

SKRIPSI
SISTEM BISNIS *ONLINE* AZARIA PERSPEKTIF
HUKUM EKONOMI ISLAM



OLEH
MUSTIKA
NIM 14.2200.139

PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE

2021

**SISTEM BISNIS *ONLINE* AZARIA PERSPEKTIF
HUKUM EKONOMI ISLAM**



**OLEH
MUSTIKA
NIM: 14.2200.139**

Skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H) pada
Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam
Institut Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2021

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Sistem Bisnis *Online* Azaria Perspektif Hukum
Ekonomi Islam
Nama Mahasiswa : Mustika
Nomor Induk Mahasiswa : 14.2200.139
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum Islam
Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi
Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam
No. B. 3536/Sti.08/PP.00.01/11/2017

Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama : Dr. Damirah, S.E., M.M. (.....)
NIP : 19760604 200604 2 001
Pembimbing Pendamping : Dr. Syahriyah Semaun, S.E., M.M. (.....)
NIP : 19711111 199803 2 003

Mengetahui:

Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam
Dekan,



Dr. Hj. Rusdava Basri, Lc., M.Ag.
NIP: 19711214 200212 2 002

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Sistem Bisnis *Online* Azaria Perspektif Hukum
Ekonomi Islam
Nama Mahasiswa : Mustika
Nomor Induk Mahasiswa : 14.2200.139
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum Islam
Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi
Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam
No. B. 3536/Sti.08/PP.00.01/11/2017
Tanggal Kelulusan : 29 Juni 2021

Disahkan oleh Komisi Penguji

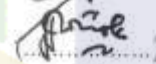
Dr. Damirah, S.E., M.M. (Ketua)



Dr. Syahriyah Semaun, S.E., M.M. (Sekretaris)



Dr. Hj. Rusdaya Basri, Lc., M.Ag. (Anggota)



Hj. Sunuwati, Lc., M.HI. (Anggota)



Mengetahui:

Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam
Dekan,



Dr. Hj. Rusdaya Basri, Lc., M.Ag.

NIP: 19711214 200212 2 002

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah Swt berkat hidayah, taufik dan perlindungan-Nya, penulis dapat menyelesaikan tulisan ini sebagai syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar “Sarjana Hukum pada Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam” di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.

Penulis menghaturkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Ibunda Alm. munira dan Ayahanda Amiruddin, dimana dengan pembinaan dan berkah doa tulusnya, penulis mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akademik tepat pada waktunya.

Penulis telah menerima banyak bimbingan dan bantuan dari IbuDr. Damirah, S.E., M.M. selaku Pembimbing I. dan Ibu Dr. Syahriyah Semaun, S.E., M.M. selaku Pembimbing II, atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, penulis ucapkan terima kasih .

Selanjutnya penulis juga menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si sebagai Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola lembaga pendidikan ini demi kemajuan IAIN Parepare.
2. Ibu Dr. Hj. Rusdaya Basri, Lc., M.Ag. sebagai Dekan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam atas pengabdianya telah menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.
3. Ibu Hj. Sunuwati, Lc., M.HI. sebagai ketua program studi Hukum Ekonomi Syariah yang telah banyak mendidik dan memberi dukungan kepada kami sebagai mahasiswa program studi Hukum Pidana Islam.
4. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam yang selama ini telah mendidik penulis hingga dapat menyelesaikan studi yang masing-masing mempunyai kehebatan tersendiri dalam menyampaikan materi perkuliahan.
5. Kepala perpustakaan IAIN Parepare beserta jajarannya yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama menjalani studi di IAIN Parepare, terutama dalam penulisan skripsi ini.

6. Jajaran staf administrasi Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam serta staf akademik yang telah begitu banyak membantu mulai dari proses menjadi mahasiswa sampai pengurusan berkas ujian penyelesaian studi.
7. Para member Azaria, koonsumen Azaria yang telah memberikan bahan informasi dalam proses penyusunan skripsi.
8. Buat Keluargaku tercinta yang telah banyak memberikan bantuan dan dukungan kepada saya dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
9. Semua teman-teman penulis senasib dan seperjuangan Prodi Hukum Ekonomi Islam, yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang memberikan warna tersendiri pada alur kehidupan penulis selama studi di IAIN Parepare.

Penulis juga tak lupa mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik moril maupun materil hingga tulisan ini dapat diselesaikan. Semoga Allah swt berkenan menilai segala kebajikan sebagai amal jariah dan memberikan rahmat dan pahala-Nya.

Akhirnya penulis menyampaikan kiranya pembaca berkenan memberikan saran konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini.

Parepare, 05 Agustus 2021

Penulis,



Mustika
14.2200.139



IAIN
PAREPARE

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mustika
NIM : 14.2200.139
Tempat/Tgl. Lahir : Parepare, 08 Juli 1996
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum Islam
Judul Skripsi : Sistem Bisnis Online Azaria Perspektif Hukum Ekonomi Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh dengan kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 05 Agustus 2021

Penulis,


Mustika
14.2200.139

PAREPARE

ABSTRAK

Mustika. *Sistem Bisnis Online Azaria Perspektif Hukum Ekonomi Islam Di Kota Parepare* (dibimbing oleh Damirah dan Syahriyah Semaun).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui mekanisme pemasaran bisnis online Azaria yang diterapkan oleh member Azaria. Mengetahui dampak sistem bisnis *online* Azaria bagi para member Azaria. Mengetahui bagaimana bisnis *online* Azaria dalam perspektif Hukum Ekonomi Islam.

Penelitian ini merupakan deskriptif kualitatif. Sumber data yang digunakan yakni data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Kemudian teknik analisis data yang digunakan yakni reduksi data, penyajian data dan verifikasi data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Sistem bisnis online Azaria bersifat transparan. Dimana para tim Azaria akan mencari anggota dengan mengeluarkan modal sebesar Rp. 1.4 juta, dan kemudian akan merekrut anggota baru demi mendapatkan bonus / keuntungan. Dalam hal ini kejar target lebih menguntungkan dibandingkan dengan penjualan produk Azaria itu sendiri, sehingga para member Lalai dalam menjalankan tugas member dalam melakukan penjualan sehingga hanya fokus pada pencarian anggota demi mendapatkan bonus. 2) dampak dari bisnis Azaria ini adalah ada yang diuntungkan dan ada yang dirugikan. Member yang diuntungkan disini yaitu yang mampu merekrut anggota baru sebanyak 10 orang atau lebih. Dan yang dirugikan itu bagi para member yang tidak mencapai target dalam merekrut orang. 3) Perspektif Hukum Ekonomi Islam tentang bisnis online Azaria ini terdapat praktik kecurangan (*ghabn*) dan penipuan (*tadlis*) dengan menyembunyikan harga sebenarnya dari produk Azaria melalui label Premium. Tentunya, harga produk yang sekian ini adalah tidak sesuai dengan manfaat produk yang dijanjikan.

Kata Kunci: *Sistem, Azaria, Perspektif Hukum Ekonomi Islam.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN PERSETUJUAN KOMISI PENGUJI	iv
KATA PENGANTAR	v
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	8
B. Tinjauan Teoritis.....	11
1. Sistem Bisnis.....	11
2. <i>Bisnis Online</i>	24
3. Hukum Ekonomi Islam.....	40
C. Tinjauan Konseptual.....	48
D. Kerangka Fikir	50
BAB III METODE PENELITIAN	

A. Jenis Penelitian	52
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	53
C. Fokus Penelitian.....	53
D. Jenis dan Sumber Data.....	53
E. Teknik Pengumpulan Data.....	54
F. Teknik Analisis dan Pengelolaan Data	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Sistem Pemasaran Bisnis <i>Online Azaria</i>	58
B. Dampak Sistem Bisnis Online Azaria	68
C. Tinjauan Hukum Ekonomi Islam terhadap Bisnis Online Azaria ...	70
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	81
B. Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	I
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	IV
BIODATA PENULIS	XII

PAREPARE

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Tabel	Halaman
1.1	Bagan Kerangka Pikir	44
2.1	Gambar Tahapan Qualified Associate	54



DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul Lampiran	Halaman
1	Surat Permohonan Izin Penelitian	1
2	Surat Izin Melaksanakan Penelitian dari Pemerintah	2
3	Surat Keterangan Selesai Penelitian	3
4	Surat Keterangan Wawancara	4
5	Pedoman Wawancara	13
7	Dokumentasi	14
8	Riwayat Hidup	17

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia sebagai hamba Allah Swt. merupakan makhluk sosial yang selalu berinteraksi satu dengan yang lainnya dalam masyarakat. Demikian pula dunia bisnis, tidak bisa melepaskan diri dari lingkungan masyarakat. Perusahaan memproduksi barang dan jasa, kemudian menyalurkan dan menjualnya sebagai aktivitas bisnis. Masyarakat mengkonsumsi barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan. Bisnis perusahaan pada intinya bergerak dalam bidang pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan akan barang dan jasa. Usaha tersebut adalah memproduksi barang dan jasa, memproses bahan baku menjadi barang jadi atau setengah jadi untuk digunakan oleh perusahaan lain maupun oleh individu akhir.

Salah satu bentuk transaksi jual beli yang menggunakan teknologi adalah jual beli online. Jual beli secara online banyak dilakukan oleh masyarakat karena kemudahannya dalam bertransaksi. Dimana penjual dan pembeli tidak harus bertemu secara langsung dalam satu waktu, tetapi hanya dengan menggunakan komputer atau smartphone transaksi jual beli itu pun bisa terjadi.⁸ Seiring dengan perkembangan zaman, saat ini jual beli online tidak hanya mencakup tentang jual beli barang untuk keperluan sehari-hari saja, tetapi adapula jual beli online untuk kebutuhan Bisnis seperti Bisnis online Azariah ini.

Jual beli merupakan akad yang dibolehkan berdasarkan Al-Qur'an, Sunnah, dan *ijma'* para ulama.¹ Sebagaimana ungkapan Al-Imam Syafi'i "pada dasarnya hukum jual beli itu seluruhnya mubah, yaitu apabila dengan keridhaandari kedua

¹Abu Bakar Jabir, *Pola Hidup Muslim Minhajul Muslim Mu'amalah* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 1991), h. 39.

belah pihak. Kecuali apabila jual beli itu dilarang oleh Rasulullah Saw, atau yang maknanya termasuk yang dilarang beliau Saw².

Hadis Rifa'ah bin Rafi':

عَنْ رِفَاعَةَ بْنِ رَافِعٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ سُئِلَ أَى الْكَسْبِ أَطْيَبُ؟ قَالَ: عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ

Artinya:

“Dari Rifa'ah bin Rafi' ra. Ia berkata, bahwa Nabi saw pernah ditanya: Usaha apakah yang paling baik? Nabi menjawab: usaha seseorang dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang *mabrur*. (diriwayatkan oleh Al-Bazzar dan dishahihkan oleh al-Hakim).³

Dari kandungan ayat-ayat dan hadis diatas yang dikemukakan dari jual beli, para ulama fikih mengambil suatu kesimpulan, bahwa jual beli itu hukumnya mubah (boleh). Namun, menurut Imam asy-Syatibi (ahli fikih Mashab Imam Malik), hukumnya bisa berubah menjadi wajib dalam situasi tertentu..

Model transaksi jual beli di dunia maya saat ini berkembang sangat pesat. Sarana transaksi juga menggunakan berbagai sarana yang ada dalam dunia maya. Transaksi di dunia maya umumnya menggunakan media sosial, seperti *twitter*, *facebook*, *blackberry messenger* dan media sosial lainnya. Dalam transaksi di dunia maya, antara para pihak yang bertransaksi tidak bertemu langsung, akan tetapi dapat berkomunikasi langsung, baik secara audio maupun audio visual. Selain itu, komunikasi antara keduanya dapat melalui tulisan, seperti *inbox via facebook*, *via short message service/SMS*, *via e-mail* dan media tulis lainnya yang disediakan di dunia maya.⁴

²Ahmad Sarwat, *Kitab Muamalat* (Cet. I: t.t. Kampus Syariah, 2009), h. 10

³Al-Hafizh Ibnu Hajar Al-Asqalani, *Buluughul Maraam Min Jami'I Adillatil Ahkam*, terj. Abu Ihsan Al-Atsari, *Buluughul Maram* (Solo: At-Tibyan, 2009), h. 339.

⁴Imam Mustofa, *Fiqih Mu'amalah*, Edisi I (Cet.I; Jakarta: Rajawali Pers,2016), h. 32.

PT. Unionfam Azaria Berjaya (untuk selanjutnya disebut Azaria) adalah perusahaan onlinestor yang berdiri sejak tahun 2015 dengan Akte Pendirian Notaris Sjamsuriaman, SH.,M. Kn., No. 15 tanggal 19 Mei 2015. Kini Azaria berkembang menjadi sebuah perusahaan dengan konsep bisnis masa depan, yang menyajikan layanan online stor (produk-produk kecantikan dan fashion yang premium) dan sistem pemasaran “Q Marketing”, yang juga telah dilengkapi dengan fasilitas PPOB, penjual tiket (kereta api, pesawat terbang, layanan travel), serta Agen keberangkatan Umroh dan Haji Plus. Dengan pesatnya perkembangan bisnis diIndonesia, Azaria juga akan selalu berkomitmen untuk terus tumbuh dan berkembang, selalu memberikan kemudahan dalam berbelanja online dan mengedepankan inovasi untuk kemajuan dan kemakmuran kita bersama.⁵

Pola Q-Marketing Azaria perspektif Marketing CommunicationSelanjutnya, untuk membedah bagaimana konsep Q-Marketing bisa muncul, perlu dilihat melalui perspektif marketingcommunicationmodel AIDA yang dikonseptualisasikan oleh Kotler (2008;568) berikut ini:1. *Attention Attention*(menarik perhatian konsumen), pada tahapan ini, mitra associateAzaria banyak menggunakan cara untuk menarik minat konsumen atau calon mitra.

Yang jamak dilakukan adalah dengan menawarkan komisi 1 juta per penjualan yang bisa dicairkan harian. Jadi, misalnya hari ini bisa jual satu paket produk, berarti hari ini juga dapat komisi 1 juta masuk rekening, misalnya bisa menjual tiga paket secara otomatis mendapatkan komisi 3 juta.Hal yang menarik untuk dilihat secara detail adalah bagaimana tahapan untuk mendapatkan fee satu juta per penjualan produk. Karena, pada titik inilah centre of attention calon mitra dapat dilihat.

⁵<http://bisnisazariaindonesiaku.blogspot.com>. Diakses pada 05 September 2019 pukul 11:03

Secara umum, konsumen atau mitra bisa mendapatkan keuntungan dari penjualan ecer dan paket. Syarat agar mendapat keuntungan tersebut harus membeli satu paket produk Azaria, dengan demikian statusnya menjadi Associate. Keuntungan atau komisi dari penjualan ecer adalah 20% sampai 50% dari harga non member atau harga yang tercantum di website, untuk mendapatkan harga member dilakukan melalui pendaftaran (login) melalui website resmi azaria terlebih dahulu. Sedangkan keuntungan penjualan paket yaitu 1 juta per penjualan, akan ditransfer hari itu juga ke rekening mitras setelah calon konsumen atau calon mitra (calmit) transfer ke rekening PT. Unionfam Azaria Berjaya. Gambar 1. Tahapan Qualified Associate.

Uniknya, Azaria Amazing Store menggunakan pola Q-Marketing untuk mendistribusikan barang kepada konsumen. Q-marketing yaitu pemasaran produk melalui network marketing yang belum pernah ada sebelumnya. Pola ini pertama kali diterapkan oleh Azaria Amazing Store yang sudah berjalan lebih dari 3 tahun dan hasilnya sangat berpengaruh pada jumlah penjualan.

Pemasaran *online* adalah usaha perusahaan untuk memasarkan produk dan pelayanan serta membangun hubungan pelanggan melalui internet. Dengan cara ini proses jual beli produk menjadi semakin mudah.⁶

Kenyataan yang terjadi, telah banyak member-member yang menawarkan produk-produk AZARIA baik itu melalui *Facebook*, *WhatsApp*, *Instagram* dan aplikasi-aplikasi lainnya. Dalam penawaran tersebut member-member AZARIA menawarkan produk AZARIA dengan cara mengupload gambar produk AZARIA. Para member AZARIA tidak hanya menawarkan produk saja namun juga

⁶Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Strategi Pemasaran*, (Cet. I; Bandung: Pustaka Setia, 2015), h. 196.

menawarkan kepada konsumen yang ingin bergabung untuk menjadi member AZARIA tersebut. AZARIA merupakan kombinasi sistem pemasaran *online* yang terbukti efektif dikombinasikan dengan sistem *Q-Marketing* untuk menarik banyak kalangan untuk bergabung. Sangat mudah untuk bergabung dalam bisnis AZARIA cukup belanja 1,6 juta anda menjadi *ASSOCIATE* paket *GOLD* atau dengan belanja 2,2 juta untuk menjadi *ASSOCIATE* paket *DIAMON*. Setelah anda menjadi *ASSOCIATE* resmi dari AZARIA langkah selanjutnya adalah menawarkan/ menjual paket bisnis *ASSOCIATE* Azaria.

Bila anda berhasil menjual paket tersebut kepada satu orang dan membuat orang tersebut bergabung maka anda berhak mendapatkan Fee/komisi 1jt rupiah perpaker penjualan dari perusahaan untuk membuat anda cepat kaya. Begitu banyak keuntungan yang diperoleh dalam bisnis AZARIA di samping penjualan produk juga banyak bonus-bonus lainnya seperti bonus aktif (*sponsor*) dan bonus pasif (*generasi*), bonus *Royalty Fee* 10%, bonus *Shopping Fee* 20%, bonus *Shopping Point*, dan bonus *Reward*. Dengan banyaknya bonus yang di janjikan kita berharapa memperoleh keuntungan yang besar dari bisnis AZARIA tersebut. Namun belum diketahui apakah hal tersebut benar adanya atau hal tersebut hanya sebagai umpan agar orang tertarik untuk ikut bisnis tersebut.

Bisnis AZARIA merupakan salah satu bisnis yang sangat menjanjikan saat ini dan menjadi pilihan terbaik oleh pelaku usaha dikarenakan modal yang dikeluarkan tidak begitu banyak dan tidak membutuhkan gedung khusus dan bisa dilakukan dimana saja. Begitu banyak keuntungan yang diperoleh dari bisnis AZARIA baik dari keuntungan penjualan produk maupun dari komisi atau bonus yang diperoleh dari sponsor dan bonus member setelah bergabung di perusahaan AZARIA. Namun

perolehan keuntungan-keuntungan tersebut belum di ketahui secara jelas berdasarkan hukum ekonomi Islam

Mempertimbangkan adanya permasalahan ketidak jelasan sistem pemasaran *online* bisnis AZARIA yang dilakukan oleh para member dan bagaimana keuntungan yang diperoleh berdasarkan hukum ekonomi Islam sehingga kasus tersebut menjadi hal yang menarik untuk penulis teliti lebih lanjut karena sistem pemasaran serta keuntungan yang diperoleh masih belum jelas sehingga masih membutuhkan tinjauan dari segi hukum ekonomi Islam.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka penulis merumuskan beberapa pokok permasalahan yang akan menjadi pembahasan. Adapun pokok masalah tersebut sebagai berikut:

1. Bagaimana Mekanisme Pemasaran Bisnis *Online* Azaria yang diterapkan oleh Member Azaria?
2. Bagaimana Dampak Sistem Bisnis *Online* Azaria Bagi Para Member Azaria?
3. Bagaimana Tinjauan Hukum Ekonomi Islam terhadap Bisnis *Online* Azaria.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan yang telah dirumuskan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui Mekanisme Pemasaran Bisnis *Online* AZARIA yang diterapkan oleh Member AZARIA.
2. Mengetahui Dampak Sistem Bisnis *Online* AZARIA Bagi Para Member AZARIA.

3. Mengetahui bagaimana Bisnis Online AZARIA dalam Perspektif Hukum Ekonomi Islam.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Akademik
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsi kepada masyarakat mengenai Sistem Bisnis *Online* AZARIA Perspektif Hukum Ekonomi Islam.
 - b. Penelitian ini di harapkan mampu menjadi referensi bagi penelitian sejenis sehingga menghasilkan penelitian-penelitian yang lebih mendalam.
2. Kegunaan Praktis
 - a. Untuk mengembangkan wawasan yang berintelektualitas dan sebagai sarana maupun prasarana dalam menerapkan ilmu pengetahuan yang selama ini peneliti peroleh dibangku perkuliahan.
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu tambahan kepada

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Dalam penelitian ini, penulis mencantumkan beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh pihak lain sebagai bahan rujukan dalam mengembangkan materi yang ada dalam penelitian yang dibuat penulis. Beberapa penelitian sebelumnya yang memiliki koreasi dengan penelitian ini adalah:

Pertama, M. Nur Rianto Al Arif, 2013, Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, melakukan penelitian berbasis jurnal dengan judul “*Penjualan Online berbasis Media Sosial dalam Perspektif Ekonomi Islam*” dalam jurnal ini menjelaskan seiring perkembangan teknologi yang sudah semakin modern, telah lahirnya berbagai teknologi baru seperti telepon pintar (smart-phone) tablet dan berbagai gadget lainnya. Pada berbagai teknologi baru tersebut, konsumen dapat membeli berbagai teknologi tersebut baik secara gratis maupun membayar. Seiring perkembangan teknologi dalam melakukan transaksi yang semakin berkembang ini, ternyata turut pula menimbulkan berbagai permasalahan yang diantaranya yang dikaji dalam jurnal ini yaitu : 1) Kualitas barang yang dijual, hal ini dikarenakan pembeli tidak melihat secara langsung barang yang akan dibeli. Pembeli hanya melihat tampilan gambar dari barang yang akan di jual. 2) Potensi penipuan yang sangat tinggi, dimana transaksi, atau tanpa menghadirkan benda yang dipesan, tetapi dengan ketentuan harus dinyatakan sifat benda secara konkret, baik diserahkan langsung atau diserahkan kemudian sampai batas waktu tertentu.

