminan, mendapatkan informasi mengenai barang, dan mendapatkan ganti rugi; (b) kewajiban konsumen antara lain mengikuti prosedur penggunaan barang, beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang, dan membayar sesuai kesepakatan; (c) hak pelaku usaha antara lain menerima pembayaran sesuai kesepakatan, mendapatkan perlindungan hukum dari konsumen yang beritikad buruk, dan hak untuk pembelaan diri sepatutnya; (d) kewajiban pelaku usaha antara lain beritikad baik, memberikan

⁹Biuty Wulan Octavia, <http://library.walisongo.ac.id/digilib/files/disk1/117/jtptiain-gdl-biutywulan-5826-1-072311030.pdf> (Diakses pada tanggal 03/03/2017 ; 02:49).

informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai barang, dan memberikan ganti rugi atas kerugian akibat penggunaan barang yang diperdagangkan.¹⁰

Skripsi yang ketiga ini diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Taufik Irsyadi pada tahun 2012 dengan judul *Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Praktek Pembulatan Pembayaran Sewa Warnet (Studi Kasus Di Kecamatan Klaten Utara)*. Penelitian ini memberikan gambaran, kemudian menganalisis dan menyimpulkan tentang penggunaan metode pembulatan pembayaran yang ada di warnet-warnet di Kecamatan Klaten Utara yang tidak sesuai dengan cara Islam. Setelah menganalisis dan juga memahami mekanisme yang diterapkan para pengusaha warnet dalam pembulatan pembayaran, penulis mencoba untuk menyimpulkan antara pembulatan yang dibolehkan oleh Islam dan juga pembulatan yang tidak dibolehkan oleh Islam. Perlu kita sadari bahwasanya orang yang beragama Islam haruslah menggunakan metode dan juga mekanisme yang Islami khususnya dalam berbisnis. Akan tetapi pada realitas yang ada dalam kehidupan masyarakat masih ada yang menggunakan metode/mekanisme yang tidak sesuai dengan cara Islam seperti halnya pada pembulatan yang ada di warnet-warnet di Kecamatan Klaten Utara.¹¹

Dari uraian diatas jelas bahwa skripsi yang dibahas oleh ketiga penulis di atas sangat berbeda dengan apa yang akan diteliti oleh penulis. Adapun perbedaaan antara penelitian yang akan dilakukan penulis dengan ketiga penelitian terdahulu tersebut terletak pada substansi yang akan di teliti. Dimana Penulis lebih memfokuskan pada

¹⁰Muhammad Billah Yuhadian, [http://repository.unhas.ac.id/bitstream/handle/123456789/8242/M.%2520BillahB11108439\(%2520Perjanjian%2520Jual%2520Beli%2520Secara%2520Online%2520Mel.pdf](http://repository.unhas.ac.id/bitstream/handle/123456789/8242/M.%2520BillahB11108439(%2520Perjanjian%2520Jual%2520Beli%2520Secara%2520Online%2520Mel.pdf) (diakses pada tanggal 03/03/2017 ; 02:49).

¹¹Muhammad Taufik Irsyadi, http://eprints.ums.ac.id/20418/9/naskah_publicasi.pdf (diakses pada tanggal 6 maret 2017).

tata cara pemasaran jual beli online di lihat dari Etika Bisnis Islamnya. Adapun yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana mekanisme pemasaran terhadap jual beli *online* di Kota Parepare, Bagaimana Etika Bisnis Islam terhadap mekanisme pemasaran terhadap jual beli *online* di Kota Parepare.

2.2 Tinjauan Teoretis

2.2.1 Analisis

Menurut kamus besar bahasa indonesia, Analisis adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa (karangan, perbuatan, dan sebagainya) untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya (sebab musabab, duduk perkaranya dan sebagainya).¹²

2.2.2 Etika Bisnis

2.2.2.1 Pengertian Etika Bisnis

Etika berasal dari bahasa Yunani dari kata “*ethos*”, yang dalam bentuk jamaknya (*ta etha*), berarti adat-istiadat atau kebiasaan.¹³ Etika secara terminologis ialah, Etika merupakan studi sistematis tentang tabiat konsep nilai, baik, buruk, harus, benar, salah, dan lain sebagainya. Dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan kita untuk mengaplikasikannya atas apa saja. Di sini etika dapat dimaknai sebagai dasar moralitas seseorang dan disaat bersamaan juga sebagai filsufnya dalam berperilaku.¹⁴

Pada dasarnya, etika berpengaruh terhadap para pelaku bisnis, terutama dalam hal kepribadian, tindakan dan perilakunya. Secara etimologi, etika identik dengan moral, karena telah umum diketahui bahwa istilah moral berasal dari kata “*moes*”

¹²Hoetomo, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia* (Surabaya: Mitra Pelajar, 2005), h. 39.

¹³A.Sonny Keraf, *Etika Bisnis (Tuntutan dan Relevansinya)* (Yogyakarta: Kanisius, 1998), h. 14.

¹⁴Faisal Badroen., et al., *Etika Bisnis Dalam Islam* (Cet. II; Jakarta: Kencana, 2007), h. 5.

(dalam bentuk tunggal) dan *mores* (dalam bentuk jamak) dalam bahasa latin yang artinya kebiasaan atau cara hidup.¹⁵ Sedangkan dalam kamus bahasa indonesia, bisnis diartikan sebagai usaha dagang, usaha komersial di dunia perdagangan, dan bidang usaha.dapat disimpulkan bahwa suatu organisasi/pelaku bisnis akan melakukan aktivitas bisnis dalam bentuk: (1) memproduksi dan atau mendistribusikan barang atau jasa, (2) mencari profit, dan (3) mencoba memuaskan keinginan konsumen.¹⁶ Kosep bisnis al qur'an sangat komprehensif, lebih dari apa yang selama ini banyak di yakini. Sebab dalam pandangan Al Qur'an semua kehidupan ini adalah bisnis. Semua tindakan yang dilakukan manusia dalam hidupnya adalah investasi, yang baik ataupun investasi jelek. Al Qur'an memiliki kriterianya sendiri dalam masalah untung rugi dalam maslah bisnis. Kriteria yang dia hadirkan dengan tema-tema yang sangat jelas.¹⁷

Dari uraian tersebut di atas maka dapat didefinisikan Etika bisnis ialah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas.¹⁸

Etika bisnis adalah pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis. Moralitas di sini, sebagaimana disinggung di atas berarti: aspek baik/buruk, terpuji/tercela, benar/salah, wajar/tidak wajar, pantas/tidak pantas dari perilaku manusia. Kemudian dalam kajian etika bisnis islam susunan adjective di atas

¹⁵A.Kadir, *Hukum Bisnis Syariah dalam Al-Qur'an* (Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2010), h. 47.

¹⁶Muhammad Ismail Yusanto, *Menggagas Bisnis Islami* (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), h.15-16.

¹⁷Mustaq ahmad, *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2003), h. 35.

¹⁸Faisal Badroen., *Etika Bisnis Dalam Islam*, h. 15.

ditambah dengan dengan halal-haram, sebagaimana yang disinyalir oleh Husein Sahata, di mana beliau memaparkan sejumlah perilaku etis bisnis (akhlaq al islamiyah) yang dibungkus dengan dhawabith (batasan syariah).¹⁹

2.2.2.2 Pengertian bisnis islam

Setiap manusia memerlukan harta untuk mencukupi segala kebutuhan hidupnya. Karenanya, manusia akan selalu berusaha memperoleh harta kekayaan itu. Salah satu usaha untuk memperolehnya adalah dengan bekerja. Sedangkan salah satu dari bentuk bekerja adalah berdagang atau bisnis. Kegiatan penting dalam muamalah yang paling banyak dilakukan oleh manusia setiap saat adalah kegiatan bisnis. Dalam kamus bahasa indonesia, bisnis diartikan sebagai usaha dagang, usaha komersial di dunia perdagangan dan bidang usaha.

Bisnis adalah sebagai pertukaran barang, jasa atau uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat. Ada yang mengartikan, bisnis sebagai suatu organisasi yang menjalankan aktivitas produksi dan distribusi atau penjualan barang dan jasa-jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh profit (keuntungan). Barang yang dimaksud adalah suatu produk yang secara fisik memiliki wujud (dapat diindra) sedang jasa adalah aktivitas-aktivitas yang memberi manfaat kepada konsumen atau pelaku bisnis lainnya.

Dari pengertian bisnis tersebut, dapat di pahami bahwa setiap pelaku bisnis akan melakukan aktivitas bisnisnya dalam bentuk; pertama, memproduksi dan mendistribusikan barang dan jasa; kedua, mencari profit (keuntungan); dan ketiga, mencoba memuaskan keinginan konsumen. Islam mewajibkan setiap muslim (khususnys) mempunyai tanggungun untuk bekerja. Bekerja merupakan salah satu

¹⁹Faisal Badroen., *Etika Bisnis Dalam Islam*, h. 70.

sebab pokok yang memungkinkan manusia mencari nafkah (rezeki). Allah melapangkan bumi dan seisinya dengan berbagai fasilitas yang dapat dimanfaatkan oleh manusia untuk mencari rezeki, antara lain dalam firman Allah swt dalam Q.S. Al-Mulk/67:15.

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمْ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَأَمْشُوا فِي مَتَابِعِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ^ط

Terjemahnya:

Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, Maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezki-Nya.²⁰

dari penjelasan di atas, bisnis dalam islam dapat di artikan sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya (yang tidak dibatasi), namun namun di batasi dalam cara perolehan dan pendayaan hartanya (ada aturan halal dan haram). Dalam arti, pelaksanaan bisnis harus tetap berpegang pada ketentuan syariat (aturan-aturan dalam Al-Quran al-Hadits). Dengan kata lain, syariat merupakan nilai utama yang menjadi payung strategis maupun taktis bagi pelaku kegiatan ekonomi (bisnis).²¹

2.2.2.3 Macam-macam Etika dalam Bisnis

2.2.2.3.1 Etika dalam Kegiatan Produksi

Menurut para ahli ekonomi defenisi produksi ialah menciptakan kekayaan melalui eksploitasi manusia terhadap sumber-sumber kekayaan lingkungan. Kekayaan alam ini meliputi kekayaan flora dan fauna.²² Kegiatan produksi berarti

²⁰Kementrian Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahan (Jakarta: PT. Sinergi Pustaka Indonesia, 2012), h. 823.

²¹H. Veithzal Rivai, H. Amiur Nuruddin, dan Faisar ananda Arfa, *Islamic Business and Economic Ethics* (jakarta: Bumi Aksars, 2012), h. 11-12.

²²Muhammad, *Etika Bisnis Islami* (Yogyakarta, Unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN), h. 103.

membuat nilai yang bermanfaat atas suatu barang atau jasa, produksi dalam hal ini tidak diartikan dengan membentuk fisik saja. Sehingga kegiatan produksi ini mempunyai fungsi menciptakan barang dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan.²³

Berkaitan dengan etika produksi ini Allah berfirman dalam Q.S al-Baqarah/2: 29.

هُوَ الَّذِي خَلَقَ لَكُمْ مَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا ثُمَّ أَسْتَوَىٰ إِلَى السَّمَاءِ فَسَوَّاهُنَّ سَبْعَ سَمَوَاتٍ وَهُوَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ ﴿٢٩﴾

Terjemahnya :

Dia-lah Allah, yang menciptakan segala apa yang ada di bumi untukmu kemudian dia menuju ke langit, lalu dia menyempurnakan-Nya menjadi tujuh langit. Dan dia Maha mengetahui segala sesuatu.²⁴

Jadi, akhlak utama yang wajib diperhatikan oleh kaum muslimin dalam produksi, baik secara individual maupun secara bersama ialah bekerja pada bidang yang dihalalkan oleh Allah SWT. Tidak melampaui apa yang diharamkan-Nya. Menurut Qardhawi, tujuan produksi ialah untuk memenuhi kebutuhan setiap individu serta mewujudkan kemandirian umat.²⁵

2.2.2.3.2 Etika dalam Kegiatan Pemasaran

Bisnis tidak dapat dipisahkan dari aktifitas pemasaran. Sebab pemasaran merupakan aktifitas perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan atas program-program yang dirancang untuk menghasilkan transaksi pada target pasar, guna memenuhi kebutuhan perorangan atau kelompok berdasarkan asas saling menguntungkan, melalui pemanfaatan produk, harga, promosi, dan distribusi. Namun aktifitas pemasaran harus selalu mengedepankan konsep islami yang

²³Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam* (Kencana Perdana Media Group 2010), h. 102.

²⁴Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya*, h. 6.

²⁵Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, h. 103.

mengharapkan rahmat dan ridha dari Allah SWT. Dengan demikian, aktifitas pemasaran harus didasari pada etika dalam bauran pemasarannya yang diklasifikasikan sebagai berikut :

- 2.2.2.3.2.1 Etika pemasaran dalam konteks produk
 - 2.2.2.3.2.1.1 Produk dan halal dan *thoyyib*
 - 2.2.2.3.2.1.2 Produk yang berguna dan dibutuhkan
 - 2.2.2.3.2.1.3 Produk yang berpotensi ekonomi dan benefit
 - 2.2.2.3.2.1.4 Produk yang bernilai tambah yang tinggi
 - 2.2.2.3.2.1.5 Dalam jumlah yang berskala ekonomi dan sosial
 - 2.2.2.3.2.1.6 Produk yang dapat memuaskan masyarakat
- 2.2.2.3.2.2 Etika pemasaran dalam konteks harga
 - 2.2.2.3.2.2.1 Beban biaya produksi yang wajar
 - 2.2.2.3.2.2.2 Sebagai alat kompetisi yang sehat
 - 2.2.2.3.2.2.3 Diukur dengan kemampuan daya beli masyarakat
 - 2.2.2.3.2.2.4 Margin perusahaan yang layak
 - 2.2.2.3.2.2.5 Sebagai alat daya tarik bagi konsumen
- 2.2.2.3.2.3 Etika pemasaran dalam konteks distribusi
 - 2.2.2.3.2.3.1 Kecepatan dan ketetapan waktu
 - 2.2.2.3.2.3.2 Keamanan dan keutuhan barang
 - 2.2.2.3.2.3.3 Sarana kompetisi memberikan pelayanan kepada masyarakat
 - 2.2.2.3.2.3.4 Konsumen mendapat pelayanan tepat dan cepat
- 2.2.2.3.2.4 Etika pemasaran dalam konteks promosi
 - 2.2.2.3.2.4.1 Sarana memperkenalkan barang
 - 2.2.2.3.2.4.2 Informasi kegunaan dan kualifikasi barang

2.2.2.3.2.4.3 Sarana daya tarik barang terhadap konsumen

2.2.2.3.2.4.4 Informasi fakta yang ditopang kejujuran.²⁶

2.2.2.3.3 Etika dalam Kegiatan Konsumsi

Konsumsi merupakan hal utama dalam kegiatan produksi. Karna pengonsumsilah yang mendorong terjadinya proses produksi dalam sebuah kegiatan bisnis yang disebut dengan konsumen. Tujuan utama konsumen ialah mencari kepuasan tertinggi dari barang atau jasa yang memenuhi kriteria kepuasan. Meskipun demikian konsumen tetap harus mempertimbangkan *mashlahah* daripada *utilitas*. Pencapaian *mashlahah* merupakan tujuan dari syariat Islam yang tentu saja harus menjadi tujuan utama dari kegiatan konsumsi.²⁷

Jadi, konsumen tidak boleh melupakan *mashlahah* dalam kegiatan konsumsi hanya untuk memuaskan diri sendiri, jika kita berbelanja hendaknyalah mendahulukan kepentingan dari pada keinginan. Karena keinginan sifatnya tidak terbatas dan akan membawa kepada sifat boros.

2.2.2.4 Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam

Uraian singkat tentang prinsip-prinsip etika bisnis islam itu adalah sebagai berikut:

2.2.2.4.1 Kesatuan (*Unity*)

Kesatuan ialah prinsip-prinsip yang terelefsikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek dalam kehidupan manusia baik dalam bidang politik, sosial dan ekonomi yang menjadi kesatuan yang homogen dan konsisten secara teratur dan menyeluruh. Dari konsep ini maka Islam menawarkan keterpaduan

²⁶Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, h. 100-101.

²⁷Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, *Ekonomi Islam* (Cet. IV; Jakarta: Rajawali Pers. 2012), h. 128.

agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan inilah etika dan bisnis menjadi terpadu sehingga membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam bisnis sistem Islam.²⁸

2.2.2.4.2 Keseimbangan (*Equilibrium*)

Keseimbangan (*'adl*) ialah keadilan dan kesetaraan. Prinsip ini menuntut agar setiap orang tidak terkecuali bagi para pelaku bisnis untuk tetap berlaku adil bahkan kepada pihak yang tidak disukai. Karna Islam mengharuskan penganutnya untuk tetap berlaku dan berbuat kebajikan, dan bahkan berlaku adil harus didahulukan dari pada berbuat kebajikan. Dalam perniagaan, persyaratan adil yang paling mendasar ialah dalam membentuk mutu (kualitas) dan ukuran (kuantitas) pada setiap takaran maupun timbangan. Sebagaimana Allah SWT berfirman dalam Q.S Al-An'aam/6: 152.

وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ ۚ وَأَوْفُوا بِالْكَيْلِ
وَالْمِيزَانِ بِالْقِسْطِ لَّا نُكَلِّفُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا وَإِذَا قُلْتُمْ فَاعْدِلُوا وَلَوْ كَانَ ذَا
قُرْبَىٰ وَبِعَهْدِ اللَّهِ أَوْفُوا ذَٰلِكُمْ وَصْنُكُمْ بِهِ ۚ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

Terjemahnya :

Dan janganlah kamu dekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih bermanfaat, hingga sampai ia dewasa. dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. kami tidak memikulkan beban kepada seseorang melainkan sekedar kesanggupannya. dan apabila kamu berkata, Maka hendaklah kamu berlaku adil, kendatipun ia adalah kerabat(mu), dan penuhilah janji Allah. Yang demikian itu diperintahkan Allah kepadamu agar kamu ingat.²⁹

Konsep keseimbangan ini juga dapat dipahami bahwa keseimbangan hidup di dunia dan akhirat harus diusung oleh para pelaku bisnis muslim. Oleh karena itu,

²⁸ Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*, h. 89.

²⁹ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya*, h. 199-200.

konsep keseimbangan berarti mengingatkan kepada para pengusaha muslim agar tindakan-tindakan dalam bisnis dapat membawa orang lain kepada kesejahteraan duniawi serta keselamatan akhirat.

2.2.2.4.3 Kehendak Bebas (*Free Will*)

Berdasarkan prinsip ini, manusia dianugerahi kehendak bebas untuk membimbing kehidupannya sebagai khalifah yang dalam dunia bisnis mempunyai kebebasan untuk membuat suatu perjanjian atau tidak, melaksanakan bentuk aktivitas bisnis tertentu, serta berkreasi untuk mengembangkan potensi bisnis yang ada. Kebebasan merupakan bagian terpenting dalam nilai etika bisnis Islam, yang terpenting kebebasan itu tidak akan merugikan kepentingan kolektif. Kebebasan individu dibuka lebar dan tidak ada batasan bagi seseorang untuk aktif berkarya dan bekerja sesuai dengan potensi yang dimilikinya.

2.2.2.4.4 Tanggung Jawab (*Responsibility*)

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang sangat mustahil dilakukan jika tidak ada pertanggungjawaban. Kebebasan yang dimiliki manusia dalam menggunakan potensi sumber daya haruslah memiliki batasan tertentu dan tidak digunakan sebebaskan-bebasnya melainkan dibatasi oleh koridor hukum, norma, dan etika yang harus dipatuhi serta pertanggungjawaban atas semua yang dilakukan. Apabila sumber daya digunakan untuk kegiatan bisnis yang halal maka cara pengelolaannya juga harus benar, adil, dan mendatangkan manfaat yang optimal bagi seluruh masyarakat.

2.2.2.4.5 Kebenaran

Kebenaran dalam hal ini ialah lawan kata dari kesalahan yang mengandung unsur kebajikan dan kejujuran yang tidak bertentangan dengan ajaran islam.

Kebajikan ialah sikap *ikhsan* yang artinya melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain. Sedangkan, kejujuran ialah menunjukkan sikap jujur dalam semua proses bisnis yang dilakukan tanpa adanya unsur penipuan. Sikap seperti ini dalam khazanah islam disebut amanah.

Dalam dunia bisnis kebenaran yang dimaksud ialah kemurahan hati, motif pelayanan, kesadaran akan adanya Allah dan aturan yang menjadi prioritas perilaku yang benar. Yang meliputi proses akad (transaksi), proses mencari dan memperoleh komoditas, serta proses usaha pengembangan untuk meraih keuntungan (laba).³⁰

2.2.2.5 Berbisnis Cara Nabi Muhammad Saw

Bisnis syariah adalah bisnis yang santun, bisnis yang penuh kebersamaan dan penghormatan atas hak masing-masing, sebagaimana yang dicontohkan dalam bisnis Nabi Muhammad Saw.

2.2.2.5.1 Muhammad Sebagai Syariah *Marketer*

Rahasia keberhasilan dalam perdagangan adalah sikap jujur dan adil dalam mengadakan hubungan dagang dengan para pelanggan. Dengan berpegang teguh prinsip ini, Muhammad telah memberi teladan untuk menjadi pedagang yang berhasil. Siti Khadija merasa senang dengan kejujuran, integritas, dan kemampuan berdagang Muhammad sehingga sifat-sifat ini kemudian menimbulkan rasa cinta dan kasih sayang dalam dirinya. Disini Nabi Muhammad telah menunjukkan cara berbisnis yang tetap berpegang teguh pada kebenaran, kejujuran, dan sikap amanah serta sekaligus tetap memperoleh keuntungan yang optimal.

Nabi Muhammad sangat menganjurkan umatnya untuk berbisnis, karena berbisnis dapat menimbulkan kemandirian dan kesejahteraan bagi keluarga, tanpa

³⁰ Faisal Badroen., et al., eds., *Etika Bisnis Dalam Islam*, h. 89-102.

tergantung atau menjadi beban bagi orang lain. Allah berfirman dalam Q.S. Al-Naba'/78: 11.

وَجَعَلْنَا النَّهَارَ مَعَاشًا ﴿١١﴾

Terjemahan:

“Dan kami menjadikan siang untuk mencari penghidupan”. (QS. Al-Naba': 11)³¹.

Ini merupakan petunjuk untuk berdagang dan beberapa kegiatan lain agar seseorang dapat memenuhi kebutuhan pokok sehari-harinya.

2.2.2.5.2 Muhammad sebagai pedagang profesional

Dalam transaksi bisnisnya Rasulullah sebagai pedagang profesional tidak ada tawar-menawar dan pertengkaran antara Nabi Muhammad dan para pelanggannya, beliau juga selalu menepati janji, serta mengantar barang-barang yang kualitasnya telah disepakati kedua belah pihak tepat pada waktunya. Sebagaimana sering disaksikan pada waktu itu di pasar-pasar di sepanjang Jazirah Arab. Segala permasalahan antara Muhammad dan pelanggannya selalu diselesaikan dengan damai dan dalil, tanpa ada kekhawatiran akan terjadi unsur-unsur penipuan di dalamnya.

2.2.2.5.3 Muhammad Sebagai Pebisnis Yang Jujur / Al- Amin

Muhammad benar-benar mengikuti prinsip-prinsip perdagangan yang adil dalam transaksi-transaksinya. Selain itu, beliau juga menasehati para sahabatnya untuk melakukan hal serupa. Ketikah berkuasa dan menjadi kepala Negara Madinah. Beliau telah mengikis habis transaksi-transaksi dagang dari segala macam praktik yang mengandung unsur-unsur penipuan, riba, judi, gharar, dan pasar gelap. Beliau juga melakukan standardisasi timbangan dan ukuran, serta melarang orang-

³¹Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan* (Mikhraj Khazana Ilmu, 2013).

orang menggunakan timbangan dan ukuran lain yang tidak dapat dijadikan pegangan standar.

Nabi Muhammad sangat sopan, jujur, dan baik hati dalam melakukan transaksi perdagangan. Selain itu, beliau juga selalu menasihatkan para sahabat untuk bersikap serupah, kapan saja, dan dengan siapa saja mereka melakukan transaksi. Sebagaimana sabda Rasulullah Saw.

عَنْ حَكِيمِ بْنِ حِرَا عَنْ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ الْبَيْعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا فَإِنْ صَدَقَا وَبَيَّنَّ
بُورِكَ لَهُمَا فِي بَيْعِهِمَا وَإِنْ كَذَبَا وَكْتَمَا مُحِقَّ بَرَكَتُ بَيْعِهِمَا.

Artinya:

Dari Hakim bin Hizam, dari Nabi Saw. beliau bersabda, “penjual dan pembeli berhak melakukan khiyar selama mereka belum berpisah. Jika mereka berlaku jujur dan terang (tentang kondisi barang yang diperjual belikan, pent.), maka mereka akan mendapat keberkahan dalam jual beli keduanya. Namun jika mereka berbohong dan menyembunyikan (tentang kondisi barang yang diperjual belikan, pent.), maka keberkahan jual beli mereka akan terhapus”³².

2.2.2.5.4 Muhammad Menghindari Bisnis Haram

Nabi Muhammad melarang beberapa jenis perdagangan, baik karena sistemnya maupun karena ada unsur-unsur yang diharamkan di dalamnya. Memperjual belikan benda-benda yang dilarang dalam Al-Qur’an. Sebagaimana firman Allah dalam Q.S. Al-Baqarah/2: 173.

إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ الْخَنِزِيرِ وَمَا أُهْلَ بِهِ لِغَيْرِ اللَّهِ ۗ

Terjemahan:

³²Muhammad Fuad Abdul Baqi, *Shahi Muslim* (Cet. 1 Jakarta: Pustaka As-sunnah, 2010), h.42.

“Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi, dan binatang yang (ketika disembeli) disebut (nama) selain Allah”. (QS. Al-Baqarah: 173)³³.

Pada kesempatan lain Nabi Muhammad juga mengajarkan cara-cara yang benar dalam menjual. Misalnya beliau pernah berkata,

إِيَّاكُمْ وَكَثْرَةَ الْخَلْفِ فِي النَّبِيِّعِ، فَإِنَّهُ يُنْفِقُ، ثُمَّ يَمَحُوقُ

Artinya:

“Hindarilah banyak bersumpah ketika melakukan transaksi bisnis, sebab dapat menghasilkan sesuatu penjualan yang cepat tapi menghapuskan berkah” (HR. Al-Bukhari dan Muslim)³⁴.

Kita dapat melihat dalam kehidupan berbisnis sehari-hari, betapa kebiasaan bersumpah palsu dalam menyakinkan pembeli menjadi pemandangan sehari-hari. Sumpah palsu sering dijadikan “senjata” dalam menyakinkan pembeli. Karena kita tidak yakin akan ke unggulan dari barang dagangan kita, tidak dapat memberikan pelayanan yang baik, kita bersumpah untuk menyakinkan pembeli. Kebiasaan ini selain memperlihatkan rendahnya profesionalisme, juga terlarang dalam bisnis syariah.

2.2.2.5.5 Muhammad Dengan Penghasilan Halal

Nabi Muhammad diutus Allah untuk menghapus segala sesuatu yang kotor, keji, dan gagasan-gagasan yang tidak sehat dalam masyarakat, serta memperkenalkan gagasan yang baik, murni, dan bersih di kalangan umat manusia. Al-Quran

³³Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan* (Mikhraj Khazana Ilmu, 2013).

³⁴Muhammad Fuad Abdul Baqi, *Shohih Muslim* (Beirut: Darul Ihya' Turasul Arabi, 1997), h. 1207.

memerintakan manusia agar memakan makanan yang bersih, mengambil jalan yang suci dan sehat, seperti dalam firman-Nya, Q.S. Al-Mu'minun/23:51³⁵.

يَتَأْتِيهَا الرُّسُلُ كُلُّوْا مِنَ الطَّيِّبَاتِ وَأَعْمَلُوا صَالِحًا إِنِّي بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ﴿٥١﴾

Terjemahan:

“Hai Rasul-rasul, makanlah dari makanan yang baik-baik, dan kerjakanlah amal saleh. Sesungguhnya Aku Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan”. (QS. Al-Mu'minun: 51).³⁶

2.2.3 Pemasaran

2.2.3.1 Pengertian pemasaran

Berbicara masalah pemasaran tentu yang paling utama yang harus kita ketahui adalah pengertian pemasaran, pemasaran menurut kamus ekonomi pemasaran adalah proses manajerial dalam mengidentifikasi kebutuhan pelanggan dan memuaskan mereka dengan cara memberikan produk-produk yang layak dalam usaha mencapai tujuan perusahaan. Dalam pengertian lain, pengertian pemasaran dikemukakan bahwa pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.³⁷

Dari pengertian di atas, dapat dilihat bahwa pengertian pemasaran di beratkan pada sistem manajerial yang baik dalam rangka menciptakan produk-produk yang baik demi kebutuhan pelanggan. Dan untuk mengetahui pelanggan dalam rangka

³⁵Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing* (Cet.; Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006), h. 46-56.

³⁶Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan* (Mikhraj Khazana Ilmu, 2013).

³⁷Philip Kotler dan Muhammad, *Manajemen Bank Syari'ah* (yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2015), Ed. Revisi, h. 222.

meyajikan layanan kepada konsumen dengan memberi produk dalam rangka mencapai tujuan yang di inginkan oleh perusahaan.

2.2.3.2 Tujuan pemasaran

Bahkan ketika kondisi strategis dan tugas-tugas komunikasi yang di hadapi perusahaan mendukung pengalokasian sumberdaya promosi bagi penjualan. Tujuan pemasaran yang spesifik yang harus dicapai sangat bervariasi antarperusahaan yang menghadapi pasar dan situasi persaingan yang berbeda. Tenaga penjualan perusahaan mungkin diminta untuk memusatkan perhatian pada satu atau lebih sasaran berikut:

- 2.2.3.2.1 Memenangkan penerimaan produk baru oleh pelanggan yang ada
- 2.2.3.2.2 Mengembangkan pelanggan baru untuk produk yang ada
- 2.2.3.2.3 Mempertahankan loyalitas pelanggan sekarang dengan memberi pelayanan yang baik
- 2.2.3.2.4 Melengkapi fasilitas penjualan masa depan dengan memberi pelayanan teknis kepada calon pelanggan
- 2.2.3.2.5 Mempelajari penjualan masa depan dengan mengkomunikasikan informasi produk kepada calon pelanggan atau pemberi pengaruh
- 2.2.3.2.6 Mendapatkan informasi pasar.³⁸

2.2.3.3 Teory Marketing (pemasaran)

Istilah pemasaran dalam bahasa inggris dikenal dengan nama marketing. Kata marketing ini boleh dikata sudah diserap kedalam bahasa kita, namun juga diterjemahkan dengan istilah pemasaran. Asal kata pemasaran adalah pasar,

³⁸Harper W. Boyd, Orville C. Walker, Jean Claude Larreche, *Manajemen Pemasaran: suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global* (--Ed 2. --Jakarta: Erlangga), h. 103.

didalamnya tercakup berbagai kegiatan seperti membeli, menjual, dengan segala macam cara menyangkut barang, menyimpan, mensortir dan sebagainya.³⁹

Beberapa pengertian marketing menurut para ahli sebagai berikut:

- 2.2.3.3.1 Menurut Philip Kotler dikutip oleh Suyadi Prawirosentono kegiatan pemasaran suatu produk adalah kegiatan menganalisis, merencanakan, melaksanakan, dan mengawasi seluruh program yang telah dirancang sebelumnya agar terjadi pertukaran nilai secara sukarela (dengan konsumen), sehingga tercapai tujuan perusahaan.⁴⁰
- 2.2.3.3.2 Charles F Philips Ph.D and Delber J. Duncan Ph.D, dalam bukunya “Marketing Principles and Methods” dikutip oleh Alma Buchari menyatakan bahwa “Marketing wich is often referred to as “distribution” by *businessman*—includes all the activities necessary to place tangible goods in the hand of hous hold consumers and users. Artinya, marketing yang oleh para pedagang diartikan sama dengan distribusi dimaksudkan segala kegiatan untuk menyampaikan barang-barang ketangan konsumen (rumah tangga) dan ke konsumen industri.⁴¹

2.2.3.4 Bauran Pemasaran (*marketing mix*)

Marketing mix merupakan strategi kombinasi yang dilakukan oleh berbagai perusahaan dalam bidang pemasaran. Apalagi dalam kondisi persaingan yang demikian ketat saat ini. Kombinasai yang terdapat dalam komponen

³⁹Alma Buchari, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Cet. XIII; Bandung: Alfabeta, 2009), h.1.

⁴⁰Suyadi Prawirosentono, *Pengantar Bisnis Moderen (Studi Kasus Indonesia dan Analisis Kuantitatif)* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2007), h. 213.

⁴¹Alma Buchari, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran jasa*, h.1.

marketing mix harus dilakukan secara terpadu. Artinya, pelaksanaan dan penerapan komponen ini harus dilakukan dengan memperhatikan antara satu komponen dengan komponen lainnya, karena antara satu komponen dengan komponen lainnya saling berkaitan erat guna mencapai tujuan perusahaan dan tidak efektif jika dijalankan sendiri-sendiri.

Kotler menyebutkan konsep bauran pemasaran (*marketing mix*) terdiri dari empat P (4P). Sedangkan Boom dan Bitner menambah dalam bisnis jasa bauran pemasaran disamping 4P seperti yang dikemukakan Kotler, ada tambahan dengan 3P⁴². Dari penjelasan dari keduanya dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan penggunaan konsep bauran pemasaran (*marketing mix*) untuk produk jasa jika digabungkan akan menjadi 7P, yaitu:

2.2.3.4.1 *Product (The Services)*

Produk jasa merupakan produk yang dapat memberikan manfaat, memenuhi kebutuhan konsumen, dan dapat memuaskan konsumen. Sesungguhnya pelanggan tidak membeli barang atau jasa, tetapi membeli manfaat dari sesuatu yang ditawarkan. Penegertian yang ditawarkan menunjukkan sejumlah manfaat yang didapat oleh konsumen, baik barang atau jasa maupun kombinasinya.

