



**ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM
TRANSAKSI JUAL BELI PAKAIAN SECARA *ONLINE*
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan)**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Manajemen Bisnis*

Oleh:

**NIKMAH HIDAYAH
NIM. 1740200274**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2023



**ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM
TRANSAKSI JUAL BELI PAKAIAN SECARA *ONLINE*
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan)**

SKRIPSI


*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Manajemen Bisnis*

Oleh:

**NIKMAH HIDAYAH
NIM. 1740200274**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

PEMBIMBING I


**H. Aswadi Lubis, S.E.,M. Si.
NIP. 19630107 199903 1 002**

PEMBIMBING II


**Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd.
NIP. 19830317 201801 2 001**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2023**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang, Padangsidempuan 22733
Telepon.(0634) 22080 Fnx. (0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **NIKMAH HIDAYAH**
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidempuan, Desember 2022
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Syekh Ali Hasan Ahmad
Addary Padangsidempuan
Di-
Padangsidempuan

Assalamu'alaikumWr.Wb.

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **Nikmah Hidayah** yang berjudul "**ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM TRANSAKSI JUAL BELI PAKAIAN SECARA ONLINE (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan)**", maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harap kan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikianlah kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I

H. Aswadi Lubis, S.E., M. SI.
NIP. 19630107 199903 1 002

PEMBIMBING II

Hamni-Fadlilah Nasution, M.Pd
NIP. 19830317 201801 2 001

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Nikmah Hidayah**
NIM : **17 402 00274**
Fakultas/Prodi : **Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah**
Judul Skripsi : **ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM
DALAM TRANSAKSI JUAL BELI PAKAIAN
SECARA ONLINE (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas
Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan)***

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidimpuan, 05 Desember 2022
Saya yang Menyatakan,



NIKMAH HIDAYAH
NIM. 17 402 00274

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : **NikmahHidayah**
NIM : **17 402 00274**
Program Studi : **Ekonomi Syariah**
Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis Islam**
Jenis Karya : **Skripsi**

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **“ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM TRANSAKSI JUAL BELI PAKAIAN SECARA *ONLINE* (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan)”**.

Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*data base*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan
Pada tanggal 05 Desember 2022
Yang menyatakan,



NIKMAH HIDAYAH
NIM.17 402 00274



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km -4,5 Sihitang Padangsidempuan, 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

**DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

NAMA : NIKMAH HIDAYAH
NIM : 17 402 00274
FAKULTAS/PROGRAM STUDI : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM
DALAM TRANSAKSI JUAL BELI PAKAIAN
SECARA *ONLINE* (Studi Kasus Pada Mahasiswa
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN
Padangsidempuan)

Ketua

Sekretaris

Dra. Hj. Replita, M.Si.
NIP. 196905261995032001

Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd.
NIP. 198303172018012001

Anggota

Dra. Hj. Replita, M.Si.
NIP. 196905261995032001

Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd.
NIP. 198303172018012001

Sry Lestari, S.H.I., M.E.I.
NIP: 198905052019032008

Windari, S.E., M.A.
NIP: 198305102015032003

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidempuan
Hari/Tanggal : Selasa/03 Januari 2023
Pukul : 14.00 WIB s/d 16.00 WIB
Hasil/Nilai : Lulus/71,25(B)



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl.II. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidempuan 22733
Telp.(0634) 22080 Faximile. (0634) 24022

PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM
DALAM TRANSAKSI JUAL BELI PAKAIAN
SECARA *ONLINE* (STUDI KASUS PADA
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS ISLAM IAIN PADANGSIDIMPUAN)

NAMA : NIKMAH HIDAYAH
NIM : 17 402 00274
TANGGAL YUDISIUM : 28 JANUARI 2023
IPK : 3,41
PREDIKAT : SANGAT MEMUASKAN

Telah dapat diterima untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar
SarjanaEkonomi (S.E)
dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidempuan, 28 Januari 2023



Darwis Harahap, S.H.I., M.Si.
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : Nikmah Hidayah
NIM : 17 402 00274
Judul : Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pakaian Secara Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan)

Latar belakang masalah dalam penelitian ini adalah aktifitas perdagangan merupakan salah satu aspek kehidupan yang bersifat horizontal (Hablum minannas) yang mendapatkan penekanan khusus dalam ekonomi Islam karena keterkaitannya secara langsung dengan sektor ril. Kegiatan jual beli *online* dimedia sosial ini memperjual belikkan berbagai macam barang seperti sepatu, tas, baju, celana, hijab dan masih banyak lagi. Bentuk pemasarannya dapat dilakukan dengan cara menampilkan barang dengan mengupload foto-foto. Sehingga akan membentuk komunikasi antara penjual dan pembeli maka para pelaku harus memperhatikan etika bisnis, yaitu suatu studi yang di khususkan mengenai moral yang menunjukkan kebenarannya namun sayangnya beberapa konsumen merasa kecewa ketika barang yang dipesan berbeda ketika sampai ditangan konsumen, sehingga penerapan etika bisnis Islam sangat penting dalam melakukan transaksi jual beli pakaian secara *online* terutama pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu “bagaimana Analisis Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pakaian secara *Online* Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan?” Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengetahui transaksi jual beli pakaian secara *online* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan tersebut.

Teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini antara lain, pengertian etika bisnis Islam, pengertian etika, pengertian etika bisnis, pengertian etika bisnis Islam, prinsip-prinsip etika bisnis Islam, fungsi etika bisnis Islam, jual beli, pengertian jual beli, dasar hukum jual beli, rukun dan syarat jual beli, manfaat jual beli, jual beli *online*, jual beli *online* dalam Islam, ganti rugi barang yang rusak dalam hukum Islam.

Penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif deskriptif. Sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data skunder, data-data ini diperoleh dari informasi peneliti dengan menggunakan wawancara langsung kepada subjek penelitian. Sedangkan teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli pakaian secara *online* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan sudah sesuai dengan prinsip etika bisnis islam namun ada beberapa pembeli yang merasa kecewa ketika barang yang sampai tidak sesuai dengan gambar dan kualitasnya. Penjual juga merasa kecewa karena barang yang dijual tidak di ambil konsumen sehingga penjual tidak mendapatkan keuntungan sama sekali.

Kata Kunci: Etika Bisnis Islam, Jual Beli Pakaian Secara Online, Penerapan

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalaamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah, puji syukur peneliti sampaikan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, Seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, *madinatul 'ilmi*, pencerah dunia dari kegelapan beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini berjudul: **“Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pakaian Secara *Online* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan)**, ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Ilmu Ekonomi Syariah di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang terbatas dan jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, serta Bapak Dr. Erawadi, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan

pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. Ikhwanuddin, M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. H. Armyn Hasibuan, M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangandan, Ibu Dra. Replita, M.Si. selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah dan sekretaris Ibu Rini Hayati Lubis, M.P Serta seluruh civitas Akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
4. Bapak H. Aswadi Lubis, S.E., M.Si. selaku Pembimbing I dan Ibu Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Yusri Fahmi, S.S., S.Ag., M.Hum, selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad

Addary Padangsidimpuanyang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Bapak serta Ibu dosen Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuanyang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.
7. Teristimewa saya ucapkan terimakasih kepada keluarga tercinta Ayahanda M. Soleh Hsb dan Ibunda Nur Ainun Nst yang telah mendidik dan selalu berdoa tiada hentinya, yang paling berjasa dalam hidup peneliti yang telah banyak berkorban serta memberi dukungan moral dan material, serta berjuang tanpa mengenal lelah dan putus asa demi kesuksesan dan masa depan cerah putra-putrinya, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan kasih sayang kepada kedua orang tua tercinta dan diberi balasan atas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya.
8. Serta kepada kakak kandung saya Masliyah yang selalu memberikan dukungan dan semangat, dan adik-adik saya Amir Hamzah Hsb, Al Arif Billah Hsb, dan Asmaus Syaripah. Serta seluruh keluarga besar penulis yang telah memberikan bantuan moral maupun material kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini, semoga selalu dalam lindungan Allah SWT.
9. Terkhusus untuk sahabat saya Faisal Harahap, Hafsah Pasaribu, Sri Paridatul Rahma, Sri Puspita Sari Sikumbang, Hena Setiawati, Nur Halimah, Rabiatul Adawiyah dan seluruh penghuni kos cantik yang telah member motivasi,

dukungan, semangat, dan bantuan doa kepada peneliti agar tidak putus asa dalam menyelesaikan skripsi ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

10. Sahabat-sahabat seperjuangan di Program Studi Ekonomi Syariah Manajemen Bisnis 4 Mahasiswa Angkatan 2017 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, yang telah memberikan dukungan dan dorongan dalam menyelesaikan skripsi ini sehingga skripsi ini selesaidenganbaik.

11. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan.

Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Wassalaamu'alaikum Wr.Wb

Padangsidempuan, Desember 2022

Peneliti,

NIKMAH HIDAYAH
NIM. 17 402 00274

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	šad	š	Es(dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka

ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
—	fathah	A	A
—	Kasrah	I	I
—و	dommah	U	U

2. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
.....ي	fathah dan ya	Ai	a dan i
و.....	fathah dan wau	Au	a dan u

3. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
.....ا.....	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
.....ى	Kasrah dan ya	ī	i dan garis dibawah
.....و	dommah dan wau	ū	u dan garis di atas

3. **Ta Mar butah**

Transliterasi untuk tamar butah ada dua.

1. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dommah, transliterasinya adalah /t/.
2. *Ta Marbutah* mati yaitu *Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *Ta Marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *Ta Marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

4. **Syaddah (Tasydid)**

Syaddah atau *tasydid* yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

5. **Kata Sandang**

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ل . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

F. Hamzah

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu diletakkan di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

G. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun *huruf*, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

H. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal capital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

I. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektor Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin, Cetakan Kelima*, Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektor Pendidikan Agama, 2003.

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI	
DEWAN PENGUJI SIDANG MUNAQASYAH	
PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	vi
DAFTAR ISI.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1. Latar Belakang Masalah.....	1
2. Batasan Masalah	4
3. Batasan Istilah	5
4. Rumusan Masalah	6
5. Tujuan Penelitian	6
6. Manfaat Penelitian	6
7. Sistematika Pembahas.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kerangka Teori.....	9
1. Pengertian Etika Bisnis Islam.....	9
a. Pengertian Etika	9
b. Pengertian Etika Bisnis	10
c. Pengertian Etika Bisnis Islam	10
d. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam	11
e. Fungsi Etika Bisnis Islam	16
f. Dasar Hukum Etika Bisnis Islam.....	17
2. Jual Beli	19
a. Pengertian Jual Beli	19
b. Dasar Hukum Jual Beli	19
c. Rukun dan Syarat Jual-Beli	22
d. Manfaat Jual Beli	25
e. Jual Beli <i>Online</i>	25
f. Jual Beli <i>Online</i> Dalam Islam.....	27
g. Ganti Rugi Brang yang Rusak dalam Hukum Islam.....	29
B. Penelitian Terdahulu	32

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

1. Lokasi dan Waktu Penelitian	37
2. Jenis Penelitian.....	37
3. Subjek Penelitian.....	37
4. Sumber Data.....	40
5. Teknik Pengumpulan Data.....	41
6. Teknik Pengelolaan Data dan Analisis Data.....	44
7. Teknik Pengecekan Keabsahan Data	45

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambar Umum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan	47
1. Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan.....	47
2. Visi, Misi, Tujuan dan Sasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	48
B. Karakteristik Informan Penelitian.....	51
C. Pembahasan Hasil Penelitian	51

BAB VPENUTUP

A. Kesimpulan	96
B. Saran.....	96

DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sudah menjadi fitrah bagi setiap manusia untuk berusaha dan bekerja agar mendapatkan penghasilan yang cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Agama Islam mewajibkan setiap manusia yang memiliki tanggungan untuk bekerja. Bekerja merupakan salah satu pokok yang memungkinkan manusia memiliki harta kekayaan, salah satu dari ragam bekerja yaitu dengan cara berbisnis. Untuk memungkinkan manusia mencari nafkah Allah SWT melapangkan bumi serta menyediakan berbagai fasilitas yang dapat dimanfaatkan manusia untuk mencari nafkah.

Salah satu bentuk usaha manusia itu dalam berbisnis adalah jual beli, jual beli merupakan kebutuhan masyarakat sebagai sarana dan prasarana dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Salah satu tempat jual beli itu adalah pasar. Dalam lingkungan pemasaran jual beli merupakan suatu proses tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara suka rela antara pembeli dengan penjual atas dasar suka sama suka yang dilakukan dengan bertatap muka langsung dan disertai dengan tawar menawar harga, yang dimana pihak pembeli dan penjual melakukan kesepakatan bersamayang satu menerima benda atau barang dengan perjanjian atau keterangan yang telah *Syara'* atau disepakati bersama.¹

¹ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2008), hlm.68.

Namun dalam perkembangan zaman sekarang ini, jual beli sudah tidak hanya dilakukan dalam pasar maupun bertatap muka. Karena sudah terjadinya pergeseran dengan adanya perkembangan teknologi, sehingga masyarakat bisa melakukan perdagangan dan transaksi melalui teknologi yang canggih atau disebut jual beli secara online (*online shop*).²Jual beli secara online ini sendiri diartikan sebagai jual beli barang dan jasa melalui media elektronik, khususnya melalui internet atau secara *online*. Salah satu contoh adalah penjualan produk secara *online* melalui internet seperti yang dilakukan oleh aplikasi *whatsapp*, *instagram*, dan lain sebagainya.³

Dengan adanya kegiatan jual beli secara *online* tentu membuka peluang usaha dalam berbagai bidang bagi setiap orang untuk melakukan usaha tanpa menggunakan modal yang banyak untuk memulai usahanya. Usaha yang sering dijual belikan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dalam melakukan transaksi jual beli *online* adalah berbagai macam produk seperti sepatu, tas, baju celana, hijab dan lain-lain. Namun kegiatan jual beli *online* itu harus sesuai dengan etika bisnis Islam, yang namanya agama Islam itu mengatur seperti apa jual beli yang dilakukan dengan etika bisnis Islam.

Etika bisnis Islam itu diartikan sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuk yang tidak dapat dibatasi sejumlah kepemimpinan harta (barang/jasa) termasuk profitnya namun dibatasi dengan cara memperoleh dan mendayagunakan aturan halal dan haram.⁴Didalam etika bisnis islam itu ada

² Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syari'ah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), hlm. 198.

³ Tira Nur Fitria, "Jual Beli Online (*Online Shop*) dalam Hukum Islam dan Hukum Negara," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 03 No. 01 (Maret 2017), hlm. 57-58.

⁴ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Presepektif Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 198.

beberapa sikap yang harus dipenuhi dalam berdagang atau jual beli secara *online*. Seorang muslim berkewajiban untuk memegang teguh dalam memperoleh dan mendayagunakan aturan yang terdapat dalam etika bisnis Islam, yang dimana aturan itu disebutkan tentang halal dan haram, benar dan baik, tidak merelakan suatu keburukan, sesuai dengan prinsip-prinsip moral dan melakukan segala sesuatu dengan penuh tanggung jawab agar Allah SWT melapangkan hatinya dan dibukakkan pintu rizkinya.⁵

Kegiatan jual beli pakaian secara *online* yang dilakukan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam bahwa dari 102 orang responden peneliti menunjukkan 100% pernah membeli barang secara *online*, dan dari 102 responden itu juga ada sebanyak 51,96% yang melakukan pernah menjual barang secara *online*. Masalahan yang sering terjadi dalam jual beli pakaian secara *online* diantaranya:

1. Barang yang ditemukan tidak sesuai gambar ada sebanyak 58,82%,
2. Keterlambatan barang sampai kepada konsumen yang melebihi batas waktu yang ditentukan sebanyak 9,80%,
3. Kualitas barang yang tidak sesuai dengan yang dijanjikan 32,35%.⁶

Berdasarkan hasil angket yang disebar melalui *google form* ada beberapa keluhan dalam melakukan transaksi jual beli secara online sehingga mengakibatkan para konsumen merasa kecewa dalam melakukan transaksi jual beli online.

⁵ Nashruddin Baidan, *Ekonomi Islam dalam Berbisnis*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2014), hlm. 3.

⁶Hasil Angket yang disebar melalui *google form* kepada mahasiswa FEBI http://docs.google.com/forms/d/1HZ9XTVvRQEJWDJNr6JeJOd31QydvwB7p0SZ_GXxRa74/edit

Dalam transaksi jual beli *online* ada 3 istilah PO (*pre order*), COD (*cash on delivery*) dan *Ready Stock* dan rata-rata menggunakan jual beli *online* PO. Arti dari PO atau *pre order* sendiri adalah proses pemesanan suatu barang yang posisi barangnya akan dipesankan oleh penjual, sehingga si pembeli harus membayar terlebih dahulu, kemudian penjual akan memesan atau membuat barang yang dipesan oleh pembeli. Sedangkan *ready stock* berarti bahwa stock barang yang ada tersedia untuk dipesan oleh calon pembeli. COD atau *Cash On Delivery* sering kali digunakan oleh orang-orang yang melakukan transaksi secara *online* dengan cara dimana penjual dan pembeli akan janji bertemu di suatu tempat untuk cek barang, ataupun pembayaran secara tunai.⁷

Kegiatan jual beli online yang dilakukan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam apakah sudah sesuai dengan etika bisnis islam karena sebagai mahasiswa yang sudah mempelajari tentang etika bisnis islam harus mampu mengaplikasikan etika bisnis islam dalam melakukan transaksi jual beli online dalam kehidupan sehari-hari. Maka berdasarkan uraian di atas penulis tertarik meneliti judul “**Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pakaian Secara *Online* (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan)**”

B. Batasan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan di atas, mengingat luas dan kompleksnya permasalahan yang ada serta keterbatasan peneliti, maka penelitian membatasi ruang lingkup masalah yang akan diteliti yaitu hanya membatasi

⁷ <http://www.Cermati.com>, diakses 29 Desember 2021 pukul 19.50 WIB

tentang Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli *Online* Pada Mahasiswa IAIN Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Padangsidimpuan.

C. Batasan Istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman terhadap istilah yang dipakai dalam judul penelitian ini, maka dibuatlah batasan istilah sebagai berikut:

1. Analisis adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa, benda, masalah untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya.
2. Penerapan adalah sebuah tindakan baik yang dilakukan secara individu maupun kelompok dengan maksud untuk mencapai tujuan yang telah dirumuskan.
3. Etika bisnis Islam adalah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuk yang tidak dapat dibatasi sejumlah kepemimpinan harta (barang/jasa) termasuk profitnya namun dibatasi dalam cara memperoleh dan mendayagunakan aturan halal dan haram.
4. Transaksi adalah kejujuran ekonomi atau keuangan yang melibatkan paling tidak dua belah pihak (seseorang dengan seseorang atau berbeda orang lainnya) yang saling melakukan pertukaran, melibatkan diri dalam perserikatan usaha, pinjam dan lain-lain atas dasar suka sama suka ataupun atas dasar suatu ketetapan hukum atau syariat yang berlaku.
5. Jual beli *online* juga disebut *E-commerce*, *E-commerce* adalah suatu set teknologi dinamis, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen serta komunitas tertentu melalui transaksi elektronik

berupa perdagangan jasa maupun informasi yang dilakukan melalui media elektronik.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah ditemukan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana transaksi jual beli pakaian secara *online* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, peneliti ini secara umum bertujuan untuk mengetahui transaksi jual beli pakaian secara *online* mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan?

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa manfaat, baik secara teoritis maupun kegunaan secara praktis, antara lain:

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penelitian dan wawancara baru khususnya dalam etika bisnis islam mengetahui jual beli online.

2. Manfaat praktik

a. Bagi penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengalaman, pengetahuan dan wawasan, dalam menerapkan teori-teori yang diterima oleh peneliti selama dibangku perkuliahan dan sebagai

persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan jenjang sarjana (S1) pada jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan.

b. Bagi Dunia Akademik

Peneliti ini diharapkan dapat menambah referensi pada perpustakaan IAIN padangsidimpuan dan sebagai bahan referensi untuk pengembangan penelitian selanjutnya.

c. Bagi penjual dan pembeli

Sebagai sumber pemikiran yang mendalam terhadap jual beli *online* bagi pihak-pihak terkait khususnya dalam etika bisnis Islam dan penelitian ini dijadikan sebagai masukan bagi pelaku usaha penjualan online di media sosial dalam rangka mengetahui cara jual beli *online* yang sesuai dengan Syariat Islam.

G. Sistematika Pembahas

Sistematika pembahas penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bab I

Pendahuluan yang mencakup tentang latar belakang masalah, batasan masalah, batasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika pembahas.

Bab II

Merupakan serangkaian teori yang digunakan untuk menganalisa permasalahan-permasalahan dalam penelitian.

Bab III

Metode penelitian, waktu dan lokasi penelitian, jenis penelitian, subjek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, dan analisis data serta teknik pengecekan keabsahan data.

Bab IV

Hasil penelitian, menguraikan tentang gambaran umum objek penelitian, visi, misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan.

Bab V

Penutup yang mencakup kesimpulan, dan saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Pengertian Etika Bisnis Islam

a. Pengertian Etika

Kata etika, dalam bahasa Yunani kuno ialah *ethikos* yang berarti *timbal* dari kebiasaan. Etika mencakup analisis dan penerapan konsep seperti benar dan salah, baik dan buruk, dan tanggung jawab. Etika adalah ilmu berkenaan tentang yang baik-buruk dan tentang hak kewajiban moral. Etika adalah ilmu yang bersifat normatif, karena ia berperan menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak dilakukan oleh seseorang individu.⁸

Dalam kamus besar bahasa Indonesia etika adalah ilmu tentang asas-asas akhlak.⁹ Dalam Islam, istilah yang paling dekat hubungannya dengan etika adalah *khuluq*, *khuluq* berasal dari kata dasar *khaluqan* yang berarti tabi'at, budi pekerti, kebiasaan, dan kesatriaan. Dalam Islam, istilah yang paling dekat dengan etika adalah *khuluq*. Namun, jika ditelusuri lebih dalam Al-qur'an juga mempergunakan sejumlah istilah lain untuk menggambarkan konsep tentang kebaikan, yakni *khayr* (kebaikan), *birr* (kebenaran), *qist* (persamaan), *adl* (kesetaraan dan keadilan), *haqq* (ketakwaan). Tindakan yang terpuji disebut sebagai *salihat*, sedangkan tindakan yang tercela disebut sebagai *sayyi'at*.¹⁰

⁸Veithzal Rivai, Amiur Naruddin, dan Faisar Ananda Arfa, *Islamic Business and Economic Ethics* (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2012), hlm. 2-3.