Salah satu hal yang membedakan bisnis online dengan bisnis offline yaitu proses transaksi (akad) dan media utama dalam proses tersebut. Akad merupakan unsur penting dalam suatu bisnis. Secara umum, bisnis dalam Islam menjelaskan

adanya transaksi bersifat fisik dengan menghadirkan benda tersebut ketika transaksi, atau tanpa menghadirkan benda yang dipesan, tetapi dengan ketentuan harus dinyatakan sifat benda secara konkret, baik diserahkan langsung atau diserahkan kemudian sampai batas waktu tertentu.⁷

Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan, dimana “Sistem Bisnis Online Azaria Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Islam” ini sama-sama membahas tentang bisnis online dan juga berkaitan dengan Ekonomi Islam, sedangkan perbedaannya terhadap penelitian terdahulu ini yaitu penelitian yang dilakukan peneliti membahas tentang sistem Azaria, sedangkan penelitian terdahulu ini membahas tentang penjualan online yang pada umumnya melalui media sosial.

Kedua, Indah Putri Utami dengan Judul “*Perlindungan Konsumen dalam Bisnis Fashion Online Perspektif Hukum Nasional dan Hukum Islam(Studi Kota Parepare)*” Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Parepare Tahun 2018. Hasil penelitian ini dapat dikemukakan bahwa perlindungan konsumen dalam bisnis *fashion online* dalam hukum nasional dan hukum Islam bahwa undang-undang perlindungan konsumen juga memiliki kesamaan dengan aturan-aturan yang ditetapkan pada prinsip etika bisnis *onlineshop*. Dan adanya perlindungan konsumen ini sangat memberikan manfaat antara konsumen dan produsen itu sendiri dan untuk meningkatkan martabat dan kesadaran konsumen, dan secara tidak langsung mendorong pelaku usaha dalam melakukan kegiatan usahanya dengan penuh rasa tanggung jawab sedangkan hukum Islam melarang jual beli yang mengandung unsur

⁷ M. Nur Rianto Al Arif, “*Penjualan Online berbasis Media Sosial dalam Perspektif Ekonomi Islam*”,(Skripsi Sarjana: UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta: 2013), h. 9.

gharar, penipuan dan bentuk jual beli lainnya yang batal seperti jual beli barang yang cacat merupakan bentuk perlindungan konsumen dalam hukum Islam. kemudian hak *khiyar* yang diatur dalam hukum Islam juga dapat melindungi konsumen pada jual beli *online*.⁸

Persamaannya penelitian Indah Putri Utami menggunakan metode observasi dan wawancara dan merupakan penelitian kualitatif. Dan juga sama-sama membahas tentang bisnis Online, begitu pun dengan penelitian yang dilakukan peneliti juga menggunakan metode observasi dan wawancara, perbedaannya terletak pada objek penelitian ini yaitu pada penelitian Indah membahas tentang bisnis *Fashion Online* kota Parepare dan menggunakan substansi hukum nasional dan hukum Islam, sedangkan penulis meneliti tentang Bisnis online Azaria. Penulis akan meneliti mengenai Mekanisme Pemasaran Bisnis *Online* AZARIA yang diterapkan oleh Member AZARIA, Bagaimana Dampak Sistem Bisnis *Online* AZARIA Bagi Para Member AZARIA,

Ketiga, Fuad Adi Nugroho dengan Judul “*Analisis Strategi Pemasaran Online dalam Peningkatan Bisnis (Studi Kasus Pelaku Bisnis Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang)*” Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang Tahun 2018. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang dalam melakukan strategi pemasaran *online* menggunakan jenis strategi pemasaran yang meliputi *concentrated marketing*, *differentiated marketing* dan *undifferentiated marketing*. Adapun konsep strategi pemasaran yang digunakan mahasiswa yang meliputi segmentasi pasar, *targetting*, *positioning* dan bauran

⁸Indah Putri Utami, “*Perlindungan Konsumen dalam Bisnis Fashion Online Perspektif Hukum Nasional dan Hukum Islam (Studi Kota Parepare)*” (Skripsi Sarjana; Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam : Parepare, 2018), h.x

pemasaran sudah sesuai apa yang diterapkan oleh mahasiswa. Teknologi pemasaran *online* yang digunakan mahasiswa meliputi *social media marketing*, *web marketing* dan *afiliasi pemasaran* seperti bukalapak, shopee, tokopedia.⁹

Persamaan penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang peneliti teliti sama dengan penelitian terdahulu sebelumnya yaitu terletak metode penelitian yang dilakukan adalah metode deskriptif kualitatif yang objek penelitiannya juga berhubungan dengan bisnis online penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan menggunakan metode observasi, wawancara, kemudian perbedaannya terlihat jelas di objek pembahasannya dimana skripsi Fuad Adi Nugroho dengan Judul "*Analisis Strategi Pemasaran Online dalam Peningkatan Bisnis (Studi Kasus Pelaku Bisnis Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang)*", sedangkan peneliti membahas tentang "*Sistem Bisnis Online Azaria Perspektif Hukum Ekonomi Islam*".

B. Tinjauan Teori

A. Teori Sistem Bisnis

a. Pengertian Sistem

Sistem adalah perangkat unsur yang secara teratur saling berkaitan sehingga membentuk suatu totalitas.¹⁰

b. Pengertian Bisnis

Bisnis adalah usaha komersial dalam dunia perdagangan.¹¹ Menurut Huges dan Kapoor ialah "*The organized effort of individuals to produce and*

⁹Fuad Adi Nugroho, *Analisis Strategi Pemasaran Online dalam Peningkatan Bisnis (Studi Kasus Pelaku Bisnis Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang)*, (Skripsi Sarjana: Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2018), h. 10.

¹⁰Departemen pendidikan nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, Edisi IV (Cet,I;Jakarta: Gramedia Pustaka Utama,2008)h,1320

sell for a profit, the goods and services that satisfy society's needs. The general term business refers to all such efforts within a society or within an industry." Bisnis ialah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Secara umum kegiatan ini ada dalam masyarakat dan ada dalam industri. Lebih lanjut lagi Brown dan Petrello menyatakan bahwa: "*Business is an institution which produces goods and services demanded by people.*" Bisnis merupakan suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat, termasuk jasa dari pihak pemerintah dan swasta yang disediakan untuk melayani anggota masyarakat.¹²

Menurut Griffin & Ebert Bisnis adalah kegiatan yang dilakukan oleh individu dan sekelompok orang (organisasi) yang menciptakan nilai (create value) melalui penciptaan barang dan jasa (*create of good and service*) untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan memperoleh keuntungan melalui transaksi.¹³

Pebisnis pada intinya melaksanakan kegiatan jual dan beli, yang artinya saling menukar atau tukar menukar. Jual (*al-bai'*) dan beli (*asy-syiraa*) adalah dua kata yang dipergunakan dalam pengertian yang sama tapi sebenarnya berbeda. Menurut syariat jual beli adalah pertukaran harta,

¹¹Departemen pendidikan nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, Edisi IV (Cet. I; Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008), h. 200

¹²Richard D. Brown dan George D. Petrello, *Introduction To Business : An Integrated Approach* (Jakarta : Glence Press, 1976), h. 233.

¹³Ebert dan Griffin, *PengantarBisnis, eds.* 8 (Bandung :Erlangga, 2009), h. 107.

memindahkan hak milik dengan ganti atas dasar saling rela-ikhlas, bukan berarti rasa kesal-menyedal, ataupun rasa saling tidak puas.¹⁴

c. Etika Bisnis Islam

Etika bisnis islam adalah cara untuk melakukan kegiatan bisnis yang mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu, perusahaan, dan masyarakat. Etika bisnis memiliki nilai, norma, serta perilaku karyawan dan pimpinan guna membangun hubungan adil dan sehat dengan mitra kerja, pemegang saham, atau masyarakat.¹⁵

Titik sentral etika Islam adalah menentukan kebebasan manusia untuk bertindak dan bertanggung jawab karena kepercayaannya terhadap ke Maha Kuasaan Tuhan. Hanya saja kebebasan manusia itu tidaklah mutlak, dalam artian kebebasan yang terbatas. Jika sekiranya manusia memiliki kebebasan mutlak, maka berarti ia menyaingi kemahakuasaan tuhan selaku pencipta (*khalik*) semua makhluk, tanpa kecuali adalah manusia itu sendiri. Dengan demikian hal ini tidaklah mungkin (mustahil). Dalam skema etika Islam, manusia adalah pusat ciptaan Tuhan.

Manusia merupakan wakil Tuhan dimuka bumi sebagaimana firmannya: Q.S Al-An'am/6:165.

وَهُوَ الَّذِي جَعَلَكُمْ خَلَائِفَ الْأَرْضِ وَرَفَعَ بَعْضَكُمْ فَوْقَ بَعْضٍ دَرَجَاتٍ لِّيَبْلُوكُمْ فِي مَا آتَاكُمْ إِنَّ رَبَّكَ سَرِيعُ الْعِقَابِ وَإِنَّهُ لَغَفُورٌ رَّحِيمٌ

Terjemahnya:

“Dan dialah yang menjadikan kamu sebagai khalifah-khalifah di bumi dan dia mengangkat (derajat) sebagian kamu di atas yang lain, untuk mengujimu atas

¹⁴Buchari Alma Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Cet. III; Bandung : Alfabeta, 2016), h.111-113

¹⁵<https://www.jurnal.id/blog/apa-itu-etikabisnisislam>. Diakses pada 25 Juli 2020 pukul 11:03

(karunia) yang diberikannya kepadamu. Sesungguhnya tuhanmu sangat cepat memberi hukuman dan sungguh, dia maha pengampun, maha penyayang.”¹⁶

Dengan demikian, seluruh tujuan hidup manusia adalah untuk mewujudkan kebajikan kekhalfahannya sebagai pelaku bebas karena dibekali kehendak bebas, mampu memilih antara yang baik dan jahat, antara yang benar dan yang salah, antara yang halal dan yang haram. Berbekal kebebasan ini, manusia dapat mewujudkan kebajikan teomorfik dari keberadaannya sebagai wakil tuhan, atau menolak kedudukan ini dengan melakukan yang salah. Dengan kata lain, manusia akan mempertanggung jawabkan pilihan-pilihan yang diambilnya dalam kapasitasnya sebagai individu.¹⁷

Bertolak dari uraian di atas, dilihat dari perspektif ajaran etika (akhlak) dalam Islam pada prinsipnya manusia dituntut untuk berbuat baik pada dirinya sendiri, disamping kepada sesama manusia, alam lingkungannya dan kepada tuhan selaku penciptanya. Apabila manusia telah berbuat baik pada ketiganya maka pada hakikatnya manusia telah berbuat baik pada dirinya sendiri. Oleh karena itu, untuk bisa berbuat baik pada semuanya itu, manusia disamping diberi kebebasan hendaknya ia memperhatikan ke Esa-an Tuhan, prinsip keseimbangan dan keadilan. Disamping tanggung jawab yang akan diberikan di hadapan Tuhan.

Pada dasarnya, setiap pelaksanaan bisnis sebaiknya harus menyelaraskan proses bisnis tersebut dengan etika bisnis yang telah

¹⁶Departemen agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Bandung : Semesta Al-Qur'an),h.150.

¹⁷Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis menangkap spirit ajaran langit dan pesan moral ajaran bumi*,(Cet.I;Jakarta:Penebar Plus,2012),h.21

disepakati secara umum dalam lingkungan tersebut. sebenarnya terdapat prinsip etika bisnis yang dapat dijadikan pedoman bagi setiap bentuk usaha.

1) Kesatuan (*unity*)

Kesatuan (*unity*) adalah kesatuan sebagaimana reflexi dalam konteks tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial menjadi keseluruhan homogeni, serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh.

2) Keseimbangan (*Equilibrium*)

Keseimbangan atau 'adl adalah keadilan dan kesetaraan. Prinsip ini menuntut agar setiap orang diperlakukan secara sama sesuai dengan aturan yang adil dan sesuai kriteria yang rasional objektif, serta dapat dipertanggung jawabkan.¹⁸

3) Kehendak bebas (*Free will*)

Berdasarkan prinsip ini, manusia memiliki kebebasan untuk membuat kontrak dan menepatinya ataupun mengingkarinya. Seorang muslim yang telah menyerahkan kehidupannya pada kehendak Allah SWT. akan menepatinya semua kontrak yang telah dibuatnya.

Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bejerja dengan segala potensi yang dimilikinya.

¹⁸Agus Ariyanto, *Etika Bisnis bagi pelaku Bisnis* (Cet. II; Jakarta: Rajawali pers, 2011), h. 17.

4) Tanggung Jawab (*Responsibility*)

Tanggung jawab erat kaitannya dengan kehendak bebas. Meskipun kedua aksioma itu merupakan pasangan secara ilmiah, tetapi itu tidak berarti bahwa keduanya secara logis atau praktis, sedemikian saling terkait, sehingga tidak bisa dibedakan satu sama lain. Islam menaruh penekanan yang besar pada konsep tanggung jawab, tetapi itu berarti kurang memperhatikan individu. Justru Islam berusaha menetapkan keseimbangan yang tepat di atas keduanya.¹⁹

5) Kebenaran, kebijakan dan kejujuran

Kebenaran dalam konteks ini selain mengandung makna kebenaran lawan dari kesalahan, mengandung pula dua unsur yaitu kebijakan dan kejujuran. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi) proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan. Dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerjasama atau perjanjian dalam bisnis.

d. Mekanisme Bisnis Online

Dalam bisnis, keberadaan jual beli online berfungsi sebagai media transaksi bagi penjual dan pembeli yang melakukan perdagangan. Sebagai media transaksi, jual beli online memberikan berbagai fasilitas kemudahan

¹⁹Syed Nawab haider naqvi, *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003), h. 46.

yang dapat dirasakan para pengguna (users) setelah melalui beberapa tahapan yaitu.²⁰

- 1) *Information Sharing*, merupakan proses awal dalam transaksi jual beli online. Pada tahap ini, calon pembeli biasanya melakukan browsing di internet untuk mendapatkan informasi tentang produk tertentu yang akan dibeli. Informasi tentang produk tertentu dapat diperoleh langsung baik melalui website pedagang atau perusahaan yang memproduksi barang tersebut. Terkait informasi, ada dua hal utama yang bisa dilakukan users di dunia maya. Pertama ialah melihat berbagai produk barang atau jasa yang diiklankan oleh perusahaan melalui website-nya. Kedua adalah mencari data atau informasi tertentu yang dibutuhkan sehubungan dengan proses transaksi jual beli yang akan dilakukan.
- 2) *Online Orders*, merupakan tahap pemesanan dari calon pembeli yang tertarik dengan produk (barang atau jasa) yang ditawarkan. Karena itu untuk memenuhi kebutuhan tersebut, perusahaan perlu memiliki pusat data (corporate database) yang menyediakan informasi memadai baik terkait dengan berbagai produk yang ditawarkan, maupun tata cara pembeliannya. Untuk pemesanan melalui website, para pedagang (merchant) biasanya menyediakan katalog yang berisi daftar barang (*product table*) yang akan di pasarkan.
- 3) *Online Transaction*, yaitu suatu proses perdagangan yang dilakukan secara online. Untuk melakukan transaksi online, banyak cara yang

²⁰Eko Indrajit , E-Commerce: *Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya*, (Jakarta:PT.Elex Media Komputindo,2001), h.16.

dapat dilakukan. Pada tahap ini, biasanya dimulai dengan proses tawar menawar melalui dunia maya (*cybers space bargain*) antara para pihak yang terlibat transaksi jual beli online.

Dalam jual beli online, bukti adanya kesepakatan dapat diwujudkan dalam bentuk data elektronik (record) yang ditandatangani oleh masing-masing pihak secara digital (digital signature) sebagai bukti keabsahan dan kesediaan untuk menjalankan hak dan kewajiban. E-payment, merupakan suatu sistem pembayaran yang dilakukan secara elektronik. Biasanya agar dapat memberikan jasa pembayaran secara *online (online payment)*, lembaga keuangan sebagai perusahaan penerbit (issuer) sebelumnya perlu menjalin kerjasama dengan perusahaan penyedia jaringan (provider).

Dalam jual beli online e-payment dapat diwujudkan kedalam berbagai bentuk misalnya :

- 1) *Credit card* dapat diartikan sebagai metode pembayaran atas kewajiban yang timbul dari suatu transaksi bisnis dengan menggunakan kartu yang diterbitkan oleh perusahaan/lembaga keuangan yang menyediakan jasa pembayaran.
- 2) *E-check* yaitu sistem pembayaran online dengan menggunakan cek yang ditulis secara elektronik, misalnya melalui e-mail atau faximile. *E-check* biasanya memuat semua informasi yang dibuat berdasarkan apa yang tertera pada cek sungguhnya, namun perbedaannya tanda tangan dan sertifikat pada cek ini dibuat secara digital (*digital signature/digital certificate*). Perusahaan seperti *Net Check* berusaha memelopori penggunaan cek elektronik, sehingga dapat dimanfaatkan untuk transaksi secara individu. Untuk dapat melakukan

pembayaran dengan e-check, pertama customers perlu membuka account bank di internet. Dengan demikian, penerima e-check kini dapat mengkonfirmasi kepada bank adanya transaksi yang dilakukan secara valid, sebelum bank mentransfer uang dari rekening pengirim ke penerima e-check sesuai dengan nilai yang tercantum.

3) *Digital cash*, merupakan sistem pembayaran yang menggunakan uang digital. Melalui sistem digital cash, uang dapat dipresentasikan ke dalam bentuk digit sesuai dengan jumlah yang dibutuhkan. Sebagaimana pada kontrak perjanjian biasa, jual beli online perlu dilengkapi dengan sertifikat atau dokumen transaksi tanda tangan digital (*digital signature*) yang dibuat dan dikirim secara elektronik.. Sebagai bukti adanya transaksi, keberadaan dokumen jual beli online dapat di print out. Untuk memastikan keotentikannya, para pihak dapat menambahkan.

e. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Dengan kata lain, strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.²¹

²¹Sofian Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar*, Konsep & Strategi, h.168-169

Adapun pemasaran itu sendiri terdiri dari strategi bauran pemasaran (marketing mix) dimana sebuah perusahaan mengembangkan kemampuannya untuk mentransfer nilai melalui pertukaran untuk meraih pelanggan sebanyak-banyaknya. Kotler dan Armstrong misalnya, berpendapat bahwa marketing mix merupakan kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkannya di pasar sasaran”.²²

Marketing mix terdiri dari empat komponen biasanya disebut empat P (4P), yaitu :

- 1) Product (Produk),
- 2) Price (Harga),
- 3) Place (Tempat), dan
- 4) Promotion (Promosi).

Jika digabungkan, komunikasi pemasaran mempresentasikan gabungan semua elemen dalam bauran pemasaran, yang memfasilitasi pertukaran dengan menargetkan merek untuk sekelompok pelanggan, posisi merek yang membedakan dengan merek pesaing dengan menciptakan suatu arti yang disebarluaskan kepada pelanggannya. Kotler dan Keller menyatakan bahwa, “*Marketing communications are means by which firms attempt to inform, persuade, and remind consumers—directly or indirectly – about the products and brands they sell*”. Artinya, Komunikasi pemasaran adalah sarana yang digunakan perusahaan dalam upaya untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen baik secara

²²Philip Kotler dan Armstrong, *Prinsip-prinsipPemasaran, eds. 12 JilidDua* (Jakarta :Erlangga, 2008), h. 62.

langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merek yang mereka jual.²³

Marketing *communication* dapat didefinisikan sebagai kegiatan pemasaran dengan menggunakan teknik-teknik komunikasi yang bertujuan untuk memberikan informasi kepada khalayak agar tujuan perusahaan tercapai, yaitu terjadinya peningkatan pendapatan atas penggunaan jasa atau pembelian produk yang ditawarkan (Kennedy dan Soemanagara).²⁴ Dalam kajian pemasaran, kegiatan promosi yang efektif dan efisien dapat dimasukkan sebagai bagian dari konsep bauran komunikasi pemasaran (*marketing communication mix*). Bauran komunikasi pemasaran merupakan penggabungan dari lima mode komunikasi pemasaran, yaitu advertising, sales promotion, public relations, personal selling, dan direct selling.

Marketing Mix sebagai Strategi Pemasaran Azaria Amazing Store Untuk menunjang kesuksesan pemasaran, PT. Unionfam Azaria Berjaya menggunakan sejumlah alat untuk mendapatkan tanggapan atau respect dari konsumen atau dalam terminologi bisnis azaria consumer diistilahkan sebagai mitra. Dalam proses pemasaran tersebut strategi yang oleh Azaria Amazing Store adalah bauran pemasaran atau yang biasa juga disebut dengan marketing mix. Bauran pemasaran yang diimplementasikan oleh perusahaan ini memiliki peranan penting dalam mempengaruhi konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan perusahaan. Sebagaimana MsCharthy yang dikutip oleh Kotler dan Keller menyatakan

²³Philip Kotler Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta : Erlangga, 2012). h. 98.