2.2.3.4.2 *Price (harga)*

Penetapan harga merupakan suatu hal penting. Perusahaan akan melakukan hal ini dengan penuh pertimbangan karena penetapan harga akan dapat mempengaruhi pendapatan total dan biaya. Harga merupakan factor utama

⁴²Kasmir, *Pemasaran Bank*, (cet ke-3 Jakarta: Kencana, 2008), h.119.

penentu posisi dan harus diputuskan sesuai dengan pasar sasaran, bauran ragam produk, dan pelayanan serta persaingan.

2.2.3.4.3 *Place* (tempat)

Tempat atau lokasi yang strategis akan menjadi salah satu keuntungan bagi perusahaan karena mudah terjangkau oleh konsumen, namun sekaligus juga menjadikan biaya rental atau investasi tempat menjadi semakin mahal. Tingginya biaya lokasi tersebut dapat terkompensasi dengan reducing biaya marketing, sebaliknya lokasi yang kurang strategis akan membutuhkan biaya marketing lebih mahal untuk menarik konsumen agar berkunjung. Dekorasi dan desain sering menjadi daya tarik tersendiri bagi para target konsumen.

2.2.3.4.4 *Promotion* (Promosi)

Promosi merupakan suatu aktivitas dan materi yang dalam aplikasinya menggunakan teknik, dibawa pengendali penjual/produsen, yang dapat mengkomunikasikan informasi persuasive yang menarik tentang produk yang ditawarkan oleh penjual/produsen, baik secara langsung maupun melalui pihak yang dapat mempengaruhi pembelian.

2.2.3.4.5 *People* (Orang/karyawan)

People merupakan aset utama dalam industry jasa, terlebih bagi *people* yang merupakan karyawan dengan performance tinggi. Kebutuhan konsumen terhadap karyawan berkinerja tinggi akan menyebabkan konsumen puas dan loyal. Kemampuan *knowledge* (pengetahuan) yang baik, akan menjadi kompetensi dasar dalam internal perusahaan dan pencitraan yang baik diluar. Infaktor penting lainnya dalam *people* adalah *attitude* dan *motivation* dan karyawan dalam industry jasa. *Moment of truth* akan terjadi pada saat terjadi

kontak antara karyawan dan konsumen. *Attitude* sangat penting, dapat diaplikasikan dalam berbagai bentuk, seperti penampilan karyawan, suara dalam bicara, *body language*, ekspresi wajah, dan tutur kata. Sedangkan motivasi karyawan diperlukan untuk mewujudkan penyampaian pesan dan jasa yang ditawarkan pada level yang diekspetasikan.

2.2.3.4.6 *Process* (proses)

Proccces, mutu layanan jasa sangat bergantung pada proses penyampaian jasa kepada konsumen. Mengingat bahwa penggerak perusahaan jasa adalah karyawan itu sendiri, maka untuk menjamin mutu layanan (*quality assurance*), seluruh operasional perusahaan harus dijalankan sesuai dengan system dan prosedur yang tersandarisasi oleh karyawan yang berkompeteinsi, dan loyal terhadap perusahaan tempatnya bekerja.

2.2.3.4.7 *Physical Evidencce* (bukti fisik)

Building/bangunan merupakan bagian dari bukti fisik, karakteristik yang menjadi persyaratan yang bernilai tambah bagi konsumen dalam perusahaan jasa yang memiliki karakter. Perhatian terhadap interior, perlengkapan bangunan, termasuk *lighting system*, dan tata ruang yang lapang menjadi perhatian penting dan dapat menciptakan suasana dengan memperhatikan *ambience* sehingga memberikan pengalaman kepada pengunjung dan dapat memberikan nilai tambah bagi pengunjung, khususnya menjadi syarat utama perusahaan jasa dengan kelas market khusus⁴³.

Pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. *Ameican Marketing Association* (AMA) mendefinisikan secara formal yaitu

⁴³Kasmir, *Pemasaran Bank*, (cet ke-3 Jakarta: Kencana, 2008), , h.120,

pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya.⁴⁴

Philip Kotler mendefinisikan pengertian pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain⁴⁵.

Dari beberapa penjelasan diatas dapat disimpulkan pemasaran merupakan kegiatan pokok bagi setiap perusahaan dalam memperkenalkan produk dan jasa yang mereka tawarkan ke setiap konsumen/masyarakat dalam berbagai cara guna mencapai tujuan yang ingin dicapainya.

2.2.3.4 Mekanisme

Mekanisme adalah cara kerja suatu organisasi (perkumpulan). Atau mekanisme adalah interaksi antara satu dengan yang lainnya dalam suatu sistem secara keseluruhan untuk menghasilkan fungsi atau kegiatan sesuai dengan tujuan.⁴⁶

2.2.4 Jual beli

2.2.4.1 Pengertian Jual beli

Jual beli (*al-bay'*) secara bahasa artinya memindahkan hak milik terhadap benda dengan akad saling mengganti, dikatakan: "*ba'a asy-syaia*" jika dikeluarkan dari hak miliknya, dan *ba'ahau* jika dibeli dan dimasukkan kedalam hak

⁴⁴Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Ed. 13; Jakarta: Erlangga, 2008), h.5.

⁴⁵Kasmir, *Pemasaran Bank*, h.53.

⁴⁶Hoetomo, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia* (Surabaya: Mitra Pelajar, 2005), h. 895.

miliknya, dan ini masuk dalam kategori nama-nama yang memiliki lawan kata jika disebut mengandung makna dan lawannya seperti perkataan al-Qur'an yang berarti haid dan suci. Demikian juga dengan perkataan *syara'* artinya mengambil dan *syara'* artinya menjual. Definisi jual beli ini merupakan padanan kata *syira'* (membeli) dan padanan sesuatu yang berbeda dan bergabung dengannya dibawah naungan dalil global. Dengan begitu akan terdiri dari dua bagian yang satunya adalah menjual (*al-bai'a*) dan orang yang menjualnya dinamakan sebagai *ba'i'an* (penjual) dan didefinisikan sebagai pemilikan dengan ganti dengan cara khusus, dan menjadi lawan kata *syira'* (membeli) yang merupakan bagian kedua dan dinamakan orang yang melakukan sebagai pembeli dan didefinisikan sebagai pemilikan dengan ganti juga. Adapun sebagian ulama memberikan defenisi mengenai jual beli adalah menukar suatu harta dengan harta yang lain dengan cara khusus merupakan defenisi yang bersifat toleran karena menjadikan jual beli sebagai saling menukar, sebab pada dasarnya akad tidak harus ada saling tukar akan tetapi menjadi bagian dari konsekuensinya, kecuali jika dikatakan "akad yang mempunyai sifat saling tukar menukar artinya menuntut adanya satu pertukaran."⁴⁷

Jual beli ialah memindahkan hak milik terhadap benda dengan akad saling mengganti atau dapat pula diartikan saling tukar harta melalui cara tertentu atau tukar menukar sesuatu yang diinginkan dengan yang sepadan melalui cara tertentu yang bermanfaat dan sesuai dengan syariat islam. Sebagaimana Allah. Swt berfirman dalam Q.S al-Fatir/35: 29.

⁴⁷Abdul Aziz Muhammad Azzam, *Fiqh Muamalat* (Ed. 1; Cet. 1; Jakarta: Amzah, 2010), h.23.

إِنَّ الَّذِينَ يَتْلُونَ كِتَابَ اللَّهِ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَنْفَقُوا مِمَّا رَزَقْنَاهُمْ سِرًّا وَعَلَانِيَةً يَرْجُونَ تِجَارَةً لَّنْ تَبُورَ ﴿١١٠﴾

Terjemahnya :

Sesungguhnya orang-orang yang selalu membaca Kitab Allah dan mendirikan shalat dan menafkahkan sebahagian dari rezki yang kami anugerahkan kepada mereka dengan diam-diam dan terang-terangan, mereka itu mengharapkan perniagaan yang tidak akan merugi.⁴⁸

Dari beberapa defenisi diatas dapat dipahami bahwa inti jual-beli ialah suatu perjanjian tukar-menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarela di antara kedua belah pihak, yang satu menerima benda

Dan pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang telah diberikan *syara'* dan disepakati.⁴⁹ Sesuai dengan ketepatan hukum maksudnya ialah memenuhi persyaratan- persyaratan, rukun-rukun, dan hal-hal lain yang ada kaitannya dengan jual beli sehingga bila syarat-syarat dan rukunnya tidak terpenuhi berarti tidak sesuai dengan kehendak *syara'*.

2.2.4.2 Dasar Hukum Jual Beli

Jual beli merupakan sarana tolong-menolong antara sesama umat manusia dalam mencukupi kebutuhan hidup mereka. Jadi jual beli yang dilakukan harus mempunyai landasan yang kuat dalam al-Qur'an. Terdapat beberapa ayat al-Qur'an yang berbicara tentang jual beli, antara lain ialah :

2.2.4.2.1 Surah Al-Baqarah/2: 275.

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

⁴⁸Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya*, h. 620-621.

⁴⁹Hendi Suhendi, *FIQH Muamalah* (Cet; II, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2005), h.68-69.

فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

Terjemahnya:

Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka Berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah Telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang Telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang Telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.⁵⁰

2.2.4.3 Rukun dan Syarat Jual Beli

2.2.4.3.1 Rukun Jual Beli

Jual beli mempunyai rukun dan syarat yang harus dipenuhi, sehingga jual beli itu dapat dikatakan sah oleh *syara'*. Adapun rukun jual beli terdiri atas tiga macam⁵¹ yaitu:

2.2.4.3.1.1 *Ijab* dan *Qabul*

2.2.4.3.1.1.1 Pengertian *Ijab* dan *Qabul*

Ijab ialah menetapkan perbuatan yang khusus yang menunjukkan kerelaan, yang timbul pertama dari salah satu pihak yang melakukan akad berupa pernyataan yang disampaikan pertama oleh satu pihak yang menunjukkan kerelaan, baik dinyatakan oleh penjual maupun pembeli.

Qabul ialah pernyataan yang disebutkan kedua dari pembicaraan salah satu pihak yang melakukan akad berupa jawaban atas persetujuan atas *ijab* yang telah ditetapkan.

⁵⁰Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya*, h. 58.

⁵¹Ibn Mas'ud, *Fiqh Mazhab Syafi'i* (Bandung: Pustaka Setia, 2007), h. 26.

Dari pengertian yang telah diuraikan di atas tersebut maka dapat dikemukakan bahwa penetapan *ijab* dan *qabul* tergantung kepada siapa yang lebih dahulu menyatakan maka ia adalah *ijab* sedangkan pernyataan yang kedua ialah *qabul*.

2.2.4.3.1.1.2 *Shighat Ijab dan Qabul*

Shighat akad ialah bentuk ungkapan dari *ijab* dan *qabul* apabila akadnya akad *iltizam* yang dilakukan oleh dua pihak, atau *ijab* saja apabila akadnya akad *iltizam* yang dilakukan oleh satu pihak.

Untuk terwujudnya suatu akad diperlukan adanya sikap yang menunjukkan kerelaan atau persetujuan kedua belah pihak untuk merealisasikan kewajiban di antara mereka, yang oleh para ulama disebut *shighat* akad. Dalam *shighat* akad disyaratkan harus timbul dari pihak-pihak yang melakukan akad menurut cara yang dianggap sah oleh *syara'*. Cara tersebut adalah bahwa akad harus menggunakan lafal yang menunjukkan kerelaan dari masing-masing pihak untuk saling tukar-menukar kepemilikan dalam harta, sesuai dengan adat kebiasaan yang berlaku.

2.2.4.3.1.1.3 Sifat *Ijab dan Qabul*

Akad terjadi karena adanya *ijab* dan *qabul*. Apabila *ijab* sudah diucapkan tetapi *qabul* belum keluar maka *ijab* belum mengikat. Apabila *ijab* sudah disambut dengan *qabul* maka akad akan langsung mengikat, hal tersebut dikarenakan akad jual beli merupakan akad *mu'awadah*, yang langsung mengikat setelah kedua pihak yang melakukan akad menyatakan *ijab* dan *qabul*-nya.

2.2.4.3.1.1.4 *Aqid* (Penjual dan Pembeli)

Rukun jual beli yang kedua ialah *aqid* atau juga disebut dengan orang yang melakukan akad (penjual dan pembeli).

2.2.4.3.1.1.5 *Ma'qud 'Alaih* (Objek Aqad Jual Beli)

Ma'qud 'Alaih ialah objek yang menjadi sasaran akad atau barang yang dijual (*mabi'*) dan harga/uang (*tsaman*).⁵²

2.2.4.3.2 Syarat Jual Beli

Adapun syarat-syarat jual beli menurut jumbuh ulama ialah sebagai berikut.⁵³

2.2.4.3.2.1 Syarat-syarat Orang yang Berakad

2.2.4.3.2.1.1 Berakal, ialah seseorang yang telah baligh maka sah melakukan akad jual beli.

2.2.4.3.2.1.2 Yang melakukan akad adalah orang yang berbeda ialah seseorang tidak dapat bertindak sebagai pembeli dan penjual.

2.2.4.3.2.2 Syarat-syarat yang Terkait dengan *Ijab Qabul*

2.2.4.3.2.2.1 Orang yang mengucapkan telah baligh dan berakal.

2.2.4.3.2.2.2 *Qabul* sesuai dengan *ijab*.

2.2.4.3.2.2.3 *Ijab* dan *qabul* dilakukan dalam satu majelis, ialah kedua belah pihak yang melakukan akad hadir dan membicarakan topik yang sama.

2.2.4.3.2.3 Syarat-syarat Barang yang Diperjualbelikan (*Ma'qud 'Alaih*)

2.2.4.3.2.3.1 Barang itu ada, atau tidak ada di tempat, tetapi pihak penjual menyatakan kesanggupannya untuk mengadakan barang tersebut.

2.2.4.3.2.3.2 Dapat dimanfaatkan dan bermanfaat bagi manusia, oleh karena itu bangkai, khamar, dan darah tidak sah menjadi objek jual beli.

2.2.4.3.2.3.3 Milik seseorang, barang yang sifatnya belum dimiliki seseorang tidak boleh diperjualbelikan.

⁵²Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat* (Cet. I; Jakarta: Amzah, 2010), h. 180-186.

⁵³Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah* (Cet. II; Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007), h. 115.

2.2.4.3.2.3.4 Boleh diserahkan saat akad berlangsung atau pada waktu yang disepakati bersama ketika transaksi berlangsung.

2.2.4.3.2.4 Syarat-syarat Nilai Tukar (Harga Barang)

2.2.4.3.2.4.1 Harga yang disepakati kedua belah pihak harus jelas jumlahnya.

2.2.4.3.2.4.2 Boleh diserahkan pada waktu akad, sekalipun pembayarannya melalui cek dan kartu kredit.

2.2.4.3.2.4.3 Jual beli yang dilakukan dengan saling bertukar barang (*al-muqayadhah*) harus dengan barang yang tidak diharamkan oleh *syara'*.

2.2.4.3 Macam-macam Jual Beli

Ada tiga macam jual beli :

2.2.4.4.1 Menjual barang yang dapat dilihat, hukumnya boleh jika barang yang dijual suci, bermanfaat dan memenuhi rukun jual beli.

2.2.4.4.2 Menjual sesuatu yang ditentukan sifatnya dan diserahkan kemudian, ini adalah salam (pembayarannya lebih didahulukan diawal jual beli), hukumnya boleh.

2.2.4.4.3 Menjual barang yang tidak ada dan tidak dapat dilihat oleh penjual dan pembeli atau salah satu dari mereka, atau barangnya ada tetapi tidak diperlihatkan. Maka jual beli itu tidak boleh karna penjualan yang tersembunyi itu dilarang. Penjualan gharar adalah penjualan yang tidak diketahui.⁵⁴

2.2.5 Pengertian online

⁵⁴Sohari Sahrani, *Fiqh Muamalah*, (Cet. I; Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), h. 71.

Kata Online (On-Line) terdiri dari dua kata, yaitu On yang berarti hidup atau di dalam, dan Line yang berarti saluran atau jaringan. Secara bahasa online bisa diartikan “di dalam jaringan” atau dalam koneksi, lawan katanya adalah offline yang berarti “di luar jaringan” atau keadaan tidak sedang dalam koneksi.

Online bisa diartikan sebagai keadaan dimana sedang menggunakan jaringan, satu perangkat dengan perangkat lainnya saling terhubung sehingga dapat saling berkomunikasi. Jaringan dalam hal ini adalah bisa jaringan internet maupun jaringan telepon. Sedangkan perangkat yang bisa digunakan seperti komputer, handphone, tablet dan lain-lain.⁵⁵

2.2.5.1 Pengertian jual beli online

Dari penjelasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa jual beli online adalah suatu kegiatan jual beli yaitu penawaran barang oleh penjual dan permintaan barang oleh pembeli yang dilakukan melalui suatu jaringan yang terkoneksi dengan menggunakan suatu perangkat seperti komputer, handphone, dan lain-lain.