⁹Tri Rharma, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia* (Surabaya: Karya Agung, 2011), hlm. 129.

¹⁰Rafik Isa Beekun, *Etika Bisnis Islami* (Yogyakarta:Pustaka Pelajar, 2007), hlm. 3.

Secara umum etika sering disamakan dengan moral. Padahal etika dan moral adalah dua hal yang berbeda, walaupun keduanya menyangkut baik dan buruk. Etika dalam bahasa Inggris berasal dari kata *Ethics* yang berarti tata susila pula sedangkan moral berasal dari kata *mores* yang artinya kebiasaan (*habits*).¹¹

b. Pengertian Etika Bisnis

Etika bisnis berfungsi sebagai perangkat nilai tentang baik, buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas, kajian etika bisnis terkadang merujuk ke *business ethics* atau *organizational ethics*. Etika bisnis dapat berarti pemikiran atau refleksi tentang perbuatan baik, buruk, terpuji, tercela, benar, salah, wajar, tidak wajar, pantas, tidak pantas dari perilaku seseorang dalam berbisnis atau bekerja.¹²

c. Pengertian Etika Bisnis Islam

Dalam syariat Islam, etika bisnis adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam pelaksanaan bisnis itu tidak terjadi kekhawatiran karena sudah dinyatakan sebagai sesuatu yang baik dan benar.¹³ Etika bisnis Islam juga bisa didefinisikan tentang baik, buruk dan salah yang berdasarkan pada prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma dimana pada pelaku usaha

¹¹Hasan Aedy, *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam* (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm. 24.

¹²Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Kencana, 2007), hlm. 70.

¹³Idri, *Hadis Ekonomi: Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), hlm. 32.

bisnis harus komitmen padanya dalam berinteraksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat.¹⁴

d. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam

Keberkahan usaha merupakan kemantapan dari usia itu dengan memperoleh keuntungan yang wajar dan diridhai oleh Allah SWT. Maka prasyarat untuk memperoleh keberkahan atas nilai transenden seorang pelaku bisnis harus mempertahankan beberapa prinsip-prinsip etika bisnis yang telah digariskan dalam Islam, antara lain:¹⁵

1) Prinsip kesatuan

Kesatuan ini dimaksud bahwa sumber utama etika bisnis Islam adalah kepercayaan total dan murni terhadap kesatuan (keesaan) Allah. Kenyataan ini secara khusus menunjukkan dimensi vertikal Islam yang menghubungkan institusi-institusi sosial yang terbatas dan tak sempurna dengan dzat yang sempurna dan tak terbatas. Hubungan vertikal ini merupakan wujud penyerahan diri manusia secara penuh tanpa syarat di hadapan Allah, dengan menjadikan keinginan, ambisi, serta perbuatan tunduk pada titah-Nya:

قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ ﴿١٦٢﴾

Artinya: "katakanlah: sesungguhnya sembahyangku, ibadahku hidupku dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan senesta alam", (Q.S. Al-An'am:162)¹⁶

¹⁴Ibid, hlm. 15.

¹⁵ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Dalam Prespektif Islam* (Malang: UIN-Malang Press, 2007), hlm. 21.

¹⁶Dapartemen Agama RI, *AL-Qur'an dan Terjemahnya* (Bandung: Lubung Agung), hlm. 131.

Kemudian dalam penerapannya berdasarkan prinsip keesaan ini, maka pengusaha muslim dalam melakukan etitas bisnisnya tidak akan melakukan paling tidak tiga hal: pertama, diskriminasi diantara pekerja, penjual, pembeli, pemasok, mitra kerja atas dasar pertimbangan ras, jenis kelamin atau agama. Kedua, terpaksa atau dipaksa untuk melakukan praktik-praktik mal bisnis karena ia hanya takut dan cinta kepada Allah. Ketiga, menimbulkan kekayaannya dengan penuh keserakahan karena konsep amanah sangat penting bagi seorang muslim dan semua harta hanya bersifat sementara maka harus dengan bijaksana.¹⁷

2) Prinsip keseimbangan

Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali pada pihak yang tidak disukai. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam surat Al-Maidah ayat 8 yaitu:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا كُوْنُوْا قَوّٰمِيْنَ لِلّٰهِ شُهَدَآءَ بِالْقِسْطِ ۗ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلٰٓى اَلَّا تَعْدِلُوْا ۗ اَعْدِلُوْا هُوَ اَقْرَبُ لِلتَّقْوٰى ۗ وَاتَّقُوا اللّٰهَ ۗ اِنَّ اللّٰهَ خَبِيْرٌۢ بِمَا تَعْمَلُوْنَ ﴿٨﴾

Artinya :“Hai orang-orang yang beriman, hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadikan saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-sekali kebeciaanmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat takwa. Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.”¹⁸

¹⁷ Rafik Isa Beekun, *Etika Bisnis Islam*, hlm 35.

¹⁸Departemen Agama RI *AL-Qur'an dan terjemahannya* (Bandung: Lubuk Agung), hlm.

Pada dataran ekonomi, konsep keseimbangan menentukan konfigurasi aktivitas-aktivitas distribusi, konsumsi serta produksi yang terbaik, dengan pemahaman yang jelas bahwa kebutuhan seluruh anggota masyarakat Islam di dahulukan atas sumber daya riil masyarakat. Tidak terciptanya keseimbangan sama halnya dengan terjadinya kedhaliman. Dengan demikian, Islam menuntut keseimbangan antara kepentingan diri dan kepentingan orang lain, antara kepentingan si kaya dan si miskin, antara hak pembeli dan hak penjual dan lain sebagainya.

Penerapan konsep keseimbangan ini sebagai contoh adalah Allah memperingatkan para pengusaha muslim untuk menyempurnakan takaran timbangan dalam jual beli. Sangat menarik untuk mengetahui makna '*adl*' adalah keadilan atau kesetaraan. Secara keseluruhan Islam ingin mengekang kecenderungan sikap serakah manusia dan kecintaannya untuk memiliki barang-barang.¹⁹

3) Prinsip kehendak bebas

Dalam pandangan Islam, manusia dianugrahi potensi untuk berkehendak dan memilih diantara pilihan-pilihan yang beragam, kendati kebebasan yang dimiliki Allah.²⁰ Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar. Tidak adanya batasan pendapat bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya.

¹⁹Rafik Isa Beekun, *Etika Bisnis Islam*, hlm. 37.

²⁰Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*, hlm. 16.

Kecenderungan manusia untuk terus menerus memenuhi kebutuhan pribadinya yang tak terbatas dikendalikan dengan adanya kewajiban setiap individu terhadap masyarakatnya melalui zakat, infak, dan sedekah.²¹

4) Prinsip tanggungjawab

Kebenaran tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakannya. Secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas. Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggungjawab atas semua yang dilakukannya.

Manusia harus berani mempertanggung jawabkan segala pihakannya tidak saja dihadapan manusia, bahkan yang paling penting adalah kelak dihadapan Allah Bisa saja, karena kelihainnya, manusia mampu, namun kelak ia tidak akan pernah lepas dari tanggung jawab dihadapan Allah yang maha mengetahui.

Konsep tanggung jawab dalam Islam, paling tidak karena dua sapek fundamental. Pertama, Tangung jawab yang menyatu dengan status kekhalfahan Wakil Allah di muka bumi. Kedua, konsep tanggung jawab dalam Islam pada dasarnya bersifat sukarela, tanpa paksaan. Dengan demikian, prinsip ini membutuhkan pengorbanan, hanya saja

²¹ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Islam*, hlm. 46.

bukanlah berkonotasi yang menyengsarakan. Ini berarti bahwa manusia (yang bebas) di samping harus sensitive terhadap lingkungannya, sekaligus juga harus peka terhadap konsekuensi dari kebebasan sendiri.²²

Penerapan konsep tanggung jawab dalam etika bisnis islam misalnya jika seorang pengusaha muslim berperilaku secara tidak etis, ia tidak dapat menyalahkan tindakannya pada persoalan tekanan bisnis ataupun pada kenyataan bahwa setiap orang juga berperilaku tidak etis, ia harus memikul tanggung jawab tertinggi atas tindakannya sendiri.²³

5) Prinsip kebenaran (kejujuran dan kebijakan)

Kebenaran dalam konteks ini selain mengandung makna kebenaran lawan dari kata kesalahan, mengandung pula dua unsure yaitu kebajikan 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, kerja sama atau perjanjian dalam bisnis.²⁴

Mengenai penerapan konsep kebenaran, kebajikan dan kejujuran al-Ghazali merumuskan enam kebajikan berikut:

²² Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Dalam Prespektif Islam*, hlm. 17.

²³ Rafik Isa Beekum, *Etika Bisnis Islam*, hlm. 42.

²⁴ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Islam*, hlm. 46.

- a) Jika seorang membutuhkan maka orang lain harus memberikannya dengan mengambil sedikit keuntungan, jika sang pemberi melupakan keuntungan maka hal itu lebih baik.
- b) Jika membeli sesuatu dari orang miskin, akan lebih baik bagi dirinya membayangkan sedikit berlebih.
- c) Dalam mengabdikan hak pembayaran dan oinjam, seseorang harus bertindak bijaksana dengan memberi waktu banyak bagi peminjam.
- d) Sudah sepantasnya mereka yang ingin mengembalikan barang yang telah diberi seharusnya diperolehkan demi kebajikan.
- e) Merupakan tindakan yang baik bagi sang peminjam bila membayar hutangnya tanpa diminta.
- f) Ketika menjual secara kredit, seseorang harus cukup bermurah hati tidak memaksa membayar jika seseorang tidak mampu membayar dalam waktu yang ditetapkan.

Dalam dunia bisnis kita tetap ingin memperoleh prestasi (keuntungan), namun hak pembeli harus tetap dihormati. Dalam arti penjual harus bersikap toleran terhadap kepentingan pembeli, terlepas apakah ia sebagai konsumen tetap maupun bebas.²⁵

e. Fungsi Etika Bisnis Islam

Pada dasarnya terdapat fungsi khusus yang diemban oleh etika bisnis Islam diantaranya adalah:

²⁵ Muhammad Djafar, *Etika Bisnis Islam*, hlm. 31.

- 1) Etika bisnis berupaya mencari cara untuk menyelaraskan dan menyasikan berbagai kepentingan dalam dunia bisnis.
- 2) Etika bisnis juga mempunyai peran untuk senantiasa melakukan perubahan kesadaran bagi masyarakat tentang bisnis, terutama bisnis Islam. Dan caranya biasanya dengan memberikan suatu pemahaman serta cara pandang baru tentang pentingnya bisnis dengan menggunakan landasan nilai-nilai moralitas dan spritualitas, yang kemudian terangkum dalam suatu bentuk yang bernama etika bisnis.
- 3) Etika bisnis terutama etika bisnis Islam juga berperan memberikan satu solusi terhadap berbagai persoalan bisnis modern ini yang kian jauh dari nilai-nilai etika, dalam arti bahwa bisnis yang beretika harus benar-benar merujuk pada sumber utamanya yaitu Al- Qur'an dan sunnah.²⁶

f. Dasar Hukum Etika Bisnis Islam

Al- Qur'an menegaskan dan menjelaskan bahwa di dalam berbisnis tidak boleh dilakukan dengan cara kebatilan dan khezoliman, akan tetapi dilakukan atas dasar suka rela atau keridhoan, baik ketika untung ataupun rugi, ketika membeli atau menjual dan sebagainya. Sebagai mana firman Allah dalam Al-Qur'an Surah An-Nisa ayat 29 sebagai berikut:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَطْلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ

رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

²⁶Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam*, (Semarang: Walisongo Press, 2009), hlm. 76.

Artinya:“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku suka sama- suka diantara kamu. Dan jangan kamu membunuh dirimu sesungguhnya Allah adalah maha penyangga kepadamu.”²⁷

Ayat Al-Qur’an di atas menjelaskan larangan untuk memakan harta yang didapatkan secara batil atau tidak benar. Permasalahan dalam harta yang batil tidak selalu membicarakan zat yang terkandung dalam harta tersebut, namun juga berkaitan dengan jalan yang ditempuh untuk mendapatkannya.

Dalam redaksi ayat di atas terdapat teks Al-Qur’an yang penting untuk dibicarakan, yaitu kata memakan harta dengan batil. Harta yang telah didapatkan tidak hanya untuk dimakan akan tetapi juga dapat dimanfaatkan seperti untuk berzakat, berbisnis, membeli perhiasan, menaikkan martabat seseorang di masyarakat dan lain-lain, sehingga tidak tepat apabila kata *ta’kulu* hanya didefinisikan memakan namun juga dapat diartikan memanfaatkan.

Sangatlah penting untuk diperhatikan masalah di atas, karena hal tersebut hanya sangat berkaitan erat dengan kehidupan sehari-hari agar dapat mencari harta tidak menggunakan cara yang dilarang agama dan hukum negara atau ketetapan yang disepakati oleh manusia.

Cara yang digunakan dalam memperoleh harta akan mempengaruhi terhadap fungsi harta. Orang yang memperoleh harta dengan mencuri, kebanyakan menggunakannya untuk kesenangan semata, seperti mabuk,

²⁷Departemen Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahannya*, (Bandung: diponegoro, 2011), hlm. 83.

bermain wanita, judi dan lain-lain. Sebaliknya, orang yang mencari harta dengan cara yang halal, biasanya harta yang digunakannya untuk hal-hal yang bermanfaat.²⁸

2. Jual Beli

a. Pengertian Jual Beli

Jual beli merupakan suatu perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara suka rela di antara kedua belah pihak, yang satu menerima benda atau barang dan pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian atau keterangan yang telah dibenarkan *syara'* dan disepakati.²⁹ Jual beli menurut Ilmu Fiqih yaitu saling menukar harta dengan harta melalui cara tertentu atau tukar menukar sesuatu yang diinginkan dengan yang sepadan melalui cara tertentu yang bermanfaat.³⁰

Sehingga dapat disimpulkan bahwa jual beli merupakan sebuah proses pertukaran barang yang bernilai antara pembeli dengan penjual atas dasar suka sama suka dan tidak bertentangan dengan syariat Islam.

b. Dasar Hukum Jual Beli

Dasar hukum jual beli adalah Al-Qur'an dan Hadist, sebagaimana disebutkan dalam surah al-Baqarah ayat 275:

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

²⁸Rahmat Syafi'i, *Fiqh Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2004), hlm. 31.

²⁹Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 68.

³⁰Nasrun Haroen, *Fiqh Muamala*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2000), hlm. 111.

الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ
وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ



Artinya:”orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syairan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang dimiliki itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, mengharamkan riba, orang-orang yang telah samapai kepadanya larangan dari Allah, lalu terus berhenti diambilnya dahulu (sebelum datang larangan) dan urusannya (terserah) kepada Allah, orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal didalamnya”³¹

*Alladzina ya'kuluunaru ribaa laa yaquumuuna illaa kamaa yaquumuul
ladzii yatakhabbathuHusy syaithaanu minal massi* (“Orang-orang yang
makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya
orang yang kemasukan syaitan lantaran tekanan penyakit gila”.) Artinya,
mereka tidak dapat berdiri dari kubutan mereka pada hari kiamat kelak
kecuali seperti berdirinya orang gila pada saat mengamuk dan kerasukan
syaitan. Yaitu mereka berdiri dengan posisi yang tidak sewajarnya.

*Dzaalika biannahum qaaluu innamal bai'ul mitslur ribaa wa
ahallallaaHul bai'a wa harramar ribaa* (“keadaan mereka yang demikian
itu disebabkan mereka yang demikian itu disebabkan mereka berkata
(berpendapat) sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba padahal Allah
telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”.) maksudnya mereka

³¹ Departemen Agama RI *Al-Qur'an*, (Kudus, Fa. Menara), hlm. 48

membolehkan riba dengan maksud untuk menentang hukum-hukum Allah Ta'ala yang terdapat dalam syariat-Nya

Wa ahallalaaHul bai'a wa harramar ribaa (“Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.”) Hal itu mungkin merupakan bagian dari kesempurnaan kalam sebagai penolak terhadap mereka atau terhadap apa yang merekakatakan, padahal mereka mengetahui perbedaan hukum yang ditetapkan Allah Ta'ala antara keduanya.

Faman jaa-aHu mau'idhatum mir rabbiHi fantaHaa falaHuu maa salafa wa amruaHuu ilallaHi (“ orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Rabbanya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambil dahulu (sebelum datang larangan), maksudnya barang siapa yang telah sampai kepadanya larangan memakan riba, lalu ia mengakhirinya ketika syariat samapai kepadanya, maka baginya hasil muamalah terdahulu.

Menurut tafsir Ibnu Katsir dari surah Al-Baqarah ayat 275 menyatakan bahwa orang-orang yang memakan riba, artinya mengambil hak sesama. Berdasarkan ayat ini dan lainnya para ulama' menyatakan bahwa hukum asal setiap asas jual beli atau perniagaan adalah halal, kecuali yang nyata-nyata diharamkan.³²

Berdasarkan dalil tersebut diatas, maka dijelaskan bahwa hukum jual beli adalah boleh. Namun tidak menutup kemungkinan perubahan status jual beli itu sendiri, semuanya tergantung pada terpenuhi atau tidaknya syarat

³² Ibnu Katsir, *Tafsir Al-Qur'an Al-'Azhim*, (Darul Thayyibah lin Nasyr Wa Tauzi'), Vol. 1, hlm. 708.

dan rukun jual beli.³³ Hukum bisa berubah menjadi wajib, haram, sunnah dan makruh.

- 1) Contoh yang wajib: apakah seseorang sangat terdesak untuk membeli makanan dan yang lainnya, maka penjual jangan menimbulkan atau tidak menjualnya.
- 2) Contoh yang haram: memperjual belikan barang yang dilarang dijualnya seperti anjing, babi, dan lainnya.
- 3) Contoh yang sunnah: seorang penjual bersumpah kepada orang lain akan menjual barang dagangannya, yang tidak sah akan menimbulkan kemudharatan bilamana dia menjualnya.
- 4) Contoh yang makruh: memperjual belikan kucing dan kulit binatang buas untuk dimanfaatkan kulitnya.³⁴

c. Rukun dan Syarat Jual-Beli

Menurut Imam Nawawi rukun jual beli meliputi tiga hal, yaitu: Harus adanya akid (orang yang melakukan akad), barang yang diakadkan dan ijab qabul, yang terdiri atas penawaran pemerintaan.

1) Akid

Adalah: pihak-pihak yang melakukan transaksi jual beli, yang terdiri dari penjual dan pembeli. Baik itu merupakan pemilik asli, maupun orang lain yang menjadi wali/wakil dari sang pemilik asli. Sehingga ia memiliki hak dan otoritas untuk mentransaksikannya.

2) Objek akad

³³Shobirin, *Jual Beli Dalam Perdagangan Islam, Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, Vol. 3, No. 2 (2015), hlm. 245.

³⁴Enang Hidayat, *Fiqh Jual Beli*, (bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015), hlm. 16.

Harus jelas bentuk, kadar dan sifat-sifatnya dan diketahui dengan jelas oleh penjual dan pembeli. Jadi jual beli barang yang samar yang tidak dilihat oleh penjual dan pembeli atau salah satu dari keduanya, maka dianggap tidak sah. Imam syafi'i telah mengatakan, tidak sah jual beli tersebut karena ada usur penipuan.

3) Ijab dan qabul

Ijab adalah perkataan dan penjual, seperti “aku jual barang ini kepadamu dengan harga sekian”. Dan qabul adalah ucapan dari pembeli, seperti “aku milikkan barang ini”, lalu pembeli berkata “aku beli” dan sebagainya. Selain itu tidak terpisah lama antara ijab dan qabulnya, sebab terpisah lama tersebut membuat boleh keluarnya (batalnya) qabul tersebut.³⁵

4) Ada nilai tukar pengganti barang

Nilai tukar pengganti barang, yaitu sesuatu yang memenuhi tiga syarat: bisa menyimpan nilai (*store of value*), dan bisa dijadikan alat tukar (*medium of exchange*).

Empat rukun tersebut, memuat beberapa syarat yang harus dipenuhi dalam jual beli (bisnis), yaitu syarat sahnya ijab qabul dalam kitab fiqh disebutkan minimal ada tiga:

- a) Jangan di selingi dengan kata-kata lain antar *ijab qabul*,
- b) Orang-orang yang berakad (penjual dan pembeli) dan

³⁵Siswadi, Jual Beli Dalam Perspektif Islam, *Jurnal Ummul Qura*, Vol. III, No. 2 (2013), hlm. 62.

- c) Jangan ada yang memisahkan maksudnya penjual dan pembeli masih ada interaksi tentang ijab qabul.