²⁴Kennedy dan R. Dermawan Soemanagara, *Marketing Communication* (Jakarta: PT. Bhuana Ilmu Populer, 2006), h. 76.

bahwa bauran pemasaran memiliki empat jenis elemen yang lazim disebut dengan 4P : produk (product), harga (price), tempat (place), dan promosi (promotion). Jika dianalisa dalam perspektif Kotler dan Armstrong maka ada empat variabel dalam kegiatan bauran pemasaran yang diimplementasikan oleh perusahaan Azaria Amazing Store, yaitu :

- 1) Produk berarti kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan ke pasar sasaran yang bermakna bahwa produk yang ditawarkan oleh Azaria Amazing Store merupakan kombinasi antara barang dan jasa perusahaan yang ditawarkan ke target pasar. Dalam konteks ini, produk yang ditawarkan adalah produk kecantikan, sedangkan jasa yang ditawarkan oleh Azaria Amazing Store jika bisa membuka public service berupa pembayaran rekening listrik, tiket pesawat, pulsa, travel haji dan umroh.
- 2) Harga adalah jumlah uang yang harus dikeluarkan pelanggan untuk mendapatkan produk. Harga adalah jumlah uang pelanggan yang harus dikeluarkan untuk mendapatkan produk. Pada konteks ini, harga produk utama Azaria, yakni produk kecantikan memiliki harga yang bisa dibilang sangat bersaing dengan produk kecantikan lain. Bahkan, melalui sistem Q-Marketing, setiap pembelian produk Azaria, langsung dapat posisi associate dan sertifikat PPOB yang jika mampu menjual kembali produk Azaria, akan mendapatkan komisi satu juta rupiah perpenjualan.
- 3) Tempat merupakan aktivitas perusahaan untuk mendapatkan target.. Tempat meliputi kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia untuk target konsumen. Secara umum, Azaria dalam hal stok produk

sangat minim gerai/ toko penjualan. Segala macam transaksi jual beli dilayani secara online dan barang langsung dikirim kepada mitra.²⁵

Setiap perusahaan memiliki cara tersendiri dalam melakukan proses marketing, sesuai karakteristik dan kesanggupan masing-masing. Namun pada dasarnya tujuan akhir dari marketing itu tetap akan bermuara pada tercapainya kepuasan konsumen. Dengan terjadinya perubahan yang begitu cepat, khususnya dalam bidang teknologi komunikasi dan informasi, perusahaan telah banyak menggunakan internet untuk melakukan pemasaran langsung (*direct marketing*). Perusahaan yang diciptakan internet tidak terbantahkan lagi. Keluhan konsumen yang baru dalam *direct marketing* telah mengubah proses “*brand building*”. Adapun manfaat internet dalam pemasaran langsung dapat dibagi menjadi berikut ini:²⁶

- 1) Manfaat bagi pembeli
 - a) Menyenangkan, mudah dan pribadi.
 - b) Memberikan akses sedap kepada pembeli terhadap kekayaan produk.
 - c) Memberikan akses kepada pembeli terhadap kekayaan informasi kompetitif terhadap perusahaan, produk dan pesaing.
 - d) Pilihan konsumen tidak terhingga.
 - e) Konsumen menjadi semakin cerdas dan berpengetahuan.
- 2) Manfaat bagi penjual
 - a) Sebagai alat yang kuat untuk membangun pelanggan.

²⁵ Philip Kotler dan Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, eds. 12 Jilid Dua, h. 102.

²⁶ Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Strategi Pemasaran*, (Cet.I; Bandung : Pustaka Setia, 2015), h. 194

- b) Menawarkan alternatif biaya rendah.
- c) Menawarkan fleksibilitas yang besar.
- d) Memberikan akses kepada penjual untuk meraih pembeli yang tidak dapat mereka jangkau
- e) Mempunyai banyak alternatif, memenangkan persaingan dan membangun merek.

2. Teori Bisnis *Online*

Penelitian ini akan menggunakan suatu bangunan kerangka teoritis atau konsep-konsep yang menjadi *grand* teori dalam menganalisis permasalahan yang akan diteliti atau untuk menjawab permasalahan penelitian yang telah dibangun sebelumnya. Adapun tinjauan teori yang digunakan adalah :

a. Pengertian Bisnis *Online*

Bisnis *online* adalah suatu usaha yang dipasarkan melalui internet dengan berbagai macam cara sehingga dapat menghasilkan uang. Didalam bisnis *online* banyak sekali kelebihanannya di bandingkan bisnis *offline*.

Bisnis *online* terdiri dari dua kata yaitu bisnis dan *online*. Bisnis adalah suatu usaha atau aktivitas yang dilakukan oleh kelompok maupun individual untuk mendapatkan laba dengan cara memproduksi produk maupun jasanya untuk memenuhi kebutuhan konsumennya sedangkan kata *online* menurut kamus *web.id* adalah suatu kegiatan yang terhubung melalui jaringan komputer yang dapat diakses melalui jaringan komputer lainnya.²⁷

b. Kelebihan dan Kekurangan Bisnis Online

Salah satu teknologi yang sedang populer saat ini adalah teknologi informasi. Teknologi ini tidak hanya dimanfaatkan untuk lalulintas

²⁷<https://Etheses.iainkediri.ac.id>. Diakses pada tanggal 2 agustus 2020, pukul 22.28

informasi, akan tetapi juga sudah banyak dimanfaatkan untuk berbisnis. Dengan demikian, bisnis *online* mempunyai beberapa kelebihan yakni:

A. Bisnis dapat dilakukan tanpa terikat pada tempat dan waktu tertentu.

Bisnis *online* merupakan bisnis yang dapat dilakukan kapan pun dan dimana pun, selama tersedia fasilitas untuk mengakses internet. Bisnis ini dapat berjalan dengan otomatis tanpa harus ditunggu *ownernya* secara terus-menerus.

B. Modal awal yang diperlukan relatif kecil.

Modal awal yang diperlukan adalah fasilitas akses internet, dan kemampuan mengoprasikannya. Banyak penyedia jasa yang menawarkan media promosi, baik yang berbayar maupun yang gratis.

C. Keuntungan yang didapat bisa lebih besar karena jalur distribusi menjadi relatif lebih pendek.

Produsen dan konsumen dapat langsung melakukan transaksi tanpa ada perantara. Hal ini berbeda dengan bisnis didunia nyata, yang biasanya memiliki beberapa jalur distribusi yang harus dilalui, sehingga keuntungan yang didapatkan menjadi lebih kecil karena terpotong biaya distribusi.

D. Bisnis online dapat berjalan secara otomatis.

Pelaku bisnis hanya melakukan bisnis ini beberapa jam saja setiap harinya, sesuai dengan kebutuhan. Selebihnya dapat digunakan untuk melakukan aktivitas yang lain.

E. Akses pasar yang lebih luas.

Dengan adanya akses pasar yang lebih luas, potensi untuk mendapatkan pelanggan baru yang banyak akan semakin besar pula. Pasar dapat dijangkau tanpa dibatasi sekat wilayah.

F. Pelanggan (konsumen) lebih mudah mendapatkan informasi yang diperlukan dengan *Online*.

Komunikasi antara produsen dan konsumen akan menjadi lebih mudah, praktis dan lebih hemat waktu serta biaya.

- a) Meningkatkan efisiensi, terutama jarak dan waktu, dalam memberikan layanan kepada konsumen.
- b) Penghematan dalam berbagai biaya operasional.

Beberapa komponen biaya seperti transportasi, komunikasi, sewa tempat, gaji karyawan dan yang lainnya akan lebih hemat. Dengan adanya penghematan biaya dalam berbagai komponen tersebut, secara otomatis akan meningkatkan keuntungan.

Selain beberapa keuntungan tersebut, bisnis *Online* ini juga mempunyai beberapa kelemahan, yaitu:

- 1) Masih minimnya kepercayaan masyarakat pada bentuk transaksi *Online*.

Masih banyak masyarakat, khususnya di Indonesia, yang belum terlalu yakin untuk melakukan transaksi *Online*, apalagi yang berkenaan dengan pembayaran. Biasanya mereka lebih suka melakukan transaksi secara langsung walaupun dengan orang sudah dikenal.

- 2) Masih minimnya pengetahuan tentang teknologi informasi, khususnya dalam pemanfaatan untuk bisnis sehingga menimbulkan banyak kekhawatiran.

3) Perlu kehati-hatian yang tinggi.

Kehati-hatian yang tinggi ini sangat diperlukan mengingat bisnis *Online* dilakukan dengan pihak yang kadang-kadang belum dikenal reputasi dan kredibilitasnya, sehingga jangan sampai terjebak pada penipuan.

4) Adanya peluang menggunakan akses oleh pihak yang tidak berhak, khususnya yang bermaksud tidak baik. Misalnya pembobolan data oleh para *Hecker* yang tidak bertanggung jawab, pembobolan kartu kredit, dan rekening tabungan.

5) Adanya gangguan teknis.

Gangguan karena masalah teknis ini misalnya kesalahan dalam gangguan perangkat komputer, dan kesalahan dalam pengisian data. Hal ini biasa terjadi, khususnya bagi yang belum mahir (Kurang berpengalaman) dalam menggunakan teknologi informasi.

6) Memerlukan tingkat kepercayaan yang sangat tinggi dalam melakukan transaksi. Hal ini disebabkan karena seseorang akan melakukan transaksi dengan pihak lain yang hanya dikenal di dunia maya. Kalau tidak hati-hati, kadang-kadang akan terjebak pada penipuan.

7) Kehilangan kesempatan bisnis karena gangguan pelayanan (*Server*). Hal ini dapat terjadi ketika pesanan sedang ramai, tetapi internet tidak dapat diakses karena masalah teknis, sehingga kesempatan lewat begitu saja.

8) Penyebaran reputasi di dunia maya dapat dilakukan dengan cepat, baik reputasi baik, maupun buruk. Disatu sisi, hal ini bisa berdampak negatif, apalagi digunakan oleh pihak tertentu yang tidak bertanggung

jawab dan bermaksud merusak reputasi seseorang. Tetapi, hal ini dapat berdampak positif apabila yang disebarakan adalah reputasi baik.

3. Bisnis *Online* dengan Prinsip Syariah

a. Akad (Transaksi) Online Menurut Hukum Islam

Suatu transaksi atau akad dinyatakan sah apabila terpenuhi syarat dan rukunnya. Dalam hukum Islam ada beberapa rukun dan syarat berkaitan dengan suatu akad (transaksi), yaitu:

b. Adanya dua pihak atau lebih yang melakukan akad (transaksi).

Secara umum, orang yang melakukan akad (transaksi) disyaratkan memiliki kecakapan hukum dan kemampuan untuk melakukan akad (mampu menjadi pengganti orang lain jika ia menjadi wakil).

Dalam bisnis *online*, masing-masing pihak yang terlibat dalam transaksi harus memenuhi ketentuan-ketentuan untuk validitas transaksi itu sendiri. Kedua pihak harus memenuhi ketentuan memiliki kecakapan hukum dan mempunyai wewenang untuk melakukan transaksi.

c. Ada sighad akad

Sighad akad adalah sesuatu yang menunjukkan apa yang ada di hati pihak yang melakukan akad akan terjadinya sebuah akad. Sighad biasanya disebut ijab dan qabul. Ijab adalah penetapan perbuatan tertentu yang diucapkan pihak pertama, baik yang menyerahkan maupun yang menerima, sedangkan qabul adalah orang yang berkata setelah orang yang mengucapkan ijab, perkataan tersebut menunjukkan keridaan atas ucapan orang yang pertama.

Pernyataan ijab dan qabul dapat dilakukan secara lisan, tertulis, surat-menyurat, isyarat atau bentuk lain yang memberi pengertian dengan jelas

tentang adanya ijab dan qabul. Dapat juga berupa perbuatan yang telah menjadi kebiasaan dalam ijab dan qabul.

Tujuan yang terkandung dalam ijab dan qabul harus jelas dan terdapat kesesuaian, sehingga dapat dipahami oleh masing-masing pihak yang melakukan akad. Ijab dan qabul juga harus berhubungan langsung disuatu tempat (majelis akad). Boleh pula dilakukan ditempat yang berbeda, tetapi sudah dimaklumi oleh kedua pihak, sehingga keduanya telah saling memahami.

Pada dasarnya, ijab dan qabul dalam bisnis online sama dengan ijab dan qabul dalam bisnis di dunia nyata. Pernyataan ijab dan qabul (kesepakatan) dapat dilakukan dengan berbagai cara dan melalui berbagai media. Namun, yang terpenting adalah substansi ijab dan qabul (kesepakatan) tersebut dapat dipahami maksudnya oleh kedua pihak yang melakukan transaksi, sehingga dapat diartikan sebagai kerelaan kedua pihak untuk melakukan transaksi. Dalam bisnis online, kedua pihak secara fisik tidak bertemu di suatu tempat. Namun, mereka bertemu dalam suatu majelis, yaitu majelis maya.

d. Ada objek akad

Barang atau jasa memiliki objek akad harus sesuai dengan ketentuan syara', yaitu objek harus halal, suci (tidak najis), dapat diserahkan, dan diketahui oleh kedua belah pihak.²⁸

Objek dalam bisnis online umumnya berupa jasa, komoditi digital, atau nondigital. Hal ini tidak jauh berbeda dengan bisnis dunia nyata. Karena itu, objek dalam bisnis online harus memenuhi kriteria yang di

²⁸Khabib Basori, *Muamalat* (Yogyakarta: Pustaka Insani Madani, 2007), h. 3.

syaratkan, yaitu berupa jasa atau komoditi yang halal, mempunyai nilai dan manfaat, memiliki kejelasan baik bentuk, fungsi maupun keadaannya, serta dapat di serahterimakan pada waktu, tempat (media) yang telah disepakati.²⁹

Ada beberapa hal yang dapat menyebabkan bisnis online ini menjadi haram, yaitu:

- 1) Sistemnya haram, misalnya ada unsur perjudian.
- 2) Barang atau jasa yang dijadikan objek transaksi merupakan suatu yang diharamkan.
- 3) Karena melanggar perjanjian.
- 4) Ada unsur riba, penipuan, kecurangan dan kezaliman.
- 5) Dan hal-hal lain yang tidak sesuai dengan ketentuan hukum Islam.

Dengan demikian, menurut hukum Islam, transaksi bisnis online diperbolehkan apabila sesuai dengan prinsip atau ketentuan akad yang ada dalam hukum Islam.

e. Bisnis *Online* Dengan Akad Jual Beli Kontan

Jual beli menurut etimologi artinya tukar menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain.³⁰ Menurut Abi Yahya Zakaria Al-Ansyori, jual beli menurut bahasa adalah pertukaran harta atas dasar saling rela, atau memindahkan hak milik dengan mendapatkan benda yang lain sebagai gantinya dengan jalan yang dibolehkan oleh syara'.³¹ Al-ba'i (jual beli) adalah pertukaran antara harta dan harta, bisa sah (mun'aqid) dan tidak

²⁹Pusat Pengkajian Hukum Islam Dan Masyarakat Madani (PPHIMM) Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, h. 34

³⁰ Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Amzah, 2010), hlm. 173.

³¹ Shalah ash-Shawi dan Abdullah al-Mushlih, *Ma La Yasa' at-Tajira Jahluhu*, alih bahasa Abu Umar Basyir, *Fikih Ekonomi Keuangan Islam*, Darul Haq, Jakarta, 2008, hlm. 87

terikat (ghair mun'aqid). Perdagangan juga berarti jual beli dengan tujuan untuk mencari keuntungan (laba). Jual beli barang merupakan transaksi paling kuat dalam dunia perniagaan (bisnis) bahkan secara umum adalah bagian yang terpenting dalam aktivitas usaha. Kalau asal dari jual beli adalah disyariatkan, sesungguhnya di antara bentuk jual beli ada juga yang diharamkan dan ada juga yang diperselisihkan hukumnya.

Adapun beberapa ketentuan berupa rukun dan syarat dalam jual beli, yaitu

- 1) Ada yang melakukan akad, yaitu penjual dan pembeli. Penjual dan pembeli harus memenuhi syarat berupa:
- 2) Adanya keridaan antara penjual dan pembeli.
- 3) Penjual dan pembeli adalah orang yang diperkenankan secara syariat untuk melakukan akad (mukallaf), yaitu orang baligh (dewasa), dan berakal.
- 4) Yang berakad mempunyai hak penuh atas barang atau jasa yang di akadkan.
- 5) Ada barang yang diperjualbelikan dan ada penukar. Ada beberapa syarat berkaitan dengan barang yang diperjualbelikan, yaitu:
 - a) Barang yang diperjualbelikan merupakan sesuatu yang boleh diambil manfaatnya secara mutlak, bukan sesuatu yang diharamkan.
 - b) Barang yang diperjualbelikan merupakan sesuatu yang bisa dimiliki atau dikuasai. Maka tidak sah misalnya menjual burung yang sedang terbang.

c) Barang yang diperjualbelikan dapat diketahui ketika terjadi akad. Maka dilarang memperjualbelikan sesuatu yang belum jelas atau samar (gharar), misalnya jual beli ikan yang ada dikolam, jual beli buah-buahan yang masih ada di pohon, jual beli anak binatang yang masih ada dalam perut induknya dan yang lainnya.

6) Ada ijab dan qabul, yaitu ucapan transaksi antara penjual dan pembeli. Ijab qabul ini dapat berbentuk ucapan atau berbentuk lain sesuai dengan perkembangan zaman (teknologi). Misalnya, kalau jual beli dilakukan via internet, maka ijab qabul cukup via internet. Contoh jual beli kontan dalam internet ini antara lain adalah penjual e-book, dan script yang langsung dapat diunduh ketika pembayaran dilakukan.³²

f. *Bisnis Online Dengan Akad Salam* (Pemesanan)

Berdasarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI) Nomor 05/DSN-MUI/IV/2000, jual beli salam diartikan sebagai jual beli barang dengan cara pemesanan dan pembayaran harga lebih dahulu dengan syarat-syarat tertentu.³³

Ada beberapa ketentuan terkait dengan jual beli dalam bentuk akad salam ini, yaitu:

- 1) Ketentuan tentang pembayaran
 - a) Alat bayar harus diketahui jumlah dan bentuknya, baik berupa uang, barang atau manfaat.
 - b) Pembayaran harus dilakukan ketika kontrak telah disepakati.

³²Khabib Basori, *Muamalat*, h. 3.

³³Fatwa DSN MUI) Nomor 05/DSN-MUI/IV/2000, jual beli salam diartikan sebagai jual beli barang dengan cara pemesanan dan pembayaran harga lebih dahulu dengan syarat-syarat tertentu.

- c) Pembayaran tidak boleh dalam bentuk pembebasan utang.³⁴
- 2) Ketentuan tentang barang
- a) Harus jelas ciri-cirinya dan dapat diakui sebagai utang.
 - b) Harus dapat dijelaskan spesifikasinya.
 - c) Penyerahannya dilakukan kemudian.
 - d) Waktu dan tempat penyerahan barang harus ditetapkan berdasarkan kesepakatan.
 - e) Pembeli tidak boleh menjual barang sebelum menerimanya.
 - f) Tidak boleh menukar barang, kecuali dengan barang sejenis sesuai kesepakatan.³⁵
- 3) Penyerahan barang sebelum atau pada waktunya
- a) Penjual harus menyerahkan barang tepat pada waktunya sesuai dengan kualitas dan jumlah yang telah disepakati.
 - b) Jika penjual menyerahkan barang dengan kualitas yang lebih tinggi, penjual tidak boleh meminta tambahan harga.
 - c) Jika penjual menyerahkan barang dengan kualitas yang lebih rendah, dan pembeli rela menerimanya, maka ia tidak boleh menuntut pengurangan harga (diskon)
 - d) Penjual dapat menyerahkan barang lebih cepat daripada waktu yang di sepakati dengan syarat kualitas dan jumlah barang sesuai dengan kesepakatan, dan ia tidak boleh menuntut tambahan harga.

³⁴Muhammad, *Model-model Akad Pembiayaan di Bank Syariah*, (Yogyakarta: UII Press, 2009), h. 79.

³⁵Abdul Fatah Idris dan Abu Ahmadi, *Terjemahan Ringkas Fiqih Islam Lengkap*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1990), h. 141.

e) Jika semua atau sebagian barang tidak tersedia pada waktu penyerahan, atau kualitasnya lebih rendah dan pembeli tidak rela menerimanya, maka ia memiliki dua pilihan yakni membatalkan kontrak dan meminta kembali uangnya, atau menunggu sampai barang tersedia.