Dalam transaksi jual beli online, penjual dan pembeli membutuhkan pihak ke tiga untuk melakukan penyerahan barang yang dilakukan oleh pedagang dan penyerahan uang yang dilakukan oleh pembeli.⁵⁶

⁵⁵<http://www.onlinebajucouple.com/pengertian-jual-beli-online/> (diakses pada tanggal 10 juni 2016).

⁵⁶ <http://www.onlinebajucouple.com/pengertian-jual-beli-online/> (diakses pada tanggal 10 juni 2016)

2.2 Tinjauan Konseptual

2.3.1 Teori analisis

2.3.1.1 Analisis adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa (karangan, perbuatan, dan sebagainya) untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya (sebab musabab, duduk perkaranya dan sebagainya).⁵⁷

2.3.2 Etika Bisnis Islam ialah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas yang sesuai dengan syariat Islam.⁵⁸

Adapun prinsip-prinsip etika bisnis islam yaitu:

2.3.2.1 Kesatuan (*Unity*)

2.3.2.2 Keseimbangan (*Equilibrium*)

2.3.2.3 Kehendak Bebas (*Free Will*)

2.3.2.4 Tanggung Jawab (*Responsibility*)

2.3.2.5 Kebenaran

2.3.3 Sistem pemasaran adalah suatu pola hubungan dari pelaku-pelaku kegiatan pemasaran (lembaga-lembaga yang melakukan tugas pemasar barang, jasa, ide, orang dan faktor-faktor lingkungan) yang saling memberikan pengaruh, dan membentuk serta mempengaruhi hubungan perusahaan dan pasarnya, yang memiliki suatu tujuan transaksional.

2.3.4 Jual beli online adalah suatu kegiatan jual beli yaitu penawaran barang oleh penjual dan permintaan barang oleh pembeli yang dilakukan melalui suatu jaringan yang

⁵⁷Hoetomo, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Mitra Pelajar, 2005), h. 39.

⁵⁸Faisal Badroen., et al., eds., *Etika Bisnis Dalam Islam*. h. 15

terkoneksi dengan menggunakan suatu perangkat seperti komputer, handphone, dan lain-lain.⁵⁹

Berdasarkan beberapa pengertian tersebut, maka yang dimaksud dengan analisis etika bisnis islam terhadap sistem pemasaran jual beli *online* yang di lihat dari etika dalam kegiatan produksi dan etika dalam kegiatan pemasaran dan dilihat pula dari etika bisnis islam yang terdiri dari Kesatuan (*Unity*), Keseimbangan (*Equilibrium*), Kehendak Bebas (*Free Will*), Tanggung Jawab (*Responsibility*), Kebenaran terhadap sistem pemasaran jual beli *online* di Kota Parepare adalah menganalisis etika bisnis islam terhadap sistem pemasaran yang dilakukan oleh pedagang onlineshop dalam memasarkan produk-produk yang di pasarkannya sesuai dengan prinsip etika bisnis islam.

2.4 Kerangka Pikir

Berdasarkan dari kesimpulan di atas maka kerangka pikir yang digunakan peneliti dalam pembahasan masalah dalam proposal ini dapat di gambarkan sebagai berikut:

Etika Bisnis Islam ialah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas yang sesuai dengan syariat Islam.

Adapun Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam yaitu:

2.4.1 Kesatuan (*Unity*)

2.4.2 Keseimbangan (*Equilibrium*)

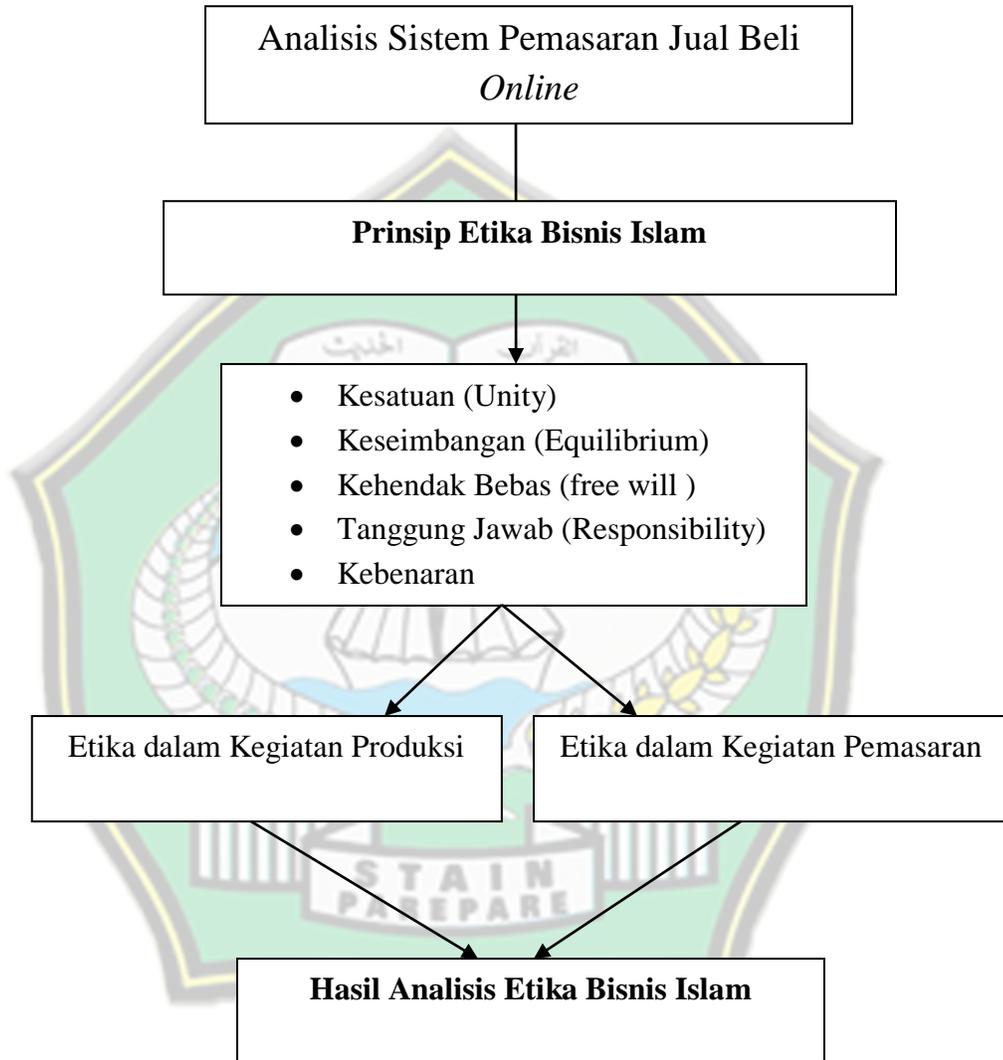
2.4.3 Kehendak Bebas (*Free Will*)

⁵⁹<http://www.onlinebajucouple.com/pengertian-jual-beli-online/> (diakses pada tanggal 10 juni 2016).

2.4.4 Tanggung Jawab (*Responsibility*)

2.4.5 Kebenaran

2.5 Bagan kerangka pikir



BAB III

METODE PENELITIAN

Metode-metode penelitian yang digunakan dalam pembahasan ini meliputi beberapa hal yaitu jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, fokus penelitian, jenis dan sumber data yang digunakan, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.⁶⁰ Untuk lebih mengetahui metode penelitian dari penelitian ini, maka diuraikan sebagai berikut

3.1 Jenis Penelitian

Dengan merujuk pada permasalahan yang dikaji, maka penelitian ini termasuk dalam katagori penelitian lapangan (*field research*), yakni meneliti peristiwa-peristiwa yang ada dilapangan sebagaimana adanya. Berdasarkan masalahnya, penelitian ini digolongkan sebagai penelitian deskriptif kualitatif, artinya penelitian ini berupaya mendeskripsikan, mencatat, menganalisis dan menginterpretasikan apa yang diteliti, melalui observasi, wawancara dan mempelajari dokumentasi.⁶¹ Penelitian deskriptif kualitatif ini memberikan gambaran sistematis, cermat, dan akurat mengenai etika berbisnis jual beli *online* jika ditinjau berdasarkan etika bisnis dan prinsip etika bisnis Islam.

Penelitian deskriptif tidak dimaksudkan untuk mengujin hipotesis tertentu, tetapi hanya untuk menggambarkan apa adanya tentang suatu variabel, gejala atau keadaan.⁶²

⁶⁰Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah(Makalah dan Skripsi)*, Edisi Revisi (Parepare; STAIN Parepare, 2013), h. 34.

⁶¹Mardalis, *Metode Penelitian: Suatu Pendekatan Proposal* (Cet, 7; Jakarta:Bumi Aksara, 2004), h.26.

⁶²Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* (Cet,4; Jakarta:PT.Rineka Cipta, 2000),

Dalam penelitian deskriptif, penulis tidak melakukan manipulasi atau memberikan perlakuan-perlakuan tertentu terhadap variabel atau merancang sesuatu yang diharapkan terjadi pada variabel, tetapi semua kegiatan, keadaan, kejadian, aspek komponen atau variabel berjalan sebagaimana mestinya. Penelitian ini berkenaan dengan suatu keadaan atau kejadian-kejadian yang berjalan. Berdasarkan pandangan tersebut di atas, maka penulis menetapkan bahwa bahwa jenis penelitian inilah yang akan digunakan agar mendapatkan gambaran yang apa adanya pada lokasi penelitian untuk menguraikan keadaan sesungguhnya dengan kualitas hubungan yang relevan karena Sukmadinata pun mempertegas bahwa deskriptif kualitatif lebih memperhatikan karakteristik, kualitas, keterkaitan antara kegiatan.⁶³

Dengan demikian maka hasil penelitian berupa penggambaran secara deskriptif suatu objek dalam kontes waktu dan situasi tertentu, yaitu bagaimana pandangan etika bisnis islam pada tata cara pemasaran jual beli online.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.2.1 Lokasi

Lokasi penelitian dalam penelitian ini bertempat di kota parepare

3.2.2 Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan waktu yang dilakukan kurang lebih dua bulan lamanya.

h. 309

⁶²Mardalis, *Metode Penelitian: Suatu Pendekatan Proposal* (Cet, 7; Jakarta:Bumi Aksara, 2004), h.26.

⁶²Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* (Cet,4; Jakarta:PT.Rineka Cipta, 2000) h. 310.

⁶³Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, h. 310.

3.3 Fokus penelitian

Penelitian yang dilakukan penulis akan berfokus pada analisis etika bisnis islam terhadap sistem pemasaran jual beli online, dimana studi ini membahas tentang bisnis yang dilakukan berdasarkan tinjauan etika bisnis dan prinsip etika bisnis Islam.

3.4 Jenis dan Sumber Data yang digunakan

Sumber data adalah semua keterangan yang diperoleh dari responden maupun yang berasal dari dokumen-dokumen baik dalam bentuk statistik atau dalam bentuk lainnya guna keperluan penelitian tersebut.⁶⁴ Dalam penelitian ada dua sumber data yang digunakan yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

3.4.1 Data Primer

Data primer merupakan jenis data yang diperoleh secara langsung dari pihak responden dan informasi melalui wawancara serta observasi secara langsung di lapangan. Responden adalah orang yang dikategorikan sebagai sampel dalam penelitian yang merespon pertanyaan-pertanyaan peneliti.⁶⁵ Data primer ialah data yang diperoleh langsung dengan melakukan observasi jual beli *online*.

3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data penelitian yang dapat diperoleh secara tidak langsung atau melalui perantara. Atau dalam hal ini data sekunder yang dimaksud adalah dokumentasi-dokumentasi yang diharapkan dapat memberi informasi pelengkap dalam penelitian. Data sekunder yang dapat diperoleh antara lain berasal dari :

⁶⁴Joko Subagyo, *Metode Penelitian (Dalam teori praktek)* (Jakarta, Rineka Cipta, 2006), h.87.

⁶⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D* (Bandung: CV. Alfabet, 2008), h. 34.

3.4.2.1 Buku-buku yang terkait tentang jual beli dan ekonomi Syari'ah.

3.4.2.2 Buku-buku tentang etika bisnis dan etika bisnis islam.

3.4.2.3 Kepustakaan, internet, serta artikel yang terkait dengan penelitian ini.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Adapun tehnik yang digunakan dalam mengumpulkan data dalam penyusunan skripsi ini antara lain :

3.5.1 Observasi

Observasi merupakan pengamatan yang dilakukan secara sengaja, sistematis mengenai kondisi yang terjadi di lokasi penelitian. Dalam penelitian ini penulis menggunakan observasi non partisipasi yaitu penulis yang tidak terlibat dan hanya sebagai pengamat independen.⁶⁶ Dalam observasi ini yaitu metode pengumpulan data dengan cara mengamati serta mencatat semua fenomena yang terjadi. Pengamatan akan fenomena itu dikhususkan kepada masalah tentang bagaimana analisis etika bisnis islam terhadap sistem pemasaran pada situs jual beli online.

3.5.2 Wawancara

Berkaitan dengan penelitian ini, penulis melakukan pengumpulan informasi atau data dari subjek penelitian mengenai suatu masalah khusus dengan teknik bertanya bebas tetapi didasarkan atas suatu pedoman yang tujuannya adalah untuk memperoleh informasi khusus yang mendalam. Hasil dari wawancara ini akan dituliskan dalam bentuk interview transcript yang selanjutnya menjadi bahan atau data untuk dianalisis.

⁶⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*, h. 204.

Wawancara adalah metode pengumpulan data yang telah mapan dan memiliki beberapa sifat yang unik. Salah satu aspek wawancara yang terpenting ialah sifatnya yang luwes. Hubungan baik dengan orang yang diwawancarai dapat menciptakan keberhasilan wawancara, sehingga memungkinkan diperoleh informasi yang benar.⁶⁷ Dengan demikian wawancara menjadi salah satu teknik pengumpulan data yang digunakan agar dapat mengumpulkan sebanyak mungkin data yang diperlukan serta dengan tingkat kebenaran yang tetap pula.

Wawancara adalah cara pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan informasi-informasi lisan melalui tatap muka, berbincang-bincang dengan orang yang dapat memberikan informasi terhadap permasalahan yang diteliti. Dalam penelitian yang akan dilakukan, data utama sejatinya didapatkan dengan wawancara yang dilakukan bersama sumber data, mengingat urgensi tersebut maka menjadi perhatian utama agar data yang didapatkan betul-betul merefresentasikan data yang dibutuhkan, tidak banyak membuat waktu, kesempatan atau juga pertanyaan-pertanyaan yang tidak bersinggungan dengan substansi fokus penelitian. Wawancara (*interview*) yaitu mendapatkan keterangan dengan cara bertemu langsung dan melakukan tanya jawab antara penanya dengan responden (pedagang dan konsumen) guna mendapatkan keterangan-keterangan yang berguna untuk tujuan penelitian.

⁶⁷Sasmoko, *Metode Penelitian* (Jakarta:UKI Pres, 2004), h. 78.

3.5.3 Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data berupa dokumen penting yang di perlukan untuk penelitian, seperti catatan, data arsip, serta catatan lain yang berkaitan dengan objek penelitian di lapangan.⁶⁸

3.6 Teknik Analisis data

Pekerjaan analisis data merupakan usaha untuk memberikan interpretasi terhadap data yang telah diperoleh dan disusun untuk mendapatkan kesimpulan yang valid. Dalam pengelolaan ini penulis menempuh beberapa cara yang dapat digunakan dalam menganalisa data yang telah diperoleh.

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif, maka analisis data yang diterapkan adalah kualitatif. Analisis tersebut menggunakan analisis data model Miles dan Huberman.⁶⁹ Pengumpulan data adalah kegiatan menguraikan atau menghimpun seluruh data yang telah didapatkan dari lapangan baik berupa hasil observasi, wawancara serta data-data yang berbentuk dokumen tertentu tanpa terkecuali. Penyajian data, upaya menyajikan data untuk melihat gambaran keseluruhan atau bagian tertentu dari penelitian ini. Reduksi data adalah proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Kesimpulan dan verifikasi, yaitu upaya untuk mencari makna terhadap data yang dikumpulkan, dengan mencari pola, hubungan, persamaan dari hal-hal yang sering timbul.

Untuk lebih jelasnya uraian dalam proses analisis data kualitatif ini, maka perlu ditekankan beberapa tahapan dan langkah-langkah sebagai berikut:

⁶⁸Masyhuri dan Zainuddin, *Metode Penelitian (Pendekatan Praktis dan Apikatif)*, h. 30.

⁶⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*, h.247.

3.6.1 Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan langkah awal adalah awal dalam penelitian. Data yang dikumpulkan adalah data yang terkait dengan penelitian untuk menjawab permasalahan-permasalahan yang diajukan dalam rumusan masalah.

3.6.2 Reduksi Data

Miles dan Huberman dalam sugiyono mengatakakan bahwa reduksi data diartikan sebagai preses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyerderhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Mereduksi data bisa berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari teman dan polanya.⁷⁰ Adapun tahapan-tahapan dalam reduksi data meliputi: membuat ringkasan, mengkode, menelusuri tema dan menyusun laporan secara lengkap dan terinci.