Syarat sah jual beli sebagai berikut:

- a) Baligh, berakal agar tidak mudah ditipu orang orang, *“dan janganlah kamu berikan hartamu kepada orang-orang yang bodoh”*.
- b) Beraga Islam, syarat ini khusus untuk pembeli dalam benda-benda tertentu. Misalnya, dilarang menjual hamba yang beragama Islam kepada orang kafir, karena di takutkan pembeli merendahkan orang yang beragama Islam. Sebagai firman Allah: *“Dan Allah sekali-kali tidak akan member jalan kepada orang-orang kafir untuk memusuhkan orang-orang yang beriman”*.
- c) Ada benda tau barang yang di penjual belikan
- d) Tidak mubazir (pemborosan) dan kehendak sendiri tidak ada paksaan dari pihak lain

Syarat sahnnya barang yang dijual belikkan diantaranya:

- a) Harus suci dan tidak terkena dengan najis, seperti anjing, babi dan kotoran hewan, kecuali kondisi dharurah dan ada atas manfaatnya. Misalnya kotoran hewan untuk pupuk tanaman, anjing untuk keamanan
- b) Tidak boleh di batasi waktunnya, penjual tidak boleh mensyaratkan atau ketentuan untuk membayar tetapi hak itu merupakan hak dari pembeli karena itu salah satu sebab kepemilikan

- c) Barang dapat diserahkan setelah kesepakatan akad. Barang yang diperjual belikan milik sendiri, akad
- d) Jual beli tidak akan sah apabila barang tersebut hasil mencuri atau barang titipan yang tidak diperintahkan untuk menjualkan.
- e) Barang yang diperjual belikan dapat diketahui kualitasnya
- f) Barang yang diperjual belikan harus diketahui kualitasnya, beratnya, takarannya dan ukurannya, supaya tidak menimbulkan keraguan.³⁶

d. Manfaat Jual Beli

- 1) jual beli dapat menata struktur kehidupan ekonomi masyarakat yang menghargai hak milik orang lain
- 2) penjual dan pembeli dapat memenuhi kebutuhannya atas dasar kerelaan atau suka sama suka.
- 3) Masing-masing pihak merasa puas
- 4) Dapat menjauhkan diri dari memakan atau memiliki barang yang haram (batil)
- 5) Penjual dan pembeli mendapatkan rahmat dari Allah swt
- 6) Menumbuhkan ketentraman dan kebahagiaan³⁷

e. Jual Beli *Online*

E-commerce (Jual beli *online*) merupakan salah satu implementasi dari bisnis *online*. Berbicara mengenai bisnis *online* tidak terlepas dari transaksi-transaksi, seperti jual beli melalui internet. Transaksi inilah yang kemudian dikenal dengan *electronic commerce* yang lebih populer dengan

³⁶ Shobirin, *Jual Beli Dalam Pandangan Islam*, 252.

³⁷ Abdul Rahman Ghazali, dkk *Fiqh Muamalat* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), hlm. 87-88.

istilah *e-commerce* dan saat ini dalam pengertian bahasa Indonesia telah dikenal dengan istilah “Perniagaan Elektronik”.³⁸ *E-commerce* merupakan aktifitas pembelian, penjualan, pemasaran, dan pelayanan atas produk dan jasa yang ditawarkan melalui jaringan komputer. Dunia industri teknologi informasi melihatnya sebuah aplikasi bisnis secara *electronic* yang mengacu pada transaksi-transaksi komersial.³⁹

E-commerce dapat juga diartikan suatu aktivitas perniagaan seperti layaknya perniagaan pada umumnya, halnya saja para pihak yang bertransaksi tidak bertemu secara fisik akan tetapi secara elektronik melalui media internet.⁴⁰ Kegiatan jual beli *online* saat ini bertambah marak, karena ditambah dengan adanya situs yang digunakan untuk melakukan transaksi jual beli *online* ini bertambah baik dan beragam. Namun seperti diketahui bahwa dalam sistem jual beli *online* produk atau barang yang ditawarkan hanya berupa penjelasan spesifikasi barang dan gambar yang tidak bisa dijamin kebenarannya. Maka dari itu sebagai pemakai atau pembeli barang tersebut, pembeli harus mencari tahu kebenaran apakah barang atau produk yang ingin dibeli itu sudah sesuai atau tidak dengan yang telah dipesan.

Dengan demikian dari pengertian-pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa jual beli *online* adalah persetujuan saling mengikat melalui internet antara penjual sebagai pihak yang menjual barang dan pembeli sebagai pihak yang membayar harga barang yang dijual. Jual beli

³⁸Genala Dewi, dkk. *Hukum Perikatan Islam Di Indonesia*, cet. 2, (Jakarta: Kencana, 2005), hlm. 195.

³⁹Imam Mustofa, *Fiqih Mu'amalah Kontemporer*, (Jakarta: PT, Raja Grafindo Persada, 2016), hlm. 32.

⁴⁰Genala Dewi, dkk, hlm. 196.

secara *online* menerapkan sistem jual beli internet. Tidak ada kontak secara langsung antara penjual dan pembeli. Jual beli *online* dilakukan melalui suatu jaringan yang terkoneksi dengan menggunakan *handphone*, komputer, tablet, dan lain-lain.

f. Jual Beli *Online* Dalam Islam

Jual beli *online* di artikan sebagai jual beli barang dan jasa melalui media elektronik, khususnya melalui internet atau secara *online*. Jual beli via internet yaitu (sebuah akad jual beli yang dilakukan dengan menggunakan sarana elektronik atau internet baik berupa barang maupun jasa). Jual beli via internet adalah akad yang disepakati dengan menentukan ciri-ciri tertentu dengan membayar harganya terlebih dahulu sedangkan barangnya diserahkan kemudian.

Jual beli *online* adalah transaksi yang terjadi dimedia elektronik, yang mana transaksi jual beli tidak mengharuskan penjual dan pembeli bertemu secara langsung atau saling menatap muka secara langsung, dengan menentukan ciri-ciri, jasa barang, sedangkan untuk harganya dibayar terlebih dahulu baru diserahkan barangnya. Sedangkan karakteristik bisnis *online* yaitu:

- 1) Terjadinya transaksi antara dua belah pihak
- 2) Adanya pertukaran barang, jasa atau informasi
- 3) Internet merupakan media utama dalam proses atau mekanisme akad tersebut

Beberapa karakteristik di atas, bisa dilihat bahwa yang membedakan bisnis *online* dengan bisnis *offline* adalah proses transaksi (akad) dan media utama dalam proses tersebut. Akad merupakan unsur penting dalam suatu bisnis. Secara umum, bisnis dalam Islam menjelaskan adanya transaksi yang bersifat fisik, dengan menghadirkan benda yang dipesan, tetap dengan ketentuan harus dinyatakan sifat benda secara kongret, baik diserahkan langsung atau diserahkan kemudian samapai batas waktu tertentu.⁴¹

Sama seperti bisnis pada umumnya, bisnis *online* dalam ekonomi syariah juga terbagi dalam yang halal dan haram, legal atau ilegal. Bisnis *online* diizinkan selama berbisnis selama bisnis tersebut tidak mengandung elemen yang dilarang. Transaksi penjualan *online* dimana barang hanya berdasarkan pada deskripsi barang tidak sesuai maka pembeli memiliki hak khiyar yang memperoleh pembeli untuk meneruskan pembelian atau membatalkannya.⁴²

Dalam Islam jual beli *online* di perbolehkan selagi tidak terdapat unsur-unsur riba, kezhaliman, monopoli dan menipu. Rasulullah mengisyaratkan bahwa jual beli itu halal selagi suka sama suka. Karena jual beli atau berbisnis seperti melalui *online* memiliki dampak positif karena dianggap praktis, cepat, dan mudah. Adapun syarat-syarat mendasar diperbolehkannya jual beli lewat *online* diantaranya:

- a) Tidak melanggar ketentuan syari'at agama, seperti transaksi bisnis yang diharamkan, terjadi kecurangan, penipu dan monopoli.

⁴¹Tira Nur Fitria, *Bisnis Jual Beli Online*, 55.

⁴²Tira Nur Fitria, *Bisnis Jual Beli Online*, 56.

- b) Adanya kesepakatan perjanjian diantara dua belah pihak (penjual dan pembeli) jika terjadi sesuatu yang tidak diinginkan antara sepakat atau pembatasan
- c) Adapun contoh saksi dan aturan hukum yang tegas dan jelas dari pemerintahan (lembaga yang berkompetensi) untuk menjamin bolehnya berbisnis yang dilakukan transaksinya melalui *online* bagi masyarakat

Jika bisnis lewat *online* tidak sesuai dengan syariat-syariat dan ketentuan yang telah dijelaskan di atas, maka hukumnya adalah “haram” tidak diperbolehkan. Kemaslahatan dan perlindungan terhadap umat harus dalam perlindungan Negara atau lembaga yang berkompeten.⁴³

g. Ganti Rugi Barang yang Rusak dalam Hukum Islam

Pembahasan ganti rugi atau tanggung jawab pelaku usaha terhadap kerugian akibat barang atau transaksi, menyangkut banyak cabang permasalahan. Mulai dari prinsip hak dan penggunaannya, prinsip harta, prinsip akad, prinsip sebab perbuatan kejahatan (*nazhariyyat al-sabab*), sampai dengan prinsip tanggung jawab (*mabda' al-aamas'uliyah*) dan prinsip ganti rugi (*mabda' al-dhaman*).

Komitmen islam terhadap barang-barang berbahaya dan tidak memberikan manfaat berarti, seperti minuman keras dan narkoba tidak diragukan lagi, sebagaimana yang dilakukan oleh khalifah 'Ali ibn Thalib ketika membakar sebuah tempat bernama zurarah di kufah karena tempat ini digunakan untuk membuat arak. Ketentuan tidak adanya ganti rugi untuk

⁴³Tira Nur Fitria, *Bisnis Jual Beli Online*, 60.

harta ghairu mutaqawwin merupakan komitmen yang nyata dan islam, untuk menghindari umat dari produksi-produksi yang jelas membahayakan (*al-dharar al-mahdh*).

Berkaitan dengan masalah pernyataan pembebasan diri penjual dari cacat barang atau al-bara'ah min al'uyub (*klausula eksonerasi*), penulis cenderung pada pendapat mayoritas ulama al-Syafi'i, Malik, Muhammad dan Zufar bahwa pelepasan tanggung jawab cacat barang hanya berlaku untuk cacat yang terdapat pada waktu transaksi terjadi karena hal ini sesuai ketentuan khiyar'aib, dan ayat satu surah Al-Maidah.⁴⁴

Apabila suatu barang telah rusak di tangan pembeli, kemudian ia mengetahui bahwa terhadap cacat yang terjadi, dengan cara perhitungan nilai apabila barang tersebut sempurna, sedangkan patokan harga diambil dari harga terendah pada hari terjadinya transaksi. Ibnu Abidin menyatakan bahwa patokan harga sesuai dengan waktu dan tempat transaksi, namun apabila mata uang yang berlaku ketika akad tidak berlaku lagi pada saat ganti rugi, maka yang dituntut nilainya (*al-qimah*) bukan barang semisal (*al-misl*).

Dalam arti kata, segala kerusakan yang ditimbulkan oleh seseorang harus dihapuskan baik secara langsung ataupun tidak langsung, baik secara sengaja (*al-and*) maupun secara tersalah (*al-khata'*), sedangkan orang yang mendapatkan kerugian harus mendapatkan ganti rugi (*dhaman*) atas kerusakan tersebut sebagai kompensasi.

⁴⁴Muhammad, Alimin *Etika & Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: BPFY- Yogyakarta, 2004), hlm. 231.

Kerugian ataupun bahaya fisik yang diberita konsumen karena cacat produk atau penipuan dapat dikatakan sebagai perbuatan tersalah. Keadaan tersalah dalam hubungan manusia dengan Allah memang dapat tidak memberikan resiko apa-apa, namun dalam hubungan dengan sesama manusia, maka tanggung jawab seseorang tidak akan terlepas, kerugian yang diderita seseorang karena perbuatan orang lain, harus diberi ganti rugi yang disebut dengan *jawabir* (penutup maslahat yang hilang). *Jawabir* terhadap harta mempunyai suatu kaidah umum “suatu hak harus kembalikan kepada pemiliknya selama memungkinkan, namun apabila barang atau manfaat tersebut ia kembalikan dalam keadaan cacat, maka cacat tersebut harus ditanggung dengan nilai (*qimah*) kerusakan tersebut. Sedangkan *jawabir* terhadap kerugian jiwa, cacat tubuh, hilangnya manfaat anggota badan, dan terluka, maka syara’ sudah menentukan ganti ruginya berupa niat dan kebijaksanaan dari pemerintah.

Ide ganti rugi terhadap korban perdata maupun pidana, sejak awal sudah disebut oleh nas Al-Qur’an maupun hadist nabi. Dari nas-nas tersebut para ulama merumuskan berbagai kaidah fiqh yang berhubungan dengan dhaman atau ganti rugi. Berbeda halnya dengan syamsul anwar, konsep ganti rugi dalam hukum Islam lebih menitik beratkan pada hak dan kewajiban ganti rugi hanya dibedakan pada debitur yang ingkar janji apabila kerugian yang dialami oleh kreditur memiliki hubungan sebab akibat

dengan perbuatan ingkar janji atau ingkar akad dengan debitur.⁴⁵ Tanggung jawab akad memiliki tiga unsur pokok:

- 1) Adanya ingkar janji yang dapat dipersalahkan
- 2) Adanya ingkar janji itu menimbulkan kerugian bagi kreditur
- 3) Kerugian kreditur disebabkan oleh (memiliki hubungan sebab-akibat dengan) perbuatan ingkar janji debitur.

Dalam istilah tanggung jawab yang terkait dengan konsep ganti rugi dibedakan menjadi dua:

- 1) Daman akad (*daman al'akad*), yaitu tanggung jawab perdata untuk memberikan ganti rugi yang bersumber kepada ingkar akad
- 2) Daman adwan (*daman al'udwan*), yaitu tanggung jawab perdata untuk memberikan ganti rugi yang bersumber kepada perbuatan merugikan (*al-fi'I adh-dharr*) antara dalam istilah hukum perdata Indonesia disebut dengan perbuatan melawan hukum.

Kata dhaman memiliki makna yang cukup beragam, baik makna secara bahasa maupun makna secara istilah. Secara bahasa dhaman diartikan sebagai ganti rugi atau tanggungan.

B. Penelitian Terdahulu

Untuk memperkuat penelitian ini, maka peneliti mengambil penelitian yang berhubungan dengan judul yang sedang diteliti dan menjadi bahan masukan dan kajian bagi penelitian yang mempunyai kaitan dengan penelitian ini.

⁴⁵Mudailullah, *Methodologi Fiqih Muamalah* (Lirboyo: Laskar Pelangi, 2013), hlm 263.

Tabel 1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Peneliti	Hasil Peneliti
1.	zmi Darmawati (skripsi jurusan Perbankan Syariah IAIN Padangsidempuan 2021)	Analisis Transaksi <i>Online shop</i> di Pandang dari kepatuhan Syariah (Studi kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan)	ansaksi <i>online shop</i> memiliki sisi positif dan negatif. Sisi positif dapat mempermudah mahasiswa dalam melakukan jual beli, menghemat waktu, tenaga, dapat dilakukan menggunakan <i>smartphone</i> , sedangkan sisi negatif yaitu berbelanja <i>online</i> tidak dapat mencoba barang secara langsung, dikenakan biaya pengiriman, adanya jeda waktu pengiriman, dan maraknya penipuan.
2.	tri Maghfi (skripsi jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo, 2020)	alisis Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Jual Beli <i>Online</i> Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo	Praktik Jual Beli <i>online</i> pada mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo telah menerapkan prinsip etika bisnis islam yaitu prinsip kesatuan dan kehendak bebas. Namun dalam prinsip tanggung jawab, keseimbangan dan kebenaran, Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo belum menerapkannya karena pelaku bisnis <i>online</i> masih ada yang menjelaskan spesifikasi barang tidak sesuai dengan yang aslinya selain itu pelaku bisnis <i>online</i> juga melakukan pengiriman barang melampaui waktu batas kesepakatan antara keduanya.

3.	Reni Widya Ningsih (Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2020)	Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli <i>Online</i> di Tokopedia	Penerapan etika bisnis Islam dalam jual beli <i>online</i> di Tokopedia sudah memenuhi rukun dan sudah sejalan dengan etika bisnis Islam namun masih ada beberapa pelanggan atau penjual yang merasa kecewa ketika barang samapai dan tidak sesuai dengan gambar atau sedikit beberapa dengan aslinya serta kualitasnya juga berbeda dengan aslinya
4.	Mubarrok Azizah (Jurusan Humani (Hukum dan Masyarakat Madani) Fakultas Syariah IAIN Purwokerto, 2020)	Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Daring di toko <i>Online</i> Shopee	Praktek jual beli <i>online</i> , seorang penjual dituntut bersikap tidak kontradiksi secara disengaja antara ucapan dan perbuatan dalam bisnisnya. Penjual harus memiliki amanah dengan penampilan sikap keterbukaan, kejujuran, pelayanan optimal, dan berbentuk baik dengan segala hal, apakah hubungan dengan pelayanan Masyarakat. Bahwa ada beberapa permasalahan yang terjadi pada jual beli <i>online</i> (daring). Di antaranya adanya penjual yang memposting gambar di shopee yang tidak sesuai dengan aslinya.
5.	Umi Mursidah (Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2017)	Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional (Studi pasar betung Kecamatan Sekincau Kabupaten Lampung Barat)	Penerapan etika bisnis secara umum belum diterapkan dengan baik oleh para pedagang di pasar betung karena hanya indikator hukum dan indikator ajaran agama saja yang sudah diterapkan dengan baik. Penerapan

			etika bisnis Islam di pasar betung jika ditinjau dari ke-empat prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang dijadikan tolak ukur, penerapan etika bisnis islam di pasar betung belum diterapkan dengan baik oleh para pedagang karena hanya prinsip tanggung jawab saja yang sudah diterapkan dengan baik oleh para pedagang di pasar betung.
--	--	--	--

Adapun perbedaan dan persamaan peneliti terdahulu dengan penelitian antara lain yaitu:

1. Peneliti ini memiliki persamaan dengan Nazmi Darmawati Harahap sama-sama menggunakan metode kualitatif, perbedaan peneliti dengan peneliti Nazmi Darmawati Harahap adalah analisis transaksi *Online Shop* dipandang dari keputusan syariah sedangkan peneliti tentang Analisis Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli *Online*.
2. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Putri Maghfi, yaitu sama-sama meneliti mengenai Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Jual Beli *Online* Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo. Sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi peneliti Putri Maghfi meneliti di Ponorogo sedangkan lokasi peneliti di Padangsidempuan.
3. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Reni Widya sama-sama meneliti mengenai Analisis Penerapan Etika Bisnis

Islam Dalam Transaksi Jual Beli *Online*. Perbedaannya terletak pada lokasi peneliti

4. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian Mabarroh Azizah sama-sama menggunakan metode Kualitatif, Perbedaan penelitian dengan Mabarroh Azizah adalah pada lokasi peneliti
5. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian Umi Mursidah sama-sama menggunakan metode Kualitatif perbedaan peneliti dengan penelitian Umi Mursidah adalah peneliti Umi Mursidah lebih Fokus meneliti prinsip-prinsip etika bisnis Islam sedangkan peneliti meneliti tentang penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli *online*.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kampus IAIN Padangsidempuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang beradadi Jl. H. T. Rizal Nurdin No. km. 4,5 Sihitang Padangsidempuan, Provinsi Sumatera Utara. Waktu penelitian ini dilakukan mulai bulan Maret 2022 sampai dengan Agustus 2022.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan bersifat kualitatif, yaitu sebuah prosedur yang menghasilkan data berupa kata-kata atau lisan dan perilaku yang dapat diamati. Dalam makna lain peneliti kualitatif adalah jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan yang lainnya.⁴⁶ Sedangkan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif yang menggambarkan keadaan sebenarnya dilapangan secara murni dan apa adanya.

C. Subjek Penelitian

Subjek penelitian kualitatif adalah responden atau subjek penelitian yang disebut dengan informan, yaitu orang yang memberi informasi tentang data yang dibutuhkan peneliti yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilaksanakan, dari data yang didapat dari Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan jumlah mahasiswa Ekonomi Syariah yang aktif dari angkatan 2016-2020 berjumlah sebanyak 957 mahasiswa sedangkan jumlah mahasiswa

⁴⁶Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung:CV. Alfabeta,2008), hlm. 73.

Perbankan Syariah yang aktif dari angkatan 2016-2020 berjumlah sebanyak 829 mahasiswa. Adapun subjek penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan hanya fokus terhadap mahasiswa yang berkriteria aktif dalam penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli pakaian secara *online*.

Hasil observasi peneliti tentang jumlah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan yang melakukan jual beli secara *online* dan tidak melakukan transaksi jual beli secara *online* dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel III.1

Jumlah mahasiswa yang melakukan transaksi jual beli produk secara *online*

Melakukan jual beli <i>online</i>	Mahasiswa Ekonomi Syariah	Mahasiswa Perbankan Syariah	Jumlah
Mahasiswa yang menjual produk secara <i>online</i>	22	17	39
Mahasiswa yang membeli produk secara <i>online</i>	233	192	425

Sumber: diolah dari data primer, 2022.

Hasil observasi penelitian diatas dapat dilihat jumlah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan keseluruhan mahasiswa ekonomi syariah dan perbankan syariah yang menjual *online* sebanyak 39 mahasiswa, dan jumlah mahasiswa ekonomi syariah dan perbankan syariah yang membeli *online* 425 mahasiswa.

Berikut ini jumlah mahasiswa ekonomi syariah dan perbankan syariah yang melakukan jual beli pakian secara *online* dapat dilihat sebagai berikut:

Table III.2

Jumlah mahasiswa yang melakukan transaksi jual beli pakaian secara *online*

Melakukan jual beli pakaian secara <i>online</i>	Mahasiswa Ekonomi Syariah	Mahasiswa Perbankan Syariah	Jumlah
Mahasiswa yang Menjual pakaian secara <i>online</i>	47	51	98
Mahasiswa yang Membeli pakaian secara <i>online</i>	655	569	1.224

Hasil observasi diatas dapat kita lihat jumlah mahasiswa ekonomi syariah dan perbankan syariah yang melakukan jual pakaian secara *online* 98 mahasiswa sedangkan yang membeli pakaian secara *online* 1.224 mahasiswa.

Berikut ini dari 30 informan penelitian dapat kita lihat siapa saja yang dijadikan sebagai informan penelitian pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan sebagai berikut:

Tabel III.3

Karakteristik informan berdasarkan jenis kelamin, Usia dan Angkatan mahasiswa yang melakukan jual pakaian secara *online*.

Jenis kelamin	Usia	Angkatan Mahasiswa	Mahasiswa Ekonomi Syariah	Mahasiswa Perbankan Syariah	Jumlah
Perempuan	24-25 tahun	2016	3	3	6
Perempuan/ laki-laki	22-23 tahun	2017	3	3	6
Perempuan/ laki-laki	21-22 tahun	2018	3	3	6
Perempuan	21-20 tahun	2019	3	3	6
Perempuan	19-20 tahun	2020	3	3	6
Jumlah	-	-	15	15	30

Karakteristik yang dijadikan sebagai informan penelitian adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan. Dari tabel

diatas dapat kita lihat bahwa informan berdasarkan jenis kelamin perempuan dan laki-laki jurusan ekonomi syariah dan perbankan syariah berjumlah 30 orang, berusia 19-25 tahun , dan angkatan 2016-2020.