4) Pembatalan kontrak

Pada dasarnya pembatalan *salam* boleh dilakukan, selama tidak merugikan kedua belah pihak. Beberapa contoh bisnis *online* dengan menggunakan akad *salam* atau jual beli pesanan antara lain membuka toko *online*.³⁶

Saat ini banyak para pelaku bisnis yang memasarkan produknya *online*. Hal ini dimaksudkan untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Selain itu, dengan sistem *online* pemasaran dapat dilakukan selama 24 jam nonstop. Sistem seperti ini biasanya juga dilakukan para pedagang yang sudah mempunyai toko di dunia nyata. Pembelian dilakukan dengan sistem pesanan, yaitu pembayaran terlebih dahulu, setelah itu barang pesanan dikirim.

g. Bisnis *Online* dengan akad *Ji'alah/Ju'alah* (upah)

Berdasarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI) Nomor 62/DSN-MUI/XII/2007, akad *ji'alah/ju'alah* diartikan sebagai janji atau komitmen (*iltizam*) untuk memberikan imbalan tertentu atas pencapaian hasil yang ditentukan dari suatu pekerjaan. Pihak yang berjanji akan memberikan imbalan tertentu atas

³⁶M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam*, (Jakarta: Rajawali Press, 2002), h. 143.

pencapaian hasil pekerjaan yang ditentukan disebut *ja'il*. Dan pihak yang melaksanakan *ji'alah/ju'alah* disebut *maj'ul lah*.³⁷

Beberapa contoh bisnis *online* dengan menggunakan akad *ji'alah/ju'alah* antara lain:

- 1) Kursus atau pelatihan *online*
- 2) Kuliah *online*
- 3) Jasa pemasangan iklan
- 4) Pemberian jasa atau keahlian tertentu
- 5) *Reseller*, dll.

h. Bisnis *Online* Dengan Akad *Ijarah* (Sewa)

Berdasarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI) Nomor 09/DSN-MUI/IV/2000, akad *ijarah* diartikan sebagai akad pemindahan hak guna (Manfaat) atas suatu barang dalam waktu tertentu dengan pembayaran sewa (*ujrah*), tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan barang itu sendiri. Ada beberapa ketentuan berkaitan dengan akad *ijarah* yakni di antaranya:³⁸

- 1) Rukun dan Syarat *Ijarah*
 - a) Sighat *ijarah*, yaitu *ijab* dan *qabul* berupa penyertaan dari kedua belah pihak yang berakad (berkontrak), baik secara verbal atau dalam bentuk lain.

³⁷Fatwa DSN-MUI No: 62/DSN-MUI/XII/2007, akad *ji'alah/ju'alah* diartikan sebagai janji atau komitmen (*iltizam*).

³⁸Fatwa DSN-MUI No: 09/DSN-MUI/IV/2000, akad *ijarah* diartikan sebagai akad pemindahan hak guna (Manfaat) atas suatu barang dalam waktu tertentu dengan pembayaran sewa (*ujrah*).

- b) Pihak-pihak yang berakad terdiri atas pemberi sewa/ pemberi jasa dan penyewa/ pengguna jasa.
 - c) Objek akad ijarah
- 2) Ketentuan objek *ijarah*
- a) Objek *ijarah* adalah manfaat dari penggunaan barang dan jasa.
 - b) Manfaat barang dan jasa harus bisa dinilai dan dapat dilaksanakan dalam kontrak.
 - c) Manfaat barang atau jasa harus yang bersifat dibolehkan (tidak diharamkan).
 - d) Kesanggupan memenuhi manfaat harus nyata dan sesuai dengan syariat.
 - e) Manfaat harus dikenali dengan spesifik untuk menghilangkan jahala (ketidak tahuan) yang akan mengakibatkan sengketa.
 - f) Spesifikasi manfaat harus dinyatakan dengan jelas, termasuk jangka waktunya. Bisa juga dikenali dengan spesifikasi atau identifikasi fisik.
 - g) Sewa atau upah adalah sesuatu yang dijanjikan dan dibayar penyewa kepada pemberi sewa sebagai pembayaran manfaat. Sesuatu yang dapat dijadikan harga dalam jual beli dapat pula dijadikan sewa (upah) dalam ijarah.
 - h) Pembayaran sewa atau upah boleh berbentuk jasa (manfaat lain) dari jenis yang sama dengan objek kontrak.
 - i) Kelenturan (flexibility) dalam menentukan sewa (upah) dapat diwujudkan dalam ukuran waktu, tempat, dan jarak.
- 3) Kewajiban pemberi manfaat barang atau jasa (pemberi sewa)

- a) Menyediakan barang yang disewakan atau jasa yang diberikan.
- b) Menanggung biaya pemeliharaan barang.
- c) Menjamin bila terdapat cacat pada barang yang disewakan.

i. Bisnis Online Dengan Akad Mudharabah (Kerjasama)

Berdasarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI) Nomor 07/ DSN-MUI/ IV/ 2000, akad *mudharabah* diartikan sebagai akad kerja sama suatu usaha antara dua pihak, yang pihak pertama (*malik, shahib al-mal*) menyediakan seluruh modal, sedangkan pihak kedua (*'amil, mudharib*) bertindak selaku pengelola, dan keuntungan usaha dibagi mereka sesuai kesepakatan. Adapun beberapa ketentuan hukum *mudharabah* yakni:³⁹

- 1) Kontrak tidak boleh dikaitkan (*mu'allaq*) dengan sebuah kejadian dimasa depan yang belum tentu terjadi.
- 2) Dalam *mudharabah* tidak ada ganti rugi, karena pada dasarnya akad ini bersifat amanah (*yad al-amanah*), kecuali akibat dari kesalahan disengaja, kelalaian, atau pelanggaran kesepakatan.
- 3) Contoh bisnis online dengan menggunakan akad *mudharabah* adalah investasi online. Investasi online yaitu penyertaan modal untuk suatu bisnis yang dilakukan di dunia maya. Bentuk bisnis seperti ini perlu kehati-hatian tinggi agar tidak tertipu. Selain itu, jangan sampai melanggar norma-norma yang telah ditetapkan dalam akad *mudharabah*.

³⁹Fatwa DSN-MUI Nomor 07/ DSN-MUI/ IV/ 2000, akad *mudharabah* diartikan sebagai akad kerja sama suatu usaha antara dua pihak, yang pihak pertama (*malik, shahib al-mal*).

j. *Bisnis Online Dengan Akad Musyarakah*

Berdasarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI) Nomor 08/ DSN-MUI/ IV /2000, akad *musyarakah* diartikan sebagai akad kerja sama antara dua pihak atau lebih untuk usaha tertentu, yang masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan ketentuan bahwa keuntungan dan risiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.⁴⁰

Ada beberapa ketentuan berkaitan dengan akad *musyarakah* ini, yaitu:

- 1) Penyertaan *ijab* dan *qabul* harus dinyatakan oleh para pihak untuk menunjukkan kehendak mereka dalam mengadakan kontrak (akad).
- 2) Pihak-pihak yang berkontrak harus cakap hukum.
- 3) Objek akad (modal, kerja, keuntungan dan kerugian)
- 4) Pembebanan biaya operasional yang dibebankan pada modal bersama.⁴¹

Contoh bisnis *online* dengan akad *musyarakah* adalah bisnis yang berbentuk *joint venture*, yaitu bisnis yang dilakukan dua pihak atau lebih. Masing-masing pihak mempunyai kelebihan yang dapat menutupi kekurangan pihak lain. Misalnya, satu pihak mempunyai keahlian menulis *e-book*, sementara pihak yang lain ahli dalam bidang *internet marketing*. Keduanya bisa melakukan kerjasama untuk melakukan penjualan *online-e-book* tersebut.

⁴⁰Fatwa DSN-MUI Nomor 08/ DSN-MUI/ IV /2000, akad *musyarakah* diartikan sebagai akad kerja sama antara dua pihak atau lebih untuk usaha tertentu.

⁴¹Abdul Ghofur Ansshari, *Perbankan Syariah di Indonesia*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2009), h. 128.

k. Jual beli berjenjang (*Multi level Marketing*)

Saat ini metode penjualan barang dan produk jasa menggunakan jejaring pemasaran (*network marketing*), atau pola penjualan berjenjang, termasuk didalamnya *multi level marketing* (MLM), telah banyak dipraktikkan oleh masyarakat. Ada beberapa istilah berkaitan dengan akad ini, yaitu:

- 1) Penjualan langsung berjenjang adalah cara penjualan barang atau jasa melalui jaringan pemasaran yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha kepada sejumlah perorangan atau badan usaha lainnya secara berturut-turut.
- 2) Barang adalah setiap benda berwujud, baik bergerak, maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan, maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat di miliki, diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, dan dimanfaatkan oleh konsumen.
- 3) Produk jasa adalah setiap layanan berbentuk pekerjaan yang dapat dimanfaatkan oleh konsumen.
- 4) Perusahaan adalah badan usaha yang berbentuk badan hukum yang melakukan kegiatan usaha perdagangan barang (produk), dengan sistem penjualan langsung yang terdaftar menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- 5) Konsumen adalah pihak pemakai barang dan jasa, hanya untuk kepentingan pribadi (tidak untuk diperdagangkan).
- 6) Komisi adalah imbalan yang diberikan oleh perusahaan kepada mitra usaha atas penjualan yang besar maupun bentuknya diperhitungkan

berdasarkan prestasi kerja nyata, yang terkait langsung dengan volume atau nilai hasil penjualan barang atau jasa.

- 7) Bonus adalah tambahan imbalan yang diberikan oleh perusahaan kepada mitra usaha atas penjualan, karena berhasil melampaui target penjualan barang atau produk jasa yang ditetapkan perusahaan.
- 8) *Ighra'* adalah daya tarik luar biasa yang menyebabkan orang lalai terhadap kewajibannya, agar dapat melakukan transaksi yang menghasilkan bonus (komisi) yang dijanjikan.
- 9) *Money game* adalah kegiatan penghimpunan dana masyarakat (penggandaan uang) dengan praktik memberi komisi dan bonus dari hasil perekrutan/ pendaftaran mitra usaha yang baru bergabung, bukan dari hasil penjualan produk. Atau dari hasil penjualan produk, namun produk tersebut hanya sebagai kamufase (tidak mempunyai kualitas yang dapat dipertanggungjawabkan).
- 10) *Excessive mark-up* adalah batas margin laba berlebihan yang dikaitkan dengan hal-hal lain diluar biaya.
- 11) *Member get member* adalah strategi perekrutan keanggotaan baru PLB yang dilakukan oleh anggota yang telah terdaftar sebelumnya.
- 12) Mitra Usaha/ *stockist* adalah pengecer/ *retailer* yang menjual (memasarkan) produk-produk penjualan langsung.⁴²

4. Teori Hukum Ekonomi Islam

a. Pengertian Hukum Ekonomi Islam

⁴²Arip Purkon, *Bisnis Online Syariah*, Edisi I (Cet.I; Jakarta: Gramedia Pustaka Utama,2014) h.27-73

Sebelum sampai kepada pengertian ekonomi Syariah terlebih dahulu disampaikan tentang pengertian ekonomi secara umum, sebab pengertian secara umum sangat berkaitan dengan pengertian tentang ekonomi syariah. Hukum ekonomi adalah keseluruhan norma-norma yang dibuat oleh pemerintah atau penguasa sebagai satu personifikasi dari masyarakat yang mengatur kehidupan ekonomi di mana kepentingan individu dan masyarakat saling berhadapan.

Untuk memperjelas pengertian tentang ekonomi Islam, di sini akan diberikan beberapa definisi yang disebutkan oleh beberapa pakar tentang ekonomi Islam, antara lain:

- 1) Muhammad Abdu Mannan, yang dimaksud dengan ekonomi Islami adalah *“sosial science which studies the economics problems of people imbued with the values of Islami”* (Ekonomi Islam adalah ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam).
- 2) Muhammad Nejatullah Siddiqi, yang dimaksud dengan ekonomi Islam adalah *“the Muslim thinkers response to the economics challenger of Qur’an and Sunnah as well as rooted in them.”* (Ekonomi Islam adalah respons pemikiran Islam (muslim) terhadap tantangan ekonomi pada masa tertentu. Dalam usaha keras ini mereka dibantu oleh al-Qur’an dan As-Sunah, akal dan ijtihad serta pengalaman).
- 3) M. Umar Chapra, yang dimaksud dengan ekonomi Islam adalah *“Islamic economics was defined as that branch of knowledge which helps realize human well being through an allocation and distribution of scarce resources that is in conformity or creating continued macro*

economic and ecological imbalances” (Ekonomi Islam adalah sebuah pengetahuan yang membantu upaya realisasi kebahagiaan manusia melalui alokasi dan distribusi sumber daya yang terbatas yang berada dalam koridor yang mengacu pada pengajaran Islam tanpa memberikan kebebasan individu atau tanpa perilaku makroekonomi yang berkesinambungan dan tanpa ketidak seimbangan lingkungan).

- 4) Hasanuz Zaman, yang dimaksud dengan ekonomi Islam adalah”Islamic economics is the knowledge and applications and rules of the shari’ah that prevent injustice in the requisition and disposal of material resources in order to provide satisfaction to human being and enable them to perform they obligation to allah and the society” (Ekonomi Islam adalah pengetahuan dan penerapan hukum syariah untuk mencegah terjadinya ketidakadilan atas pemanfaatan dan pengembangan sumber-sumber material dengan tujuan untuk memberikan kepuasan manusia dan melakukannya sebagai kewajiban kepada Allah SWT dan masyarakat).
- 5) Munawar Iqbal, yang dimaksud dengan ekonomi islam adalah “sebuah disiplin ilmu yang mempunyai akar dalam syariat Islam. Islam memandang wahyu sebagai sumber ilmu pengetahuan yang paling utama. Prinsip-prinsip dasar yang dicantumkan dalam al-Qur’an dan al-hadis adalah batu ujian untuk menilai teori-teori baru berdasarkan doktrin-doktrin ekonomi Islam. Dalam hal ini himpunan hadis merupakan sebuah buku sumber yang sangat berguna”.⁴³

b. Prinsip-prinsip Hukum Ekonomi Islam \

⁴³Munawar Iqbal, *Hukum Ekonomi Syariah* (Cet.I; Jakarta : Prenadamedia Group,2012), h.5.

Dalam hukum ekonomi Islam sebagai aturan yang ditetapkan syara', terdapat beberapa prinsip-prinsip yaitu:

1) Siddiq

Shidiq (jujur) dapat diartikan adanya kesesuaian/keselarasan antara apa yang disampaikan/diucapkan dengan apa yang dilakukan/kenyataan yang ada. Kejujuran juga memiliki arti kecocokan dengan kenyataan atau fakta yang ada.⁴⁴

Salah satu sifat dan sikap yang termasuk fadlilah ialah ash-Shidiq yang berarti benar dan jujur. Yang dimaksud disini ialah berlaku benar dan jujur baik dalam perkataan maupun dalam perbuatan. Sikap benar ini adalah salah satu fadlilah yang menentukan status dan kemajuan perseorangan dan masyarakat. Menegakan prinsip kebenaran adalah salah satu sendi kemaslahatan dalam hubungan antara manusia dengan manusia dan antara satu golongan dengan golongan lainnya.⁴⁵

2) Amanah

Al-Amanah menurut arti bahasa ialah kesetiaan, ketulusan hati, kepercayaan (tsiqah) atau kejujuran. Yang dimaksud dengan amanah disini ialah suatu sifat dan sikap pribadi yang setia, tulus hati dan jujur dalam melaksanakan sesuatu yang dipercayakan kepadanya, berupa harta benda, rahasia maupun tugas kewajiban. Amanah (dapat dipercaya), amanah perdefinisi adalah titipan berharga yang dipercayakan Allah kepada kita atau aset penting yang dipasrahkan kepada kita. Konsekuensi

⁴⁴Srijanti, Purwanto s.k, dan Wahyudi Pramono, *Etika Membangun Masyarakat Islam Modern*, (Yogyakarta,; Graha Ilmu, 2007) h. 89.

⁴⁵H. Hamzah Ya'qub, *Etika Islam Pengantar Akhlaqul karimah (Suatu Pengantar)*, (Bandung: Diponegoro, 1985), h. 102.

sebagai penerima amanah tersebut, kita terikat secara moral untuk melaksanakan amanah itu dengan baik dan benar.⁴⁶

Sebelumnya, kebohongan adalah pangkal cabang kemunafikan dan ciri orang-orang munafik. Cacat pasar perdagangan di dunia kita dan yang paling banyak memperburuk citra perdagangan adalah kebohongan, manipulasi, dan mencampur aduk kebenaran dengan kebatilan, baik secara dusta dalam menerangkan spesifikasi barang dagang dan mengunggulkannya atas yang lainnya, dalam memberitahukan tentang harga jualnya kepada orang lain maupun tentang banyaknya pemesanan dan lain sebagainya. Oleh karena itu, sifat terpenting bagi pedagang yang diridhai Allah adalah kejujuran.

Al-qur'an memerintahkan pada manusia untuk jujur, tulus/ikhlas, dan benar dalam semua perjalanan hidupnya, dan ini sangat dituntut dalam bidang bisnis,. Pada saat penipuan dan tipu daya dilakukan dan dilarang, bahkan hampir mendekati titi nadir, kejujuran bukan hanya diperintahkan. Ia dinyatakan sebagai keharusan yang mutlak dan absolut. Sikap jujur akan terlihat dalam kemampuan dalam menjalankan amanah-amanah yang diberikan. Orang yang jujur sudah pasti amanah dalam setiap kepercayaan yang diberikan kepadanya.

Sebagaimana dalam Firman Allah Q.S An-Anfal: 08/27 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمْنِكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Terjemahnya :

⁴⁶ Srijanti, Purwanto s.k, dan Wahyudi Pramono, *Etika Membangun Masyarakat Islam Modern*. h. 103.

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui.”⁴⁷

Oleh karena itu, prinsip amanah hanya dapat dijalankan selain dengan Profesionalisme adalah bagian yang penting dari prinsip amanah dan muamalah. Al-Qur’an mengajarkan dalam suatu kisah yang sangat menarik, ketika putri nabi syuaif memohon kepada ayahandanya xxxviii agar berkenan mempekerjakan Musa A.S, sebagai sosok pemuda yang qawi ‘kuat’/ profesional. Disinilah letaknya dimana kenapa almanah menjadi salah satu prinsip dalam muamalah, profesionalisme, dan termasuk penempatan seseorang sesuai keahlian dan kemampuannya merupakan bagian dari prinsip almanah dalam muamalah yang islami.⁴⁸

Prinsip amanah dalam organisasi perusahaan dapat terwujud dalam nilai-nilai akuntabilitas (pertanggung jawaban) perusahaan melalui penyajian laporan keuangan tiap periode. Dalam hal ini perusahaan asuransi harus memberi kesempatan yang besar bagi nasabah untuk mengakses laporan keuangan perusahaan. Laporan keuangan yang dikeluarkan oleh perusahaan asuransi harus mencerminkan nilai-nilai kebenaran dan keadilan dalam bermuamalah dan melalui auditor public. Prinsip amanah juga harus berlaku pada diri nasabah asuransi. Seseorang yang menjadi nasabah asuransi berkewajiban menyampaikan informasi yang benar berkaitan dengan pembiayaan dana iuran (premi) dan tidak memanipulasi data kerugian, yang menimpa dirinya, berarti nasabah

⁴⁷Kementerian Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahnya*, h.

⁴⁸Muhammad Syakir Sula, *Asuransi Syariah*, h. 738

tersebut telah menyalahi prinsip amanah dan dapat dituntut secara hukum.⁴⁹

3) Tablig

Sifat tabligh artinya komunikatif, argumentatif, bli-hikmah, dalam penyampaian dan bener (berbobot) dalam setiap ucapannya. Seorang leader atau pelaku bisnis islami haruslah juga seorang yang mampu mengkomunikasi visi dan misinya dengan benar kepada karyawannya, dan harus mampu menyampaikan keunggulan-keunggulan produknya dengan tidak harus berbohong dan menipu kepada costumer. Dia harus menjadi seorang negosiator yang baik yang bisa berbicara benar dan bil hikmah ‘bijaksana dan tepat sasaran’ kepada mitranya serta kalimat-kalimatnya selalu qaulan sadiidan ‘pembicaraan yang benar dan berbobot’. Allah berfirman. (an-Nisa: 9)

وَلْيَحْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكُوا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعْفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ
وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Terjemahnya:

“dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan Perkataan yang benar.”⁵⁰

Firman Allah diatas menjelaskan tentang bagaimana seharusnya seseorang harus berkata benar sesuai dengan apa yang ada dan mereka tidak seharusnya mengada-ada atau melebih-lebihkan dalam perkataanya.

4) Fathanah

⁴⁹Hasan Ali, *Asuransi dalam Perspektif Hukum Islam*, (Jakarta: Kencana, 2004), h.130.

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

Fatanah dapat diartikan intelektual, kecerdikan, atau kebijaksanaan. Pemimpin yang fatanah artinya pemimpin yang memahami, mengerti dan menghayati secara mendalam segala hal yang menjadi hal dan tugas yang menjadi kewajibannya.

Sifat fatanah dapat dipandang sebagai strategi hidup setiap muslim. Karena, untuk mencapai sang pencipta, seorang muslim harus mengoptimalkan segala potensi yang telah diberikan oleh-Nya. Potensi paling berharga dan termahal yang diberikan pada manusia adalah akal (intelektualitas).

Dalam bisnis, implikasi ekonomi sifat fathanah adalah bahwa segala aktivitas dalam manajemen suatu perusahaan harus dengan kecerdasan, dengan mengoptimalkan semua potensi akal yang ada untuk mencapai tujuan. Memiliki sifat jujur dan benar, kredibel dan bertanggung jawab saja tidak cukup dalam berekonomi dan bisnis. Para pelaku bisnis syariah juga harus cerdas dan cerdik agar usahanya bisa lebih efektif dan efisien. Juga tidak mudah menjadi korban penipuan mitra bisnis ataupun competitor.