Tahapan reduksi dilakukan untuk menelaah secara keseluruhan data yang dihimpun dari lapangan, yaitu mengenai Etika Bisnis Islam terhadap Sistem Pemasaran Jual Beli *Online*, sehingga dapat ditemukan hal-hal dari objek yang diteliti tersebut. Kegiatan yang dilakukan dalam reduksi data ini antara lain:

3.6.2.1 Mengumpulkan data dan informasi baik dari dokumen, catatan hasil wawancara dan hasil observasi.

3.6.2.2 Serta mencari hal-hal yang dianggap penting dari setiap aspek temuan penelitian.

⁷⁰Sugiono, *Metode Penelitian kualitatif kuantitatif dan R&D*, h .92.

3.6.3 Penyajian Data

Miles dan Huberman dalam Suprayogo dan Tobroni mengatakan bahwa yang dimaksud dengan penyajian data adalah menyajikan sekumpulan informasi yang tersusun dan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.⁷¹ Penyajian data dalam hal ini adalah penyampaian informasi berdasarkan data yang diperoleh. Kegiatan pada tahap ini antara lain:

3.6.3.1 Membuat rangkuman secara deskriptif dan sistematis, sehingga tema sentral dapat diketahui dengan mudah.

3.6.3.2 Memberikan makna setiap rangkuman tersebut dengan memperhatikan kesesuaian dengan fokus penelitian. Namun setelah dilakukan dan dianggap belum memadai maka dilakukan penelitian kembali ke lapangan untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan dan sesuai dengan alur penelitian.

3.6.4 Penarikan Kesimpulan atau *Verifikasi*

Miles dan Huberman dalam Rasyid mengumpulkan bahwa verifikasi data dan penarikan kesimpulan adalah upaya untuk mengartikan data yang ditampilkan dengan melibatkan pemahaman penulis.⁷² Kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat penelitian kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan merupakan kesimpulan yang kredibel.⁷³

Pada tahap ini dilakukan pengkajian tentang kesimpulan yang telah diambil dengan data pembandingan teori tertentu, melakukan proses *membercheck* atau

⁷¹Iman Suprayogo dan Tobroni, *Metode Penelitian Sosial Agama*, h.194.

⁷²Harun Rasyid, *Metode Penelitian kualitatif Bidang Ilmu Sosial Agama*, h.71.

⁷³Sugiono, *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*, h.99.

melakukan proses pengecekan ulang, mulai dari pelaksanaan pra survey (orientasi), wawancara, observasi dan dokumen, dan membuat kesimpulan umum untuk di laporkan sebagai hasil dari penelitian yang telah di lakukan oleh peneliti.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

4.1.1 Sejarah Kota Parepare

Di awal perkembangannya, perbukitan yang sekarang ini disebut Kota Parepare, dahulunya adalah merupakan semak-semak belukar yang diselang-selingi oleh lubang-lubang tanah yang agak miring sebagai tempat yang pada keseluruhannya tumbuh secara liar tidak teratur, mulai dari utara (Cappa Ujung) hingga ke jurusan selatan kota. Kemudian dengan melalui proses perkembangan sejarah sedemikian rupa dataran itu dinamakan Kota Parepare.

Lontara Kerajaan Suppa menyebutkan, sekitar abad XIV seorang anak Raja Suppa meninggalkan Istana dan pergi ke selatan mendirikan wilayah tersendiri pada tepian pantai karena memiliki hobi memancing. Wilayah itu kemudian dikenal sebagai kerajaan Soreang, kemudian satu lagi kerajaan berdiri sekitar abad XV yakni Kerajaan Bacukiki.

Kata Parepare ditenggarai sebagian orang berasal dari kisah Raja Gowa, dalam satu kunjungan persahabatan Raja Gowa XI, Manrigau Dg. Bonto Karaeng Tunipallangga (1547-1566) berjalan-jalan dari kerajaan Bacukiki ke Kerajaan Soreang. Sebagai seorang raja yang dikenal sebagai ahli strategi dan pelopor pembangunan, Kerajaan Gowa tertarik dengan pemandangan yang indah pada hamparan ini dan spontan menyebut “Bajiki Ni Pare” artinya “(Pelabuhan di kawasan ini) di buat dengan baik”. Parepare ramai dikunjungi termasuk orang-orang Melayu yang datang berdagang ke kawasan Suppa.

Kata Parepare punya arti tersendiri dalam bahasa Bugis, kata Parepare bermakna " Kain Penghias " yg digunakan diacara semisal pernikahan, hal ini dapat kita lihat dalam buku sastra lontara La Galigo yang disusun oleh Arung Pancana Toa Naskah NBG 188 yang terdiri dari 12 jilid yang jumlah halamannya 2851, kata Parepare terdapat di beberapa tempat di antaranya pada jilid 2 hal [62] baris no. 30 yang berbunyi " pura makkenna linro langkana PAREPARE" (KAIN PENGHIAS depan istana sudah dipasang).

Melihat posisi yang strategis sebagai pelabuhan yang terlindungi oleh tanjung di depannya, serta memang sudah ramai dikunjungi orang-orang, maka Belanda pertama kali merebut tempat ini kemudian menjadikannya kota penting di wilayah bagian tengah Sulawesi Selatan. Di sinilah Belanda bermarkas untuk melebarkan sayapnya dan merambah seluruh dataran timur dan utara Sulawesi Selatan. Hal ini yang berpusat di Parepare untuk wilayah Ajatappareng.

Pada zaman Hindia Belanda, di Kota Parepare, berkedudukan seorang Asisten Residen dan seorang *Controlur* atau *Gezag Hebber* sebagai Pimpinan Pemerintah (Hindia Belanda) dengan status wilayah pemerintah yang dinamakan "Afdeling Parepare" yang meliputi, Onder Afdeling Barru, Onder Afdeling Sidenreng Rappang, Onder Afdeling Enrekang, Onder Afdeling Pinrang dan Onder Afdeling Parepare.

Pada setiap wilayah/Onder Afdeling berkedudukan *Controlur* atau *Gezag Hebber*. Disamping adanya aparat pemerintah Hindia Belanda tersebut, struktur Pemerintahan Hindia Belanda ini dibantu pula oleh aparat pemerintah raja-raja bugis, yaitu Arung Barru di Barru, Addatuang Sidenreng di Sidenreng Rappang, Arung Enrekang di Enrekang, Addatung Sawitto di Pinrang, sedangkan di Parepare berkedudukan Arung Mallusetasi.

Struktur pemerintahan ini, berjalan hingga pecahnya Perang Dunia II yaitu pada saat terhapusnya Pemerintahan Hindia Belanda sekitar tahun 1942. Pada zaman kemerdekaan Indonesia tahun 1945, struktur pemerintahan disesuaikan dengan undang-undang no. 1 tahun 1945 (Komite Nasional Indonesia). Dan selanjutnya Undang-undang Nomor 2 Tahun 1948, di mana struktur pemerintahannya juga mengalami perubahan, yaitu di daerah hanya ada Kepala Daerah atau Kepala Pemerintahan Negeri (KPN) dan tidak ada lagi semacam Asisten Residen atau Ken Karikan.

Pada waktu status Parepare tetap menjadi Afdeling yang wilayahnya tetap meliputi 5 Daerah seperti yang disebutkan sebelumnya. Dengan keluarnya Undang-Undang Nomor 29 tahun 1959 tentang pembentukan dan pembagian Daerah-daerah tingkat II dalam wilayah Provinsi Sulawesi Selatan, maka ke empat Onder Afdeling tersebut menjadi Kabupaten Tingkat II, yaitu masing-masing Kabupaten Tingkat II Barru, Sidenreng Rappang, Enrekang dan Pinrang, sedangkan Parepare sendiri berstatus Kota Praja Tingkat II Parepare. Kemudian pada tahun 1963 istilah Kota Praja diganti menjadi Kotamadya dan setelah keluarnya UU No. 29 Tahun 1959 tentang Pembentukan Daerah Tingkat II di Sulawesi, maka status Kotamadya berganti menjadi “KOTA” sampai sekarang ini. Didasarkan pada tanggal pelantikan dan pengambilan sumpah Wali Kotamadya Pertama H. Andi Mannaungi pada tanggal 17 Februari 1960, maka dengan Surat Keputusan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah No. 3 Tahun 1970 ditetapkan hari kelahiran Kotamadya Parepare tanggal 17 Februari 1960.

Secara administrasi Kota Parepare terbagi menjadi empat kecamatan yaitu kecamatan Bacukiki meliputi empat kelurahan, kecamatan Bacukiki Barat meliputi

enam kelurahan, kecamatan ujung meliputi lima kelurahan, kecamatan Soreang meliputi tujuh kelurahan. Berdasarkan data BPS pada tahun 2016, jumlah penduduk Parepare ada 138.699 jiwa yang terdiri dari etnis Bugis, Makassar, Mandar dan Tionghoa.

Kecamatan	Laki-laki (jiwa)	Perempuan (jiwa)	Jumlah Penduduk (jiwa)
	2016	2016	2016
Bacukiki	8.558	8.791	17.349
Bacukiki Barat	20.775	21.538	42.313
Ujung	16.588	17.418	34.006
Soreang	22.173	22.858	45.031
Parepare	68.094	70.605	138.699

Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2016

Visi dan Misi Kota Parepare 2013-2018

Visi : Terwujudnya Kota Parepare yang Maju, Peduli, Mandiri dan Bermartabat.

Misi :

1. Meningkatkan optimalisasi pelayanan pendidikan dan kesehatan secara berkeadilan, berkualitas dan berkesinambungan.
2. Mendorong percepatan pertumbuhan ekonomi wilaya yang berbasis pada sumber daya lokal, mengembangkan investasi dan peningkatan kesejahteraan masyarakat sesuai dengan prinsip pembangunan berkelanjutan.
3. Mempercepat pemerataan pembangunan infrastruktur wilaya melalui keseimbangan penataan ruang dan adabtibilitas perubahan lingkungan hidup.

4. Memantapkan penegakan supremasi hukum, menyelenggarakan pemerintahan yang bersih dan meningkatkan partisipasi aktif masyarakat.
5. Mengaktualisasikan nilai-nilai agama dan budaya lokal dalam mengembangkan kehidupan bersama yang lebih baik.

4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.2.1 Mekanisme pemasaran terhadap jual beli *online* di kota Parepare

Semakin berkembangnya tren *jual beli online* saat ini, tentunya membawa semakin banyak orang yang ingin mencoba ber- *jual beli online*, entah sebagai penjual barang atau pun sebagai pembeli. Mereka para pelaku *jual beli online* , baik penjual maupun pembeli tentunya menginginkan proses bisnis online nya itu aman dan nyaman. Namun dimana ada peluang, di situ pula pasti ada pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab (tantangan) yang ingin memanfaatkan celah ketidak tahuan para pelaku *jual beli online*. Para pelaku *jual beli online* semakin dituntut untuk mengetahui lebih dalam tentang proses *jual beli online*.

Pemasaran produk yang baik berupa barang ataupun jasa sebaiknya jangan hanya terpaku dengan cara offline saja. Pemasaran online juga bisa menjadi alternatif lain yang berpeluang besar bagi suatu usaha di era digital seperti saat ini. Konsumen juga semakin tertarik untuk menemukan dan mencari produk maupun jasa secara online dengan berbagai kemudahan yang ditawarkan. Adapun alasan mengapa kita ingin berbisnis lewat internet atau yang sering di sebut secara online yaitu karena lalu lintas pengguna internet makin hari makin merebak dan meluas penggunaanya yang itu semua membuka peluang yang lebih besar bagi siapa yang ingin berbisnis di internet. Seperti yang kita ketahui bahwa internet bukan milik kalangan tertentu. Tetapi semua kalangan sudah dengan mudahnya mengakses internet

guna mencari apa yang mereka butuhkan. Hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan oleh salah satu pedagang jual beli online di kota Parepare yang mengatakan bahwa:

Dalam berbisnis jual beli online lebih mudah dan lebih nyaman karena kita tidak usah bertatap muka langsung dengan konsumen atau pembeli dan tidak berpindah tempat dan tidak usah berjalan kaki dalam menjual barang-barang jualan karena kita bisa melakukannya di rumah dengan cara hanya menggunakan handphone ataupun laptop untuk menjual barang dagangannya⁷⁴.

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa dalam melakukan bisnis jual beli online di Kota Parepare itu sangat memudahkan warganya dalam melaksanakan atau melakukan Proses transaksi jual beli secara elektronik atau online dimana warganya itu bisa melakukannya di rumah dengan hanya menggunakan handphone dan laptop dalam memasarkan barang jualan nya itu. Dan diperjelas pula oleh warga yang ada di kec. Soreang yang mengatakan bahwa:

Dalam membeli barang di media sosial sangat memudahkan kita, karena kita tidak usah pergi capek-capek jalan ke pasar dalam membeli barang yang kita inginkan cukup dengan mencari di media sosial atau orang yang menjual online.⁷⁵

Dalam memulai suatu bisnis online lewat internet itu sangat mudah dilakukan jika kita mau. Ada banyak pilihan yang bisa kita lakukan untuk memasarkan produk barang dan jasa yang kita kelola. Kita tinggal menentukan dengan cara yang menurut kita mudah dilakukan. Ada beberapa cara pemasaran bisnis barang dan jasa lewat internet secara online. Hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan oleh salah satu pedagang jual beli online di kota Parepare yang mengatakan bahwa:

Dalam memasarkan barang jualan saya adalah dengan cara mengupload gambar barang yang akan dijual dengan dicantumkan nomor yang dapat dihubungi, kemudian menunggu konsumen yang akan membeli barang tersebut setelah konsumen terhubung terjadi proses jual beli dan kesepakatan untuk bertemu secara langsung sambil melihat barang tersebut.⁷⁶

⁷⁴ Isbar, Warga setempat selaku penjual online di kota parepare, wawancara oleh penulis di Parepare, 29 Juli 2017.

⁷⁵ Hasni, warga setempat selaku pembeli online di kota parepare, wawancara oleh penulis di Parepare, 29 Juli 2017.

⁷⁶ Megawati, Warga setempat selaku penjual online di Kota Parepare, wawancara oleh penulis di Parepare, 30 Juli 2017.

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa pedagang jual beli online melakukan bisnisnya yaitu jualan di media sosial dengan menampilkan barangnya atau mengupload jualanannya di beberapa media sosial seperti Facebook, BBM, IG, dan lain-lainnya. Di sini para website sudah mencantumkan beberapa spesifikasi yang bisa di lihat untuk melakukan pemesanan diantaranya tentang harga, model barang yang akan dibeli, ukurannya, kota tujuan, alamat, dan sebagainya dalam website ini sudah tertera jelas. Dimana antara penjual dengan pembeli biasanya bertemu secara langsung, namun dapat juga hanya melalui media internet, sehingga orang yang saling berjauhan atau berada pada lokasi yang berbeda tetap dapat melakukan transaksi jual beli tanpa harus bersusah payah untuk saling bertemu secara langsung, dan juga dapat menghemat waktu serta biaya bagi pihak penjual maupun pembeli. Hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan atau perjelas oleh salah satu konsumen/pembeli jual beli online di kota Parepare yang mengatakan bahwa :

Pertama saya mengunjungi website jual beli online kemudian memesan barang dengan cara mengirim sms kenomor yang tertera diweb, dan melakukan transfer dan selanjutnya dikirim sesuai dengan alamat yang telah saya berikan.⁷⁷

Proses transaksi jual beli secara elektronik tidak jauh berbeda dengan proses transaksi jual beli biasa di dunia nyata. Prosedur transaksi jual beli elektronik atau jual beli online ini dilakukan dalam beberapa tahap, yaitu sebagai berikut:

Tahap pertama, penawaran yang dilakukan oleh penjual atau pelaku usaha melalui website pada internet. Penjual atau pelaku usaha menyediakan situs yang berisi katalog produk dan pelayanan yang di berikan. Masyarakat yang memasuki website pelaku usaha (penjual) tersebut dapat melihat-lihat barang yang ditawarkan oleh penjual. Penawaran dalam sebuah website biasanya menampilkan barang yang ditawarkan, harga, penilaian atau

⁷⁷ Anggriani, warga setempat selaku pembeli online di Kota Parepare, wawancara oleh penulis di parepare, 30 Juli 2017.

pemilihan otomatis tentang barang yang diisi oleh pembeli sebelumnya, perincian barang termaksud dan menu produk lain yang berhubungan. Penawaran melalui internet terjadi apabila pihak lain yang menggunakan media internet memasuki situs milik penjual atau pelaku usaha yang melakukan penawaran. Hal ini sesuai dengan apa yang dituturkan oleh seorang pelaku usaha (penjual) yang mengatakan bahwa:

Saya melakukan promosi di sosmed, kemudian konsumen memasuki salah satu sosmed saya yang didalamnya ada jualan saya untuk membeli barang seperti celana, dan baju dimana pembeli melakukan penawaran melalui berbagai macam sosmed (sosial media) yang saya tempati berjualan.⁷⁸

Tahap selanjutnya ialah pembeli menentukan produk atau barang-barang yang ingin dibelinya melalui online katalognya. Setiap orang yang berniat untuk membeli produk yang ditawarkan itu dapat membuat kesepakatan dengan penjual atau pelaku usaha yang menawarkan produk tersebut. Pada transaksi jual beli online, khususnya melalui website, biasanya calon pembeli akan memilih produk tertentu yang ditawarkan oleh penjual atau pelaku usaha, dan jika calon pembeli atau konsumen itu tertarik untuk membeli salah satu/beberapa produk yang ditawarkan, maka produk itu akan disimpan terlebih dahulu sampai calon pembeli atau konsumen merasa yakin terhadap pilihannya. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan oleh konsumen (pembeli) yang mengatakan bahwa :

Awalnya saya mencari barang di situs jual beli online, setelah barang dapat dipastikan bagus atau sesuai dengan yang di inginkan kemudian saya memesannya kepada penjual atau pelaku usaha terhadap barang yang saya inginkan itu.⁷⁹

Tahap terakhir yaitu pengiriman barang. Pengiriman merupakan suatu proses yang dilakukan setelah pembayaran atas barang yang ditawarkan oleh penjual kepada pembeli. Pembeli selanjutnya menunggu barang dikirimkan secara fisik ke lokasi pembeli atau pembeli/konsumen dapat melakukan download terhadap produk-produk digital. Jika hasil

⁷⁸ Harliani, warga setempat selaku penjual online di Kota Parepare, wawancara oleh penulis di Parepare, 1 Agustus 2017.