D. Sumber Data

Sumber Data yang akan digunakan dalam penelitian ini bersumber dari orang, peristiwa, dokumentasi. Arikunto mengemukakan bahwa yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh.⁴⁷ Bila dilihat dari sumber datanya, pengumpulan data dapat menggunakan sumber data primer dan sumber data sekunder.

1. Sumber data primer

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.⁴⁸ Data primer ini bisa diperoleh dari hasil wawancara secara langsung dilokasi peneliti. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpua yang melakukan etika bisnis islam dalam transaksi jual beli pakaian secara *online*.

2. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat

⁴⁷Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Bandung: PT Rosdakarya, 2012), hlm. 172.

⁴⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, hlm. 308.

dokumen.⁴⁹Di sini peneliti berusaha mencari data selengkap mungkin yang berhubungan dengan permasalahan yang dikaji dalam penelitian.⁵⁰

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian.⁵¹Pengumpulan data tersebut diperoleh dengan cara melalui:

1. Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui percakapan dan Tanya jawab, baik langsung maupun tidak langsung dengan responden untuk mencapai tujuan tertentu. Pengertian wawancara langsung adalah wawancara yang dilakukan secara langsung antara pewawancara (*interviewer*) dan orang yang diwawancarai (*interviewee*) tanpa melalui perantara. Sedangkan wawancara tidak langsung artinya pewawancara menanyakan sesuatu kepada responden melalui perantara seperti angket, artinya peneliti tidak menemui langsung respondennya.⁵² Wawancara dapat dibagi menjadi dua yaitu:

a. Wawancara terstruktur

Wawancara terstruktur (*structured interview*) digunakan sebagai teknik pengumpulan data, bila peneliti atau pengumpulan data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Oleh karena itu dalam melakukan wawancara, pengumpulan data telah

⁴⁹ S Nasution, *Metode Penelitian Naturalistif*, (Bandung: Tarsito, 1988), hlm. 9.

⁵⁰Suharsimi Arikunto, *prosedur Penelitian Ilmiah: Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Pt. Rineka Cipta, 2015), hlm. 107.

⁵¹Juliansyah Noor, *Metode Penelitian :Skripsi Tesis, Dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana, 2012), hlm. 138.

⁵²Zainal Arifin, *Penelitian Pendidikan*. (Bandung: PT Rosdakarya, 2012). Hlm 233.

menyiapkan instrument penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif jawabanya pun telah disiapkan. Dengan wawancara terstruktur ini setiap responden diberi pertanyaan yang sama, dan pengumpul data mencatatnya.

b. Wawancara semi terstruktur

Wawancara semi terstruktur adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka dimana pihak yang diajak wawancara dimintai pendapat, ide-idenya. Dasar pertimbangan pemilik wawancara semi terstruktur karena pelaksanaan lebih bebas dibandingkan dengan wawancara terstruktur karena pelaksanaan lebih bebas dibandingkan dengan wawancara terstruktur sehingga akan timbul keakraban antara peneliti dan responden yang ada pada akhirnya akan memudahkan peneliti dalam menghimpun data.

Wawancara semi terstruktur merupakan bentuk wawancara yang mula-mula peneliti menanyakan pertanyaan yang sudah terstruktur, kemudian satu persatu diperdalam mengorek keterangan lebih lanjut. Dengan demikian jawaban yang diperoleh bisa meliputi semua variable, dengan keterangan yang lengkap dan mendalam.

c. Wawancara tak struktur

Wawancara tidak struktur, adalah wawancara yang bebas di mana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman

wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.⁵³

Jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian adalah jenis penelitian terstruktur. Jadi penelitian ini menggunakan pedoman wawancara. Sebelum terjun kelapangan peneliti terlebih dahulu mempersiapkan secara matang wawancara yang akan digunakan. Selain itu peneliti juga menggunakan pedoman wawancara tidak terstruktur yakni menggunakan satu atau dua pertanyaan pokok yang muncul secara spontan selama proses peneliti.

Perkembangan hasil wawancara dilakukan secara langsung pada saat wawancara berlangsung. Untuk mempertajam kebenaran data, peneliti menggunakan alat bantu elektronik dan alat tulis yang sebelumnya telah disepakati penggunaannya dengan informasi. Hasil rekaman melalui alat bantu tersebut selanjutnya ditranskripkan setelah wawancara selesai, untuk wawancara ini dilakukan untuk mendapatkan data-data secara langsung dari personal yang terkait dengan penelitian ini.

2. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah dan sebagainya.⁵⁴ Metode ini digunakan peneliti untuk mengetahui data tentang sejarah berdirinya, visi dan misi struktur organisasi dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN

⁵³Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung: CV. Alfabeta, 2013) hlm.15.

⁵⁴Lexy J Maleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014), hlm. 217.

Padangsidimpulan. Dokumentasi yang dijadikan sumber data dalam penelitian ini adalah yakni dokumentasi seperti foto, buku catatan dan menggunakan smartphone.

F. Teknik Pengelolaan Data dan Analisis Data

Pengelolaan data merupakan analisis terhadap data dengan metode serta cara tertentu yang berlaku dalam penelitian. Pengelolaan data berkaitan dengan teknik analisis data. Analisis data merupakan suatu proses dalam mencari serta menyusun secara sistematis dari data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, serta dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data dalam kategori, menjabarkan dalam unit-unit memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri ataupun orang lain.⁵⁵ Pengolahan data menggunakan teknik sebagai berikut:

1. Reduksi data

Mereduksi data berarti merangkum, memiliki hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema, polannya dan membuang yang tidak perlu.

2. Penyajian data

Penyajian data yaitu hasil dari penyajian data merupakan sekumpulan informasi yang memberikan kemungkinan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dalam penelitian ini selanjutnya penelitian akan menyajikan data tersebut dengan mengurangi informasi yang disapat mengenai analisis penerapan etika bisnis islam dalam transaksi jual beli online pada

⁵⁵Boedi Abdullah Dan Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian Ekonomi Islam(Muamalah)*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2014), hlm. 219.

mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan Memberi kesimpulan yakni merangkum pembahasan data menjadi beberapa kalimat yang sangat padat dan dapat dimengerti.

3. Penarikan Kesimpulan

Setelah data di sajikan, langkah selanjutnya yaitu penarikan kesimpulan. Setelah menjabarkan berbagai data yang telah diperoleh. Peneliti membuat data yang merupakan hasil dari suatu penelitian.

G. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Penelitian yang dilakukan merupakan suatu peneliti yang mempunyai kekurangan sehingga diperlukan cara untuk menjamin keabsahan data penelitian. Penjaminan keabsahan data di peroleh dari triangulasi.

Adapun triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber adalah membenadangkan, memeriksa ulang derajat kepercayaan informasi yang diperoleh melalui beberapa sumber yang berbeda. Seperti membandingkan hasil pengamatan dengan wawancara, yakni membandingkan apa yang dikatakan baik secara umum atau secara pribadi dengan apa yang dilihat.

2. Triangulasi Metode

Triangulasi metode adalah usaha memeriksa keabsahan data atau memeriksa temuan peneliti. Yakni keabsahan data yang dilakukan beberapa teknik seperti wawancara, analisis dokumentasi. Serta menggunakan bahan

referensi dimana adanya pendukung untuk memberikan bukti data yang telah ditemukan peneliti.⁵⁶

⁵⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi* (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 244.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambar Umum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan

1. Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan

Fakultas ekonomi dan Bisnis Islam bersamaan dengan proses alih status STAIN Padangsidimpuan menjadi IAIN Padangsidimpuan berdasarkan Peraturan Presiden No 52 Tahun 2013 tentang perubahan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Padangsidimpuan menjadi institute Agama Islam Negeri Padangsidimpuan yang ditandatangani oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono pada tanggal 30 Juli 2013. Perpres ini diundangkan di Jakarta pada tanggal 6 Agustus 2013 oleh Menteti Hukum dan HAM RI, Amir Syamsudin pada Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2013 Nomor 122.

Tindakan lanjut dari Perpres tersebut adalah lahirnya Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia No. 93 Tahun 2013 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Padangsidimpuan yang diundangkan di Jakarta pada tanggal 12 Desember 2013 oleh Mentri Hukum dan HAM RI, Amir Syamsudin pada Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2013 Nomor 1459.

Melalui peningkat status ini, IAIN Padangsidimpuan memiliki 4 fakultas, yaitu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu keguruan, dan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Artinya IAIN Padangsidimpuan dipercaya untuk melaksanakan arahan kementerian Agama untuk mewujudkan integrasi dan menghilangkan

dikotomi ilmu pengetahuan, meski terbatas pada ilmu-ilmu sosial dan humaniora.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam merupakan Fakultas termuda dari segi pengalaman, meskipun keempat fakultas sama lahirnya, sebab 3 (tiga) Fakultas lainnya merupakan peningkatan status dari Prodi yang ada ketika masih di bawah bendera STAIN.

Sejarah dengan alih status Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Padangsidimpuan menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan melalui Peraturan Presiden RI Nomor 52 Tahun 2013, ada 4 (empat) Fakultas di lingkungan IAIN Padangsidimpuan, yaitu Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Pendidikan, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum serta Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum serta Fakultas Ekonomi memiliki 5 (lima) program studi, yaitu Program studi Perbankan Syariah, Program studi Ekonomi Syariah, dan Program studi Manajemen Keuangan Syariah, Program studi Manajemen Bisnis Syariah dan Akuntansi Syariah.⁵⁷

2. Visi, Misi, Tujuan dan Sasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

a. Visi

“Menjadi pusat pengembangan ekonomi dan bisnis Islam Berbasis teoantropoekosentris (Al-Ilahiyah, Al-Insaniyah, Al-Kauniyah) dan berperan aktif di tingkat internasional”

⁵⁷Sejarah-Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, <https://febi.iain-padangsidimpuan.ac.id/febi/sejarah/>, 07 Juni 2022, pukul 20.30 WIB

b. Misi

- 1) Menyelenggarakan pendidikan berkualitas secara konsep dan praktis yang berbasis teoantropoekosentris.
- 2) Meningkatkan kualitas penelitian di bidang ekonomi dan bisnis Islam yang berbasis teoantropoekosentris.
- 3) Meningkatkan kualitas pengabdian kepada masyarakat di bidang ekonomi dan bisnis Islam yang berbasis teoantropoekosentris.
- 4) Mengembangkan jaringan kerjasama dengan pemangku kepentingan internasional dan nasional.
- 5) Membangun Sistem Manajemen dengan Tata kelola dan Budaya Mutu yang Baik Berbasis Teknologi informasi dan komunikasi.

c. Tujuan

- 1) Menghasilkan lulusan yang berkualitas, cerdas, berjiwa kewirausahaan dan professional yang berbasis teoantropoekosentris.
- 2) Menghasilkan karya ilmiah yang bisa jadi rujukan dalam ilmu ekonomi dan bisnis islam.
- 3) Menghasilkan karya pengabdian melalui penerapan ilmu ekonomi dan bisnis islam untuk mewujudkan masyarakat islam sejahtera.
- 4) Menghasilkan kerjasama dalam peningkatan kualitas tridharma perguruan tinggi yang berkelanjutan.
- 5) Mewujudkan kinerja fakultas yang efektif dan efisien dalam pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi.

d. Sasaran

- 1) Terwujudnya Sarjana Ekonomi yang Berkualitas, cerdas, berjiwa kewirausahaan dan professional yang berbasis teoantropaekosentris.
- 2) Dihasilkan karya Ilmiah yang dapat menjadi rujukan dalam bidang Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam.
- 3) Bertambahnya Jumlah Publikasi Ilmu Jurnal Terakreditasi Nasional dan Internasional Bidang Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam.
- 4) Bertambahnya Jumlah pengabdian kepada masyarakat melalui penerapan Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam yang bermanfaat langsung bagi masyarakat.
- 5) Terselenggaranya pengabdian kepada masyarakat melalui penerapan Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam yang bermanfaat langsung bagi masyarakat.
- 6) Terciptanya karya pengabdian yang dapat diterapkan di masyarakat.
- 7) Terciptanya karya pengabdian yang dapat meningkatkan perekonomian masyarakat.
- 8) Terwujudnya kerjasama bidang pendidikan, penelitian dan pengabdian Masyarakat secara Regional, Nasional dan Internasional.
- 9) Terwujudnya kinerja Fakultas afektif dan efisien dengan diterapkannya sistem informasi yang terintegrasi

B. Karakteristik Informan Penelitian

Informan yang diwawancarai dalam penelitian ini berjumlah sebanyak 30 orang 15 penjual *online* dan 15 orang lainnya pelaku pembeli *online* dari 15 penjual *online* ada 4 orang yang memiliki barang sendiri sedangkan 11 lainnya dari agen atau *dropshippe*. Seluruh informan penelitian semua penjual dan pembeli *online* berjenis kelamin perempuan dengan rata-rata usia 19-25 tahun dimulai dari angkatan 2016, 2017, 2018, 2019 dan 2020.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Dalam melakukan jual beli pakaian secara *online* seharusnya para penjual memperhatikan etika ataupun aturan yang seharusnya diterapkan, agar pembeli tidak merasa dirugikan dengan barang yang telah dibelinya. Aturan tersebut dijadikan sebagai pegangan agar tidak melakukan manipulasi, khususnya pada penjual pengguna media sosial *instragram, fecebook, Whatshapp*, yang masih saja ada yang melakukan kecurangan seperti menggunggah foto-foto produk palsu untuk menarik perhatian pembeli dan tidak memberitahu kecacatan barang yang dijualnya.

Etika bisnis meliputi keseluruhan kehidupan manusia. Manusia harus menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam sebagai seorang pedagang yaitu : prinsip kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggungjawab, kebenaran (kejujuran dan kebijakan). Ke lima prinsip tersebut harus merupakan prinsip yang sangat penting yang harus dimiliki oleh pelaku bisnis. Oleh karena itu peneliti mencoba menelusuri sejauh mana penerapan etika bisnis Islam itu diterapkan, selanjutnya dapat dilihat berdasarkan dari hasil penelitian yang peneliti peroleh

dari lapangan dengan teknik wawancara kepada penjual dan pembeli apakah prinsip-prinsip itu diterapkan kepada dalam jual beli.

Peneliti mewawancarai tentang lima prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang telah digariskan oleh Islam untuk memperoleh kebenaran atas nilai seorang pelaku jual beli pakaian secara *online* maka dari itu para pelaku jual beli pakaian secara *online* harus mempertahankan lima prinsip etika bisnis Islam, antara lain sebagai berikut:

1. Prinsip kesatuan pada penerapan jual beli *online* ini, para penjual dan pembeli harus berbuat tidak diskriminatif terhadap pedagang, pemasok, dan pembeli atas ras, warna kulit, umur, jenis kelamin, ataupun Agama sehingga tidak membuat para konsumen merasa tidak nyaman karena tindakan tersebut.

Seperti yang di sampaikan penjual *online* oleh Melinda Ratnasari:

“Saya kalau pilih-pilih konsumen ga pernah mbak ngapain juga saya pilih-pilih yang ada barang dagangan saya ga laku mbak iya jadinya semua konsumen saya persilahkan untuk membeli barang saya mbak.”⁵⁸

Sama seperti yang disampaikan penjual online lainnya Rica Amalia

“Saya juga ga pernah milih konsumen mbak semuanya boleh mampir ke lapak dagangan saya mbak tanpa terkecuali gaada ciri-ciri tentu buat yang mampir maupun beli mbak orang namanya dagang masa iya milih-milih konsumen yang ada ga laku barang dagangan saya.”⁵⁹

Sama halnya dengan penjual *online* yang bernama sari mengungkapkan:

“masa sih mbak orang jualan milih konsumen, kalau saya ga mbak siapa saja yang mau belik barang dagangan saya selagi ga membuat saya rugi saya persilahkan dengan baik mbak, saya kan niat jualan bukan milih-milih konsumen mbak.”⁶⁰

⁵⁸Melinda Ratnasari, wawancara pada tanggal 13 agustus 2022.

⁵⁹Rica Amalia, wawancara pada tanggal 13 agustus 2022.

⁶⁰Sari, wawancara pada tanggal 13 Agustus 2022.

Sama halnya dengan Melinda Ratnasari, penjual *online* yang bernama

Santi Wahyuni mengatakan:

“Ngak deh mbak kalau milih konsumen saya mah siapa saja oke-oke aja mbak untuk membeli barang dagangan saya soalnya kalau milih-milih konsumen yang ada mangkin ribet masa iya konsumen mau belik harus ada syarat tertentu si konsumen harus begini si konsumen harus begitu yang ada konsumen gak mau belik barang dagangan saya.”⁶¹

Setuju dengan penjual yang lainnya Nurliana juga mengatakan:

“Saya juga ga mbak kalau pilih-pilih konsumen soalnya iya namanya juga dagang masa iya harus ada syarat dan ketentuan konsumen yang seperti itu buat beli dagangan saya yang ada nanti jualan *online* saya bangkrut kalau kebanyakan milih kriteria konsumen mbak.”⁶²

Penjual *online* yang bernama Asroito juga menjelaskan pendapatnya:

“Selama saya jualan mbak saya ga pernah yang namanya milih konsumen. Apa lagi melihat konsumen dari segi ekonomi mau dia itu kaya atau miskin saya persilahkan mbak siapa saja yang ngin membeli dagangan saya karna saya berdagang mbak mau cari rezeki bukan mau melihat seseorang dari materinya.”⁶³

Setuju dengan penjual *online* sebelumnya, Roma Rahmadani juga menjelaskan:

“Semua konsumen yang tanya-tanya barang saya persilahkan mbak, saya tidak ada perlakuan khusus seperti konsumen harus ini lah harus itu lah membeda-bedakan konsumen dari kalangan apa, dari daerah mana, agamanya apa buat apa juga saya begitu ngak ada gunanya mbak yang ada malah ribet malah ga laku barang dagangan saya.”⁶⁴

Seperti yang diungkapkan oleh penjual *online* lainnya yang bernama

Risma Yanti mengatakan:

⁶¹Santi Wahyuni, wawancara pada tanggal 15 agustus 2022.

⁶²Nurliana, wawancara pada tanggal 15 Agustus 2022.

⁶³Asroito, wawancara pada tanggal 16 agustus 2022.

⁶⁴Roma Rahmadani, wawancara pada tanggal 16 agustus 2022.

“saya ga pernah mbak mili-milih konsumen siapa saja yang datang belik di jualan *online* saya silahkan mbak saya respon dengan baik-baik karean jika saya milih pembeli bakalan rugi saya ga ada yang mau belik dagangan saya.”⁶⁵

Sama seperti Penjual lainnya Nora juga menjelaskan:

“ngapain saya mili-milih konsumen mbak, yang ada waktu saya habis kalau saya mili-milih jika ada yang minat dengan barang saya, saya persilahkan saya jelaskan mbak kan saya cari pembelik bukan menjauhi pembeli mbak.”⁶⁶

Begitu juga dengan penjual *online* yang bernama Ulan mengungkapkan :

“saya ga pernah tu mbak milik konsumen, karna jika saya milih konsumen barang saya itu ga bakalan ada yang beli mbak, sekarangkan banyak sih mbak pesaing mangkanya saya ga mau milih-milih konsumen.”⁶⁷

Sama halnya dengan penjual yang sebelumnya, Hilda Mayanti juga mengatakan:

“Pilih-pilih konsumen mbak? Saya mah gak mbak orang jualan kok milih konsumen terlalu berlebihan buat saya iya yang namanya juga dagang siapa aja boleh mampir dan belik mbak barang dagangan saya. Saya jadi mikir kalau misalkan ada pedagang yang milih konsumen harus putih atau kaya bakalan laku dagangannya jadi saya bebas mbak konsumen model apa aja saya terima buat mampir dan beli barang dagangan saya.”⁶⁸

Begitu juga dengan penjual *online* yang bernama indah mengatakan:

“gak deh mbak kalau milih konsumen saya mah siapa saja oke-oke aja mbak untuk membeli barang dagangan saya soalnya kalau milih-milih konsumen yang ada mangkin ribet masa iya konsumen mau belik harus ada syarat tertentu si konsumen harus begini si konsumen harus begitu yang ada konsumen gak mau belik barang dagangan saya.”⁶⁹

⁶⁵ Risma, wawancara pada tanggal 16 agustus 2022

⁶⁶ Nora, wawancara pada tanggal 18 agustus 2022

⁶⁷ Ulan, wawancara pada tanggal 18 agustus 2022

⁶⁸ Hilda Mayanti, wawancara pada tanggal 19 agustus 2022.

⁶⁹ Indah, wawancara pada tanggal 22 agustus 2022.

Sama halnya dengan penjual *online* lainnya lenni Susanti mengatakan:

“Kalau saya milih konsumen harus yang seperti ini harus yang seperti itu untuk membeli barang dagangan saya, yang ada barang jualan saya ga laku mbak malah rugi karena kebanyakan milih-milih konsumen lagian juga kurang kerjaan aja sampe pedagang milih-milih konsumen orang jualan kok milih konsumen kan aneh aja mbak.”⁷⁰

Penjual *online* yang bernama larasati juga menjelaskan:

“saya mbak ga pernah milih-milih konsumen yang tanya-tanya barang saya persilahkan mbak, saya tidak ada perlakuan khusus seperti konsumen harus ini lah harus itu lah membeda-bedakan konsumen dari kalangan apa, dari daerah mana, agamanya apa buat saya siapa aja sama mbak kalau niat mau membelik barang dagangan saya, saya persilahkan mbak.”⁷¹

Sama halnya dengan penjual *online* lainnya rizka mengatakan:

“milih konsumen mbak? Saya mah gak orang saya jualan kok milih konsumen terlalu berlebihan buat saya iya yang namanya juga dagang siapa aja boleh mampir dan belik mbak barang dagangan saya. Saya jadi mikir kalau misalkan ada pedagang yang milih konsumen harus putih atau kaya bakalan laku dagangannya jadi saya bebas mbak konsumen model apa aja saya terima buat mampir dan beli barang dagangan saya.”⁷²

Paparan data di atas telah menjelaskan bahwa seluruh penjual *online* menerapkan prinsip kesatuan dalam penerapan jual beli pakaian secara *online* ini dengan tidak berbuat diskriminatif terhadap pedagang dan pembeli atas dasar ras, warna kulit, umur, jenis kelamin, ataupun Agama.