Sifat fatanah ini juga akan menumbuhkan kreatifitas dan kemampuan untuk melakukan berbagai macam inovasi yang bermanfaat. Kreatif dan inovatif hanya mungkin dimiliki ketika seseorang selalu berusaha untuk menambah berbagai ilmu pengetahuan, peraturan dan informasi, baik yang berhubungan dengan pekerjaannya maupun perusahaan secara umum. Sifat fatanah (perpaduan antara 'alim dan hafidz) telah mengantarkan Nabi Yusuf a.s dan timnya berhasil membangun kembali Mesir. xli Dari empat sifat di atas terdapat beberapa

indikator dari masing-masing sifat yang menjadi acuan seorang agen dalam melaksanakan tugasnya.⁵¹

C. Tinjauan Konseptual

Untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman dalam memahami proposal skripsi yang berjudul, Sistem Bisnis *Online* AZARIA Perspektif Hukum Ekonomi Islam. Maka calon peneliti merasa penting untuk memberikan penegasan judul tersebut sehingga maksud yang terkandung didalam judul lebih jelas sekaligus menjadi batasan dalam pembahasan selanjutnya. Adapun beberapa istilah yang perlu mendapat penjelasan adalah:

1. Sistem

Sistem adalah perangkat unsur yang secara teratur saling berkaitan sehingga membentuk suatu totalitas.⁵²

2. Bisnis

Bisnis ialah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Secara umum kegiatan ini ada dalam masyarakat dan ada dalam industri. Pebisnis pada intinya melaksanakan kegiatan jual dan beli, yang artinya saling menukar atau tukar menukar. Jual (al-bai') dan beli (asy-syiraa) adalah dua kata yang dipergunakan dalam pengertian yang sama tapi sebenarnya berbeda. Menurut syariat jual beli adalah pertukaran harta,

⁵¹Sri Herianingrum, *Implementasi Nilai Tabligh Pada Tenaga Pengajar dalam Proses Belajar Mengajar di Madrasah Aliyah Negeri Mojokerto*, JESTT Vol. 2 No. 10 Oktober 2015, h. 283.

⁵²Departemen pendidikan nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, Edisi IV (Cet. I; Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008), h. 1320

memindahkan hakmilik dengan ganti atas dasar saling rela-ikhlas, bukan berarti rasa kesal-menyosal, ataupun rasa saling tidak puas.⁵³

3. Online

Saat ini hampir setiap orang sudah mengenal yang namanya internet. Ketika kita melakukan koneksi ke internet, maka kita akan dihadapkan dengan istilah “online” dan “offline”. Online adalah berasal dari kata on dan line, on artinya hidup, line artinya saluran. Pengertian online adalah keadaan komputer yang terkoneksi atau terhubung ke jaringan Internet.⁵⁴

E-commerce adalah kegiatan komunikasi komersial bisnis dan manajemennya yang dilaksanakan menggunakan metode-metode elektronik seperti halnya electronic data interchange dan automated data-collection system. E-commerce merupakan salah satu implementasi dari bisnis online. Berbicara mengenai bisnis online tidak terlepas dari transaksi, seperti jual beli via internet.⁵⁵

4. Azaria

PT.Unionfam Azaria Berjaya (untuk selanjutnya disebut Azaria) adalah perusahaan onlinestore yang berdiri sejak tahun 2015 dengan akte pendirian notaris Sjamsuriaman, SH., M. Kn., No.15 tanggal 19 Mei 2015. Kini Azaria berkembang menjadi sebuah perusahaan dengan konsep bisnis masa depan, yang menyajikan layanan online store (produk-produk kecantikan dan fashion yang premium) dan sistem pemasaran ”Q Marketing, yang juga telah dilengkapi

⁵³Buchari Alma Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Cet. III; Bandung : Alfabeta, 2016), h. 111.

⁵⁴<https://www.temukanpengertian.com>, diakses 21 Juli 2020 pukul 13:03

⁵⁵Imam Mustofa, *Fiqih Mu’amalah Kontemporer*, Edisi I(Cet. I; Jakarta: Rajawali Pers, 2016),h. 32

dengan fasilitas PPOB, penjualan tiket (kereta api, pesawat terbang, layanan travel), serta agen keberangkatan umroh dan haji plus. Dengan pesatnya perkembangan bisnis di Indonesia, Azaria juga akan selalu berkomitmen untuk terus tumbuh dan berkembang, selalu memberikan kemudahan dalam berbelanja online dan mengedepankan inovasi untuk kemajuan dan kemakmuran kita bersama.⁵⁶

5. Perspektif Hukum Ekonomi Islam

Hukum ekonomi Islam merupakan keseluruhan kaidah hukum Islam yang mengatur dan mempengaruhi segala sesuatu yang berkaitan dengan kegiatan dan kehidupan perekonomian.⁵⁷

Jadi, berdasarkan pengertian-pengertian tersebut, maka penulis yang dimaksud dalam judul “ Sistem Bisnis *Oline* AZARIA Perspektif Hukum Ekonomi Islam” adalah metode atau cara untuk mencapai suatu tujuan didalam menjalankan usaha AZARIA secara *online* berdasarkan hukum ekonomi Islam.

D. Kerangka Pikir

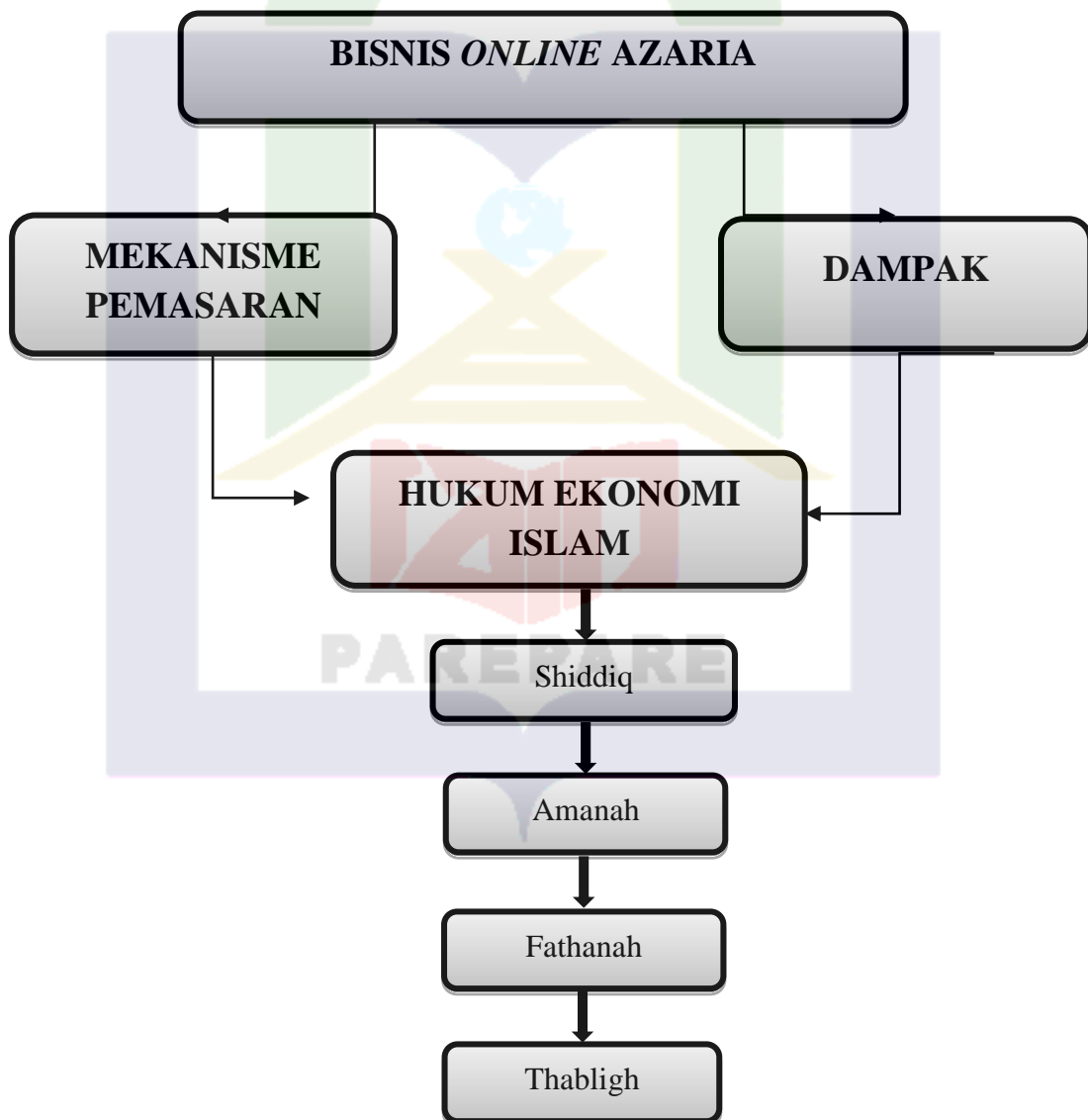
Maksud dari kerangka pikir dibawah yaitu Bisnis Online Azaria merupakan perusahaan yang menggunakan bauran pemasaran yang tersedia untuk mempengaruhi konsumen secara langsung atau secara tidak langsung sehingga produk yang ditawarkan perusahaan dapat bermanfaat. Dimana, dalam usaha mempengaruhi calon konsumen atau calon mitra ini, yang kemudian menjadi member Azaria, dimana melalui member peneliti akan mencari tahu tentang bagaimana mekanisme pemasaran Azaria itu sendiri lalu kemudian mencari tahu

⁵⁶<http://bisnisazariaindonesiaku.blogspot.com>. Diakses pada 21 Juli 2020 Pukul 13:16

⁵⁷Fathurrahman, *Hukum Ekonomi Islam Sejarah, Teori, dan Konsep* (Cet.II; Jakarta: Sinar Grafika, 2015), h.6

mengenai dampaknya terhadap calon konsumen. Dimana seorang konsumen memiliki keinginan yang berbeda, ada yang menginginkan produk kecantikannya untuk diri sendiri, atau membeli produk ini hanya ingin mendapatkan komisi yang berulang kali. Setelah peneliti mendapatkan jawaban dari tiap-tiap member maka akan di hubungkan tentang bagaimana Azaria itu sendiri dalam Hukum Ekonomi Islam apakah sudah sesuai dengan hukum Islam.

Gambar 1



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam skripsi ini merujuk pada pedoman Penulisan Karya Ilmiah (Makalah dan Skripsi) yang diterbitkan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Parepare, tanpa mengabaikan buku-buku metodologi lainnya. Metode penelitian dalam buku tersebut mencakup beberapa bagian yakni jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, fokus penelitian, jenis dan sumber data yang digunakan, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.⁵⁸

1. Pendekatan dan Metode Penelitian

Pendekatan yang digunakan peneliti disini adalah pendekatan kualitatif yaitu pendekatan yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian.

Dan Jenis penelitian ini ditinjau dari sumber data termasuk penelitian lapangan (field research), yakni meneliti peristiwa-peristiwa yang ada di lapangan 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.⁵⁹ Penelitian deskriptif kualitatif ini memberikan gambaran sistem, cermat, dan akurat mengenai sistem bisnis online AZARIA perspektif hukum ekonomi Islam.

⁵⁸Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah (Makalah dan Skripsi)*, Edisi: Revisi (Parepare: STAIN Parepare, 2013), h.30-36

⁵⁹Mardalis, *Metode Penelitian: Suatu Pendekatan Proposal* (Cet, 7; Jakarta : Bumi Aksara, 2004), h. 26.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi penelitian

Lokasi penelitian dalam penelitian ini bertempat di Jl. Lasinrang, Lakessi, Kec.Soreang, Kota Parepare, Sulawesi Selatan.

2. Waktu penelitian

Penelitian akan dilakukan dalam waktu $\pm 2,5$ bulan yang dimana kegiatannya meliputi: persiapan (pengajuan proposal penelitian), pelaksanaan (pengumpulan data), pengolahan data (analisis data), dan penyusunan hasil penelitian.

C. Fokus penelitian

Penelitian yang dilakukan penulis akan berfokus pada sistem bisnis *online* AZARIA perspektif Hukum Ekonomi Islam. Dimana studi ini membahas tentang sistem pemasaran dan keuntungan yang diperoleh oleh member yang ditinjau berdasarkan hukum ekonomi Islam.

D. Jenis dan Sumber Data

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.⁶⁰ Sumber data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

1. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara). Data ini dapat berupa opini subyek (orang) secara individual/kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik),

⁶⁰Joko Subagyo, *Metode Penelitian (Dalam Teori Praktek)*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), h.87.

kegiatan/kejadian. Data ini diperoleh langsung dari para member AZARIA di kota Parepare melalui wawancara.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dari buku-buku) yang mendukung atau memperkuat data primer yang ada.⁶¹

E. Teknik Pengumpulan Data

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

1. Observasi

Observasi merupakan pengamatan yang dilakukan secara sengaja, sistematis mengenai kondisi yang terjadi di lokasi peneliti. Dalam penelitian ini penulis menggunakan observasi non partisipasi yaitu penulis yang tidak terlibat dan hanya sebagai pengamat independen.⁶² Dalam observasi ini yaitu metode pengumpulan data dengan cara mengamati serta mencatat semua fenomena yang terjadi. Pengamatan akan fenomena itu dikhususkan kepada masalah tentang Sistem Bisnis *Online* AZARIA Perspektif Hukum Ekonomi Islam.

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

⁶¹Muhamad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam pendekatan Kuantitatif*, (Cet. I; Jakarta: Rajawali Pers, 2008).

⁶²Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*, h. 204.

dari wawancara ini akan di tuliskan dalam bentuk *interview transcript* yang selanjutnya menjadi bahan atau data untuk dianalisis.

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 di wawancarai dapat menciptakan keberhasilan wawancara, sehingga memungkinkan diperoleh informasi yang benar.⁶³ 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 di lakukan, data utama sejatinya didapatkan dengan wawancara yang dilakukan bersama sumber data, mengingat urgensi tersebut maka menjadi perhatian utama agar data yang diperoleh betul-betul merefresentasikan data yang dibutuhkan, tidak banyak membuang 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.

⁶³Sasmoko, *Metode Penelitian* (Jakarta:UKI Pers,2004), h. 78.

3. Dokumentasi

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

F. Teknik Pengelolaan data

Setelah data berhasil dikumpulkan, peneliti menggunakan teknik pengelolaan data dengan tahapan sebagai berikut:

1. Display Data

Data yang semakin bertumpuk-tumpuk itu kurang dapat memberikan gambaran secara menyeluruh. Oleh sebab itu diperlukan display data. Display data ialah menyajikan data dalam bentuk matrik, network, chart, atau grafik dan sebagainya. Dengan demikian, peneliti dapat menguasai data dan tidak terbenam dengan detumpuk data.

2. Reduksi Data

Setelah pengumpulan data dari catatan pengamatan, wawancara, data dari buku, rekaman audio, dan data dari halaman web kemudian dikumpulkan dan diklarifikasikan dengan membuat catatan-catatan ringkasan.

3. Penyajian Data

Di dalam penyajian data sekumpulan informasi akan disusun, sehingga memberi kemungkinan akan adanya penarikan kesimpulan.

4. Penarikan kesimpulan

Setelah penyajian data, akan dilakukan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian yang telah terkumpul dengan terangkum harus di ulang kembali dengan mencocokkan pada reduksi data dan penyajian data, agar kesimpulan

yang telah di kaji dapat di sepakati untuk di tulis sebagai laporan yang memiliki tingkat kepercayaan yang benar.⁶⁴

Kesimpulan-kesimpulan akan muncul bergantung pada banyaknya kumpulan-kumpulan catatan dilapangan dan kecakapan peneliti. Padapenelitian ini penulis menggunakan metode deduktif dalam penarikan kesimpulan. Metode deduktif merupakan cara analisis dari kesimpulan umum yang di uraikan menjadi contoh-contoh kongkrit atau fakta-fakta sehingga menjadi kesimpulan khusus.⁶⁵

G. Teknik analisis data

Untuk memperoleh kesimpulan yang *valid*, penulis menggunakan cara mengklarifikasikan data sehingga menghasilkan kesimpulan dengan menggunakan metode induksi, deduksi, dengan maksud untuk memudahkan pengambilan keputusan terhadap data yang dianalisis dari hasil bacaan berbagai buku.

1. Metode *Induksi* adalah Penganalisaan data yang bertitik tolak dari hal-hal yang bersifat khusus kemudian dapat memperoleh suatu kesimpulan umum.
2. Metode *Deduktif* adalah cara menganalisis masalah dengan menampilkan pernyataan yang bersifat umum kemudian ditarik suatu kesimpulan yang bersifat khusus.⁶⁶

⁶⁴Sangit26.blogspot.co.id/2011/07/analisis-data-penelitian-kualitatif.html, diakses pada 08 Agustus 2018 pukul 19:08

⁶⁵<https://makalah-update-blogspot.co.id/2012/12/pengertian-metode-iduktif-dan-metode.html>, dikutip pada 08 Agustus 2018 pukul 19:20

⁶⁶Jujun S Suriasumantri, *Filsafat Ilmu Sebuah Pengantar Populer* (Cet.IV; Jakarta: Sinar Harapan, 1987), h.48.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Mekanisme Pemasaran Bisnis *Online* AZARIA yang diterapkan oleh Member AZARIA.

Perusahaan azaria menggunakan media internet sebagai elemen krusial dalam mempromosikan barang yang ditawarkan. Media internet tersebut antara lain berupa website, media sosial (line, whatsapp, facebook, BBM dan instagram). Agar pemasaran dapat meningkat, Azaria Amazing Store menggunakan bauran pemasaran yang tersedia untuk mempengaruhi konsumen secara langsung atau secara tidak langsung sehingga produk yang ditawarkan perusahaan dapat bermanfaat. Dalam usaha mempengaruhi calon konsumen atau calon mitra ini, perusahaan azaria mengistilahkannya dengan mem-prospect. Selain itu, dari sudut pandang pemasar dengan menggunakan bauran pemasaran perusahaan dapat lebih efektif dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dimana setiap kebutuhan dan keinginan setiap individu berbeda.⁶⁷

Hal ini juga terjadi pada bisnis produk kecantikan Azaria Amazing Store. Dimana seorang konsumen memiliki keinginan yang berbeda, ada yang menginginkan produk kecantikannya untuk diri sendiri, atau membeli produk ini hanya ingin mendapatkan komisi yang berulang kali. Selanjutnya, dengan melakukan promosi perusahaan perlu mengetahui tanggapan (interest) konsumen terhadap produk, sehingga perusahaan perlu berkomunikasi kepada konsumen melalui berbagai macam cara. Pada posisi inilah komunikasi memainkan peranannya yang sangat krusial dalam bisnis. Blech berpendapat bahwa marketing communication adalah suatu aktivitas pemasaran yang meliputi proses penggabungan perencanaan,

⁶⁷Sutamaji, Sam Abede Pareno, Teguh Dwi Putranto *MetaCommunication; Journal Of Communication Studies* P-ISSN : 2356-4490 Vol 3 No 1 Maret 2018.

pengekseskusan, mengevaluasi, dan mengontrol kegunaan dari variasi campuran alat promosi untuk mengkomunikasikan secara efektif kepada target audisi.

Dalam konteks ini, PT. Unionfam Azaria Berjaya menggunakan sebagian besar proses komunikasinya dengan menggunakan media internet. Itulah mengapa perusahaan ini juga dikenal dengan Azaria Amazing Store. Dalam usaha mempromosikan produknya, para agen Azaria lebih dominan menggunakan website dan facebook. Kedua media ini, digunakan sebagai alat periklanan dan promosi produk yang dijanjikan keuntungan satu juta perpenjualan yang langsung masuk rekening pribadi selama paling lambat 24 jam.

Pada tahapan selanjutnya, ketika ada ketertarikan dari calon konsumen (mitra), maka para agen azaria secara langsung melakukan attention dengan menggunakan media messenger, whatsapp. Promosi pada tahapan ini, di rancang oleh mitra semenarik mungkin untuk menjangkau masyarakat luas melalui bermacam-macam media dan kalimat-kalimat persuasif, hal ini bertujuan agar perusahaan melalui para qualified-nya dapat berkomunikasi dengan calon konsumen. Tujuan promosi yang dilakukan oleh perusahaan azaria ini secara sederhana dalam pandangan Kuncoro berfungsi untuk hal-hal sebagai berikut:

1. Memberikan informasi kepada pelanggan tentang produk Azaria atau beserta keuntungan atau manfaat yang di dapatkan.
2. Mengingatkan pelanggan tentang merk perusahaan yang valid dan dapat dipercaya, yang secara sekaligus juga membandingkan kelebihan dibanding produk atau model bisnis lain yang sejenis. Misalnya, kelebihan join dengan Azaria dibanding dengan join pada perusahaan Oriflame, 4Jovem, dan lain sebagainya.

3. Mempengaruhi pelanggan untuk membeli atau bergabung dengan menjualkannya kembali dengan beragam komisi yang dijanjikan. Dalam konteks komunikasi pemasaran, PT. Unionfam Azaria Berjaya sebagai sebuah perusahaan mengimplementasikan marketing communication dalam upaya untuk menginformasikan, mensugesti, dan mengingatkan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merek yang mereka jual.