⁷⁹ Suarni, warga setempat selaku pembeli online di Kota Parepare, wawancara oleh penulis di Parepare, 1 Agustus 2017.

dari pengecekkannya ternyata gagal, maka pesan kegagalan tersebut akan diberitahukan melalui situs yang sama. Berbagai cara bisa dilakukan oleh pemilik usaha atau penjual maupun bank untuk membuktikan kepada pembeli atau konsumen bahwa proses pembayaran telah dilakukan dengan baik. Pada kenyataannya, barang yang dikirim oleh penjual kepada pembeli itu dikenakan biaya pengiriman sebagaimana telah diperjanjikan antara penjual dan pembeli. Hal ini sesuai dengan apa yang di katakan oleh pedagang online yang mengatakan bahwa:

Saya mengirim barang ke konsumen ketika ia sudah sepakat atau setuju dengan barang yang sesuai dengan yang diinginkannya dan pembayarannya pun sudah selesai, maka barang dikirim sesuai dengan alamat yang diberikan oleh konsumen.⁸⁰

Para pelaku jual beli online semakin dituntut untuk mengetahui lebih dalam tentang proses, resiko serta keamanan dari sebuah transaksi *online*. Oleh karena itu bagi para pelaku jual beli online dan terlebih bagi anda yang masih awam tentang transaksi dunia maya, nampaknya lebih berhati dalam melakukan transaksi.

Berikut ini macam-macam transaksi *jual beli online* yang sering di gunakan oleh penjual maupun pembeli

a) Transfer Antar Bank

Transaksi dengan cara transfer antara bank merupakan jenis transaksi yang paling umum dan populer digunakan oleh para penjual online. Selain cukup simple, jenis ini juga memudahkan proses konfirmasi karena dana bisa dengan cepat di cek oleh penerima dana /penjual. Proses nya adalah pertama pembeli mengirim dana yang telah disepakati lalu setelah dana masuk, maka penjual akan mengirimkan barang transaksi yang dijanjikan.

⁸⁰ Megawati, Warga setempat selaku penjual online di Kota Parepare, wawancara oleh penulis di Parepare, 3 Agustus 2017.

Kekurangan transaksi antar bank adalah diperlukannya kepercayaan yang tinggi dari para pembeli sebelum memutuskan mengirim dana. Disini tidak jarang terjadi penipuan, setelah dana terkirim ternyata barang tak kunjung diterima.

Kredibilitas atau nama baik penjual dapat menjadi tolak ukur bagi para pembeli. Salah satu tipsnya adalah penjual yang kredibel biasanya telah mempunyai kerjasama dengan bank yang digunakan untuk proses transaksi. Dengan begitu keamanan dana kita bisa lebih terjamin.

Untuk para pembeli bila ragu dengan kredibilitas si penjual, maka sebaiknya kita mencari informasi mengenai orang tersebut di internet sebelum mentransfer uang. Kita bisa menemukan informasi tentang bisnis tersebut, nomor rekening nya, nomor telpon, ulasan pembeli sebelumnya, dan lain-lain, dengan cara mengetikkan beberapa baris kata di mesin pencari google. Bila orang tersebut pernah tersangkut masalah penipuan atau transaksi tidak lancar maka sebaiknya anda urungkan niat untuk men-transfer.

b) *COD(Cash On Delivery)*

Pada sistem *COD* sebenarnya masih menganut cara lama yaitu dengan bertemu antara penjual dan pembeli. Biasanya sistem transaksi ini dilakukan dalam jual beli antar orang ke orang dan pada umumnya *COD* digunakan untuk barang second karena pembeli harus memeriksa dengan baik keadaan barang tersebut.

Keuntungan dari sistem ini adalah antara penjual dan pembeli lebih bisa leluasa dalam proses transaksi. Pembeli bisa melihat dengan detil barang yang akan dibeli, dan juga memungkinkan tawar menawar. Jenis transaksi ini dipopulerkan oleh website jual beli seperti *Tokobagus, Berniaga, Tokopedia, Bukalapak, Olx* dan banyak website jual beli lainnya.

Kekurangan dari sistem ini adalah keamanan baik penjual maupun pembeli. Karena mungkin saja pihak yang akan kita temui adalah orang yang memiliki niat jahat kepada kita. Oleh karena itu tips yang bisa dilakukan adalah dengan menentukan tempat transaksi yang aman bisa di tempat keramaian atau pergi bersama orang yang bisa menjaga kita.

c) Rekening Bersama(*Rekber*)

Jenis transaksi jual beli online ini adalah dengan menggunakan rekening bersama atau yang biasa disebut dengan istilah *escow*. Cara pembayaran ini sedikit berbeda dengan proses pembayaran transfer melalui bank. Jika dalam transfer bank, pihak ketiganya adalah bank, sedangkan dengan sistem *Rekber* yang menjadi pihak ketiga adalah lembaga pembayaran yang telah dipercaya baik oleh penjual maupun pembeli.

Dalam hal ini peran lembaga pembayaran sangatlah penting. Prosesnya yaitu pertama pembeli mentransfer dana ke pihak lembaga *Rekber*. Setelah dana dikonfirmasi masuk, lalu pihak *Rekber* meminta penjual mengirim barang sudah sampai baru ada tersebut diberikan pada sang penjual.

Dengan sistem ini dana yang diberikan oleh pembeli bisa lebih terjamin keamanannya. Karena dananya hanya akan dilepas jika barang benar-benar sudah di tangan. Jika terjadi masalah pun, dana bisa di tarik oleh sang pembeli. Dan sistem *Rekber* pun kian diminati karena di anggap lebih aman.

d) Barter

Transaksi ini jauh berbeda dari transaksi sebelumnya. Mungkin pada saat anda mendengar kata '*barter*' maka yang terlintas dibenak anda adalah jenis transaksi

jaman dulu dan tradisional. Tapi sistem barter pun sekarang masih berlaku hingga saat ini, biasanya yang menggunakan sistem barter ini adalah mereka yang melakukan jual beli barang bekas (second). Transaksi ini dilakukan dengan tukar-menukar barang yang di anggap memiliki nilai jual yang setara.

Namun yang lebih sering digunakan oleh masyarakat di Kota Parepare ada 2 yaitu COD(*Cash On Delivery*) dan Transfer Antar Bank. COD(*Cash On Delivery*) seperti yang telah dipaparkan tadi bahwa pada sistem COD yaitu suatu sistem jual beli dimana barang akan dibayar pada saat barang tersebut diantarkan dengan begitu Pembeli bisa melihat dengan detail barang yang akan dibeli, dan juga memungkinkan tawar menawar, karena uang akan dibayarkan pada saat barang ada di tangan jadi para pengguna jasa jual beli online yang menggunakan sistem ini mereka tidak lagi khawatir dengan penipuan.

Itulah alasan mengapa kebanyakan orang lebih memilih menggunakan sistem COD ini. Sistem COD ini tidak hanya terbatas pada barang bekas namun ini juga berlaku pada barang baru.

Kemudian yang kedua yaitu sistem *barter*, meskipun sistem barter ini sudah sangat ketinggalan zaman namun masih banyak mereka para pelaku jual beli online menggunakan sistem barter ini terutama pada jual beli barang bekas karena di anggap masih memberikan keuntungan bagi penjual maupun pembeli karena mereka bertukar barang yang mereka butuhkan, keuntungan menggunakan sistem barter ini yaitu penjual dan pembeli bisa saling bertemu dan melihat langsung barang yang menjadi objek transaksi dan mereka bisa saling tawar menawar sehingga transaksi ini bisa dikatakan jauh dari penipuan.

4.2.2 Etika Bisnis Islam terhadap Mekanisme pemasaran terhadap jual beli *online* di kota Parepare

Manusia harus bekerja bukan hanya untuk meraih sukses di dunia ini namun juga untuk kesuksesan di akhirat. Kitab suci al-quran sama sekali tidak mencela orang-orang yang melakukan aktivitas bisnis. Mencari rezeki dengan cara berbisnis oleh al-quran dinamakan mencari karunia ilahi atau fadhullah, sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. Al-Baqarah/2: 198:

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ

Terjemahnya :

tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezki hasil perniagaan) dari Tuhanmu.

Ayat suci ini diturunkan pada musim haji. Artinya, ketika sedang melakukan ibadah haji sekalipun orang boleh mengadakan transaksi bisnis. Sebelum ayat ini turun, orang-orang Islam yang berprofesi sebagai pedagang, merasa tidak enak hati untuk berbisnis tetapi setelah turunnya ayat tersebut, mereka kembali menyelenggarakan aktivitas bisnisnya.

Etika Bisnis Islam memiliki beberapa prinsip yang harus diterapkan oleh para pedagang dan pelaku bisnis diantaranya prinsip kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, serta kebenaran. Kelima prinsip ini merupakan hal yang sangat penting dalam menjalankan kegiatan bisnis. Kelima prinsip ini harus diterapkan dalam kegiatan perekonomian baik dalam hal produksi, pemasaran/distribusi. Namun dalam hal penerapan prinsip etika bisnis Islam tersebut tetap saja masih ada kendala atau tantangan yang terus dihadapi oleh para pedagang, diantaranya:

4.2.1 prinsip kesatuan (Unity)

Kesatuan ialah merupakan prinsip-prinsip yang terealisasikan dalam konteks tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek dalam kehidupan manusia baik dalam bidang politik, sosial, dan ekonomi yang sesuai dengan anjuran etika bisnis islam. Tapi dalam kenyataannya para pedagang onlineshop terutama di kota parepare dimana para pedagangnya tidak menerapkan prinsip kesatuan ini karena alasan pedagang lain dijadikan sebagai saingan dalam berbisnis atau berjualan seperti yang dijelaskan oleh salah satu pedagang onlineshop yang mengatakan bahwa:

Kebanyakan pedagang online disini tidak bersatu dalam menjual karna kita ini dijadikan sebagai saingan, biasa itu ada pedagang yang mahal sekali barangnya, dan ada juga yang murah-murah.⁸¹

Dalam hal ini sama halnya dengan yang diatas pedagang onlineshop yang lainnya mengatakan bahwa:

Saya lihat semejak saya menjual ada si yang sebagian mau berkerja sama dalam mendagangkan barangnya, tapi kebanyakan pedagang-pedagang seperti kita pasti akan bersaing dalam menjual barang dagangan kita.⁸²
Kalau di bilang kerja sama tidak juga yang pastinya itu kadang pedagang kalau ada mi saingan baru pasti ada mi rasa tidak sukanya sama pedagang lain.⁸³

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa hal ini menyalahi aturan etika bisnis islam yang menganjurkan para pelaku bisnis atau pedagang untuk hidup berdampingan baik dalam bidang politik, sosial, dan ekonomi.

4.2.1.2 Prinsip keseimbangan (Equilibrium)

Keseimbangan disini ialah keadilan dan kesetaraan, dimana persyaratan adil yang paling mendasar didalam perniagaan ialah membentuk mutu kualitas dan ukuran kuantitas pada setiap takaran maupun timbangan. Adapun tantangan yang sering di

⁸¹Harliani, warga setempat selaku penjual online di Kota Parepare, wawancara oleh penulis di Parepare, 1 agustus 2017

⁸²Hasnawiah, warga setempat selaku penjual online di Kota Parepare, wawancara oleh penulis di Parepare, 5 Agustus 2017.

⁸³Risda, warga setempat selaku penjual online di Kota Parepare, wawancara oleh penulis di Parepare, 7 Agustus 2017.

hadapi oleh pedagang ialah melakukan keseimbangan dimana rasa ingin mendapatkan keuntungan yang lebih banyak, sehingga ada beberapa pedagang onlineshop yang mensiasati barang dagangannya agar terlihat menarik dan juga lebih bagus dan dalam etika bisni islam hal ini sangat dilarang. Seperti yang di jelaskan oleh salah satu pedagang onlineshop yang mengatakan bahwa:

Saya dalam mendagangkan barang jualanku itu, dimana masing-masing produk ada ukuran sendiri-sendiri sehingga takaran antara yang satu dengan yang lain sama, dan dalam menetapkan harga disesuaikan dengan harga pasar dan dilihat dari kain dari produk tersebut.⁸⁴

Hal ini di perkuat oleh pembeli onlineshop yang mengatakan bahwa:

Haraga yang dipatok oleh pedagang atau penjual online sama saja dengan harga yang ada di pasar.⁸⁵

Harga di tentukan oleh itu juga sesuai dengan harga pasar dan dan pembeli juga lebih gampang untuk memnuhi kebutuhannya⁸⁶

Berdasarkan pemaparan dari responden dapat diketahui bahwa responden telah menyempurnakan takaran maupun ukuran untuk produknya. Hal ini sesuai dengan etika bisnis islam. Dan dalam menetapkan harga pedagang atau responden sudah sesuai dengan etika bisnis islam, karena manfaat yang dirasakan oleh konsumen sebanding dengan harga yang di bayarkan. Dengan harga yang sudah ditentukan atau harga yang di inginkan oleh konsumen maka akan lebih sering membeli ketika harga suatu barang sesuai dengan yang di inginkan oleh konsumen, tentunya harus di imbangi dengan kualitas dari barang tersebut.

4.2.1.3 Kehendak Bebas (Free will)

⁸⁴ Megawati, Warga setempat selaku penjual online di Kota Parepare, wawancara oleh penulis di Parepare, 30 Juli 2017.

⁸⁵ Anggriani, warga setempat selaku pembeli online di Kota Parepare, wawancara oleh penulis di parepare, 30 Juli 2017.

⁸⁶ Hasni, warga setempat selaku pembeli online di kota parepare, wawancara oleh penulis di Parepare, 29 Juli 2017.

Pada tingkat tertentu manusia di berikan kehendak bebas untuk mengendalikan kehidupannya sendiri manakalah Allah SWT menrunkannya ke bumi. Dengan tanpa mengabaikan kenyataan bahwa ia sepenuhnya dituntun oleh hukum yang diciptakan Allah SWT, ia diberi kemampuan untuk berfikir dan membuat keputusan, memilih jalan hidup diinginkan dan yang paling penting untuk bertindak berdasarkan aturan yang ia pilih.⁸⁷ Perbuatan yang merupakan free will manusia merupakan pilihan kita dan Allah akan meminta pertanggung jawab terhadap perbuatan tersebut (Allah akan menghisap perbuatan manusia).

Kehendak bebas yang dimaksud disini ialah kebebasan untuk membuat suatu perjanjian atau tidak, melaksanakan bentuk aktivitas tertentu serta berkreasi untuk mengembangkan potensi bisnis yang ada. Namun, kebebasan yang dimaksud disini ialah kebebasan dalam hal positif yang sesuai dengan nilai etika bisnis islam yang tidak akan merugikan salah satu pihak didalamnya, yang saat ini terjadi ialah para pedagang berkreasi dengan bebas dan mencari cara-cara tertentu agar barang dagangannya dapat laku terjual walaupun barang tersebut tidak sesuai dengan yang di lihat di media sosial demi mencari keuntungan yang lebih banyak dan mengurangi resiko kerugian. Seperti yang di jelaskan oleh salah satu pedagang onlineshop yang mengatakan bahwa:

Menurut saya pedagang onlineshop bebas dalam memasarkan barangnya dimana barang yang di aploadnya itu tidak sesuai dengan barang aslinya dan itu tidak memuaskan kita selaku pembeli atau konsumen.⁸⁸

Seperti pula yang dikatakan oleh pembeli yang mengatakan bahwa:

Ada pedagang yang bebas mau atau tidak dalam menepati janjinya yang sudah di sepakati antara penjual dan pembeli⁸⁹

⁸⁷ Rafik Issa Beekun, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: pustaka pelajar, 2004), h. 38

⁸⁸ Hasni, warga setempat selaku pembeli online di kota parepare, wawancara oleh penulis di Parepare, 29 Juli 2017.