Seperti yang di ungkapkan oleh pembeli *online* yang bernama Masli:

“Saya ga pernah mbak yang namanya milih-milih penjual, saya mah siapa aja penjual *online* nya kalau dia amanah dan terpercaya mbak pasti saya belik apalagi ada barang yang saya inginkan lagian mbak penjual *online* sekarang terpercaya mbak kerana persaingan semangkin bertambah masa iya mereka mau merugikan konsumena mereka

⁷⁰Lenni Susanti, wawancara pada tanggal 24 agustus 2022.

⁷¹Larasati, wawancara pada tanggal 26 agustus 2022.

⁷²Rizka, wawancara pada tanggal 26 agustus 2022.

sedangkan mereka butuh konsumen mbak untuk membeli barang dagangan mereka.”⁷³

Begitu juga dengan pembeli *online* yang bernama wardani mengatakan:

“Ngapain sih mbak milih-milih penjual *online* kan barang yang dijual juga sama dengan penjual yang lainnya, kalau saya terlalu melih-milih penjual yang ada menghabiskan waktu saya lagian mbak barang yang di jual juga sudah dijelaskan sfesipikasihnya nanti kalau milih-milih malah barang yang datang ga sesuai.”⁷⁴

Pembeli *online* yang bernama Ranita juga mengatakan:

“kalau masalah milih penjual *online* ga sih mbak, lagian sekarang banyak sih mbak penjual yang amanaha dan ramah mbak itupun barang yang dijual sama penjual lainnya juga ga beda-beda jauh kok mbak nanti terlalu banyak memilih-milih penjual dan banyak nanya malah dikira cuman nanya doang mbak.”⁷⁵

Setuju dengan pembeli *online* yang bernama Hafsah mengatakan:

“Kalau saya sampai milih penjual harus yang seperti ini harus yang seperti itu untuk saya belik barangnya, yang ada malah saya ga jadi belik mbak karena terlalu banyak pilihanya penjualnya mbak, saya belik barang *online*ga mau milih mbak ribet kalau memang barang yang dijual bagus saya belik mbak capek mbak milih penjual.”⁷⁶

Pembeli *online* yang bernama Muhammad Hatta juga mengatakan:

“Saya ga pernah milih penjual karena saya merasa hampir semua penjual itu sama selagi dia masih sopan ramah den melayaniin konsumen dengan baik saya ga mau mbak milih-milih lagian saya mau membelik daganganya mbak bukan mau memilih-milih yang lain.”⁷⁷

Begitu juga dengan pembeli *online* lainnya yang bernama zizah mengatakan:

⁷³Masli, wawancara pada tanggal 15 agustus 2022.

⁷⁴Wardani, wawancara pada tanggal 19 agustus 2022.

⁷⁵Ranita, wawancara pada tanggal 23 agustus 2022.

⁷⁶Hafsah, wawancara pada tanggal 23 agustus 2022.

⁷⁷Muhammad Hatta, wawancara pada tanggal 26 agustus 2022.

“Ngapain juga saya milih-milih penjual mbak bagi saya penjual itu sama, sama-sama menjual barang dagangannya selagi barang yang dijualnya bagus dan yang kita butuhkan ada saya belik mbak.”⁷⁸

Sama halnya dengan pembeli *online* yang sebelumnya, Vivi Anggriani juga mengatakan:

“Pilih-pilih penjual mbak? Saya mah ga mbak masa penjual aja milih terlalu berlebihan buat saya, yang namanya juga saya pembelik mbak siapa aja penjualnya pasti boleh dong saya belik jualanya apalagi barang yang di jual bagus mbak lagian nambah waktu saya kalau milih-milih penjual.”⁷⁹

Begitu juga dengan pembeli *online* sudari Naila juga mengatakan:

“Saya ga pernah milih penjual mbak siapa aja penjualnya kalau dia baik, ramah, sopan dan barang yang dijual bagus apalagi ada barang yang saya cari sama dia pasti saya belik barang dagangannya mbak, ngapain mbak milih penjual membuang waktu saya habis mbak saya kan mau membelik mbak bukan lihat-lihat penjualnya.”⁸⁰

Sama halnya dengan pembeli *online* lainnya, Fadil mengatakan:

“Saya alhamdulillah ga pernah mbak milih-milih penjual *online* karena bagi saya penjual *online* itu sama mbak selagi dia baik ramah menawarkan jualannya mbak. Lagian mbak membuang waktu saya aja milih-milih penjual.”⁸¹

Seperti yang dikatakan pembeli *online* yang bernama Masrela:

“Saya mbak ngak milih-milih penjual masa saya milih untuk ga malah membuang waktu saya kan saya disitu mau belik mbak bukan mau seleksi penjual, iya kalau saya milih penjual dapat kelonggaran bayarnya ini entah ga nya kan mebuat capek aja mbak, lagian penjual sekarang kan barang nya bagus-bagus mbak kualitasnya juga sama ngapain lagi milih penjual mbak.”⁸²

Pembelik *online* yang bernama eva juga mengatakan:

⁷⁸ Azizah, wawancara pada tanggal 26 agustus 2022.

⁷⁹ Vivi Anggriani, wawancara pada tanggal agustus 2022.

⁸⁰ Naila, wawancara pada tanggal 26 Agustus 2022.

⁸¹ Fadil, wawancara pada tanggal 26 November 2022.

⁸² Masrela, wawancara pada tanggal 26 agustus 2022.

“Saya ga pernah mbak yang namanya milih-milih penjual, saya mah siapa aja penjual *online* nya kalau dia amanah dan terpercaya mbak pasti saya belik apalagi ada barang yang saya inginkan lagian mbak penjual *online* sekarang terpercaya mbak kerana persaingan semangkin bertambah masa iya mereka mau merugikan konsumena mereka sedangkan mereka butuh konsumen mbak untuk membeli barang dagangan mereka.”⁸³

Seperti yang dikatakan pembeli *online* yang bernama Indah mengatakan:

“Sampai sekarang saya ga pernah milih-milih penjual *online* mbak? masa penjual aja milih terlalu berlebihan buat saya, yang namanya juga saya pembelik mbak siapa aja penjualnya pasti boleh dong saya belik jualanya apalagi barang yang di jual bagus mbak.”⁸⁴

Sama halnya dengan pembeli *online* lainnya, siti nur azizah mengatakan:

“Saya ga pernah milih penjual mbak siapa aja penjualnya kalau dia baik, ramah, sopan dan barang yang dijual bagus apalagi ada barang yang saya cari sama dia pasti saya belik barang daganganya mbak, ngapain mbak milih penjual membuang waktu saya habis mbak saya kan mau membelik mbak bukan lihat-lihat penjualnya.”⁸⁵

Begitu juga dengan pembeli *online* yang bernama Novi mengatakan:

“Gak pernah mbak milih penjual *online*, saya sih mbak siapa aja penjual *online* nya kalau dia amanah dan terpercaya pasti saya belik lagian mbak penjual *online* zaman sekarang mbak susah nyari penjual yang ga amanah karena banyak pesaingnya lagian barangnya juga sama kok mbak dengan yang dijual penjual lainnya di *online*.”⁸⁶

Sama dengan yang lainnya sumipa mengatakan:

“Saya ga pernah milih penjual mbak siapa aja penjualnya kalau dia baik, ramah, sopan dan barang yang dijual bagus apalagi ada barang yang saya cari sama dia pasti saya belik barang daganganya mbak, ngapain mbak milih penjual membuang waktu saya habis mbak saya kan mau membelik mbak bukan lihat-lihat penjualnya.”⁸⁷

⁸³Eva, wawancara pada tanggal 22 Agustus 2022.

⁸⁴Indah, wawancara pada tanggal 23 Agustus 2022.

⁸⁵Nur Azizah, wawancara pada tanggal 22 Agustus 2022.

⁸⁶Novi, Sumipa, wawancara pada tanggal 22 Agustus 2022.

⁸⁷Sumipa, wawancara pada tanggal 26 Agustus 2022.

Kesimpulan dari hasil wawancara dengan pembeli *online* telah menjelaskan bahwa seluruh pembeli *online* menerapkan prinsip kesatuan dalam penerapan jual beli pakaian secara *online* ini dengan tidak berbuat diskriminatif terhadap pedagang atas dasar ras, warna kulit, umur, jenis kelamin, ataupun Agama.

Paparan data di atas telah menjelaskan bahwa penjual dan pembeli *online* menerapkan prinsip kesatuan dalam penerapan jual beli pakaian secara *online* ini dengan tidak berbuat diskriminatif terhadap pedagang, pemasok, dan pembeli atas dasar ras, warna kulit, umur, jenis kelamin, ataupun agama.

2. Prinsip keseimbangan para penerapan jual beli pakaian secara *online* ini, para penjual dan pembeli memiliki berbagai macam strategi dalam memasarkan dan membeli barang yang dijual belikan. Penjual bersaing secara sehat namun ada beberapa juga yang menggunakan cara tidak sehat seperti mencantumkan gambar yang tidak sesuai dengan aslinya saat memposting di sosial media, menjelaskan spesifikasi terkait barang dengan dilebih-lebihkan dan memberikan harga yang mahal kepada sipembeli agar mendapatkan untung dengan alasan barang yang dijual memang berkualitas sehingga membuat para konsumen tertarik dengan barang yang dijual dan konsumen juga membuat strategi dan berbagai cara untuk mencari tau barang yang dijual berkualitas atau tidaknya karena takut merasa kecewa. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan daya tarik yang tinggi bagi konsumen sehingga banyak konsumen yang tertarik untuk membeli.

Seperti yang diungkapkan oleh Melinda Ratnasari :

“Saya *upload* foto barang dagangan saya yang dari agen aja mbak soalnya bagus dan lebih menarik aja gitu menurut saya sih mbak terus kalau jelasin spesifikasinya barang mah saya seperlunya aja misalnya baju biasanya saya cuma nyebutin ukurannya aja tapi lebih sering ga jelasin spesifikasinya barang mbak tapi kalau ada konsumen yang nanya sesifikasi barang baru saya jelasin mbak soalnya kalau saya *upload* terus saya tulis semua spesifikasinya saya males mbak terus buang-buang waktu juga kaya gitu.”⁸⁸

Sama seperti yang disampaikan penjual online lainnya Rica Amalia

“saya pasti jelasin keunggulan semua produk saya agar pembeli terpengaruh mbak buat belik dagangan saya dan tentunya dengan testimoni barangnya mbak, biar konsumen yakin dengan barang dagangan saya mbak.”⁸⁹

Setuju dengan perkataan penjuua *online* yang Sari mengatakan:

“Saya mah kalau foto *upload* aja mbak lewat status terus nulis spesifikasinya juga saya mah lengkap terus gambarnya juga asli gaada editan apapun karena emang saya nyetor barangnya di rumah mbak jadi kalau misalkan saya mau *upload* saya tinggal nyari tempat di sekitaran rumah yang bagus dijadikan tempat untuk mengambil foto baru saya *upload* barang saya, jadi simpel aja mbak saya mah ga edit-editan.”⁹⁰

Berbeda dengan perkataan penjual *online* Santi Wahyuni

mengungkapka:

“Nah kalau foto yang saya *upload* di setiap sosial media saya itu bukan asli mbak saya ngambil fotonya itu dari *google* mbak pokonya saya nyari tuh dengan model barang yang hampir mirip dengan dagangan saya biar lebih menarik aja di mata konsumen kan gambar di *google* juga bagus-bagus juga jadinya saya ambil dari situ aja dan spesifikasi barang yang saya tulis juga sengaja saya lebih-lebihkan mbak dari yang aslinya biar terlihat wow mbak dan banyak yang beli padahal asli nya mah ga mbak biasa aja produk yang saya jual.”⁹¹

Begitu juga dengan Nurliana Mengatakan:

⁸⁸Melinda Ratnasari, wawancara pada tanggal 15 agustus 2022.

⁸⁹ Rica Amalia, wawancara pada tanggal 13 agustus 2022.

⁹⁰ Sari,, wawancara pada tanggal 13 Agustus 2022.

⁹¹Santi Wahyuni, wawancara pada tanggal 15 agustus 2022.

“Saya mah pasti jelasin keunggulan semua produk saya agar pembeli terpengaruh mbak buat beli dagangan saya dan tentunya dengan testimony produk saya biar lebih yakinin konsumen aja buat beli mbak kadang saya juga suka asal ngambil foto orang yang beli barang dagangan sama saya mbak kan alhamdulillah mbak.”⁹²

Seperti yang diungkapkan oleh penjual *online* lainnya yang bernama

Asroito mengatakan:

“Kalau foto yang saya *upload* di sosial media saya itu mbak saya bukan aslinya saya ngambil dari *shopee*. Tik-tok mbak saya sesuai kan dengan model barang yang saya jual biar keliatan serupa dengan dagangan saya biar menarik para konsumen untuk membeliknya mbak dan spesifikasinya barang saya tulis juga mbak biar barang saya laku terjual.”⁹³

Penjual *online* yang bernama Roma Rahmadani juga menjelaskan

pendapatnya:

“saya *upload* isi chat saya sama si pembeli mbak dan bukti transfer nya juga itu semua saya buat status di sosmed saya mbak untuk menyakinkan konsumen juga terus kalau saya posting barang saya tuh aslinya mbak dari kamera hp saya sendiri tapi saya edit sendilit mbak biar lebih cerah dan berwarna hasilnya soalnya kan saya gamau mengecewakan konsumen saya juga masa barang asli sama yang saya *upload* beda nanti gimana saya jelasinnya ke konsumen kalau barangnya beda yang ada malah bingung saya mbak.”⁹⁴

Penjual *online* yang bernama Risma Yanti juga menjelaskan

pendapatnya:

“Foto yang saya posting di sosial media juga foto dari agen ataupun pusat mbak soalnya fotonya lebih menarik mbak hasilnya menurut saya soalnya iya pengaruh dari modelnya juga sih iya mbak yang dibayar jadi saya ga pernah mbak foto barang saya pakek kamera sendiri karena hasilnya jelek soalnya saya pernah gitu malah kayak barang ecek-ecek mbak jadinya saya gamau foto sendiri lagi takut ga laku soalnya.”⁹⁵

Sama seperti Penjual lainnya Nora juga menjelaskan:

⁹² Nurliana, wawancara pada tanggal 15 Agustus 2022.

⁹³ Asroito, wawancara pada tanggal 16 agustus 2022.

⁹⁴ Roma Rahmadani, wawancara pada tanggal 18 agustus 2022.

⁹⁵ Risma, wawancara pada tanggal 16 agustus 2022.

“saya itu *upload* foto saya di medsos bukan foto aslinya mbak, iya soalnya barang asli sama yang di foto itu beda jauh, iya mbaknya kan tau sendiri, gambar dalam jual *online* itu kelihatannya bagus banget soalnya modelnya juga cantik-cantik dan proses editing yang bukan main-main sehingga hasilnya pun keren-keren mbak agar kelihatan menarik mbak di mata konsumen.”⁹⁶

Setuju dengan perkataan dari mbak Roma, Ulan juga mengungkapkan:

“Foto yang saya posting di sosial media juga foto dari agen ataupun pusat mbak soalnya fotonya lebih menarik mbak hasilnya menurut saya soalnya iya pengaruh dari modelnya juga sih iya mbak yang dibayar jadi saya ga pernah mbak foto barang saya pakek kamera sendiri karena hasilnya jelek soalnya saya pernah gitu malah kayak barang ecek-ecek mbak jadinya saya gamau foto sendiri lagi takut ga laku soalnya,”⁹⁷

Begitu juga dengan penjual *online* yang bernama Hilda Mayanti mengatakan:

“saya sih mbak langsung *upload* isi chat saya dengan konsumen dan bukti transfer nya juga mbak biar meyakinkan para konsumen lainnya untuk membelik barang dagangan saya mbak, saya juga memposting barang dagangan saya tuh asli mbak dari kamera hape saya sendiri tapi saya edit sedikit-sedikit mbak biar kelihatan lebih cerah soalnya saya ga mau ngecewai konsume saya mbak masa barang asli sama yang saya *upload* berbeda jauh mbak nanti konsumen saya ga mau lagi belik dagangan saya.”⁹⁸

Sama halnya dengan penjual *online* lainnya Indah mengatakan:

“kalau saya mbak pasti jelasin keunggulan semua produk saya agar pembelik terpengaruh mbak buat belik dagang saya dan tentunya dengan testimoni barang dagangan saya, dan barang yang saya *upload* itu juga asli mbak biar konsumen yang membeli tempat saya banyak dan gak kecewa dengan barang yang saya jual mbak.”⁹⁹

Begitu juga dengan perkataan penjual *online* Lenni Susanti juga mengatakan:

⁹⁶ Nora, wawancara pada tanggal 18 agustus 2022.

⁹⁷ Ulan, wawancara pada tanggal 18 agustus 2022 .

⁹⁸ Hilda Mayanti, wawancara pada tanggal 19 agustus 2022

⁹⁹ Indah, wawancara pada tanggal 22 agustus 2022.

“Foto yang saya posting di sosial media juga foto dari agen ataupun pusat mbak soalnya fotonya lebih menarik mbak hasilnya menurut saya soalnya iya pengaruh dari model mengambil fotonya juga sih mbak jadi saya ga pernah mbak foto barang saya pakek kamera sendiri karena hasilnya jelek soalnya saya pernah gitu malah kayak barang ecek-ecek mbak jadinya saya gamau foto sendiri lagi takut ga laku soalnya.”¹⁰⁰

Penjual *online* yang bernama Larasati juga menjelaskan:

“saya tuh *upload* foto barang dagangan saya itu saya ambil dari *google* Mbak karena bagus mbak dan saya juga menjelaskan sfesipikasinya lengkap mbak biar konsumen membelik barang dagangan dengan saya mbak.”¹⁰¹

Sama halnya dengan penjual *online* lainnya Rizka mengatakan:

“Foto yang saya *upload* di setiap sosial media perihal jualan *online*, itu saya ambil dari aplikasi *shoppe* ataupun *tiktok shop*. Kerena gambarnya lebih menarik dan lebih banyak variannya. Terkadang *handphone* saya buram *cameranya*, sehingga saya mencari jalan keluarnya yang lain, yang bisa digunakan agar barang dagangan saya laku terjual.”¹⁰²

Kesimpulan dari hasil wawancara dengan penjual *online* bahwa enam dari lima belas penjual *online* belum menerapkan prinsip keseimbangan dalam penerapan jual beli pakaian secara *online* ini karena penjual telah merugikan salah satu pihak yaitu konsumen dengan sengaja menutup-nutupi informasi penting seperti foto dan spesifikasi terkait barang yang dijual sedangkan sembilan penjual lainnya sudah menerapkan prinsip keseimbangan dengan berperilaku terbuka kepada konsumen terkait barang yang di jual.

Seperti yang diungkapkan pembeli *online* Masli:

“saya mbak kalau mau mesan barang di *online* itu saya liat mbak foto atau video yang di *upload* dan saya tanya kepada penjualnya satu persatu tentang barang-barang yang di posting karena banyak sih mbak penjual menjual barang beda sama aslinya mangkanya saya takut kecewa mbak kalau barang yang saya pesan tanpa melihat

¹⁰⁰ Lenni Susanti, wawancara pada tanggal 24 agustus 2022.

¹⁰¹ Larasati, wawancara pada tanggal 26 agustus 2022.

¹⁰² Rizka, wawancara pada tanggal 26 agustus 2022

spesifikasinya terlebih dahulu gak bagus. Tapi alhamdulillah sih mbak karena spesifikasinya jelas barang yang datang juga bagus dan berkualitas.”¹⁰³

Begitu juga dengan pembeli *online* yang bernama Wardani mengatakan:

“saya kalau mau mesan barang di *online* itu mbak saya langsung chat sipenjual secara pribadi dan menanyakan langsung tentang barang yang dijual walaupun di upload foto-foto dan video barang tersebut, saya kurang yakin mbak karena banyak sih mbak cantik di foto karena di edit mangkanya saya langsung nanya si penjual biar saya tau spesifikasi aslinya agar ga ngerasa kecewa aja sih mbak kalau barangnya datang tapi sukur sih mbak saya melakukan pembelian *online* itu ga pernah di kecewakan si penjual.”¹⁰⁴

Beda halnya dengan pembeli *online* lainnya, Ranita juga mengatakan:

“saya pernah sih mbak kecewa mesan barang di *online* padahal saya sudah lihat foto-foto, video dan membaca spesifikasinya barang tersebut tapi barang yang datang malah ga sesuai disitu saya merasa kecewa sih mbak tapi karna harganya yang murah saya pikir wajar saja barangnya gak sesuai mbak.”¹⁰⁵

Hampir serupa dengan pembeli *online* lainnya, Hafsa menjelaskan:

“Saya kalau mau mesan kepada penjual *online* itu mbak saya liat barang melalu postingan dia yang menjelaskan spesifikasi barang yang di *upload* dan saya sering liat hasil chta dia dengan para konsumen lainnya terkadang mau sih mbak sipenjual *upload* foto itu tidak sesuai dengan aslinya mangkanya saya kalau memesan barang itu harus betul-betul teliti takut kecewa aja sih mbak tapi Alhamdulillah sih mbak saya ga pernah gagal belik di *online*.”¹⁰⁶

Pembeli *online* yang bernama Muhammad Hattah mengungkapkan pendapat:

“Saya kalau mau mesan kepada penjual *online* itu mbak saya nanyanya langsung dan nunjukkan fotonya karenakan mbak, yang jualan itu

¹⁰³ Masli, wawancara pada tanggal 15 agustus 2022.

¹⁰⁴ Wardani, wawancara pada tanggal 19 agustus 2022.

¹⁰⁵ Ranita, wawancara pada tanggal 23 agustus 2022.