Bauran komunikasi pemasaran yang peneliti temukan dan telah diimplementasikan oleh perusahaan Azaria terdiri dari beberapa model komunikasi utama:

1. *Advertising* - Iklan digunakan oleh Azaria sebagai persentasi nonpersonal dan promosi ide, barang atau jasa melalui media sosial dan media online yang sekaligus melalui media cetak (brosur/ selebaran).
2. *Even and Experiences* - Acara dan Pengalaman adalah kegiatan dan program yang disponsori perusahaan yang dirancang untuk menciptakan interaksi harian atau merek khusus -terkait interaksi dengan konsumen, termasuk seni olahraga, hiburan, dan menyebabkan acara serta kegiatan kurang formal.
3. *Public Relations and Publicity* - Hubungan Masyarakat dan Publisitas adalah berbagai program yang diarahkan secara internal kepada karyawan dari perusahaan atau konsumen luar, perusahaan lain, pemerintah, dan media untuk mempromosikan atau melindungi citra perusahaan atau produk komunikasi individu. Biasanya kegiatan ini dilakukan antara mitra associate azaria dengan Perusahaan dengan mengadakan semacam pelatihan atau akademi yang khusus menjelaskan mengenai tips dan trik menjual produk.

Kegiatan ini masuk dalam public relation antara para mitra associate sebagai masyarakat biasa, dan perusahaan sebagai penyuplay barang.

4. *Direct Marketing* -Pemasaran Langsung yang dilakukan dengan bertatap muka secara langsung kepada calon konsumen Azaria, atau dengan berhubungan langsung melalui jaringan internet melalui aplikasi media sosial (bbm, line, whatsapp dan facebook) sebagai sarana berkomunikasi secara langsung dengan atau meminta respon dan dialog dari pelanggan untuk prospek tertentu.
5. *Interaktive Marketing* -Pemasaran Interaktif adalah kegiatan dan program online yang dirancang untuk melibatkan pelanggan atau prospek dan secara langsung atau tidak langsung meningkatkan kesadaran memperbaiki citra, atau menciptakan penjualan produk dan jasa. Lazimnya, cara ini diinisiasi oleh Top Leader Azaria yang mempunyai lebih banyak pengalaman, sehingga membuat group whatsapp atau Line untuk dilakukan bimbingan secara interaktif dengan mitra associate baru untuk meningkatkan produk penjualan dan strategi pemasaran agar diminati masyarakat. Tujuan group online tersebut yaitu pertama, untuk mempermudah dalam komunikasi. Kedua, sebagai tempat belajar dan breafing bagi mitra baru, karena di dalam group ini mereka saling berinteraksi memberi ilmu cara menjual dan memanfaatkan produk azaria. Selain itu ada group induk yang anggotanya terdiri dari perwakilan masing-masing group. Group induk inilah yang bertindak sebagai sumber informasi utama baik bagi mitra maupun perusahaan sendiri. Jika ada informasi dari perusahaan maka dengan cepat akan menyebar ke semua mitra.

6. Begitu sebaliknya, jika ada mitra yang curang melakukan *cuting price* pada perusahaan dengan mudah mengetahuinya dan menjatuhkan sanksi. E-Commers, konsep ini disebut sebagai *collaborative marketing*.
7. *Word of Mouth Marketing* -model komunikasi ini bisa juga dimaknai sebagai komunikasi lisan, tertulis, dan elektronik antar masyarakat dengan mitra *associate* yang berhubungan dengan keunggulan produk Azaria atau pengalaman membeli atau menggunakan produk atau jasa lain.
8. *Personal Selling* -Penjualan *Personal* adalah interaksi tatap muka dengan satu atau lebih pembeli prospektif untuk tujuan melakukan presentasi, menjawab pertanyaan, dan pengadaan pesanaan. Cara ini digunakan oleh mitra *associate* apabila calon konsumen baik secara individu maupun kelompok ingin mengundang dan bertatap muka langsung dengan mitra *associate* Azaria guna mempresentasikan keunggulan dan kebermanfaatan produk Azaria.

Pola Q-Marketing Azaria perspektif Marketing Communication Selanjutnya, untuk membedah bagaimana konsep Q-Marketing bisa muncul, perlu dilihat melalui perspektif marketing communication model AIDA yang dikonseptualisasikan oleh Kotler berikut ini:

Attention (menarik perhatian konsumen), pada tahapan ini, mitra *associate* Azaria banyak menggunakan cara untuk menarik minat konsumen atau calon mitra. Yang jamak dilakukan adalah dengan menawarkan komisi 1 juta per penjualan yang bisa dicairkan harian. Jadi, misalnya hari ini bisa jual satu paket produk, berarti hari ini juga dapat komisi 1 juta masuk rekening, misalnya bisa menjual tiga paket secara otomatis mendapatkan komisi 3 juta. Hal yang menarik untuk dilihat secara detail adalah bagaimana tahapan untuk mendapatkan fee satu juta per penjualan produk.

Karena, pada titik inilah centre of attention calon mitra dapat dilihat. Secara umum, konsumen atau mitra bisa mendapatkan keuntungan dari penjualan ecer dan paket. Syarat agar mendapat keuntungan tersebut harus membeli satu paket produk Azaria, dengan demikian statusnya menjadi Associate. Keuntungan atau komisi dari penjualan ecer adalah 20% sampai 50% dari harga non member atau harga yang tercantum di website, untuk mendapatkan harga member dilakukan melalui pendaftaran (login) melalui website resmi azaria terlebih dahulu. Sedangkan keuntungan penjualan paket yaitu 1 juta per penjualan, akan ditransfer hari itu juga ke rekening mitras setelah calon konsumen atau calon mitra (calmit) transfer ke rekening PT. Unionfam Azaria Berjaya.⁶⁸

Berikut beberapa penuturan wawancara dari member azaria ataupun penjual produk azaria atau pembeli yang membeli produk azaria di Kota Parepare, sebagai berikut:

Menurut Milda, salah satu member Azaria mengatakan:

“Saya sudah menjalani bisnis ini kurang lebih 2 tahun. Dan mendapatkan informasi dari beberapa teman yang menggunakan fb. Saya sangat tertarik dengan bisnis ini, karena jika melihat dari keuntungan yang diperoleh itu cukup besar. berbekal modal 1,4 juta rupiah, pihak member Azaria dijanjikan bonus 1 juta berkali-kali tanpa batas, dan keuntungan ratusan juta, dengan: tanpa kejar target jualan, tanpa tutup poin setiap bulan, tanpa harus stok barang, produk berkualitas, bonus dibayarkan 1 x 24 jam, bukan MLM (penjualan langsung), bukan money game.”⁶⁹

Menurut Ade Puspitasari sebagai dealer Azaria ini mengatakan :

“Marketing Azaria tidak mengenal level-levelan, tidak perlu bina kanan-bina kiri, tidak perlu IQ tinggi untuk memahami sistemnya yang sangat sederhana dan unik, serta anti zonk dengan produk toko online yang nyata dan berkualitas”. Permasalahannya, bila tidak berdasar target volume penjualan tapi

⁶⁸ Sutamaji, Sam Abede Pareno, Teguh Dwi Putranto *MetaCommunication; Journal Of Communication Studies* P-ISSN : 2356-4490 Vol 3 No 1 Maret 2018.

⁶⁹ Wawancara dengan Milda, *Member Azaria di Kota Parepare* pada 25 Januari 2021

member Azaria bisa mendapatkan bonus yang besar, lantas bonus itu diperoleh dari mana? Dan apa kriteria perolehan bonus tersebut?”⁷⁰

Pada dasarnya hal-hal yang perlu diketahui para member azaria jika ingin melakukan bisnis ini, harus mempertimbangkan beberapa hak yang perlu diketahui dan dijalani selama menjadi anggota di bisnis online azaria

Pertama, pihak yang ingin bergabung dengan Azaria, harus mendaftar terlebih dulu menjadi anggota Azaria, dengan modal 1,4 juta dan mendapat 3 jenis produk Azaria. Selanjutnya status anggota ini disebut sebagai anggota “Associate”.

Kedua, kita sebagai member yang sudah bergabung dengan Azaria memiliki tugas utama, yaitu mencari 1 member baru yang bisa ditetapkan sebagai “Associate” dan menyetorkan 1,4 juta. Anggota “Associate” yang baru ini juga mendapat 3 produk dari Azaria.

Ketiga, berbekal keberhasilan menjaring 1 orang anggota ini, pihak member lama berubah statusnya dari “Associate” menjadi QA “Qualified Associate”. Dan berbekal penjaringan tersebut, ia mendapatkan bonus langsung sebesar 1 juta rupiah dari perusahaan. Alhasil, secara matematis, tinggal 400 ribu rupiah yang belum ditutupnya untuk bisa dibilang kembali modal. Bonus ini bisa berlaku selama berkali-kali selama ia mampu menjaring anggota baru. Jika member Azaria mampu menjari 10 orang anggota, maka ia mendapat bonus $10 \times 1 \text{ juta} = 10 \text{ juta}$, yang disebut perusahaan sebagai bonus langsung penjualan, sebab setiap anggota baru wajib stor 1.4 juta rupiah dan masing-masing mendapat 3 produk.

Keempat, jika member yang berhasil dijaring (“Associate”) melakukan kerja yang sama dengan member yang sudah berstatus QA, maka peran QA menempati posisi sebagai “Sponsor”. QA selanjutnya mendapatkan bonus selaku sponsor

⁷⁰ Wawancara dengan Adhe Puspita Sari, *Dealer Azaria di Kota Parepare* pada 26 januari 2021.

sebesar 10% dari total 5 juta yang diperoleh “Associate” yang dijaring oleh “Associate yang pernah dijaringnya.” Misalnya, mimi adalah Associate Anda. Lalu Mimi berhasil menjaring 5 orang associate baru, sehingga ia mendapat bonus 5 juta versi pertama. Dari sini, Anda selaku yang berperan sebagai sponsor dari Mimi, mendapatkan royalti sebesar 10% (500 ribu) dari total bonus Mimi, tanpa mengurangi perolehan bonusnya Mimi (5 juta rupiah). Jika dihitung secara matematis, berarti dari setiap Associate yang dijaring oleh Mimi, Anda mendapatkan sebesar 100 ribu. Jadi uang yang masuk ke perusahaan adalah 1.4 juta dikurangi 1 juta dan 100 ribu, sama dengan 300 ribu rupiah per orang yang daftar.

Kelima, bonus selanjutnya diperoleh dari hasil transaksi jual beli member Associate secara langsung (direct selling) dengan pihak pembeli produk Azaria (bukan anggota) di web My Azaria. Setiap transaksi yang terjadi antara “associate direct selling”, maka dari total belanja produk Azaria, pihak QA selaku pemberi sponsor berhak mendapatkan 20% dari total keuntungan transaksi. Alhasil, bila transaksi itu mencapai 1.4 juta (misalnya), maka QA berhak mendapatkan passive income sebesar 280 ribu rupiah. Sisanya masuk ke perusahaan.

Keenam, jika member Associate sudah mendapatkan total bonus sebesar 15 juta maka ia dikenakan wajib belanja oleh perusahaan lewat fitur belanja situs resmi MyAzaria, minimal 1 juta rupiah. Dari sini, pihak QA (sponsor) berhak mendapatkan bonus sebesar 20 persen juga (200 ribu rupiah).

Jadi jika dihitung secara matematis, 15 juta diperoleh Associate lewat penjangkaran anggota Associate lain sebanyak 15 orang. Alhasil, dengan program wajib belanja ini, maka total perolehan Associate dari menjaring 15 orang anggota adalah 14 juta. 1 juta sisanya dikembalikan kepada perusahaan (800 ribu), dan 20 persennya ke QA (200 ribu). Jika dirinci, karena 200 ribu diperoleh setelah 15

penjaringan member, maka untuk setiap membeinya, uang yang masuk ke QA, adalah sebesar 200 ribu dibagi 15, sama dengan 13.333 ribu rupiah.

Jadi, uang yang murni masuk ke perusahaan dari hasil uang pendaftaran sebesar 1.4 juta rupiah per member, tinggal 300 ribu dikurangi 13.333 rupiah, sama dengan 286,667 rupiah.

Hal sedikit berbeda juga sama yang disampaikan oleh Ibu Dina selaku member Azaria mengatakan:

Dalam bisnis Azaria ini memang keuntungannya cukup besar, member yang sudah bergabung dengan Azaria memiliki tugas utama, yaitu mencari 1 member baru yang bisa ditetapkan sebagai “Associate” dan menyetorkan 1,4 juta. Anggota “Associate” yang baru ini juga mendapat 3 produk dari Azaria. Jika kita mampu merekrut satu member baru maka kita akan mendapatkan bonus sebesar 1 juta. Dan akan berlanjut seterusnya seperti itu”. Dan dalam menjalankan bisnis itu yang dilakukan adalah kejar target. Jika kita bisa merekrut anggota baru maka kita akan mendapat keuntungan yang jauh lebih besar dibandingkan dengan hanya menjual produk saja, keunggulannya adalah kejar target.⁷¹

Kemudian Ibu Nirwana selaku member juga mengatakan hal yang intinya sama bahwa:

“Bisnis online Azaria itu adalah bisnis yang memperoleh keuntungan yang tinggi dengan modal uang 1.4 juta sebagai biaya pendaftaran. karena bonus dari kejar anggota ini memberikan potensi penghasilan yang jauh lebih besar dari perolehan keuntungan lewat penjualan produk. Dalam hal ini kita sebagai member mampu menarik perhatian pembeli baik secara langsung ataupun tidak langsung. Dengan mempromosikannya di media sosial, atau langsung menemui calon pembeli untuk menjelaskan berbagai keuntungan yang diperoleh dalam menjalankan bisnis Azaria ini”.⁷²

Rina sebagai konsumen Azaria di Kota Parepare mengatakan:

⁷¹ Wawancara dengan Dina, *Member Azaria di Kota Parepare* pada 26 januari 2021.

⁷² Wawancara dengan Ibu Nirwana, *Member Azaria di Kota Parepare* pada 29 januari 2021

“Pertama kali diperkenalkan produk ini, saya kurang mengerti dengan sistemnya. Tapi saat member Azaria mulai menjelaskan dengan pelan-pelan saya akhirnya mengerti. Bisnis Azaria ini menarik, karna selain produknya yang berkualitas kita juga bisa memperoleh keuntungan. Saya sebagai konsumen juga berusaha memasarkan produk ini melalui aplikasi wa, ig, fb dan alhamdulillah ada beberapa teman yang membelin produknya. Sebagian dari mereka ada yang hanya membeli sekedar untuk memakai produknya, ada juga yang tertarik untuk menjadi member Azaria. Modal 1,4 juta bukanlah modal yang sedikit, banyak dari mereka yang awalnya tertarik, tetapi setelah mendengar biaya pendaftaran langsung mundur. Jadi dalam bisnis ini dilakukan pada orang-orang yang memiliki minat terhadap produk dan bisnis ini.”⁷³

Sahira selaku konsumen Azaria juga mengatakan hal yang sama:

“bahwa bisnis ini memang menggiurkan bagi orang-orang yang betul-betul ingin berbisnis dan orang-orang yang kuat berusaha. Saya disini hanya sebagai konsumen biasa, sudah ditawarkan hanya saja kurang percaya diri dengan kemampuan memasarkan produk. Karena tidak ahli juga dalam menjual sesuatu. Apa lagi bisnis ini biaya pendaftarannya cukup besar. Bagi ibu rumah tangga seperti saya banyak yang perlu dipertimbangkan”.⁷⁴

Dan terakhir dengan Hasni selaku member Azaria mengatakan:

Dalam bisnis online Azaria ini Landasan bisnisnya terdiri dari 3 hal, yaitu merekrut, mendidik, dan motivasi para mitra usaha yang lazim disebut distributor atau dealer dan ada biaya pendaftaran keanggotaan kepada para distributor/dealernya dengan nilai yang pantas sesuai dengan starter kit.⁷⁵

Yang diperoleh berdasarkan volume penjualan yang dicapai, para distributor/dealer memperoleh imbalan berupa komisi beserta insentif dan berbagai hadiah yang menarik yang jumlah dan besarnya tidak terbatas. Memberlakukan sistem di mana seorang anggota hanya mendapatkan satu keanggotaan dan tidak boleh lebih, Bagi distributor/dealer yang aktif bekerja, peluang berpenghasilan sudah pasti ada

⁷³ Wawancara dengan Ibu Rina , *Konsumen yang membeli produk Azaria* pada 29 Januari 2021.

⁷⁴ Wawancara dengan Ibu Sahira , *Konsumen yang membeli produk Azaria* pada 29 Januari 2021

⁷⁵ Wawancara dengan Hasni , *Member Azaria di Kota Parepare* pada 2 Februari 2021.

(penjualan produk menjamin adanya keuntungan) Program pemasaran (marketing plan) sederhana dan transparan.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan beberapa member juga konsumen, maka sistem bisnis online ini bersifat transparan. Dengan demikian dapat digarisbawahi bahwa dalam Azaria sistem yang dilakukan yaitu menyediakan uang 1.4 juta kedudukannya adalah sebagai biaya pendaftaran member yang kelak mendapat produk Starter Kit, kerja member tidak memiliki target volume penjualan, sehingga komisi/bonus yang dihasilkan juga tidak berdasarkan prestasi penjualan (jumlah), melainkan berbekal pencarian anggota baru, kerja member tidak perlu keberadaan produk/stok barang.

Kesimpulan terakhir dari apa yang diperoleh penulis bahwa sistem Azaria tersebut bukanlah sistem MLM. Sebab MLM sebagaimana yang dijelaskan oleh APLI adalah penjualan langsung dengan tetap ada target volume keterjualan produk dan juga yang didapati oleh beberapa responden bahwa Azaria bukan money game sebab ada produk yang diperjualbelikan.

B. Dampak Sistem Bisnis *Online* AZARIA Bagi Para Member Azaria

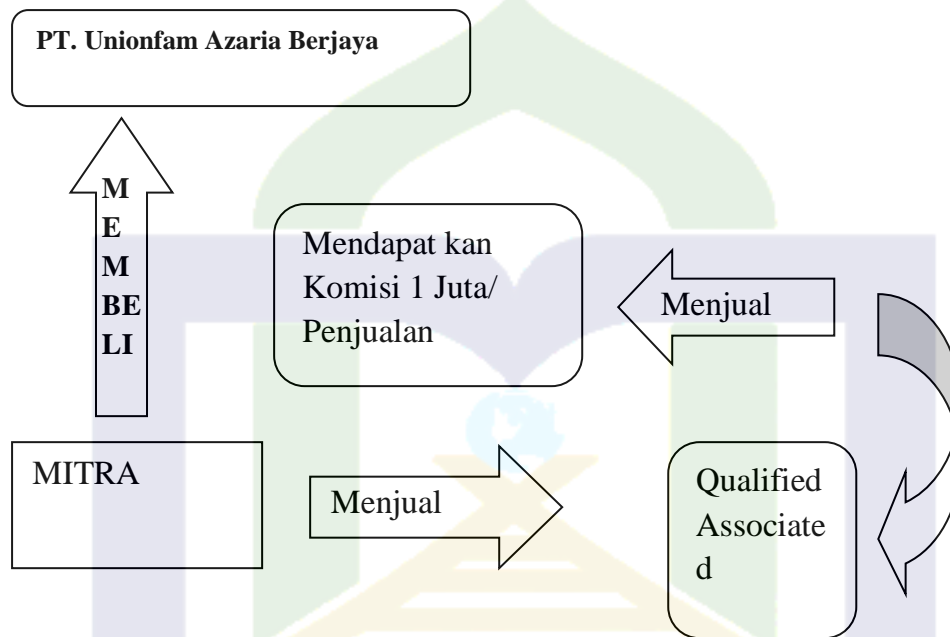
Menurut Hasni selaku member Azaria mengatakan:

“Dampak dari sistem bisnis online azaria terhadap para member, biasanya ada yang dirugikan. Karena ketidakmampuan para member atau dealer mencapai target. Dalam menjalankan bisnis online seperti Azaria ini benar-benar harus memiliki skill untuk menjualnya atau menawarkan kepada konsumen produk azaria tersebut. Jika member gagal dalam memasarkan produk azaria, para member tidak akan mendapatkan keuntungan, dan juga misalkan produk yang tidak terpakai itu hanya akan tinggal dan tidak digunakan”.⁷⁶

⁷⁶ Wawancara dengan Ibu Nirwana, *Member Azaria di Kota Parepare* pada 29 Januari 2021.

Dari penjelasan yang diberikan responden di atas dalam hal ini dampak dari bisnis online terhadap para member yaitu ada yang diuntungkan dan ada yang dirugikan sesuai dengan prosedur bisnis yang di jalankan.

Gambar 2 Tahapan Qualified Associate.



Agar mendapat komisi 1 juta syaratnya harus naik status menjadi Qualified Associate (QA) atau syarat kualifikasi Associate yaitu menjual satu paket produk, artinya untuk mendapatkan status QA harus menjual satu paket produk. Setelah itu, pada penjualan kedua, ketiga, keempat dan seterusnya akan mendapat komisi 1 juta tanpa batas. Misalnya mitra A membeli satu paket produk maka statusnya Associate, kemudian menjual paket pada B (status naik menjadi QA dan belum dapat komisi 1 juta), kemudian menjual paket pada C (dapat komisi 1 juta), pada D (dapat komisi 1 juta) dan seterusnya. Syarat Qualified inilah yang disingkat dengan “Q” yang kemudian dikenal dengan Q-Marketing. Selain itu, teknik promosi yang lazim digunakan adalah dengan menggunakan gambar testimoni hasil pemakaian produk.