⁸⁹ Ekayani, warga setempat selaku pembeli online di Kota Parepare, wawancara oleh penulis di Parepare, 3 Agustus 2017.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa hal dalam menepati janji adalah salah satu moral keimanan, jadi setiap pelaku bisnis harus memiliki komitmen yang kuat dalam hal pemenuhan janji, dengan menepati janji seorang konsumen dengan sendirinya akan menaruh kepercayaan kepada penjual dengan tidak akan ragu lagi untuk membuat perjanjian-perjanjian bentuknya, di samping itu konsumen akan merasa puas dan merasa selalu diutamakan.

Dalam hal ini dilakukan pula oleh pedagang tapi mengenai tentang kerja keras yang mengatakan bahwa:

Dalam bekerja menurut saya adalah ibadah yang harus dijalani dengan ikhlas dan jujur dan saya tidak menginginkan waktu saya terbuang dengan sia-sia untuk hal yang tidak berguna. Selain itu, usaha saya memberikan manfaat dan memenuhi kebutuhan orang lain.⁹⁰

Dengan melihat pemaparan dari responden diatas dapat diketahui bahwa pedagang onlineshop khususnya yang di parepare tidak memikirkan apakah barang dagangannya itu sesuai atau tidak yang pasarkan di media sosial dengan yang aslinya dan ini tidak sesuai dengan etika bisnis islam. Dimana dalam bekerja yang disertai dengan niat untuk beribadah akan mengarahkan langka pelaku bisnis menuju kesuksesan dunia dan akhirat, dengan bekerja keras maka perasaan kekurangan akan hilang disamping itu seseorang akan lebih menghargai segala pencapaian yang merupakan karunia dari Allah.

4.2.1.4 Tanggung Jawab (Responsibility)

Setiap pedagang harus bertanggung jawab atas usaha dan pekerjaan dan atau jabatan sebagai pedagang yang telah dipilihnya tersebut. Tanggung jawab disini artinya, mau dan mampu menjaga amanah (kepercayaan)masyarakat yang memang secara otomatis ke beban pundaknya. Namun dalam kenyataannya ada sebagian

⁹⁰ Megawati, Warga setempat selaku penjual online di Kota Parepare, wawancara oleh penulis di Parepare, 30 Juli 2017.

pedagang yang tidak mengakui dan tidak berani bertanggung jawab atas kesalahan yang telah diperbuat dengan alasan mereka akan diketahui banyak orang dimana akibatnya akan dijauhi konsumen. Seperti yang dijelaskan oleh salah satu konsumen bahwa:

Saya pernah membeli barang pedagang online tapi barang yang saya beli itu tidak sesuai dengan yang saya inginkan dan tidak sesuai dengan yang kulihat di media sosial, kemudian ditelpon kembali di kasi tahu mi apa masalahnya dan jawabannya nda bisa mi di kasi kembali.⁹¹

Hal ini diperjelas oleh pedagang online yang mengatakan bahwa :

Kalau saya barang sudah di beli oleh konsumen dan apabila konsumen itu ingin mengembalikan barangnya saya tolak, karena barang sudah di beli tidak bisa dikembalikan lagi.⁹²

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa hal tersebut menyalahi prinsip etika bisnis islam dalam hal pertanggung jawaban, dalam hal tersebut hukumnya tidak bisa dilakukan karena akan merugikan salah satu pihak dalam proses transaksi tersebut. Dengan demikian, kewajiban dan tanggung jawab para pedagang antara lain: menyediakan barang dan jasa kebutuhan masyarakat dengan harga yang wajar, jumlah yang cukup serta kegunaan dan manfaat yang memadai, dan oleh sebab itu, tindakan yang sangat dilarang oleh islam sehubungan dengan adanya tugas, kewajiban dan tanggung jawab dan para pedagang tersebut adalah menimbun barang dagangan.

4.2.1.5 Prinsip kebenaran: kebajikan dan kejujuran

Dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis islam sangat menjaga dan berlaku preventif kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerjasama atau perjanjian dalam bisnis. kebenaran yang di maksud disini

⁹¹ Reski, warga setempat selaku pembeli online di Kota Parepare, wawancara oleh penulis di Parepare, 7 Agustus 2017

⁹² Megawati, Warga setempat selaku penjual online di Kota Parepare, wawancara oleh penulis di Parepare, 30 Juli 2017.

adalah kemurahan hati, motif pelayanan, esadaran akan adanya Allah dan aturan yang menjadi prioritas perilaku yang benar yang meliputi proses akad atau transaksi, proses mencari dan memperoleh komoditas, serta proses usaha pengembangan untuk meraih keuntungan dengan jalan yang baik dan berdasarkan etika bisnis Islam. Dan proses dalam mencari keuntungan tersebut, beberapa pandangan melakukan kecurangan-kecurangan yang sangat dilarang dalam etika bisnis Islam ialah penipuan terhadap konsumen dengan cara barang yang dibeli di online tidak sesuai dengan yang di lihat di media sosial atau onlineshop. sebagaimana yang dikatakan oleh pembeli online yang mengatakan bahwa:

Kalau saya sebagian pedagang onlineshop tidak jujur dalam memasarkan barang dagangannya karena barangnya itu tidak sesuai dengan yang aslinya.⁹³

Dari kelima prinsip-prinsip di atas harus diterapkan dalam kegiatan perekonomian baik dalam hal produksi, pemasaran/distribusi, maupun dalam hal konsumsi.

Etika dalam kegiatan produksi yang dianjurkan dalam Islam yaitu memproduksi barang yang halal baik secara individu maupun dilakukan secara bersama-sama. Dalam hal ini, para pedagang onlineshop di Kota Parepare telah memenuhi etika bisnis Islam dalam hal produksi disebabkan mereka berdagang barang-barang yang halal yang didapatkan atau dibeli langsung dari pedagang lainnya. Di samping itu, hal ini sesuai dengan prinsip kebenaran, di mana dalam mencari dan memperolehnya menggunakan cara yang benar. Sebagaimana yang dikatakan oleh pembeli online yang mengatakan bahwa:

Saya membeli langsung barang-barang online dari penjual atau pelaku usaha yang berbisnis onlineshop.⁹⁴

⁹³Suarni, warga setempat selaku pembeli online di Kota Parepare, wawancara oleh penulis di Parepare, 1 Agustus 2017

Hal ini dikatakan pula oleh pembeli online lainnya yang mengatakan bahwa :

Saya langsung pesan dan beli ketika melihatnya di sosmed (sosial media). Dan barang yang saya beli itu adalah sesuai dengan yang di pesan.⁹⁵

Selain etika dalam hal produksi, para pebisnis atau pedagang juga perlu memperhatikan hal-hal atau etika dalam memasarkan atau menyalurkan barang dagangannya. Pemasaran barang dagangan ini dikategorikan dalam beberapa konteks yaitu konteks produk, harga, distribusi, dan promosi. Dalam konteks produk, barang yang dipasarkan halal dan baik. Dalam hal ini, produk yang dipasarkan oleh para pedagang adalah produk yang baik dan halal karena pada dasarnya barang yang diperdagangkan adalah barang-barang yang dapat memberikan nilai tambah dalam perekonomian terutama dalam menambah pendapatan keluarga ataupun pebisnis itu sendiri.

Etika pemasaran dalam konteks harga juga perlu diperhatikan oleh para pedagang atau pebisnis, agar mereka tidak semena-mena menetapkan harga sesuai dengan keinginan mereka demi mendapatkan keuntungan yang berlipat ganda. Dalam etika bisnis Islam, kita dianjurkan untuk menetapkan harga sesuai dengan kemampuan daya beli masyarakat dengan keuntungan yang layak, dan hendaknya dalam menetapkan harga harus tetap memperhatikan biaya produksi dari barang yang diperdagangkan sehingga tidak mengalami kerugian. Di samping itu, sebaiknya harga yang ditetapkan tersebut mampu menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen atau masyarakat untuk membeli barang yang diperdagangkan. Dalam hal ini, para pedagangjual beli online di Kota Parepare telah menetapkan harga sesuai dengan etika dalam hal menetapkan harga, sebagaimana yang dikataka oleh penjual online:

⁹⁴ Ekayani, warga setempat selaku pembeli online di Kota Parepare, wawancara oleh penulis di Parepare, 3 Agustus 2017.

⁹⁵ Herlina, warga setempat selaku pembeli online di Kota Parepare, wawancara oleh penulis di Parepare, 3 Agustus 2017.

Saya jual sebagaimana biasanya orang menjual terkadang kalau mahal harganya barang, saya jual mahal juga tapi kalau murah lagi harganya, murah juga saya jual. Terlebih lagi banyak saingan, jangan sampai kita jual harga dengan sangat murah tetapi ada pedagang lain khususnya pedagang offline yang menjual dengan harga yang mahal. Jadi tergantung dari kita penjual bagaimana menyiasati agar tetap laku barang, tapi tetap sesuai dengan ketentuan.⁹⁶

Hal ini dikatakan pula oleh penjual online:

Saya beli barang impor dari Cina jadi kalau mahal saya belikan, mahal juga kujualkan. Tetapi, kalau murah saya belikan murah juga saya jualkan.⁹⁷

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa pedagang onlineshop di Kota Parepare tersebut menetapkan harga berdasarkan harga beli yang sudah ditentukan. Ketika harga dari barang-barang tersebut mahal maka pedagang akan menjual barangnya dengan harga mahal pula, begitu pula sebaliknya ketika harga barang dari cina itu murah maka para pedagang akan menjual barang-barang tersebut dengan harga murah pula. Selain itu, penjualan dengan cara menyiasati sendiri harga merupakan prinsip kehendak bebas dalam etika bisnis Islam. Di mana penjual atau pebisnis bebas untuk menentukan sikap akan tetapi tetap sesuai dengan ajaran Islam dan tidak semena-mena. Di samping itu, harga tersebut ditetapkan untuk semua pembeli tanpa membedakan antara yang satu dengan yang lain, dan hal ini sesuai dengan prinsip keseimbangan dalam etika bisnis Islam.

Etika dalam konteks harga tersebut sangat perlu diperhatikan agar senantiasa harga yang diterapkan sesuai dengan kemampuan daya beli masyarakat dan tidak mengambil keuntungan yang terlalu banyak. Selain itu, konteks harga tersebut maka perlu pula diperhatikan etika dalam konteks distribusi dan promosi juga perlu diperhatikan dalam hal pemasaran. Hal yang perlu diperhatikan dalam pendistribusian

⁹⁶ Hasnawiah, warga setempat selaku penjual online di Kota Parepare, wawancara oleh penulis di Parepare, 5 Agustus 2017.

⁹⁷ Isbar, warga setempat selaku pembeli online di Kota Parepare, wawancara oleh penulis di Parepare, 1 Agustus 2017.

dan promosi dagangan yaitu pelayanan yang diberikan kepada masyarakat, informasi mengenai barang yang diperdagangkan dan sumber daya tarik barang terhadap konsumen. Dalam konteks ini, para pedagang jual beli online di Kota Parepare tidak semuanya menerapkan apa yang seharusnya diperhatikan dalam konteks distribusi terutama konteks promosi. Hal ini disebabkan masih terkadang ada masyarakat dalam menawarkan atau memasarkan barang dagangannya menyembunyikan atau menutupi barang dagangannya yang kurang layak dengan barang dagangan yang masih bagus dan layak. Hal ini sebagaimana yang diungkapkan oleh penjual online yang mengatakan bahwa:

Tidak pernahka saya berbuat curang. Terkadang kalau bertanya orang bilang bagus semuakah kita punya barang, saya bilang bagus. Tapi biasa juga ada orang yang nacentumkan di medsos yang bagusnya dan terkadang juga lain dilihat kainnya di iklannya lain juga yang di kirim ke konsumen ada juga peraturan nabuat penjual atau pelaku usaha kalau sudahmi di beli nda bisami dikembalikan.⁹⁸

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa dalam hal penerapan etika bisnis Islam dalam konteks promosi ini belum dapat diterapkan dengan baik. Hal ini disebabkan karena masih ada beberapa pedagang yang tidak transparan terhadap kualitas produknya. Di mana mereka masih terkadang menampilkan kualitas barang yang kurang bagus dengan barang yang masih bagus dan layak untuk dijual. Hal ini bertentangan dengan prinsip kejujuran dan sikap transparan dalam prinsip etika bisnis Islam, dikarenakan dalam ajaran Islam kita diharuskan bersikap jujur dalam setiap transaksi yang dilakukan dan tidak menipu pembeli dengan cara tertentu. Di samping itu, dalam etika bisnis Islam terdapat prinsip tanggung jawab. Di mana setiap perbuatan bisnis yang kita lakukan tidak

⁹⁸ Risda, warga setempat selaku penjual online di Kota Parepare, wawancara oleh penulis di Parepare, 7 Agustus 2017.

boleh atas kehendak sendiri apalagi kehendak tersebut bertentangan dengan ajaran Islam. Hal ini disebabkan karena setiap perbuatan yang kita lakukan akan dimintai pertanggung jawaban, baik di dunia maupun di akhirat. Berdasarkan hal tersebut maka dapat dikatakan bahwa etika dalam kegiatan produksi maupun pemasaran sebagian telah sesuai dengan etika bisnis Islam dan sebagian lagi tidak sesuai dengan etika bisnis Islam.

Berdasarkan pada hasil penelitian tersebut dapat di simpulkan bahwa para pedagang onlineshop di kota parepare memiliki sikap yang berbeda dalam berdagang. Beberapa diantara mereka terdapat pedagang yang mengutamakan kejujuran yang berdasarkan pada sifat kebenaran serta tanggung jawab yang tinggi tanpa adanya unsur penipuan didalamnya dan juga bersikap transparan kepada setiap konsumen. Selain mengutamakan kejujuran dan sikap transparan tersebut, juga harus memberikan pelayanan yang terbaik sesuai dengan aturan bisnis yang di syariatkan oleh Allah SWT., bukan hanya sekedar mencari keuntungan saja dan tidak mengikuti aturan bisnis yang ada, tidak bersifat transparan, serta banyak melakukan penipuan. Maka dari itu, pedagang diharapkan harus lebih memahami mengenai bagaimana berbisnis sesuai dengan etika bisnis islam atau syariat islam sehingga saelain mendapat keuntungan di dunia, mereka juga bisa mendapatkeuntungan diakhirat serta kebekahan dalam usahanya.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan dalam Bab IV, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 5.1.1 Pemasaran produk yang baik berupa barang ataupun jasa sebaiknya jangan hanya terpaku dengan cara offline saja. Pemasaran online juga bisa menjadi alternatif lain yang berpeluang besar bagi suatu usaha di era digital seperti saat ini. Konsumen juga semakin tertarik untuk menemukan dan mencari produk maupun jasa secara online dengan berbagai kemudahan yang ditawarkan. Adapun alasan mengapa kita ingin berbisnis lewat internet atau yang sering di sebut secara online yaitu karena lalu lintas pengguna internet makin hari makin merebak dan meluas penggunaanya yang itu semua membuka peluang yang lebih besar bagi siapa yang ingin berbisnis di internet. Seperti yang kita ketahui bahwa internet bukan milik kalangan tertentu. Tetapi semua kalangan sudah dengan mudahnya mengakses internet guna mencari apa yang mereka butuhkan. Jenis transaksi yang paling banyak di gunakan oleh masyarakat di kota parepare ada 2 yaitu COD(*Cash On Delivery*) dan membayar secara langsung karena dianggap lebih aman karena penjual dan pembeli bisa saling bertemu..
- 5.1.2 Sebagian penjual atau pelaku usaha telah menerapkan etika bisnis Islam dalam berdagang, dan sebagian yang lain masih belum menerapkan etika bisnis Islam tersebut. Hal ini karena masih ada diantara mereka yang menyembunyikan kualitas dan kuantitas barangnya dengan tujuan tertentu.