¹⁰⁶ Hafsa,, wawancara pada tanggal 23 agustus 2022.

terkadang teman saya sendiri dan saya tanyain langsung mbak bahanya biar lebih jelas dang a kecewa aja mbak.”¹⁰⁷

Pembeli *online* yang bernama Azizah juga mengungkapkan pendapat:

“saya sih kalau mau mesan barang di *online* itu mbak saya langsung chat sipenjual secara pribadi dan menanyakan langsung tentang barang yang dijual walaupun di upload foto-foto dan video barang tersebut, saya kurang yakin mbak karena banyak sih mbak cantik di foto karena di edit mbak mangkanya saya langsung nanya si penjual biar saya tau spesifikasi aslinya agar ga ngerasa kecewa aja sih mbak.”¹⁰⁸

Pembeli *online* yang bernama Vivi Anggriani juga mengatakan:

“Saya mesan di *online* mbak saya liatin dulu upload foto-fotonya, video di sosial media milik si penjual karena saya takut barang yang datang nantinya ga sesuai dengan yang digambar apa lagi sekarang banyak mbak foto yang di ambil dari *google* biar para konsumen lainnya tertarik untuk belik barang daganganya mangkanya saya mesan barang di *online* itu harus teliti mbak biar barang yang datang juga bagus.”¹⁰⁹

Sama halnya dengan pembeli *online* Naila mengungkapkan:

“kalau saya mesan di *online* mbak saya liatin dulu upload foto-fotonya, video di sosial media milik si penjual karena saya takut barang yang datang nantinya ga sesuai dengan yang digambar apa lagi sekarang banyak mbak foto yang di ambil dari *google* biar para konsumen lainnya tertarik untuk belik barang daganganya mangkanya saya mesan barang di *online* itu harus teliti mbak biar barang yang datang juga bagus buktinya aja saya sampai sekarang mesan barang *online* itu ga pernah ngecewain mbak.”¹¹⁰

Sama halnya dengan pembeli *online* Fadil mengungkapkan:

“saya biasanya mau mesan di *online* itu mbak saya lihat-lihat dulu foto-foto yang di *upload*, video di sosial media milik si penjual karena saya takut barang yang datang nantinya ga sesuai dengan yang digambar.”¹¹¹

Pembeli *online* yang bernama Masrela juga mengungkapkan pendapat:

¹⁰⁷ Muhammad Hatta, wawancara pada tanggal 26 agustus 2022.

¹⁰⁸ Azizah, wawancara pada tanggal 26 agustus 2022.

¹⁰⁹ Vivi Anggriani, wawancara pada tanggal agustus 2022.

¹¹⁰ Naila, wawancara pada tanggal 26 Agustus 2022.

¹¹¹ Fadil, wawancara pada tanggal November 2022.

“saya kalau mau mesan barang di *online* itu mbak saya langsung chat sipenjual secara pribadi dan menanyakan langsung tentang barang yang dijual walaupun di upload foto-foto dan video barang tersebut, saya kurang yakin mbak karena banyak sih mbak cantik di foto karena di edit mbak mangkanya saya langsung nanya si penjual biar saya tau spesifikasi aslinya agar ga ngerasa kecewa aja sih mbak kalau barangnya datang tapi sukur sih mbak saya melakukan pembelian *online* itu ga pernah di kecewakan penjual.”¹¹²

Begitu juga dengan pembeli lainnya Eva juga mengatakan:

“saya sih kalau mau mesan barang di *online* itu mbak saya langsung chat sipenjual secara pribadi dan menanyakan langsung tentang barang yang dijual walaupun di upload foto-foto dan video barang tersebut, saya kurang yakin mbak karena banyak sih mbak cantik di foto karena di edit mbak mangkanya saya langsung nanya si penjual biar saya tau spesifikasi aslinya agar ga ngerasa kecewa aja sih mbak.”¹¹³

Begitu juga dengan pembeli lainnya Indah juga mengatakan:

“kalau mau mesan barang di *online* itu saya liat dari foto atau video dulu mbak yang di *upload* dan saya tanya kepada penjualnya satu persatu tentang barang-barang yang di posting karena banyak mbak penjual menjual barang beda sama aslinya mangkanya saya takut kecewa mbak kalau barang yang saya pesan tanpa melihat spesifikasinya terlebih dahulu gak bagus.”¹¹⁴

Bedahalnya dengan pembeli *online* lainnya Siti nur Aini juga mengatakan:

“saya pernah sih mbak kecewa mesan barang di *online* padahal saya sudah lihat foto-foto, video dan membacaspesifikasinya barang tersebut tapi barang yang datang malah ga sesuai mbak jadi saya ga mau ngambilnya, jadi saya tingalin aja mbak penjualnya saya juga udah merasa kecewa kali saya mesan yang dijelaskan di foto malah yang datang beda.”¹¹⁵

Tidak berbeda juah dari yang lainnya, Sumipa mengatakan:

¹¹²Masrela, wawancara pada tanggal 26 agustus 2022.

¹¹³Eva, wawancara pada tanggal 22 Agustus 2022

¹¹⁴ Indah, wawancara pada tanggal 23 Agustus 2022.

¹¹⁵ Nur Azizah, wawancara pada tanggal 22 Agustus 2022.

“kalau masalah kecewa belik barang sama penjual *online* itu mbak saya pernah walaupun si penjual menjelaskan barang yang di jual dengan spesifikasinya yang lengkap tapi kan mbak ga semua barang yang di jelaskan sesuai dengan yang aslinya mbak terkadang juga belik barang di *online* ini nasib-nasiban mbak terkadang bagus terkadang ga.”¹¹⁶

Kesimpulan dari hasil wawancara tiga dari lima belas pembeli *online* belum menerapkan prinsip keseimbangan dalam penerapan jual beli pakaian secara *online* karena konsumen telah merasa dirugikan pihak penjual karena barang yang di pesan tidak sesuai dengan yang di *upload* di akun pribadi penjual sedangkan dua belas pembeli lainnya telah menerapkan prinsip keseimbangan karena barang yang di terima konsumen sesuai dengan spesifikasinya dan berperilaku terbuka kepada pihak konsumen maupun penjual terkait barang yang di jual belikan secara *online*.

Paparan data di atas telah menjelaskan bahwa enam dari lima belas penjual dan tiga dari lima belas pembeli *online* belum menerapkan prinsip keseimbangan dalam penerapan jual beli pakaian secara *online* ini karena penjual telah merugikan salah satu pihak yaitu konsumen sedangkan sebaliknya konsumen tidak merasa puas dengan barang yang diterima karena tidak sesuai dengan spesifikasi barang yang di jual secara online dari penjual sedangkan sembilan penjual dan dua belas pembeli lainnya telah menerapkan prinsip keseimbangan dengan berperilaku terbuka kepada pihak konsumen maupun penjual terkait barang yang di jual belikan secara *online*.

3. Prinsip kehendak bebas pada penerapan jual beli *online* ini, para penjual dan pembeli tidak pernah terpaksa dan memaksakan konsumen untuk membeli

¹¹⁶Sumipa, wawancara pada tanggal 26 agustus 2022.

barang dagangannya. Jadi konsumen dan penjual bisa memilih dan menentukan sendiri barang yang ingin di jual belikan sesuai dengan yang keinginan para konsumennya.

Seperti yang diungkapkan penjual *online* oleh saudari Melinda

Ratnasari:

“saya tidak memaksakan konsumen untuk membeli barang saya mbak silahkan konsumen milih barang yang mau dibeli sendiri tanpa adanya keterpaksaan dari saya jadi yaudah itu biar jadi urusan mereka sendiri mau beli iya saya Alhamdulillah kalau ga beli iya udah itu belum rezeki saya mbak.”¹¹⁷

Tidak berbeda jauh dengan Melinda, penjual *online* yang bernama Rica

Amalia:

“Saya juga ga pernah maksa mereka mbak untuk beli barang dagangan saya apalagi pakai sumpah segala untuk menyakinkan mereka kalau dagangan saya itu bagus-bagus. Jadi keputusan untuk membeli atau tidaknya itu ada di tangan konsumen semuanya kembali ke tangan konsumennya mbak.”¹¹⁸

Setuju dengan perkataan penjuwa *online* yang Sari mengatakan:

“saya ga pernah maksa pembeli untuk membeli barang dagangan saya karena itu hak mereka mau belik atau tidaknya saya hanya menjual barang dagangan saya mbak jika ada yang minat saya persilahkan untuk belik mbak.”¹¹⁹

Seperti yang diungkapkan oleh penjual *online* lainnya yang bernama

Santi Wahyuni:

“saya ga pernah sama sekali maksain konsumen untuk beli barang dagangan saya mbak karena saya orangnya simpel mbak mau beli silahkan iya ga beli juga gak apa-apa saya ga mau maksa-maksa mereka belik buat apa juga yang ada malah buang-buang waktu saya aja.”¹²⁰

¹¹⁷Melinda Ratnasari, wawancara pada tanggal 15 agustus 2022.

¹¹⁸ Rica Amalia, wawancara pada tanggal 13 agustus 2022.

¹¹⁹ Sari, wawancara pada tanggal 13 Agustus 2022.

¹²⁰Santi Wahyuni, wawancara pada tanggal 15 agustus 2022.

Sama halnya dengan penjual lainnya, Nurliana mengatakan:

“Saya ga pernah kalau maksa konsumen buat beli barang saya kan soalnya itu haknya mereka untuk beli atau ga nya barang saya kalau beli silahkan kalau ga juga iya silahkan semuanya tergantung pada keputusan konsumen sendiri mbak soalnya kan saya juga sudah jelaskan mbak barang saya begini barang saya begitu jadi semuanya balik lagi kepada keputusan konsumen.”¹²¹

Setuju dengan perkataan penjuwa *online* yang Asroito mengatakan:

“saya ga pernah maksa-maksa pembeli untuk membeli dagangan *online* saya karena itu hak mereka mau belik atau tidaknya saya hanya menjual barang dagangan saya mbak jika ada yang minat saya persilahkan layanin dengan ramah mbak.”¹²²

Sama halnya dengan penjual sebelumnya, Roma rahmadani mengatakan:

“Buat apa juga saya maksa mereka buat beli dagangan saya mbak buang-buang waktu aja itu juga kalau langsung belik si konsumen kalau ga iya percuma juga mbak maksa mereka buat beli kan tugas saya cuman nawarin jualan dagangan saya, konsumen mau beli atau ga iya terserah mereka mbak orang itu hak mereka mbak mau belik atau ga nya.”¹²³

Tidak berbeda jauh dengan Roma, penjual *online* yang bernama Risma juga mengatakan

“Saya ga pernah maksa mereka mbak untuk belik barang dagangan saya kan soalnya itu haknya mereka untuk membeli atau ga nya barang dagangan saya kalau beli silahkan kalau ga juga iya silahkan semuanya tergantung pada hak konsumen mbak soalnya kan saya juga sudah jelaskan mbak barang saya begini begitu jadi itu hak konsumen mau belik apa ga nya.”¹²⁴

Sama dengan penjual *online* lainnya, Hilda Mayanti mengatakan:

“saya ga pernah maksa mereka buat beli barang dagangan saya mbak jadi kalau ada yang mau atau berminat beli iya saya silahkan beli kalau

¹²¹ Nurliana, , wawancara pada tanggal 15 Agustus 2022.

¹²² Asroito, wawancara pada tanggal 16 agustus 2022

¹²³ Roma Rahmadani, wawancara pada tanggal 18 agustus 2022.

¹²⁴ Risma, wawancara pada tanggal 16 agustus 2022.

gak saya juga gak maksain mereka belik mbak orang itu juga hak mereka ngapain juga saya maksa-maksa mereka harus belik dagangan saya buat capek aja mbak.”¹²⁵

Tidak berbeda jauh dengan Hilda, penjual *online* yang bernama Lenni Susanti juga mengatakan

“Saya ga pernah maksa mereka mbak untuk belik barang dagangan saya kan soalnya itu haknya mereka untuk membeli atau ga nya barang dagangan saya kalau beli silahkan kalau ga juga iya silahkan semuanya tergantung pada hak konsumen mbak soalnya kan saya juga sudah jelaskan mbak barang saya begini begitu jadi itu hak konsumen mau belik apa ga nya.”¹²⁶

Sama dengan penjual *online* lainnya, Larasati mengatakan:

“Buat apa juga saya maksa mereka buat beli dagangan saya mbak buang-buang waktu aja itu juga kalau langsung belik si konsumen kalau ga iya percuma juga mbak maksa mereka buat beli kan tugas saya cuman nawarin jualan dagangan saya, konsumen mau beli atau ga iya terserah mereka mbak orang itu hak mereka mbak mau belik atau ga nya.”¹²⁷

Seperti yang diungkapkan oleh penjual *online* lainnya yang bernama Rizka :

“saya ga pernah sama sekali maksain konsumen untuk beli barang dagangan saya mbak karena saya orangnya simpel mbak mau beli silahkan iya ga beli juga gak apa-apa saya ga mau maksa-maksa mereka belik buat apa juga yang ada malah buang-buang waktu saya aja.”¹²⁸

Kesimpulan dari hasil wawancara bahwa seluruh penjual *online* menerapkan prinsip kehendak bebas dalam penerapan jual beli pakaian secara *online* ini karena penjual memberikan kebebasan dan tidak pernah memaksa para konsumennya untuk membeli barang dagangan mereka.

Seperti yang diungakpkan pembeli *online* oleh Masli:

¹²⁵Hilda Mayanti, wawancara pada tanggal 19 agustus 2022

¹²⁶Lenni Susanti, wawancara pada tanggal 24 agustus 2022.

¹²⁷Larasati, wawancara pada tanggal 26 agustus 2022.

¹²⁸Rizka, wawancara pada tanggal 26 agustus 2022

“saya ga pernah mbak dipaksa untuk belanja *online* sama siapa aja, karena kalau menurut saya sama aja sih mbak semuanya penjual *online* tergantung kitanya sih mbak, iya kalau kita dipaksa belanja *online* nya sama dia bagus barang yang datang ini takutnya malah ga mbak kan rugi sih mbak.”¹²⁹

Begitu juga dengan pendapat Wardani pembeli *online* mengatakan:

“saya tidak pernah dipaksa penjual untuk membeli barang dagangannya mbak, lagian itu hak konsumen milih barang yang mau dibelik dimana aja tanpa adanya keterpaksaan dari si penjual jadi yaudah biar itu urusan konsumen mbak mau belik sama siapa kan rezeki penjual udah di atur mbak.”¹³⁰

Seperti yang di ungkapkan pembeli *online* oleh Ranita:

“buat apa juga penjual maksa saya beli dagangan nya mbak buang-buang waktu sih mbak menurut saya, lagian itu hak konsumen mbak mau belik atau ga karena kan ga semuanya kami sebagai konsumen minat belanja di *online*, ada juga mbak masanya kami belanja di toko walaupun di *online* barangnya menarik perhatian.”¹³¹

Sama halnya dengan pembeli *online* Hafsah juga mengatakan:

“ga pernah sih mbak dipaksa belanja *online*, lagian untuk apa mbak dia maksa kan itu hak saya mau belanja *online* dimana aja kok malah dia yang ngatur saya harus belik di tempat dia, lagian itukan udah rezeki masing-masing sih mbak sama siap kitanya beling barang *online*.”¹³²

Begitu juga dengan penjual lainnya, Muhammad Hatta juga mengatakan:

“saya ga pernah di paksa pembeli untuk membeli barang dagangan mereka mbak karena kan itu bukan hak mereka mengatur-atur penjual lagian mbak lagian kalau saya minat pasti saya lansung nanya barang dagangannya mbak.”¹³³

Hampir sama dengan yang dikatakan saudari pembeli *online* yang bernama Vivi Anggriani mengatakan:

¹²⁹ Masli, wawancara pada tanggal 15 agustus 2022.

¹³⁰ Wardani, wawancara pada tanggal 19 agustus 2022.

¹³¹ Ranita, wawancara pada tanggal 23 agustus 2022.

¹³² Hafsah, wawancara pada tanggal 23 agustus 2022.

¹³³ Muhammad Hatta, wawancara pada tanggal 26 agustus 2022.

“saya ga pernah sama sekali di paksa penjual *online* harus belanja barang daganganya mbak, karena itukan hak saya mbak mau belik atau ganya, iya tadi saya belanja dengan dia kalau di paksa ini entah ga nya mbak kan kasihan sipenjual capek-capek maksa nyuruh belik barang dagangan ternyata saya ga mau menghabiskan waktu sipenjual mending sipenjual promoin barangnya mbak biar banyak yang minat.”¹³⁴

Begitu juga dengan penjual *online* lainnya, Naila juga mengatakan:

“saya ga pernah mbak dipaksa untuk belanja *online* sama siapa aja, karena kalau menurut saya sama aja sih mbak semuanya penjual *online* tergantung kitanya sih mbak, iya kalau kita dipaksa belanja *online* nya sama dia bagus barang yang datang ini takutnya malah ga mbak kan rugi sih mbak.”¹³⁵

Sama halnya dengan pembeli *online* Fadil juga mengatakan:

“saya tidak pernah dipaksa penjual untuk membeli barang daganganya mbak, lagian itu hak konsumen milih barang yang mau dibelik dimana aja tanpa adanya keterpaksaan dari si penjual jadi yaudah biar itu urusan konsumen mbak mau belik sama siapa kan rezeki penjual udah di atur mbak.”¹³⁶

Begitu juga dengan pendapat Eva pembeli *online* mengatakan:

“saya ga pernah di paksa pembeli untuk membeli barang dagangan mereka mbak karena kan itu bukan hak mereka mengatur-atur penjual lagian mbak lagian kalau saya minat pasti saya lansung nanya barang daganganya mbak.”¹³⁷

Sama halnya dengan pembeli *online* Indah juga mengatakan:

“saya ga pernah sama sekali di paksa penjual *online* harus belanja barang daganganya mbak, karena itukan hak saya mbak mau belik atau ganya, iya tadi saya belanja dengan dia kalau di paksa ini entah ga nya mbak kan kasihan sipenjual capek-capek maksa nyuruh belik barang dagangan ternyata saya ga mau menghabiskan waktu sipenjual mending sipenjual promoin barangnya mbak biar banyak yang minat.”¹³⁸

Seperti yang diungkapkan pembeli *online* oleh Siti nur azizah:

¹³⁴Vivi Anggriani, wawancara pada tanggal agustus 2022.

¹³⁵ Naila, wawancara pada tanggal 26 Agustus 2022.

¹³⁶ Fadil, wawancara pada tanggal 26 November 2022.

¹³⁷ Eva, wawancara pada tanggal 22 Agustus 2022

¹³⁸ Indah, wawancara pada tanggal 23 Agustus 2022.

“buat apa juga penjual maksa saya beli dagangan nya mbak buang-buang waktu sih mbak menurut saya, lagian itu hak kami mbak sebagai konsumen mau belik atau ga karena kan ga semuanya kami sebagai konsumen minat belanja di *online*, ada juga mbak masanya kami belanja di toko walaupun di *online* barangnya menarik perhatian tapi ga semua nya sih mbak barang di *online* bagus.”¹³⁹

Begitu juga dengan pembeli *online* Sumipa mengatakan:

“saya tidak pernah dipaksa penjual untuk membeli barang dagangannya mbak, lagian itu hak konsumen milih barang yang mau dibelik dimana aja tanpa adanya keterpaksaan dari si penjual jadi yaudah biar itu urusan konsumen mbak mau belik sama siapa kan rezeki penjual udah di atur mbak masing-masing.”¹⁴⁰

Kesimpulan hasil dari wawancara bahwa pembeli *online* menerapkan prinsip kehendak bebas dalam penerapan jual beli pakaian secara *online* ini karena pembeli *online* bebas dan tidak pernah dipaksa penjual untuk membeli barang dagangan milik penjual.

Paparan data di atas menjelaskan bahwa seluruh penjual dan pembeli *online* menerapkan prinsip kehendak bebas dalam penerapan jual beli pakaian secara *online* ini karena penjual tidak pernah memaksa konsumen untuk membelik barang dagangannya sebaliknya konsumen bebas memilih siapa saja penjual dan tidak merasa ada keterpaksaan dari sipenjual sama sekali untuk membelik barang dagangannya.

4. Prinsip tanggungjawab merupakan model utama bagi penjual *online* untuk mendapatkan kepercayaan baik dari konsumen maupun si penjual. Sikap tanggung jawab sangatlah penting karena dapat membuat konsumen dan penjual yakin dan percaya sehingga konsumen dan penjual bisa menjadi

¹³⁹ Nur Azizah, wawancara pada tanggal 22 Agustus 2022.

¹⁴⁰ Sumipa, wawancara pada tanggal 26 Agustus 2022.

penjual dan konsumen yang tetap akan tetapi ada beberapa kenjanggalan dalam penerapan jual beli pakaian secara *online* ini, jika ada ketidak sesuainan barang yang diterima oleh konsumen si penjual sudah lepas tanggungjawab, begitu pulak sebaliknya dengan sikonsumen apabila sudah membelik barang kepada si penjual dan barangnya yang diterima tidak sesuai dan sudah melakukan kesepakatan bersama si konsumen harus terima barang yang datang.”

Seperti yang diungkapkan oleh penjual *online* Melinda Ratnasari:

“Saya melayani kok mbak kalau ada konsumen yang komplek barang saya tanggapi mbak dengan sigap karena pembeli itu adalah raja jadi harus saya layani dengan baik mbak karena untuk mendapatkan kepercayaan dari konsumen itu sulit mbak sekarang jadi saya harus memanfaatkan dengan baik kepercayaan dari mereka dengan cara sigap jika ada konsumen yang komplek perihal barang atau pengiriman yang bermasalah. Saya usahakan semampu saya mbak jika memang mintak komplek atau ganti rugi barang akan saya ganti barangnya sesuai dengan pesanan dan jika tidak ada barangnya maka saya coba tawarkan barang yang lain jika konsumen tidak mau maka akan saya kembalikan uangnya mbak.”¹⁴¹

Penjual *online* yang bernama Rica Amalia juga menjelaskan terkait konsumen yang komplek:

“kalau konsumen yang komplek terkait barang atau pengiriman lama itu juga bukan urusan saya mbak karena kan dalam jual beli *online* itu kan sifatnya untung-untungan berarti semua komplek dari konsumen itu sudah menjadi resiko konsumen itu sendiri jadi saya gamau ngurus hal tersebut mbak kalau saya ngurusin komplek mereka yang ada saya rugi dan ribet juga mbak ngurusnya soalnya iya pasti konsumen mintak pulangkan uangnya kalau sudah dilayani terkait komplek.”¹⁴²

Seperti yang dikatakan Sari :

“Saat ada konsumen yang komplek terkait barang berbeda atau pengirimnya yang lama itu sudah bukan urusan saya lagi mbak itu semua kan resiko dari konsumen karena dari awal juga saya ga maksa

¹⁴¹ Melinda Ratnasari, wawancara pada tanggal 15 agustus 2022.