Terkadang, mitra associatememakai gambar produk yang bagus dan menarik lalu diberi captionatau kalimat promosi yang membuat konsumen penasaran agar tertarik. Gambar testimoni didapatkan dari group bimbingan online, kemudian untuk gambar-gambar produk diambil dari internet, kemudian diedit sendiri memakai aplikasi pada smartphone.

C. Tinjauan Hukum Ekonomi Islam Terhadap Bisnis *Online* AZARIA

Berbicara tentang bisnis online, banyak sekali macam dan jenisnya. Namun demikian secara garis besar dapat diartikan sebagai jual beli barang dan jasa melalui media elektronik, khususnya melalui internet atau secara online. Dalam bisnis ini, dukungan dengan pelayanan terhadap konsumen menggunakan website, nomer telepon, wechat sebagai alat kontak.

Setiap kali orang berbicara tentang e-commerce, mereka memahaminya sebagai bisnis yang berhubungan dengan internet.

Dari definisi diatas, bisa diketahui karakteristik bisnis online, yaitu:.

1. Terjadinya transaksi antara kedua belah pihak;
2. Adanya pertukaran abrang, jasa, atau informasi;
3. Internet merupakan media utama dalam proses atau mekanisme akad tersebut.

Dari karakteristik diatas, bisa dilihat bahwa yang membedakan bisnis online dan offline yaitu proses transaksi (akad) dan media utama dalam proses tersebut, akad merupakan usur penting dalam suatu bisnis. Secara umum, bisnis dalam Islam menjelaskan adanya transaksi yang bersifat fisik, dengan menghadirkan benda tersebut ketika transaksi, atau tanpa menghadirkan benda yang dipesan, tetapi dengan ketentuan harus dinyatakan sifat benda secara konkret, baik diserahkan langsung

atau diserahkan kemudian sampai batas waktu tertentu, seperti dalam transaksi as-salam dan transaksi al-istishna.

Transaksi as-salam merupakan bentuk transaksi dengan sistem pembayaran secara tunai atau disegerakan tetapi penyerahan barang ditangguhkan. Menurut para ulama, salam dapat didefinisikan sebagai transaksi atau akad jual beli dimana barang yang diperjual belikan belum ada ketika transaksi dilakukan, dan pembeli melakukan pembayaran dimuka sedangkan penyerahan barang baru dilakukan dikemudian hari.

Pelaksanaan as-salam dalam jual beli yaitu barang yang disifati (dengan kriteria tertentu/ aspek tertentu) dalam tanggungan (penjual) dengan pembayaran kontan dimajlis akad.⁷⁷ Dengan istilah lain, bai'us salam adalah akad pemesanan suatu barang dengan kriteria yang telah disepakati dan dengan pembayaran tunai pada saat akad berlangsung. Dengan demikian bai'us salammemiliki kriteria khusus bila dibandingkan dengan jenis jual beli lainnya, diantaranya:

1. Pembayaran dilakukan di depan (kontan ditempat akad) oleh karena itu jual beli itu dinamakan juga as-salaf.
2. Serah terima barang ditunda smpai batas waktu yang telah ditentukan dalam majlis akad.
3. Hukum dasar bisnis online sama seperti akad jual beli dan akad as-Salam, hal ini diperbolehkan dalam Islam. Bisnis online dinyatakan haram apabila:
4. Sistemnya haram, seperti money gambling. Sebab judi itu haram baik didarat maupun di udara (online).
5. Barang tau jasa yang menjadi objek transaksi adalah barang yang diharamkan.
6. Karena melanggar perjanjian atau mengandung unsur penipuan.

⁷⁷ Kitab Min Fiqhil Mu'amalat, Syaikh Shalih Ali Fauzan, hlm. 148.

7. Dan hal lainnya yang tidak membawa kemanfaatan tapi justru mengakibatkan kemudharatan.

Hukum Islam mensyariatkan aturan-aturan yang berkaitan dengan hubungan antara individu untuk kebutuhan hidupnya, membatasi keinginan-keinginan hingga memungkinkan manusia memperoleh maksudnya tanpa memberi kerugian kepada orang lain.

Sebagai hukum dasar dari muamalah menurut Islam. Bisnis online di dibolehkan selama tidak mengandung unsur-unsur yang dapat merusaknya seperti riba, kezhaliman, penipuan, kecurangan, dan sejenisnya. Ada dua jenis komoditi yang dijadikan objek transaksi online, yaitu barang atau jasa bukan digital dan digital. Transaksi online untuk komoditi bukan digital seperti ebook, software, script, data, dll yang masih dalam bentuk file (bukan CD) diserahkan secara langsung kepada konsumen, baik melalui email ataupun download. Hal ini tidak sama dengan transaksi as-salam tapi seperti transaksi jual beli biasa.

Sebagai seorang muslim aktifitas jual beli adalah aktifitas muamalah yang diatur oleh Al-Qur'an dan Sunnah. Karena telah diatur maka sebagai seorang muslim dalam aktifitas jual ibnu katsir menjelaskan tentang ayat 29 dari surat an-nisa bahwasanya Allah Swt melarang hamba-hamba Nya yang beriman memakan harta sebagian mereka terhadap sebagian lainnya dengan jalan yang bathil yaitu dengan berbagai macam usaha yang tidak syar'i tetapi diketahui oleh Allah dengan jelas bahwa pelakunya hendak melakukan tipu muslihat terhadap riba. Sehingga Ibnu Jarir berkata: "diriwayatkan oleh Ibnu Abbas tentang seseorang yang membeli baju dari orang lain dengna mengatakan jika anda senang, anda dapat mengambilnya, dan jika

tidak, anda dapat mengembalikannya dan tambahkan satu dirham.” Itulah yang difirmankan oleh Allah Swt.⁷⁸

Pemasaran jual beli di internet jauh lebih luas dan terbuka. Dalam perkembangannya, bisnis online tidak lagi hanya sebatas menjual dan membeli. Tapi juga merambah sistem, periklanan, sistem perantara, dan sistem jaringan. Hal itu menyebabkan semakin banyaknya peluang yang terbuka untuk ikut menuai penghasilan melalui internet. Bahwa pada dasarnya bisnis online sama dengan bisnis offline, hanya saja area pemasarnya yang berbeda.

Jual beli merupakan salah satu kegiatan ekonomi yang mana sebuah kegiatan yang dilakukan antara penjual yang selaku penjual dengan pembeli dimana keduanya melakukan kegiatan pertukaran barang dengan barang lainnya.

Dalam Islam jual beli termasuk salah satu bentuk muamalah yang mana dalam mekanisme diatur dalam landasan hukum Islam yakni Al-Qur'an dan Hadist. Praktek jual beli yang telah disebutkan di atas dalam ekonomi Islam praktek jual beli harus sesuai dengan syarat-syarat yang bisa ditetapkan dalam hukum Islam yakni orang yang melakukan akad harus telah aqil baligh (sudah baligh).

Kejujuran dalam bertransaksi dalam ekonomi Islam merupakan elemen prinsip yang sangat penting. Dimana seorang pedagang harus berlaku jujur, dilandasi keinginan agar orang lain mendapatkan kebaikan dan kebahagiaan sebagaimana ia menginginkannya dengan cara menjelaskan kecacatan suatu barang dagangan yang dia ketahui dan yang tidak terlihat oleh pembeli.

Kaidah Fikih yang menjelaskan bahwa pada asalnya setiap muamalah itu adalah mubah (boleh dilakukannya) selama tidak ada dalil yang mengharamkannya.

⁷⁸M. Abdul Ghoffar E.M, *Tafsir Ibnu Katsir Jilid 2* (Bogor: Pustaka Imam Asy-Syafi'i, 2004), 280.

Hukum asal dalam muamalah semua muamalah adalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya.⁷⁹ Maksud kaidah ini adalah bahwa dalam setiap muamalah dan transaksi, pada dasarnya boleh, seperti jual beli, sewa menyewa, gadai, kerja sama (mudharabah dan musyarakah), perwakilan dan lain-lain, kecuali yang tegas-tegas diharamkan seperti mengakibatkan kemudharatan, tipuan, judi, dan riba.⁸⁰ Selain itu, Secara prinsip bahwa akad jual beli harus terhindar dari enam macam 'aib, yaitu:

Ketidajelasan (Al-Jahalah) Yang dimaksud disini adalah ketidak-jelasan yang serius yang akan menda-tangkan perselisihan yang sulit untuk diselesaikan. Ketidajelasan ini ada empat macam, yaitu:

1. Ketidajelasan dalam barang yang dijual, baik jenisnya, ma-camnya, atau kadarnya menurut pan-dangan pembeli;
2. Ketidajelasan harga;
3. Ketidajelasan masa (tempo), seperti dalam harga yang diangsur, dalam khiyar syarat. Dalam hal ini waktu harus jelas, apabila tidak jelas maka akad menjadi batal; dan
4. Ketidajelasan dalam lang-kah-langkah penjaminan. Pemaksaan (Al-Ikrah) Pengertian pemaksaan adalah mendo-rong orang lain (yang dipaksa) untuk melakukan suatu perbuatan yang tidak disukainya. Paksaan itu ada dua macam, yaitu:
 - a. Paksaan absolut, yaitu paksaan dengan ancaman yang sangat berat, seperti akan dibunuh, atau dipotong anggota badannya dan

⁷⁹Fatwa DSN Edisi kedua tahun 2003.

⁸⁰ A. Dajzuli, *Kaidah-Kaidah Fikih*. (Jakarta: Kencana), 2011. h. 130.

b. Paksaan relatif, yaitu paksaan dengan ancaman yang lebih ringan, seperti dipukul. Pembatasan dengan Waktu (At-Tauqit) Jual beli dengan dibatasi waktunya. Seperti Saya jual baju ini kepadamu untuk selama satu bulan atau satu tahun'. Jual belisemacam ini hukumnya fasid, karena kepemilikan atas suatu barang, tidak bisa dibatasi waktunya. Penipuan (Al-Gharar) Yang dimaksud disini adalah gharar (penipuan) dalam sifat barang. Seperti seseorang menjual sapi dengan pernyataan bahwa sapi itu air susunya sehari sepuluh liter, padahal kenyataannya paling banyak dua liter. Syarat yang Merusak setiap syarat yang ada manfaatnya bagi salah satu pihak yang bertransaksi, tetapi syarat tersebut tidak ada dalam syara' dan adat kebiasaan, atau tidak dikehendaki oleh akad, atau tidak selaras dengan tujuan akad. Seperti seseorang menjual mobil dengan syarat ia (penjual) akan menggunakannya selama satu bulan setelah terjadinya akad jual beli.

Berikaitan dengan bisnis online Azaria ini yang dilakukan antara para member Azaria. Jika mendapati rincian harga produk yang hanya senilai 286 ribuan untuk 3 kategori produk starter kit, maka dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya dalam skema bisnis Azaria terdapat praktik kecurangan (ghabn) dan penipuan (tadlis) dengan menyembunyikan harga sebenarnya dari produk Azaria melalui label Premium. Tentunya, harga produk yang sekian ini adalah tidak sesuai dengan manfaat produk yang dijanjikan.

Dalam prinsip-prinsip hukum ekonomi Islam, terdapat prinsip keadilan. Keadilan dalam aktivitas ekonomi adalah berupa aturan prinsip interaksi maupun transaksi yang melarang adanya unsur gharar, maysir, haram dan Zalim.

Dalam penelitian berkaitan dengan Azaria ini jika mendapati rincian harga produk yang hanya senilai 286 ribuan untuk 3 kategori produk, maka dapat disimpulkan bahwa skema bisnis Azaria terdapat praktik penipuan (gharar) atau ketidakpastiannya. Keridakpastiannya disini yaitu mengenai harga sebenarnya dan apakah bonus-bonus yang didapatkan oleh Azaria sendiri itu telah sesuai pembagiannya. Karena para member mendapat informasi hanya dari member-member sebelumnya atau dari dealer Azaria itu sendiri. Dan seperti yang terlihat beberapa wawancara bahwa sebenarnya Azaria ini menjelaskan atau memasarkan produk hanya pada pemberian bonus saja tidak pada penjualan produknya.

Berdasarkan dari penjelasan diatas, sistem bisnis Online Azaria, merupakan bisnis yang bertentangan dengan syara'. Seperti ketidakjelasan mengenai harga sebenarnya produk ini.

Dalam Agama Islam secara garis besar prinsip-prinsip yang dijadikan pedoman untuk melakukan aktivitas muamalah, menurut Ahmad Azhar Basyir adalah sebagai berikut:

1. Muamalah dilaksanakan atas dasar suka rela tanpa unsur paksaan.
2. Muamalah dilaksanakan atas dasar pertimbangan mendatangkan manfaat dan menghindari mudharat dalam hidup masyarakat.
3. Muamalah dilaksanakan dengan memelihara keadilan, menghindarkan dari unsure-unsur penipuan, unsure-unsur pengambilan kesempatan dalam kesempatan.

Prinsip pertama, mengandung maksud bahwa hukum Islam memeberikan kebebasan kepada setiap orang yang meaksanakan akad muamalah dengan ketentuan atau syarat-syarat apa saja yang sesuai yang diinginkan, asalkan dalam batas-batas tidak bertentangan dengan ketentuan dan nilai agama.

Prinsip kedua, memperingatkan agar kebebasan kehendak pihak-pihak yang bersangkutan selalu diperhatikan, pelanggaran terhadap kebebasan kehendak seperti adanya unsure-unsur paksaan maupun penipuan, berakibat tidak dapat dibenarkan suatu akad muamalah. Prinsip ketiga, memperingatkan bahwa suatu bentuk muamalah dilakukan atas dasar pertimbangan mendatangkan manfaat dan menghindarkan dari mudarat dalam hidup masyarakat, dengan akibat bahwa segala bentuk muamalah yang merusak kehidupan masyarakat tidak boleh.

Prinsip keempat, menentukan bahwa segala bentuk muamalah yang mengandung unsur penindasan tidak dibenarkan. Prinsip ini menegaskan bahwa dalam melaksanakan hubungan muamalah harus ditegakkan berdasarkan prinsip-prinsip keadilan tanpa mengandung unsur penindasan.

Yang dimaksud keadilan disini adalah memberikan sesuatu yang menjadi haknya secara seimbang (proporsional) anatar jasa yang diberikan dan imbalan yang diterima. Sebagaimana firman Allah QS, An-Nahl ayat: 16/90.

﴿إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ﴾

Terjemahannya:

“Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) Berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.”

Keadilan terkait dengan banyak aspek kehidupan diantaranya, aspek ekonomi, politik, sosial, dan hukum. Adil secara bahasa mempunyai dua arti, yaitu tidak berat sebelah (memihak) dan sepatutnya atau tidak sewenang-wenang. Sedangkan menurut pandangan Islam, keadilan adalah persamaan kemanusiaan yang memperhatikan pada keadilan semua nilai-nilai yang mencakup semua ekonomi yang luas.

Pada dasarnya syariat Islam dari awal masa banyak yang menampung dan mengakui adat atau tradisi yang baik dalam masyarakat selama tradisi itu tidak bertentangan dengan Al-Qur'an dan Hadist. Para ulama sepakat menolak adat kebiasaan yang salah untuk dijadikan landasan hukum. Semua bentuk muamalah itu hukumnya boleh, termasuk bisnis online Azaria ini. Akan tetapi ada beberapa bisnis online yang dilarang. Apabila bisnis tersebut tidak sesuai dengan hukum syariah yang berlaku. Seperti halnya bisnis online Azaria ini, dalam sistemnya bisnis jual beli online Azaria ini mengandung ketidakjelasan terkait dengan harga sebenarnya produk. Untuk itu sistem bisnis online ini tidak sesuai dengan Hukum Ekonomi Islam.

Dalam hukum Islam gharar yang dimaksudkan segala kegiatan yang berkaitan dengan aspek muamalah atau kemasyarakatan diperlukan adanya suatu aturan yang jelas, agar dalam melakukannya tidak ada kecurangan diantara pihak yang dapat merugikan orang lain. Dalam setiap transaksi kegiatan jual beli, dapat dikatakan sah atau tidaknya tergantung dari terpenuhinya rukun-rukun jual dari jual beli itu sendiri. Rukun berarti tiang atau sandaran atau unsur yang merupakan bagian yang tak terpisahkan dari suatu perbuatan yang menentukan sah atau tidaknya perbuatan tersebut dan adanya atau tidak adanya sesuatu itu. Menurut ulama Hanafiyah, rukun jual beli adalah ijab dan qabul yang menunjukkan pertukaran barang secara ridha, baik dengan ucapan maupun perbuatan.

Ditegaskan oleh Nazar Bakry barang itu harus diketahui oleh penjual dan pembeli dengan terang zatnya, bentuk, kadar dan sifat-sifatnya sehingga tidak terjadi tipu daya. Tujuannya adalah supaya tidak terjadi kesalahpahaman antara keduanya. Disamping barang tersebut harus diketahui wujudnya, harga barang tersebut juga harus diketahui jual beli tersebut sah atau tidak sah, karena

mengandung unsur gharar. Akibat dilarangnya jual beli gharar selain karena memakan harta orang lain dengan jalan yang bathil, juga merupakan transaksi yang mengandung unsure judi, seperti menjual burung diudara, onta dan budak yang kabur, buah-buahan sebelum tampak buahnya dan jual beli dengan lemparan batu. Larangan jual beli gahara tersebut karena mengandung ketidkjelasan, seperti pertaruhan atau perjudian, tidak dapat dipastikan jumlah dan ukurannya atau tidak mungkin diserahkan terimahkan.

Melihat dasar-dasar diatas bahwa sistem bisnis online hanya dengan alasan sudah menjadi kebiasaan masyarakat tidak bisa dijadikan hukum dibolehkannya sistem bisnis online Azaria tersebut. Maka perlu adanya solusi bagi masyarakat agar tetap menjalankan bisnis tetapi sesuai dengan ketentuan Islam.

Berkaitan dengan Azaria ini dapat dilihat dari pembengkakan dari harga produk yang seharusnya ada di kisaran 286 ribuan menjadi 1.4 jutaan menjadikan Azaria berani menawarkan sejumlah komisi penjualan kepada member associate-nya.

Bagi Associate, karena bonus dari kejar anggota ini memberikan potensi penghasilan yang jauh lebih besar dari perolehan keuntungan lewat penjualan produk, maka timbul yang dinamakan dengan istilah ighra', yaitu lalainya tugas member untuk melakukan penjualan sehingga semata mencari bonus pencarian anggota.

Mafhum mukhalafah (pembacaan terbalik) dari kondisi ighra' semacam ini adalah:

1. Bahwa telah terjadi pengelabuan oleh MyAzaria kepada member-nya
2. Produk yang dijual hanyalah pengelabuan semata untuk menutupi bisnisinti sebenarnya yaitu praktik money game

Bukti dari praktik money game ini sudah diakui oleh salah satu timpemasarannya dengan sumber sebagaimana yang telah disampaikan oleh peneliti di atas, dan bisa dirujuk langsung ke situs MyAzaria, khususnya dengan cara merinci dan mencermati skema bisnis dan pemberian bonus oleh MyAzaria

Alhasil, mengikuti bisnis Azaria berdasar hasil penelusuran penulis di atas adalah haram sebab money game-nya. Kecuali ada bukti lain yang mungkin luput dari jangkauan peneliti yang menunjukkan bahwa praktik di lapangan bisnis Azaria tidak demikian.