5.2 Saran

- 5.2.1 Untuk menghindari terjadinya penipuan dalam transaksi online shop, para pengguna jasa harus lebih berhati-hati ketika ingin berbelanja, usahakan terlebih dahulu selidiki akun tempat anda ingin membeli untuk meminimalisir kemungkinan terjadinya penipuan. maka sebaiknya kita mencari informasi mengenai orang tersebut di internet sebelum mentransfer uang. Kita bisa menemukan informasi tentang bisnis tersebut, nomor rekening nya, nomor telpon, ulasan pembeli sebelumnya, dan lain-lain, dengan cara mengetikkan beberapa baris kata di mesin pencari google.
- 5.2.2 Kepada pihak penjual atau pedagang agar senantiasa menerapkan dan memperhatikan syariat Islam khususnya dalam etika bisnis islam dalam berdagang sehingga selain mendapat keuntungan di dunia, juga mendapatkan kebahagiaan di akhirat serta senantiasa mendapat keberkahan dalam usahanya.
- 5.2.3 Kepada pihak konsumen atau pembeli agar senantiasa teliti dalam membeli kebutuhan agar senantiasa tidak tertipu dengan jumlah barang yang ditawarkan tanpa memperhatikan kualitasnya. Selain itu, penulis berharap agar pembeli tidak segan untuk menegur pedagang atau penjual yang berniat melakukan perbuatan yang bermaksud menipu pembeli.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Mustaq. 2003. *Etika Bisnis dalam Islam*. Cet. II; Jakarta: Pustaka Al-Kautsar.
- Arijanto, Agus. 2011. *Etikan Bisnis bagi Pelaku Bisnis* Cet. II; Jakarta: Rajawali Pers.
- Arikunto, Suharsimi. 2000. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: PT.Rineka Cipta.
- Azwar, Saifuddin. 2000. *Metode Penelitian*. Cet. II; Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azzam, Abdul Aziz Muhammad. 2010. *Fiqh Muamalat*. Cet. I; Jakarta: Amzah.
- Badroen, Faisal, etc., 2007. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Cet. II; Jakarta: Kencana.
- Baqi, Muhammad Fuad Abdul. 2010. *Shahi Muslim*. Jakarta: Pustaka As-sunnah
- Buchari, Alma.2009. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Haroen, Nasrun. 2007. *Fiqh Muamalah*. Cet. II; Jakarta: Gaya Media Pratama.
- Hoetomo. 2005. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Surabaya: Mitra Pelajar.
- Kadir., A. *Hukum Bisnis Syariah dalam Al-Qur'an*.
- Kartajaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula. 2006. *Syariah Marketing*. Bandung: PT Mizan Pustaka
- Kementrian Agama RI. 2013. *Al-Qur'an dan Terjemahan* Mikhraj Khazana Ilmu
- Kementrian Agama RI., etc. 2012. *Al-Qur'an Dan Terjemahnya*. Jakarta: PT. Sinergi Pustaka Indonesia.
- Kotler, Philip dan muhammad. 2015. *manajemen bank syari'ah*. yogyakarta: UPP AMP YKPN
- Mardalis. 2004. *Metode Penelitian: Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta:Bumi Aksara.
- Mas'ud, Ibn. 2007. *Fiqh Mazhab Syafi'i*. Bandung: Pustaka Setia.
- Masyhuri, etc. *Metode Penelitian (Pendekatan Praktis dan Apikatif)*.
- Muhammad. *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manjemen Perusahaan YKPN.
- Muslich, Ahmad Wardi. 2010. *Fiqh Muamalat*. Cet. I; Jakarta: Amzah.

- Nasution, Mustafa Edwin, etc. 2010. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Kencana Perdana Media Group.
- Poerwanto dan Zakaria Lantang Sukirno. 2001. *Komunikasi Bisnis*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Prawirosentono, Suyadi. 2007. *Pengantar Bisnis Moderen (Studi Kasus Indonesia dan Analisis Kuantitatif)*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. 2012. *Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Rivai, Veithzal. 2012. *Islamic Business and Economic Ethics*. Cet. I; Jakarta: PT Bumi Aksara
- Sahrani, Sohari. 2011. *Fiqh Muamalah*. Cet. I; Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sasmoko. 2004. *Metode Penelitian*. Jakarta. UKI Press
- Simorangkir, 2003, *Etika: Bisnis, Jabatan, dan Perbankan*, Cet. I ; Jakarta: Rineka Cipta.
- Subagyo, Joko. 2006. *Metode Penelitian (Dalam teori praktek)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabet.
- Suhendi, Hendi. 2005. *Fiqh Muamalah*. Cet. II; Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Syafei, Rachmat. 2001. *Fiqh Muamalah*, Bandung, CV Pustaka setia.
- Tim Penyusun. 2013. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah (Makalah dan Skripsi)*. Edisi Revisi. Parepare; STAIN Parepare.
- W, Harper. Boyd, Orville C. Walker, jean Claude Larreche. *manajemen Pemasaran: suatu pendekatan strategis dengan orientasi global*. Jakarta: Erlangga
- Yusanto, Muhammad Ismail. 2002. *Menggagas Bisnis Islam*. Cet. I; Jakarta: Gema Insani Press.

Referensi Internet

<http://www.onlinebajucouple.com/pengertian-jual-beli-online/> / (diakses pada tanggal 10 juni 2016)

Biuty Wulan Octavia, <http://library.walisongo.ac.id/digilib/files/disk1/117/jtptian-gdl-biutywulan-5826-1-072311030.pdf> (Diakses pada tanggal 03/03/2017 ; 02:49)

Muhammad Billah Yuhadian, [http://repository.unhas.ac.id/bitstream/handle/123456789/8242/M.%2520BillahB11108439\(%2520Perjanjian%2520Jual%2520Beli%2520Secara%2520Online%2520Mel.pdf](http://repository.unhas.ac.id/bitstream/handle/123456789/8242/M.%2520BillahB11108439(%2520Perjanjian%2520Jual%2520Beli%2520Secara%2520Online%2520Mel.pdf) (diakses pada tanggal 03/03/2017 ; 02:49)

Muhammad Taufik Irsyadi, http://eprints.ums.ac.id/20418/9/naskah_publicasi.pdf (diakses pada tanggal 6 maret 2017)





PEMERINTAH KOTA PAREPARE
BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH

Jln. Jend. Sudirman Nomor 76, Telp. (0421) 25250, Fax (0421)26111, Kode Pos 91122
 Email : bappeda@pareparekota.go.id; Website : www.bappeda.pareparekota.go.id

PAREPARE

Parepare, 21 Juni 2017

Nomor : 050 / 857 / Bappeda
 Lampiran : --
 Perihal : **Izin Penelitian**

Kepada
 Yth. 1. Kepala Dinas Perdagangan Kota Parepare
 2. Para Camat Lingkup Kota Parepare
 Di -

Parepare

DASAR :

1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 20 Tahun 2011 tentang Pedoman Penelitian dan Pengembangan di Lingkungan Kementerian Dalam Negeri dan Pemerintah Daerah.
3. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 17 Tahun 2016 tentang Pedoman Penelitian dan Pengembangan di Kementerian Dalam Negeri dan Pemerintah Daerah.
4. Peraturan Daerah No. 8 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah.
5. Surat Ketua Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga (APL) STAIN Parepare, Nomor : B 1591/Sti.08/PP.00.9/06/2017 tanggal 19 Juni 2017 Perihal Izin Melaksanakan Penelitian.

Setelah memperhatikan hal tersebut, maka pada perinsipnya Pemerintah Kota Parepare (Cq. SKepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah kota Parepare) dapat memberikan **Izin Penelitian** kepada :

N a m a : MUSDALIFAH
 Tempat/Tgl. Lahir : Kanang /01 Januari 1995
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Pekerjaan : Mahasiswi
 A l a m a t : Kanang, Kec. Binuang, Kab. Polewali Mandar.

Bermaksud untuk melakukan **Penelitian/Wawancara** di Kota Parepare dengan judul :
"ANALISIS ETIKA BISNIS ASLAM TERHADAP SISTEM PEMASARAN JUAL BELI ONLINE DI KOTA PAREPARE"

Selama : Tmt. 21 Juni s.d. 21 Agustus 2017
 Pengikut/Peserta : Tidak Ada

Sehubungan dengan hal tersebut pada prinsipnya kami **menyetujui** kegiatan dimaksud dengan ketentuan :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan harus melaporkan diri kepada Instansi/Perangkat Daerah yang bersangkutan.
2. Pengambilan Data/Penelitian tidak menyimpang dari masalah yang telah diizinkan dan semata-mata untuk kepentingan Ilmiah.
3. Mentaati ketentuan Peraturan Perundang-undangan yang berlaku dengan mengutamakan sikap sopan santun dan mengindahkan Adat Istiadat setempat.
4. Setelah melaksanakan kegiatan Penelitian agar melaporkan hasilnya kepada Walikota Parepare (Cq. Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Parepare)
5. Menyerahkan 1 (satu) berkas Foto Copy hasil "**Penelitian**" kepada Pemerintah Kota Parepare (Cq. Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Parepare).
6. Kepada Instansi yang dihubungi mohon memberikan bantuan.
7. Surat Izin akan dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku, apabila ternyata pemegang Surat Izin tidak mentaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.

Demikian izin penelitian ini diberikan untuk dilaksanakan sesuai ketentuan berlaku.

An. KEPALA BAPPEDA
 Sekretaris,

U M A R, S. Pd., M. Pd
 Pangkat Pembina Tk. I
 Nip. 19590604 197903 1 003

TEMBUSAN : Kepada Yth.

1. Gubernur Provinsi Sulawesi Selatan Cq. Kepala BKB Sulsel di Makassar
2. Walikota Parepare di Parepare



PEMERINTAH KOTA PAREPARE KECAMATAN SOREANG

Jalan Laupe No. 163 Telepon (0421) 25694 Parepare
Email : soreang@pareparekota.go.id Website : www.pareparekota.go.id

SURAT KETERANGAN

Nomor : 800 – 164 / KCS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **MUHAMMAD AMIN, S.Pd.M.Pd**
N I P : 19641231 199012 1 001
Jabatan : Kasi Terantib

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa mahasiswa **STAIN Kota Parepare** yang tersebut di bawah ini :

Nama : **MUSDALIFAH**
N I M : 13.2200.030
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Jurusan : Syariah
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Kanag, Kec. Binuang, Kab. Polewali Mandar

Bermaksud untuk melakukan Penelitian/Wawancara dalam rangka penyusunan/pembuatan skripsi dengan judul **"ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP SISTEM PEMASARAN JUAL BELI ONLINE DI KOTA PAREPARE"**, Selama TMT, tanggal *21 Juni t s.d 21 Agustus 2017*, berdasarkan Surat dari Kantor Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Parepare Nomor : *050/857/Bappeda* , tanggal *21 Juni 2017* Perihal : *Izin Penelitian*.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dikeluarkan di Parepare
Pada tanggal 11 Juli 2017
a.n. **CAMAT SOREANG,**
Kasi Terantib

MUHAMMAD AMIN, S.Pd .M.Pd
Pangkat : Penata Tk.I
N I P : 19641231 1990121 001

Tembusan :

1. Walikota Parepare sebagai Laporan
2. Kepala Bappeda Kota Parepare
3. Ketua Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga (APL) STAIN Parepare di Parepare



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN) PAREPARE

Alamat : JL. Amal Bhakti No. 08 Soreang Kota Parepare ☎ (0421)21307 📠 (0421) 24404
Website : www.stainparepare.ac.id Email: email.stainparepare.ac.id

Nomor : B - 1591 /Sti.08/PP.00.9/06/2017
Lampiran : -
Hal : Izin Melaksanakan Penelitian

Kepada Yth.
Kepala Daerah KOTA PAREPARE
BADAN PERENCANAAN DAN PEMBANGUNAN DAERAH
di
KOTA PAREPARE

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN) PAREPARE :

Nama : MUSDALIFAH
Tempat/Tgl. Lahir : KANANG, 01 Januari 1995
NIM : 13.2200.030
Jurusan / Program Studi : Syari'ah dan Ekonomi Islam / Muamalah
Semester : VIII (Delapan)
Alamat : DESA BATETANGNGA, KEC. BINUANG, KAB. POLEWALI
MANDAR

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah **KOTA PAREPARE** dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

" ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP SISTEM PEMASARAN JUAL BELI ONLINE DI KOTA PAREPARE "

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan **Juni** sampai selesai.

Sehubungan dengan hal tersebut diharapkan kiranya yang bersangkutan diberi izin dan dukungan seperlunya.

Terima kasih,

19 Juni 2017

An Ketua

Wakil Ketua Bidang Akademik dan
Pembangunan Lembaga (APL)



Marh. Djunaidi

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Sebutanda tangan di bawah ini

Nama : HARLIAN
Pekerjaan : PEDAGANG
Alamat : PAREPARE / Jl. Jend. Muh. Yusuf Ceddic No.35
Agama : ISLAM

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara
KADALIFAH yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan "Analisis Etika
Islam terhadap Sistem pemasaran Jual Beli Online"

Surat keterangan ini diberikan untuk di gunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 1 Agustus 2017

Yang bersangkutan



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

bertanda tangan di bawah ini.

Nama : ISBAR
Pekerjaan : MAHASISWA
Alamat : PAREPARE /Jln. Latassakfa tonrangeng luar no.40 c
Agama : ISLAM

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari SDALIFAH yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan "Analisis Etika Islam terhadap Sistem pemasaran Jual Beli *Online*"

dasarkan surat keterangan ini diberikan untuk di gunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 29 Juli 2017

Yang bersangkutan



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini,

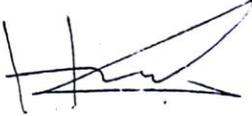
Nama : Hasnawiah
Pekerjaan : Penjual
Alamat : Pare-pare/Bacukiki / Jln. Jend. Sudirman No. 76
Agama : Islam

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara MUSDALIFAH yang sedang melakukan peneitian yang berkaitan dengan “Analisis Etika Bisnis Islam terhadap Sistem pemasaran Jual Beli *Online*”

Berdasarkan surat keterangan ini diberikan untuk di gunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 5 Agustus 2017

Yang bersangkutan



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini.

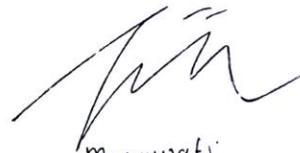
Nama : Megawati
Pekerjaan : URT
Alamat : Parepare / Sorong / Jln. Laupe
Agama : Islam

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari MUSDALIFAH yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan "Analisis Etika Bisnis Islam terhadap Sistem pemasaran Jual Beli Online"

berdasarkan surat keterangan ini diberikan untuk di gunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 30 Juli 2017

Yang bersangkutan


Megawati

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : ANGGRIANI
Pekerjaan : URT
Alamat : PARE-PARE /soreang /Jl. Tachc
Agama : ISLAM

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari **MUSDALIFAH** yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan “**Analisis Etika Bisnis Islam terhadap Sistem pemasaran Jual Beli Online**”

Berdasarkan surat keterangan ini diberikan untuk di gunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 30 Juli 2017

Yang bersangkutan



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Zisda
Pekerjaan : Pedagang
Alamat : Parepare /sareang 101m laup lorong Parepare
Agama : Islam

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara USDALIFAH yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan "Analisis Etika Bisnis Islam terhadap Sistem pemasaran Jual Beli Online"

Sehubungan surat keterangan ini diberikan untuk di gunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 7 Agustus 2017

Yang bersangkutan



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini.

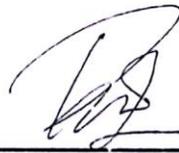
Nama : Besky
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Parepare / Bacufiki / Jln. Mahoni
Agama : Islam

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari MUSDALIFAH yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan “Analisis Etika Bisnis Islam terhadap Sistem pemasaran Jual Beli *Online*”

Berdasarkan surat keterangan ini diberikan untuk di gunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 7 Agustus 2017

Yang bersangkutan



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

yang bertanda tangan di bawah ini.

Nama : Fa/ani
Pekerjaan : IRT
Alamat : Parepare/Sororang / Sn.H.A.muhamad arsyad
Agama : Islam

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari MUSDALIFAH yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan "Analisis Etika Bisnis Islam terhadap Sistem pemasaran Jual Beli *Online*"

Berdasarkan surat keterangan ini diberikan untuk di gunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 3 Agustus 2017.

Yang bersangkutan



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini.

Nama : Hasni
Pekerjaan : URT
Alamat : Parepare / soreang / pondok indah soreang blok 4
Agama : Islam

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari MUSDALIFAH yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan "Analisis Etika Bisnis Islam terhadap Sistem pemasaran Jual Beli *Online*"

Berdasarkan surat keterangan ini diberikan untuk di gunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 29 Juli 2017

Yang bersangkutan


Hasni

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

bertanda tangan di bawah ini.

Nama : Suarni
Pekerjaan : URT
Alamat : Parepare / soreang / jalan laupe no 165.
Agama : Islam

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara **SDALIFAH** yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan "**Analisis Etika Islam terhadap Sistem pemasaran Jual Beli Online**"

Dasarkan surat keterangan ini diberikan untuk di gunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 1 Agustus 2017

Yang bersangkutan





RIWAYAT HIDUP



MUSDALIFAH, lahir di Kanang pada tanggal 01 Januari 1995. Merupakan anak ke dua dari 6 bersaudara, pasangan Edy S dan ST. Aminah. Mengikuti pendidikan formal pada tahun 2001 di SDN 012 Kanang, Kecamatan Binuang Kabupaten Polewali Mandar Sulawesi Barat dan lulus pada tahun 2007. Pada Tahun 2007 melanjutkan pendidikan ke Pondok Pesantren Al-Ikhsan MTS DDI Kanang dan lulus pada tahun 2010.

Pada tahun yang sama melanjutkan pendidikan ke Pondok Pesantren Al-Ikhsan MA DDI Kanang dan lulus pada tahun 2013. Kemudian pada tahun yang sama penulis terdaftar sebagai Mahasiswa di Sekolah Tinggi Agama Islam negeri (STAIN) Parepare, Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam Prodi Hukum Ekonomi Syariah.