¹⁴² Rica Amalia, wawancara pada tanggal 13 agustus 2022.

mereka untuk belik barang saya toh semua keputusan beli atau ga nya barang saya ada di konsumen kalau beli silahkan kalau ga juga iya silahkan jadi iya saya gamau tanggung jawab atau ganti rugi mbak kalau ada konsumen yang complain barang saya.”¹⁴³

Berbeda pendapat dengan yang dikatakan oleh penjual *online* Santi

Wahyuni mengungkapkan:

“Kalau pembeli yang komplek barang dan meminta tukar berupa uang atau barang yang baru tidak saya perbolehkan karena saya tidak menerima komplek dalam bentuk apapun mbak dan saya juga gamau ribet gara-gara komplek dari konsumen dan saya pikir itu juga kesalahan dari konsumen karena tidak teliti dalam membeli barang. Saya juga ga pernah maksa mereka buat beli barang dagangan saya jadi kalau ada yang minat silahkan beli, kalau ga saya juga ga maksa mereka jadinya iya urusan mereka itu mbak.”¹⁴⁴

Seperti yang dikatakan Nurliana :

“Saat ada konsumen yang komplek terkait barang berbeda atau pengirimnya yang lama itu sudah bukan urusan saya lagi mbak itu semua kan resiko dari konsumen karena dari awal juga saya ga maksa mereka untuk belik barang saya toh semua keputusan beli atau ga nya barang saya ada di konsumen kalau beli silahkan kalau ga juga iya silahkan jadi iya saya gamau tanggung jawab atau ganti rugi mbak kalau ada konsumen yang complain barang saya.”¹⁴⁵

Penjual *online* lainnya yang bernama Asroito mayanti juga menjelaskan terkait konsumen yang komplek:

“Apabila terjadi ketidak sesuaian barang yang diterima oleh konsumen seperti ukuran baju atau perbedaan warna barang sudah bukan urusan saya lagi mbak soalnya kan konsumen yang milih sendiri barang tersebut tanpa adanya keterpaksaan dari saya jadi yaudah itu urusan mereka sendiri itu juga salah nya konsumen yang ga teliti terkait barangnya. Saya juga gamau ngurusin komplek mereka mbak ribet susah soalnya bawel mbak kalau konsumen sudah komplek tuh saya jadi pusing sama males nanggungnya.”¹⁴⁶

¹⁴³ Sari, wawancara pada tanggal 13 Agustus 2022.

¹⁴⁴ Santi Wahyuni, wawancara pada tanggal 15 Agustus 2022.

¹⁴⁵ Nurliana, wawancara pada tanggal 15 Agustus 2022.

¹⁴⁶ Asroito, wawancara pada tanggal 15 Agustus 2022.

Hampir serupa dengan jawaban penjual *online* Roma Rahmadani menjelaskan terkait tentang konsumen yang komplek:

“jika ada konsumen yang komplek dengan barang dagangan saya karena salah warna atau ukuran maka secepatnya saya ganti dan kirim mbak dengan pesanan yang sesuai kalau memang itu kesalahan dari saya kalau itu kesalahan dari konsumen saya akan ganti juga tetap biaya pengiriman barang yang baru ditanggung semua oleh konsumen, saya juga liat-liat kondisi yang ada mbak masa iya saya harus bayar semuanya dari awal sampai akhir biaya pengirimannya, kalau salahnya dari konsumen masa saya tanggung semua yang ada saya bunting mbak soalnya iya mahal loh mbak ongkos pengirimannya tuh apalagi kalau daerah luar jawa jadinya biar adil saya buat ketentuan seperti itu.”¹⁴⁷

Seperti yang diungkapkan oleh penjual *online* Risma:

“Saya melayani kok mbak kalau ada konsumen yang komplek barang saya tanggapi mbak dengan sigap karena pembeli itu adalah raja jadi harus saya layani dengan baik mbak karena untuk mendapatkan kepercayaan dari konsumen itu sulit mbak sekarang jadi saya harus memanfaatkan dengan baik kepercayaan dari mereka dengan cara sigap jika ada konsumen yang komplek perihal barang atau pengiriman yang bermasalah dan barang tidak diambil mbak tapi tetap saya layanin dengan baik kok mbak walau saya merasa rugi, itu sudah resiko yang jualan mbak .”¹⁴⁸

Sama halnya dengan penjual yang sebelumnya, Nora juga mengatakan:

“untuk konsumen yang komplek barang, saya hiraukan aja mbak karena memang susah berurusan sama konsumen lgian itu juga salah konsumen kenapa ga lebih detail melihat spesifikasi barangnya jadi tanggung sendiri risikonya mbak orang saya juga ga maksa konsumen untuk beli. Saya paling males mbak ngeladenin konsumen komplek pusing kepala saya soalnya ganggu banget. Saja juga udah bilang ke konsumen kalau ga melayanin komplek tapi kok iya tetap komplek saya jadi bingung sendiri jadinya.”¹⁴⁹

Seperti yang dikatakan Ulan:

“Saat ada konsumen yang komplek terkait barang berbeda atau pengirimnya yang lama itu sudah bukan urusan saya lagi mbak itu semua kan resiko dari konsumen karena dari awal juga saya ga maksa

¹⁴⁷ Roma Rahmadani, wawancara pada tanggal 18 agustus 2022.

¹⁴⁸ Risma, wawancara pada tanggal 16 agustus 2022.

¹⁴⁹ Nora, wawancara pada tanggal 18 agustus 2022.

mereka untuk belik barang saya toh semua keputusan beli atau ga nya barang saya ada di konsumen kalau beli silahkan kalau ga juga iya silahkan jadi iya saya gamau tanggung jawab atau ganti rugi mbak kalau ada konsumen yang complain barang saya.”¹⁵⁰

Seperti yang diungkapkan oleh penjual *online* Hilda:

“Saya melayani konsumen mbak kalau ada yang komplek masalah barang yang diterima rusak atau ukurannya tidak sesuai karena untuk mendapatkan kepercayaan dari konsumen itu sulit mbak apa lagi zaman sekarang pesaing yang jualan itu banyak mbak walaupun saya pernah di beri harapan palsu sama konsumen mbak dia ga mau ngambil barangnya kan yang pasti saya yang rugi mbak tapi saya hiraukan aja mbak karna beluk rezeki saya.”¹⁵¹

Sama halnya dengan penjual yang sebelumnya, Indah juga mengatakan:

“Masalah konsumen yang komplek dengan barang yang diterima saya ga peduliin mbak karena kan saya hanya penjual apa di dibelik pembelik dan apa yang di pesan itu harus terima dong mbak apa yang datang kan saya hanya berjualan dan saya juga udah menjelaskan spesifikasi barangnya mbak dengan jelas.”¹⁵²

Begitu juga dengan penjual *online* yang sebelumnya, Leni juga mengatakan:

“untuk konsumen yang komplek barang, saya hiraukan aja mbak karena emang susah berurusan sama konsumen lgian itu juga salah konsumen kenapa ga lebih detail melihat spesifikasi barangnya jadi tanggung sendiri risikonya mbak orang saya juga gaaksa konsumen untuk beli. Saya paling males mbak ngeladenin konsumen komplek pusing kepala saya soalnya ganggu banget. Saja juga udah bilang ke konsumen kalau ga melayanin komplek tapi kok iya tetap komplek saya jadi bingung sendiri jadinya.”¹⁵³

Penjual *online* lainnya yang bernama Larasati juga menjelaskan terkait konsumen yang komplek:

¹⁵⁰ Ulan, wawancara pada tanggal 18 agustus 2022 .

¹⁵¹ Hilda Mayanti, wawancara pada tanggal 19 agustus 2022

¹⁵² Indah, wawancara pada tanggal 22 agustus 2022.

¹⁵³ Leni Susanti, wawancara pada tanggal 24 agustus 2022.

“Apabila terjadi ketidak sesuaian barang yang diterima oleh konsumen seperti ukuran baju atau perbedaan warna barang sudah bukan urusan saya lagi mbak soalnya kan konsumen yang milih sendiri barang tersebut tanpa adanya keterpaksaan dari saya jadi yaudah itu urusan mereka sendiri itu juga salah nya konsumen yang ga teliti terkait barangnya. Saya juga gamau ngurusin komplenan mereka mbak ribet susah soalnya bawel mbak kalau konsumen sudah komplek tuh saya jadi pusing sama males nanggapinya.”¹⁵⁴

Sama halnya dengan penjual yang sebelumnya, Rizka juga mengatakan:

“masalah konsumen yang komplek tentang barang, saya ga terlalu meladenin mbak karena emang susah berurusan sama konsumen lgian itu juga salah konsumen kerena saya menjualnya sudah menjelaskan bahan dan ukuran ataupun warna barang dagang saya setiap *upload* Foto barang dagangan saya mbak jadi itu bukan urusan saya lagi mbak.”¹⁵⁵

Kesimpulan hasil wawancara bahwa dua belas dari lima belas penjual *online* belum menerapkan prinsip tanggungjawab dalam penerapan karena tidak mau tanggungjawab terhadap konsumen yang komplain terkait barang sedangkan tiga penjual *online* lainnya telah menerapkannya dengan memberikan ganti rugi saat ada konsumen yang komplain terkait barang walaupun penjual ada merasa rugi karena terkadang konsumen tidak mau mengambil barang yang sudah dipesan.

Seperti yang di ungkapkan Masli pembeli *online*:

“saya mbak ga pernah komplek kepada penjual karena Alhamdulillah barang yang saya terima sesuai kok mbak sama yang di foto, saya ga pernah mbak kecewa dengan penjual lagian mbak kalau pun kecewa barang yang datang tidak sesuai saya mbak gak bisa komentar karena sudah ada perjanjian di awal sebelum saya membelik barang di *online*.”¹⁵⁶

Berbeda dengan pembeli *online* Wardani menyampaikan:

¹⁵⁴ Larasati, wawancara pada tanggal 26 agustus 2022.

¹⁵⁵ Rizka, wawancara pada tanggal 26 agustus 2022.

¹⁵⁶ Masli, wawancara pada tanggal 15 agustus 2022.

“pernah sih mbak saya komplek tentang barang saya yang datang, karena barang yang diterima ga sesuai dengan warnanya, bahannya mangkanya saya komplek mbak kan kalau barang yang datang sesuai pasti saya juga berlangganan dengan penjual *online* nya mbak mangkanya saya mintak uang saya kembali sudah harganya mahal tapi barangnya tipis gak sesuai lah mbak dengan kualitasnya yang dijual. Iya kalau barang yang diterima bagus saya juga pasti gamintak uang saya kembali.”¹⁵⁷

Begitu pula yang di katakana pembeli *online* Ranita :

“sampai sekarang barang yang saya terima mbak ga pernah ngecewain mangkanya saya ga pernah komplek masalah barang yang datang malah saya lebih suka belanja di *online* apa lagi penjualnya amanah mbak mangkanya saya lebih yakin belanja dan berlangganan mbak.”¹⁵⁸

Sama halnya dengan pembeli *online* Hafsah mengungkapkan:

“Saya pernah sih mbak kompline tentang barang saya yang datang, tapi mbak itu bukan salah saya mbak tapi salah sipenjual *online* karena teledor mbak dengan barang yang saya pesan tapi alhamdulillahnya karena ada kesepakatan di awal sebelum melakukan pembelian sipenjual bertanggung jawab atas barang yang salah.”¹⁵⁹

Hal serupa dengan pembeli *online* lainnya, Muhammad Hatta mengatakan:

“setiap saya belik barang di *online*, barang yang saya terima itu bagus saya juga ga pernah komplek mbak terhadap penjual *online* karena penjual *online* nya juga ramah mbak dia menjelaskan satu-persatu barang yang dijual dan jika barang yang saya terima tidak sesuai dia akan mengembalikan uang saya mbak, pokonya saya ga pernah lah mbak ngeras kecewa apalagi dikecewakan penjual *online* mbak.”¹⁶⁰

Sama halnya dengan pembeli *online* lainnya Azizah mengatakan:

“saya mbak ga pernah komplek kepada penjual karena Alhamdulillah barang yang saya terima sesuai kok mbak sama yang di foto, saya ga pernah mbak kecewa dengan penjual lagian mbak kalau pun kecewa barang yang datang tidak sesuai saya mbak gak bisa komentar karena

¹⁵⁷Wardani, wawancara pada tanggal 19 agustus 2022.

¹⁵⁸Ranitawawancara pada tanggal 23 agustus 2022.

¹⁵⁹Hafsah, wawancara pada tanggal 23 agustus 2022.

¹⁶⁰Muhammad Hatta, wawancara pada tanggal 26 agustus 2022.

sudah ada perjanjian di awal sebelum saya membelik barang di *online*.”¹⁶¹

Begitu pula yang di katakana pembeli *online* Vivi Anggriani:

“alhamdulillah mbak saya ga pernah komplek dengan penjual *online* mbak, karena barang yang saya terima selalu amanah mbak karena saya selalu mbak *memperhatikan* spesifikasi barang yang dijual.”¹⁶²

Berbeda dengan pembeli *online* Naila menyampaikan:

“kalau masalah komplek pernah sih mbak masa saya mesan barangnya ukuran XL yang datang malah L mana mau saya mbak malah uangnya udah dikasih di awal mbak ya saya minta uang saya kembali dong mbak mana mau saya rugi..”¹⁶³

Hal serupa dengan pembeli *online* lainnya, Fadil mengatakan:

“setiap saya beli barang di *online*, barang yang saya terima itu bagus saya juga ga pernah komplek mbak terhadap penjual *online* karena penjual *online* nya juga ramah mbak dia menjelaskan satu-persatu barang yang dijual dan jika barang yang saya terima tidak sesuai dia akan mengembalikan uang saya mbak, pokonya saya ga pernah lah mbak ngeras kecewa apalagi dikecewakan penjual *online* mbak.”¹⁶⁴

Hal serupa dengan pembeli *online* lainnya, Masrela mengatakan:

“setiap saya beli barang di *online*, barang yang saya terima itu bagus saya juga ga pernah komplek mbak terhadap penjual *online* karena penjual *online* nya juga ramah mbak dia menjelaskan satu-persatu barang yang dijual dan jika barang yang saya terima tidak sesuai dia akan mengembalikan uang saya mbak, pokonya saya ga pernah lah mbak ngeras kecewa apalagi dikecewakan penjual *online* mbak.”¹⁶⁵

Begitu pula yang di katakana pembeli *online* Eva Anggriani:

“saya ga pernah komplek dengan penjual *online* mbak, karena barang yang saya terima selalu amanah mbak karena saya selalu mbak *memperhatikan* spesifikasi barang yang dijual.”¹⁶⁶

¹⁶¹ Azizah, wawancara pada tanggal 26 agustus 2022.

¹⁶² Vivi Anggriani, wawancara pada tanggal agustus 2022.

¹⁶³ Naila, wawancara pada tanggal 26 Agustus 2022.

¹⁶⁴ Fadil, wawancara pada tanggal 26 November 2022.

¹⁶⁵ Masrela, wawancara pada tanggal 26 agustus 2022.

¹⁶⁶ Indah, wawancara pada tanggal 22 agustus 2022.

Sama halnya dengan pembeli *online* lainnya Indah mengatakan:

“saya mbak ga pernah komplen kepada penjual karena Alhamdulillah barang yang saya terima sesuai kok mbak sama yang di foto, saya ga pernah mbak kecewa dengan penjual lagian mbak kalau pun kecewa barang yang datang tidak sesuai saya mbak gak bisa komentar karena sudah ada perjanjian di awal sebelum saya membelik barang di *online*.”¹⁶⁷

Begitu pula yang di katakana pembeli *online* Siti Nur Azizah::

“sampai sekarang barang yang saya terima mbak ga pernah ngecewain mangkanya saya lebih suka belanja di *online* apa lagi penjualnya amanah mbak mangkanya saya lebih yakin belanja dan berlangganan mbak.”¹⁶⁸

Seperti yang di ungkapkan Nova pembeli *online*:

“Saya pernah sih mbak kompline tentang barang saya yang datang, tapi mbak itu bukan salah saya mbak tapi salah sipenjual *online* karena teledor mbak dengan barang yang saya pesan tapi alhamdulillahnya karena ada kesepakatan di awal sebelum melakukan pembelian sipenjual bertanggung jawab atas barang yang salah.”¹⁶⁹

Berbeda dengan pembeli *online* Sumipa menyampaikan:

“pernah sih mbak saya komplen tentang barang saya yang datang, masa saya mesan baju ukuran L yang datang malah ukuran XL warna juga ga sesuai dengan yang di terangkan di foto, saya minta tanggungjawab sama sipenjual lagian itu bukan salah saya oarng saya chat kok penjualnya saya jelaskan lagi saya mau mesan baju yang ukuran XL tapi yang datang malah ukuran L saya minta tukar eh malah si penjual ga mau gantinya terus saya minta uang saya kembali dong mbak walaupun saya sudah melakukan kesepakatan diawal saya ga terima mbak barang yang datang ga sesuai.”¹⁷⁰

Kesimpulan dari hasil wawancara lima dari lima belas konsumen tidak mau melakukan prinsip tanggungjawab Karena komplen masalah barang yang datang tidak sesuai walaupun sudah melakukan kesepakatan di awal dan

¹⁶⁷ Lenni Susanti, wawancara pada tanggal 24 agustus 2022.

¹⁶⁸ Larasati, wawancara pada tanggal 26 agustus 2022.

¹⁶⁹ Rizka, wawancara pada tanggal 26 agustus 2022

¹⁷⁰ Sumipa, wawancara pada tanggal 26 agustus 2022.

sepuluh pembeli lainnya sudah menerapkan prinsip tanggungjawab karena sudah menjalankan prinsip tanggungjawab dan kesepakatan bersama sebelum membelik barang *online* sehingga konsumen tidak bisa komplain terhadap penjual.

Paparan data diatas telah menjelaskan bahwa dua belas dari lima belas penjual pakaian secara *online* belum menerapkan prinsip tanggungjawab dalam penerapan karena tidak mau tanggungjawab baik itu terhadap konsumen sedangkan lima konsumen tidak mau melakukan prinsip tanggungjawab Karen komplek masalah barang yang datang tidak sesuai walaupun sudah melakukan kesepakatan di awal dan sepuluh pembeli lainnya sudah menerapkan prinsip tanggungjawab karena sudah menjalankan prinsip tanggungjawab dan kesepakatan bersama sebelum membelik barang *online* sehingga konsumen tidak bisa komplain terhadap penjual.

5. Dalam jual beli pakaian secara *online* ini para penjual sangat penting menyebutkan spesifikasi seperti jenis, bahan, warna, ukuran dan semua terkait barang yang harus dijelaskan secara keseluruhan dan keaslian foto semuanya dilakukan secara transparan dan tanpa rekayasa tidak ada kebohongan, penipuan atau kecacatan barang yang sengaja disembunyikan oleh penjual karena dalam transaksi jual beli pakaian secara *online* berlangsung barang yang diperjual belikan tidak ada wujudnya.

Seperti yang dijelaskan oleh saudari Melinda Ratnasari:

“saya *upload* foto barang dagangan saya yang dari agen aja mbak soalnya bagus dan lebih menarik aja gitu menurut saya sih mbak terus kalau jelasinya spesifikasinya barang mah saya seperlunya aja misalnya baju biasanya saya cuma nyebutin ukuranya aja tapi lebih seruing ga

jelasin spesifikasinya barang mbak tapi kalau ada konsumen yang nanya sepesifikasi barang baru saya jelasin mbak soalnya kalau saya *upload* terus saya tulis semua spesifikasinya saya males mbak terus buang-buang waktu juga kayak gitu penjelasan barang juga sudah ditentukan dari agen jadi saya ga perlu ribet mbak mikirin spesifikasinya.”¹⁷¹

Begitu juga dengan Rica Amalia yang mengatakan:

“saya pasti jelasin keunggulan semua produk saya agar pembeli terpengaruh mbak buat belik dagangan saya dan tentunya dengan testimoni barangnya mbak, biar konsumen yakin dengan barang dagangan saya mbak lagian barang yang saya jual juga ga pernah mengecewakan karena apa yang dijelaskan di sfepikasinya sesuai dengan yang diterima konsumen mbak..”¹⁷²

Setuju dengan perkataan penjual *online* yang Sari mengatakan:

“Saya mah kalau foto *upload* aja mbak lewat status terus nulis spesifikasinya juga saya mah lengkap terus gambarnya juga asli gaada editan apapun karena emang saya nyetok barangnya di rumah mbak jadi kalau misalkan saya mau *upload* saya tinggal nyari tempat di sekitaran rumah yang bagus dijadikan tempat untuk *upload* barang saya jadi simpel aja mbak saya mah ga edit-editan.”¹⁷³

Berbeda dengan penjual *online* yang bernama Santi Wahyuni mengungkapkan:

“Nah kalau foto yang saya *upload* di setiap sosial media saya itu bukan asli mbak saya ngambilnya fotonya itu dari *google* mbak pokoknya saya nyari tuh dengan model barang yang hampir mirip dengan dagangan saya biar lebih menarik aja di mata konsumen kan gambar di *google* juga bagus-bagus jadinya saya ambil dari situ aja dan spesifikasinya barang yang saya tulis juga sengaja saya lebih-lebihkan mbak dari yang aslinya biar terlihat wow mbak dan banyak yang beli padahal aslinya mah ga mbak biasa aja barang yang saya jual makanya itu kenapa perlu lebih-lebihkan spesifikasi barang dalam berjualan iya biar laku mbak salah satunya gek dapat keuntungan yang banyak kan kita punya foto yang bagus makanya spesifikasi juga harus bagus biar bisa mahal harga barangnya.”¹⁷⁴

¹⁷¹ Melinda Ratnasari, wawancara pada tanggal 15 agustus 2022.