BAB V PENUTUP

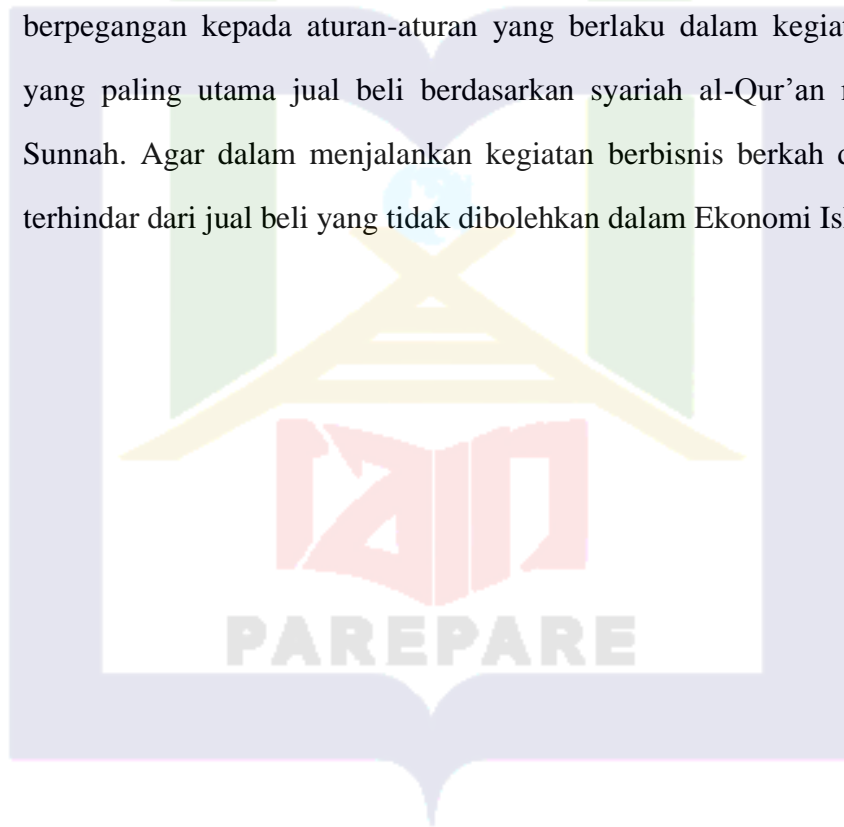
A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Sistem yang dilakukan oleh Azaria yang didapati oleh para member yaitu dalam bisnis online Azaria menyediakan uang 1.4 juta kedudukannya adalah sebagai biaya pendaftaran *member* yang kelak mendapat produk *Starter Kit*, kerja *member* tidak memiliki target volume penjualan, sehingga komisi/bonus yang dihasilkan juga tidak berdasarkan prestasi penjualan (*ju'alah*), melainkan berbekal pencarian anggota baru, kerja *member* tidak perlu keberadaan produk/stok barang. Dan juga dalam hal ini inti dari bisnis, para member yaitu Lalainya tugas member dalam melakukan penjualan sehingga hanya focus pada pecarian anggota demi mendapatkan bonus.
2. Dan dampak dari bisnis Azaria ini adalah ada yang diuntungkan dan ada yang dirugikan. Member yang diuntungkan disini yaitu yang mampu merekrut anggota baru sebanyak 10 orang atau lebih. Dan yang dirugikan itu bagi para member yang tidak mencapai target dalam merekrut orang.
3. Berdasarkan bisnis online Azaria yang dilakukan di Kota parepare ini, merupakan bisnis yang bertentangan dengan syara', terdapat praktik kecurangan (*ghabn*) dan penipuan (*tadlis*) dengan menyembunyikan harga sebenarnya dari produk Azaria melalui label Premium. Tentunya, harga produk yang sekian ini adalah tidak sesuai dengan manfaat produk yang dijanjikan.

B. Saran

1. Pentingnya pembinaan serta kesadaran dalam masyarakat tentang kejujuran, kehati-hatian serta rasa tanggung jawab yang penuh dalam melakukan kegiatan jual beli baik dari segi manapun, termasuk dalam bisnis online, baik itu bisnis online Azaria atau sejenisnya, sehingga dalam pelaksanaan bisnis online di masyarakat dengan mudah menyelesaikan berbagai kesalahpahaman antara penjual dan pembeli.
2. Untuk para pebisnis online dalam mengambil keputusan harus tetap berpegangan kepada aturan-aturan yang berlaku dalam kegiatan jual beli yang paling utama jual beli berdasarkan syariah al-Qur'an maupun As-Sunnah. Agar dalam menjalankan kegiatan berbisnis berkah dan tentunya terhindar dari jual beli yang tidak dibolehkan dalam Ekonomi Islam.



DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku :

Al Qur'anul Al Karim.

Kementerian Agama RI. 2013. *Al-Qur'an Terjemah Perkata*. Bandung: Semesta Al-Qur'an.

Alma Donni Juni Priansa, Buchari. 2016. *Manajemen Bisnis Syariah*. Cet. III; Bandung : Alfabeta.

Arijanto, Agus. 2011. *Etika Bisnis bagi pelaku Bisnis*. Cet. II; Jakarta: Rajawali pers.

Assauri, Sofian. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep & Strategi*.

Alma Donni Juni Priansa, Buchari. 2016. *Manajemen Bisnis Syariah*. Cet. III; Bandung : Alfabeta.

Djakfar, Muhammad. 2012. *Etika Bisnis menangkap spirit ajaran langit dan pesan moral ajaran bumi*. Cet. I; Jakarta: Penebar Plus.

Departemen Pendidikan Nasional. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*. Edisi IV. Cet. I; Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Fathurrahman, 2015. *Hukum Ekonomi Islam Sejarah, Teori, dan Konsep*. Cet. II; Jakarta: Sinar Grafika.

Herdiana Abdurrahman, Nana. 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Cet. I; Bandung: Pustaka Setia.

Mustofa, Imam. 2016. *Fiqih Mu'amalah*. Edisi I. Cet. I; Jakarta: Rajawali Pers.

Manan, Abdul. 2012. *Hukum Ekonomi Syariah*. Cet. I; Jakarta : Prenadamedia Group.

Muhammad, 2004. *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam*. Yogyakarta: Fakultas Hukum UGM

Manan, Abdul. 2012. *Hukum Ekonomi Syariah dalam Perspektif kewenangan Peradilan Agama*. Edisi I. Cet. I; Jakarta: Prenadamedia Grop.

Mardalis. 2004. *Metode Penelitian: Suatu Pendekatan Proposal*. Cet, 7; Jakarta: Bumi Aksara.

Mustofa, Imam. 2016. *Fiqih Mu'amalah Kontemporer*. Edisi I. Cet. I; Jakarta: Rajawali Pers.

- Muhamad.2008. *Metode Penelitian Ekonomi Islam pendekatan Kuantitatif*, .Cet. I; Jakarta: Rajawali Pers.
- Nawab haider naqvi, Syed. 2003. *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam*. Cet.I; Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Purkon, Arip. 2014. *Bisnis Online Syariah*, Edisi I. Cet.I; Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Subagyo, Joko. 2006. *Metode Penelitian (Dalam Teori Praktek)*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*.
- Sasmoko.2004. *Metode Penelitian* (Jakarta: UKI Pers).
- Sangit26.blogspot.co.Id/2011/07/analisis-data-penelitian-kualitatif.html. (Diakses pada 08 Agustus 2018 pukul 19:08)
- S Suriasumantri, Jujun. 1987. *Filsafat Ilmu Sebuah Pengantar Populer*. Cet.IV; Jakarta: Sinar Harapan.
- Tim Penyusun. 2013. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Makalah dan Skripsi). Edisi: Revisi (Parepare: STAIN Parepare).
- Muslich, Ahmad Wardi. 2010. *Fiqh Muamalat*. Edisi I. Cet.I; Jakarta : Amzah.
- Jabir, Abu Bakar. 1991. *Pola Hidup Muslim Minhajul Muslim Mu'amalah*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Sarwat, Ahmad. *Kitab Muamalat*. Cet, I: t.t. Kampus Syariah, 2009.
- Al-Asqalani, Al-hafizh Ibnu Hajar. 2009 *Buluughul Maraam min Jami'I Adillatil Ahkam*. diterjemahkan oleh Abu Ihsan Al-Atsari, *Bulughul Maram*. Solo: At-Tibyan
- Indrajit. Eko, 2001, *E-commerce Kiat Strategi Bisnis di Dunia Maya*, Jakarta : PT. Elex Media.

Sumber Skripsi :

- A. Syaid, Fauziah. 2019 “*Sistem Dropshipping dalam Penjualan Online pada Masyarakat Kel.Benteng Kec.Patampanua Kab.Pinrang (Perspektif Hukum Islam)*”. Skripsi Sarjana; Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam: Parepare.
- Putri Utami, Indah. 2018 ”*Perlindungan Konsumen dalam Bisnis Fashion Online Perspektif Hukum Nasional dan Hukum Islam (Studi Kota Parepare)*”. Skripsi Sarjana; Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam : Parepare.

Djazuli, Acep. 2011. Kaidah-Kaidah Fikih: Kaidah-Kaidah Hukum Islam dalam Menyelesaikan Masalah-Masalah yang Praktis. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Fatwa DSN Edisi kedua tahun 2003

Ash-Shabuni, Muhamad Ali, Rawai' u Al-Bayyan Tafsir Ayaat Al-Ahkam. 1391 H, Jilid 2. Makkah Al-Mukarramah: t.pS

Abdurrahman, Fadl, dkk, Al-Qur'an dan Terjemahnya. 2006. Departemen Agama RI, Jakarta: Pena Pundi Aksara

Sumber Media Online :

<http://bisnisazariaindonesiaku.blogspot.com>. (Diakses pada 05 September 2019 pukul 11:03)

<http://eprints.walisongo.ac.id/pdf> (Diakses pada 15 September 2019 pukul 11:51)

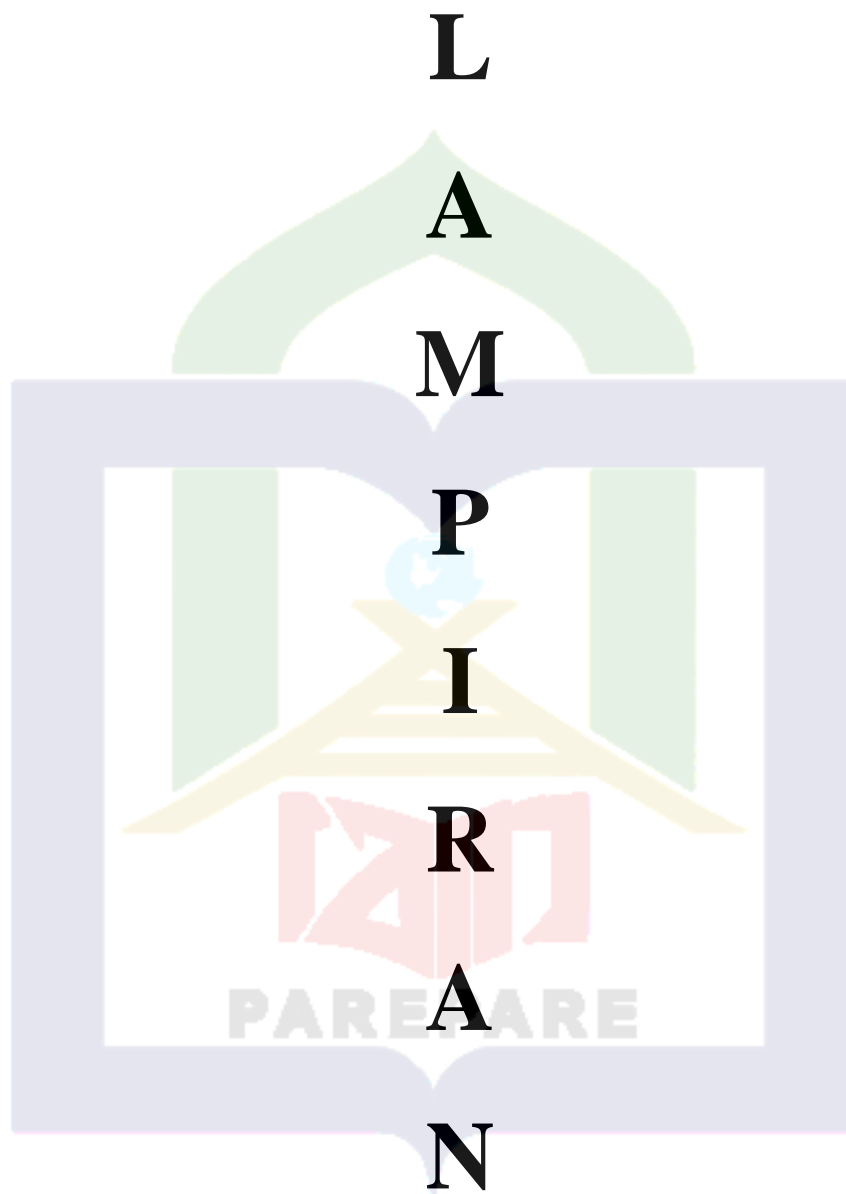
<https://www.jurnal.id/blog/apa-itu-etikabisnisislam>. (Diakses pada 25 Juli 2020 pukul 11:03)

<https://etheses.iainkediri.ac.id>. (Diakses pada tanggal 2 Agustus 2020 pukul 22.28)

<https://www.temukanpengertian.com>, (Diakses 21 Juli 2020 pukul 13:03)

<http://bisnisazariaindonesiaku.blogspot.com>. (Diakses pada 21 Juli 2020 Pukul 13:16)

<https://makalah-update-blogspot.co.id/2012/12/pengertian-metode-induktif-dan-metode.html>, (Diakses pada 08 Agustus 2018 pukul 19:20)



LAMPIRAN I : SURAT IZIN PELAKSANAAN PENELITIAN

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM ISLAM
Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 91100, website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id

Nomor : B.75/tn.39.6/PP.00.9/01/2021
Lamp. :-
Hal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. WALIKOTA PAREPARE
Di
Tempat

Assalamu Alaikum Wr.wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare:

Nama	: MUSTIKA
Tempat/ Tgl. Lahir	: Parepare, 08 Juli 1996
NIM	: 14.2200.139
Fakultas/ Program Studi	: Syariah dan Ilmu Hukum Islam/ Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)
Semester	: XIII (Tiga Belas)
Alamat	: Perumahan Villa Adam Permai No.1, Kec. Bacukiki, Kota Parepare.

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

"Sistem Bisnis Online Azaria Perspektif Hukum Ekonomi Islam"

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan Januari sampai selesai.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasama diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr.wb.

Parepare, 14 Januari 2021
Dekan,

Rusdaya Basri



LAMPIRAN II: SURAT IZIN PELAKSANAAN PENELITIAN PEMERINTAH

		SRN IP0000039
PEMERINTAH KOTA PAREPARE DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU <i>Jalan Veteran Nomor 28 Telp. (0421) 23594 Faksimile (0421) 27219 Kode Pos 91111, Email : dpmptsp@pareparekota.go.id</i>		
REKOMENDASI PENELITIAN Nomor : 40/IP/DPM-PTSP/1/2021		
Dasar : 1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi. 2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian. 3. Peraturan Walikota Parepare No. 7 Tahun 2019 Tentang Pendelegasian Wewenang Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.		
Setelah memperhatikan hal tersebut, maka Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu :		
MENGIZINKAN		
KEPADA NAMA	: MUSTIKA	
UNIVERSITAS/ LEMBAGA	: INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE	
Jurusan	: HUKUM EKONOMI SYARIAH (MUAMALAH)	
ALAMAT	: PERUM. VILLA ADAM PERMAI NO.1 PAREPARE	
UNTUK	: melaksanakan Penelitian/wawancara dalam Kota Parepare dengan keterangan sebagai berikut :	
	JUDUL PENELITIAN	: SISTEM BISNIS ONLINE AZARIA PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI ISLAM
	LOKASI PENELITIAN	: KECAMATAN SOREANG KOTA PAREPARE (KELURAHAN LAKESSI)
	LAMA PENELITIAN	: 15 Januari 2021 s.d 15 Pebruari 2021
	a. Rekomendasi Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung b. Rekomendasi ini dapat dicabut apabila terbukti melakukan pelanggaran sesuai ketentuan perundang - undangan	
	Dikeluarkan di:	Parepare
	Pada Tanggal:	20 Januari 2021
	KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KOTA PAREPARE	
		
		Hj. ANDI RUSIA, SH.MH
	Pangkat :	Pembina Utama Muda, (IV/c)
	NIP :	19620915 198101 2 001
Biaya : Rp. 0.00		

LAMPIRAN III : SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN



**PEMERINTAH KOTA PAREPARE
KELURAHAN LAKESSI
KECAMATAN SOREANG**

Jl. Muhammad Arsyad No.27, Telp.(0421) 21223, Kode Pos 91133

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Nomor : 000 - 26 / Lakessi

Yang bertanda tangan dibawah ini, Lurah Lakessi Kecamatan Soreang Kota Parepare menerangkan bahwa :

Nama	: MUSTIKA
NIM	: 14.2200.139
Jenis Kelamin	: Perempuan
Program Studi	: Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)
Pekerjaan	: Mahasiswa IAIN
Judul Skripsi	: SISTEM BISNIS ONLINE AZARIA PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI ISLAM

Benar telah mengadakan penelitian pada wilayah Kelurahan Lakessi selama Kurang Lebih 1 (Satu) Bulan, terhitung mulai tanggal 15 Januari 2021 s/d 05 Maret 2021 untuk penulisan skripsi tersebut, sesuai dengan surat Pemerintah Kota Parepare Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu, Nomor : 40/IP/DPM-PTSP/1/2021 tanggal 20 Januari 2021.

Demikian surat keterangan ini buat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 05 Maret 2021



ANDESYRIA BURHANUDDIN, S.STP

Jabatan : Penata Tk. I

Nip : 19870403 200602 1 003

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Milda
Alamat : Jl. Lasnrang
Agama : Islam
Pekerjaan/ Jabatan : Member Azaria

Mengatakan bahwa

Nama : Mustika
Nim : 14.2200.139
Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum Islam
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Benar-benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka menyusun skripsi yang berjudul Sistem Bisnis Online Azaria Perspektif Hukum Ekonomi Islam.

Demikian surat keterangan ini saya berikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare,
Yang bersangkutan,


MILDA

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ade Puspita Sari
Alamat : Jl. Keruma
Agama : Islam
Pekerjaan/ Jabatan : Leader Azaria

Mengatakan bahwa

Nama : Mustika
Nim : 14.2200.139
Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum Islam
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Benar-benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka menyusun skripsi yang berjudul Sistem Bisnis Online Azaria Perspektif Hukum Ekonomi Islam.

Demikian surat keterangan ini saya berikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare,
Yang bersangkutan,

Ade Puspita Sari
Ade Puspita Sari S.E

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nirwana A
Alamat : Perumahan Villa Adam Permai
Agama : Islam
Pekerjaan/ Jabatan : Member Azaria

Mengatakan bahwa

Nama : Mustika
Nim : 14.2200.139
Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum Islam
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Benar-benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka menyusun skripsi yang berjudul Sistem Bisnis Online Azaria Perspektif Hukum Ekonomi Islam.

Demikian surat keterangan ini saya berikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare,
Yang bersangkutan,


NIRWANA A

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rina
Alamat : Jl. Baumasrepe No 113
Agama : Islam
Pekerjaan/ Jabatan : Member Azaria

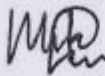
Mengatakan bahwa

Nama : Mustika
Nim : 14.2200.139
Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum Islam
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Benar-benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka menyusun skripsi yang berjudul Sistem Bisnis Online Azaria Perspektif Hukum Ekonomi Islam.

Demikian surat keterangan ini saya berikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare,
Yang bersangkutan,


MILDA

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sahira
Alamat : Jl Mangga
Agama : Islam
Pekerjaan/ Jabatan : Member Azaria

Mengatakan bahwa

Nama : Mustika
Nim : 14.2200.139
Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum Islam
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Benar-benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka menyusun skripsi yang berjudul Sistem Bisnis Online Azaria Perspektif Hukum Ekonomi Islam.

Demikian surat keterangan ini saya berikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare,
Yang bersangkutan,

Sahira
SAHIRA

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Hami
Alamat : Jl. Sulawesi
Agama : Islam
Pekerjaan/ Jabatan : Member Azaria

Mengatakan bahwa

Nama : Mustika
Nim : 14.2200.139
Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum Islam
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Benar-benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka menyusun skripsi yang berjudul Sistem Bisnis Online Azaria Perspektif Hukum Ekonomi Islam.

Demikian surat keterangan ini saya berikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare,
Yang bersangkutan,

Hami
Hami

PEDOMAN WAWANCARA

Nama : Mustika
Nim : 14.2200.139
Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum Islam
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Judul : Sistem Bisnis Online Azaria Perspektif Hukum Ekonomi Islam

1. Bagaimana sistem bisnis *Online Azaria* ini?
2. Mengapa anda tertarik dengan bisnis online azaria?
3. Berapakah target yang harus dipenuhi selama jadi member bisnis *online Azaria*?
4. Bagaimana jika para member *Azaria* tidak berdasarkan target volume penjualan apakah para *member Azaria* bisa mendapatkan bonus yang besar?
5. Darimana sumber bonus yang didapatkan para member bisnis *online Azaria*?
6. Berapa harga jual produk dari *Azaria*?
7. Bagaimana dampak yang diperoleh oleh para member *Azaria* terkait dengan bisnis tersebut?
8. Bagaimana pandangan hukum Islam terkait bisnis online azaria?

DOKUMENTASI



Gambar I : Wawancara dengan Ibu Hasni Member *Azaria*



Gambar II : Wawancara dengan Ibu Milda Member *Azaria*



Gambar III : Wawancara dengan Ibu Dina Member Azaria



PAREPARE

BIOGRAFI PENULIS



Mustika, lahir pada tanggal 8 Juli 1996 di Kota Parepare, Sulawesi Selatan. Merupakan anak kedua dari 3 bersaudara. Anak dari pasangan Bapak Amiruddin Ahmad dan Ibu Munira. Penulis berkebangsaan Indonesia dan Beragama Islam. Adapun riwayat pendidikan penulis, yaitu pada tahun 2008 lulus dari SDN 80 Kota Parepare, Sulawesi Selatan. Pada tahun 2011 lulus dari SMP Negeri 3 Parepare. Melanjutkan pendidikan di SMK Negeri 1 Parepare, lulus pada tahun 2014. Kemudian penulis melanjutkan perkuliahan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare dengan mengambil jurusan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam, Program Studi Hukum Ekonomi Islam. Pada semester akhir yaitu pada tahun 2021, penulis telah menyelesaikan skripsinya yang berjudul “*Sistem Bisnis Online Azaria Perspektif Hukum Ekonomi Islam*”

(Phone : 081245474808)