¹⁷² Rica Amalia, wawancara pada tanggal 13 agustus 2022.

¹⁷³ Sari, wawancara pada tanggal 13 Agustus 2022.

¹⁷⁴ Santi Wahyuni, wawancara pada tanggal 15 agustus 2022.

Begitu juga dengan Nurliana Mengatakan:

“Saya mah pasti jelasin keunggulan semua produk saya agar pembeli terpengaruh mbak buat beli dagangan saya dan tentunya dengan testimony produk saya biar lebih yakinin konsumen aja buat beli mbak kadang saya juga suka asal ngambil foto orang mbak yang jualannya sama kayak saya kan lumayan mbak buat variasi foto *upload* an saya di sosmed mbak.”¹⁷⁵

Seperti yang diungkapkan oleh penjual *online* lainnya yang bernama

Asroito mengatakan:

“Kalau foto yang saya *upload* di sosial media saya itu mbak saya bukan aslinya saya ngambil dari *shopee* mbak saya sesuai kan dengan model barang yang saya jual mbak biar keliatan serupa dengan dagangan saya biar menarik para konsumen untuk membeliknnya mbak dan spesifikasinya barang saya tulis juga mbak biar barang saya laku terjual.”¹⁷⁶

Penjual *online* yang bernama Roma Rahmadani juga menjelaskan pendapatnya:

“saya *upload* isi chat saya sama si pembeli mbak dan bukti transfer nya juga itu semua saya buat status di sosmed saya mbak untuk menyakinkan konsumen juga terus kalau saya posting barang saya tuh aslinya mbak dari kamera hp saya sendiri tapi saya edit sendilit mbak biar lebih cerah dan berwarna hasilnya soalnya kan saya gamau mengecewakan konsumen saya juga masa barang asli sama yang saya *upload* beda nanti gimana saya jelasinnya ke konsumen kalau barangnya beda yang ada malah bingung saya mbak maka dari itu saya juga menjelaskan ke konsumen gimana spesifikasi barang saya secara lengkap kalau ada yang cacat saya juga bilang bahkan saya memberlakukan potongan bagi barang saya yang cacat atau rusak.”¹⁷⁷

Penjual *online* yang bernama Risma Yanti juga menjelaskan pendapatnya:

“Foto yang saya posting di sosial media juga foto dari agen ataupun pusat mbak soalnya fotonya lebih menarik mbak hasilnya menurut saya soalnya iya pengaruh dari modelnya juga sih iya mbak yang dibayar

¹⁷⁵ Nurliana, wawancara pada tanggal 15 Agustus 2022.

¹⁷⁶ Asroito, wawancara pada tanggal 16 agustus 2022

¹⁷⁷ Roma Rahmadani, wawancara pada tanggal 18 agustus 2022.

jadi saya ga pernah mbak foto barang saya pakek kamera sendiri karena hasilnya jelek soalnya saya pernah gitu malah kayak barang ecek-ecek mbak jadinya saya gamau foto sendiri lagi takut ga laku soalnya.”¹⁷⁸

Sama seperti Penjual lainnya Nora juga menjelaskan:

“saya tu *upload* foto saya di medsos bukan foto aslinya mbak, iya soalnya barang asli sama yang di foto itu beda jauh mbak iya mbaknya kan tau sendiri, gambar dalam jual beli *online* itu kelihatannya bagus banget soalnya modelnya juga cantik-cantik dan proses editing yang bukan main-main sehingga hasilnya pun keren-keren terus kelihatan menarik mbak jadinya saya berani ngasih harga yang tinggi mbak.”¹⁷⁹

Setuju dengan perkataan dari mbak Roma, Ulan juga mengungkapkan:

“Foto yang saya posting di sosial media juga foto dari agen ataupun pusat mbak soalnya fotonya lebih menarik mbak hasilnya menurut saya soalnya iya pengaruh dari modelnya juga sih iya mbak yang dibayar jadi saya ga pernah mbak foto barang saya pakek kamera sendiri karena hasilnya jelek soalnya saya pernah gitu malah kayak barang ecek-ecek mbak jadinya saya gamau foto sendiri lagi takut ga laku soalnya.”¹⁸⁰

Begitu juga dengan penjual *online* yang bernama Hilda juga mengungkapkan :

“foto yang saya posting di sosial media juga foto dari agen ataupun pusat mbak soalnya fotonya lebih menarik mbak hasilnya menurut saya soalnya iya pengaruh dari modelnya juga sih iya mbak yang dibayar jadi saya ga pernah mbak foto barang saya pakek kamera sendiri karena hasilnya jelek soalnya saya pernah gitu malah kayak barang ecek-ecek mbak jadinya saya gamau foto sendiri lagi takut ga laku soalnya terus spesifikasi yang saya jelaskan juga sama aja yang dari agen orang saya juga *reseller* nya yang penting saya nurut aja sama si agen kalau agen suruh jelaskan spesifikasinya secara lengkap iya saya tulis lengkap kalau ga yaudah ga saya sebutkan sama sekali spesifikasinya.”¹⁸¹

Sama halnya dengan penjual *online* lainnya Indah mengatakan:

“kalau saya mbak pasti jelasin keunggulan semua produk saya agar pembelik terpengaruh mbak buat belik dagang saya dan tentunya dengan testimoni barang dagangan saya, dan barang yang saya *upload*

¹⁷⁸Risma, wawancara pada tanggal 16 agustus 2022.

¹⁷⁹Nora, wawancara pada tanggal 18 agustus 2022.

¹⁸⁰Ulan, wawancara pada tanggal 18 agustus 2022 .

¹⁸¹Hilda Mayanti, wawancara pada tanggal 19 agustus 2022.

itu juga asli mbak biar konsumen yang membeli tempat saya banyak dan gak kecewa dengan barang yang saya jual mbak.”¹⁸²

Begitu juga dengan perkataan penjual *online* Lenni Susanti juga mengatakan:

“Foto yang saya posting di sosial media juga foto dari agen ataupun pusat mbak soalnya fotonya lebih menarik mbak hasilnya menurut saya soalnya iya pengaruh dari model mengambil fotonya juga sih mbak jadi saya ga pernah mbak foto barang saya pakek kamera sendiri karena hasilnya jelek soalnya saya pernah gitu malah kayak barang ecek-ecek mbak jadinya saya gamau foto sendiri lagi takut ga laku soalnya.”¹⁸³

Penjual *online* yang bernama Larasati juga menjelaskan:

“saya tuh *upload* foto barang dagangan saya itu saya ambil dari *google* Mbak karena bagus mbak dan saya juga menjelaskan sfesipikasinya lengkap mbak biar konsumen membelik barang dagangan dengan saya mbak.”¹⁸⁴

Begitu juga dengan perkataan penjual Santi Wahyuni, Rizka juga mengatakan:

“Saya tu *upload* foto dagangan saya di medsos bukan foto aslinya mbak, iya soalnya barang asli sama yang di foto itu beda jauh mbak iya mbaknya kan tau sendiri, gambar dalam jual beli *online* itu kelihatannya bagus banget soalnya modelnya juga cantik-cantik dan proses editing yang bukan main-main sehingga hasilnya pun keren-keren terus kelihatan menarik mbak jadinya saya berani ngasih harga yang tinggi mbak dengan memberikan spesifikasi yang tinggi juga biar menarik para konsumen untuk beli kan biasanya konsumen tuh gampang banget terjerat kalau udah liat barang dari gambar atau dari spesifikasinya nah itui yang buat sikoneumen ga teliti mbak soalnya iya sudah tertipu dari awalnya.”¹⁸⁵

Kesimpulan dari hasil wawancara di atas bahwa enam dari lima belas penjual *online* bekum menerapkan prinsip kebenaran dalam penerapan karena tidak berlaku transparan dan melakukan rekayasa terkait foto dan spesifikasi

¹⁸² Indah, wawancara pada tanggal 22 agustus 2022.

¹⁸³ Lenni Susanti, wawancara pada tanggal 24 agustus 2022.

¹⁸⁴ Larasati, wawancara pada tanggal 26 agustus 2022.

¹⁸⁵ Rizka, wawancara pada tanggal 26 agustus 2022

barang terhadap konsumen yang ingin membeli sedangkan dua penjual *online* lainnya telah menerapkannya dengan berlaku transparan dan tidak melakukan rekayasa terkait foto dan spesifikasi barang terhadap konsumen yang ingin membeli.

Seperti yang diungkapkan Masli pembeli *online* :

“Saya mbak kalau mau mesan barang di *online* itu saya liat mbak foto atau video yang di *upload* dan saya tanya kepada penjualnya satu persatu tentang barang-barang yang di posting karena banyak sih mbak penjual menjual barang beda sama aslinya mangkanya saya takut kecewa mbak kalau barang yang saya pesan tanpa melihat spesifikasinya terlebih dahulu gak bagus. Tapi alhamdulillah sih mbak karena spesifikasinya jelas barang yang datang bagus dan berkualitas.”¹⁸⁶

Begitu juga dengan pembeli *online* yang bernama Wardani mengatakan:

“saya kalau mau mesan barang di *online* itu mbak saya langsung chat sipenjual secara pribadi dan menanyakan langsung tentang barang yang dijual walaupun di upload foto-foto dan video barang tersebut, saya kurang yakin mbak karena banyak sih mbak cantik di foto karena di edit mbak mangkanya saya langsung nanya si penjual biar saya tau spesifikasi aslinya agar ga ngerasa kecewa aja sih mbak kalau barangnya datang tapi sukur sih mbak saya melakukan pembelian *online* itu ga pernah di kecewakan penjual.”¹⁸⁷

Beda halnya dengan pembeli *online* lainnya, Ranita juga mengatakan:

“saya pernah sih mbak kecewa mesan barang di *online* padahal saya sudah lihat foto-foto, video dan membaca spesifikasinya barang tersebut tapi barang yang datang malah ga sesuai disitu saya merasa kecewa sih mbak tapi karna harganya yang murah saya pikir wahar saja barangnya gak sesuai mbak.”¹⁸⁸

Hampir serupa dengan pembeli *online* lainnya, Hafsah menjelaskan:

“saya kalau mau mesan kepada penjual *online* itu mbak saya liat barang melalu postingan dia yang menjelaskan spesifikasi barang yang di *upload* dan saya sering liat hasil chtan dia dengan para konsumen

¹⁸⁶ Masli, wawancara pada tanggal 15 agustus 2022.

¹⁸⁷ Wardani, wawancara pada tanggal 19 agustus 2022.

¹⁸⁸ Ranita, wawancara pada tanggal 23 agustus 2022.

lainnya terkadang mau sih mbak sipenjual *upload* foto itu tidak sesuai dengan aslinya mangkanya saya kalau memesan barang itu harus betul-betul teliti takut kecewa aja sih mbak tapi Alhamdulillah sih mbak saya ga pernah gagal belik di *online*.”¹⁸⁹

Pembeli *online* yang bernama Muhammad Hattah mengungkapkan pendapat:

“Saya kalau mau mesan kepada penjual *online* itu mbak saya nanyanya langsung dan nunjukkan fotonya kareanakan mbak yang jualan itu terkadang teman saya sendiri dan saya tanyain langsung mbak bahanya biar lebih jelas aja sih mbak.”¹⁹⁰

Pembeli *online* yang bernama Azizah juga mengungkapkan pendapat:

“saya sih kalau mau mesan barang di *online* itu mbak saya langsung chat sipenjual secara pribadi dan menanyakan langsung tentang barang yang dijual walaupun di *upload* foto-foto dan video barang tersebut, saya kurang yakin mbak karena banyak sih mbak cantik di foto karena di edit mbak mangkanya saya langsung nanya si penjual biar saya tau spesifikasi aslinya agar ga ngerasa kecewa aja sih mbak.”¹⁹¹

Sama halnya dengan pembeli *online* Vivi Anggriani mengungkapkan:

“kalau saya mesan di *online* mbak saya liatin dulu *upload* foto-fotonya, video di sosial media milik si penjual karena saya takut barang yang datang nantinya ga sesuai dengan yang digambar apa lagi sekarang banyak mbak foto yang di ambil dari *google* biar para konsumen lainnya tertarik untuk belik barang daganganya mangkanya saya mesan barang di *online* itu harus teliti mbak biar barang yang datang juga bagus buktinya aja saya sampai sekarang mesan barang *online* itu ga pernah ngecewain mbak.”¹⁹²

Sama halnya dengan pembeli *online* Naila mengungkapkan:

“kalau saya mesan di *online* mbak saya liatin dulu *upload* foto-fotonya, video di sosial media milik si penjual karena saya takut barang yang datang nantinya ga sesuai dengan yang digambar apa lagi sekarang banyak mbak foto yang di ambil dari *google* biar para konsumen lainnya tertarik untuk belik barang daganganya mangkanya saya mesan barang di *online* itu harus teliti mbak biar barang yang datang juga bagus

¹⁸⁹Hafsah, wawancara pada tanggal 23 agustus 2022.

¹⁹⁰ Muhammad Hatta, wawancara pada tanggal 26 agustus 2022.

¹⁹¹ Azizah, wawancara pada tanggal 26 agustus 2022.

¹⁹² Vivi Anggriani, wawancara pada tanggal agustus 2022.

buktinya aja saya sampai sekarang mesan barang *online* itu ga pernah ngecewain mbak.”¹⁹³

Sama halnya dengan pembeli *online* Fadil mengungkapkan:

“saya biasanya mau mesan di *online* itu mbak saya lihat-lihat dulu foto-foto yang di *upload*, video di sosial media milik si penjual karena saya takut barang yang datang nantinya ga sesuai dengan yang digambar”¹⁹⁴

Pembeli *online* yang bernama Masrela juga mengungkapkan pendapat:

“Saya kalau mau mesan barang di *online* itu mbak saya langsung chat sipenjual secara pribadi dan menanyakan langsung tentang barang yang dijual walaupun di *upload* foto-foto dan video barang tersebut, saya kurang yakin mbak karena banyak sih mbak cantik di foto karena di edit mbak mangkanya saya langsung nanya si penjual biar saya tau spesifikasi aslinya agar ga ngerasa kecewa aja sih mbak kalau barangnya datang tapi sukur sih mbak saya melakukan pembelian *online* itu ga pernah di kecewakan penjual.”

Begitu juga dengan pembeli lainnya Eva juga mengatakan:

“saya sih kalau mau mesan barang di *online* itu mbak saya langsung chat sipenjual secara pribadi dan menanyakan langsung tentang barang yang dijual walaupun di *upload* foto-foto dan video barang tersebut, saya kurang yakin mbak karena banyak sih mbak cantik di foto karena di edit mbak mangkanya saya langsung nanya si penjual biar saya tau spesifikasi aslinya agar ga ngerasa kecewa aja sih mbak.”¹⁹⁵

Begitu juga dengan pembeli lainnya Indah juga mengatakan:

“kalau mau mesan barang di *online* itu saya liat dari foto atau video dulu mbak yang di *upload* dan saya tanya kepada penjualnya satu persatu tentang barang-barang yang di posting karena banyak mbak penjual menjual barang beda sama aslinya mangkanya saya takut kecewa mbak kalau barang yang saya pesan tanpa melihat spesifikasinya terlebih dahulu gak bagus.”¹⁹⁶

Beda halnya dengan pembeli *online* Sumipa mengatakan:

“saya pernah sih mbak kecewa mesan barang di *online* padahal saya sudah lihat foto-foto, video dan membacaspesifikasinya barang tersebut

¹⁹³ Naila, wawancara pada tanggal 26 Agustus 2022.

¹⁹⁴ Fadil, wawancara pada tanggal 26 November 2022.

¹⁹⁵ Masrela, wawancara pada tanggal 26 Agustus 2022.

¹⁹⁶ Eva, wawancara pada tanggal 22 Agustus 2022

tapi barang yang datang malah ga sesuai mbak jadi saya ga mau ngambilnya, jadi saya tingalin aja mbak penjualnya saya juga udah merasa kecewa kali saya mesan yang dijelaskan di foto malah yang datang beda.”¹⁹⁷

Begitu juga dengan pembeli lainnya Indah juga mengatakan:

“kalau mau mesan barang di *online* itu saya liat dari foto atau video dulu mbak yang di *upload* dan saya tanya kepada penjualnya satu persatu tentang barang-barang yang di posting karena banyak mbak penjual menjual barang beda sama aslinya mangkanya saya takut kecewa mbak kalau barang yang saya pesan tanpa melihat spesifikasinya terlebih dahulu gak bagus.”¹⁹⁸

Bedahalnya dengan pembeli *online* lainnya Siti nur Aini juga mengatakan:

“saya pernah sih mbak kecewa mesan barang di *online* padahal saya sudah lihat foto-foto, video dan membacaspesifikasinya barang tersebut tapi barang yang datang malah ga sesuai mbak jadi saya ga mau ngambilnya, jadi saya tingalin aja mbak penjualnya saya juga udah merasa kecewa kali saya mesan yang dijelaskan di foto malah yang datang beda.”¹⁹⁹

Kesimpulan dari hasil wawancara bahwa tiga dari lima belas pembeli *online* belum menerapkan prinsip kebenaran karena tidak berlaku transparan dan tidak jujur dalam membelik barang sedangkan empat pembelui *online* lainnya telah menerapkan dengan berlaku transparan terkait barang yang belik secara *online*.

Paparan data di atas telah menjelaskan bahwa enam dari lima penjual dan tiga dari lima pembeli *online* belum menerapkan prinsip kebenaran dalam penerapan karena tidak berlaku transparan dan melakukan rekayasa terkait foto dan spesifikasi barang terhadap konsumen begitu pulak dengan kosumen yang

¹⁹⁷ Indah, wawancara pada tanggal 23 Agustus 2022.

¹⁹⁸ Nur Azizah, wawancara pada tanggal 22 Agustus 2022.

¹⁹⁹ Sumipa, wawancara pada tanggal 26 agustus 2022.

merasa kecewa dalam membelik barang sedangkan sembilan penjual dan dua belas pembelui *online* lainnya telah menerapkan dengan berlaku transparan terkait barang yang dijual belikan secara *online*.

D. Analisis Hasil Penelitian

Analisis penerapan Jual Beli Pakaian Secara *Online* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan etika berlaku dalam seluruh kegiatan kehidupan sehari-hari, termasuk dalam kegiatan jual beli. Dalam kegiatan atau penerapan jual beli terhadap suatu etika tersendiri yang mengatur bagaimana seharusnya kegiatan jual beli itu dilaksanakan. Dalam syariat Islam, etika bisnis adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam pelaksanaan bisnis itu tidak terjadi kekhawatiran karena sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar.²⁰⁰ Dalam penerapan jual beli pakaian secara *online* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam harus mencakup lima prinsip etika bisnis Islam yaitu kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebenaran.²⁰¹

1. Prinsip kesatuan dimana setiap individu memiliki kesamaan dalam harga dirinya sebagai manusia termasuk sikap diskriminasi yang tidak bisa di terapkan atau dituntut hanya berdasarkan warna kulit, ras, kebangsaan, agama, jenis kelamin, atau umur.²⁰² Berdasarkan data yang diperoleh ketika wawancara dalam penerapan jual beli pakaian secara *online*, semua penjual dan pembeli tidak melakukan diskriminasi terhadap konsumen maupun penjual. Para

²⁰⁰Idri, *Hadis Ekonomi: Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), hlm. 326.

²⁰¹Abdul Aziz, *Etika Bisnis Islam Perspektif Islam* (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 46.

²⁰²Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Jakarta: Kencana, 2007), hlm. 101.

konsumen dan penjual bersikap adil dan sama rata dalam melayani dan memperlakukan semua konsumen dan penjual hal tersebut menunjukkan bahwa tujuan pembeli dan penjual *online* telah menerapkan prinsip kesatuan dalam penerapan jual beli pakaian secara *online*.

2. Prinsip keseimbangan yang artinya terciptanya situasi dimana tidak ada satu pihak pun yang metasa dirugikan, atau kondisi saling ridho. Kondisi ini dapat terjadi seperti adanya informasi penting mengenai transaksi yang tidak diketahui oleh pihak penjual dan konsumen ataupun kualitas dari suatu barang yang dibeli dan ditawarkan oleh pelaku bisnis tersebut. Islam mengharuskan penganutnya untuk berlaku adil harus didahulukan dari berbuat kebajikan. Berdasarkan data yang diperoleh ketika wawancara diatas, enam dari lima belas penjual dan tiga dari lima pembeli belum memperhatikan hak pembeli dan penjual karena barang yang diterima konsumen tidak sesuai dengan yang upload di akun pribadi penjual dan denagn sengaja menutup-nutupi informasi mengenai barang yang dijual belikan jadi sebaiknya penjual dan pembeli melakukan jual beli tidak hanya memikirkan kepentingan sendiri akan tetapi penjual dan pembeli juga harus memperhatikan kepentingan bersama. Jika pembeli membutuhkan informasi dari penjual mengenai barang tersebut, maka penjual harus menjelaskan dengan detail tanpa ada yang ditutup-tutupi sedangkan dua penjual lainnya dan empat pembeli sudah menerapkan prinsip keseimbangan karena sudah berperilaku terbuka kepada konsumen dan penjual terkait barang yang dijual belikkan. Hal tersebut menunjukkan bahwa enam dari lima belas penjual dan tiga dari lima belas pembeli *online* belum

menerapkan prinsip keseimbangan dalam penerapan jual beli pakaian secara *online* sedangkan sembilan penjual dan dua belas pembeli *online* lainnya sudah menerapkan prinsip keseimbangan dalam penerapan jual beli pakaian secara *online*.

3. Prinsip kehendak bebas dalam etika bisnis Islam manusia memiliki kebebasan untuk membuat kontrak dan menepatinya ataupun mengingkarinya. Adapun kehendak bebas atau kehendak sendiri merupakan salah satu syarat sahnya jual beli. Dalam jual beli yang dimaksud dengan kehendak sendiri yaitu bahwa dalam melakukan perbuatan jual beli satu pihak tidak melakukan paksaan atas pihak lain, sehingga pihak lain tersebut melakukan perbuatan jual beli bukan karena unsur paksaan tetapi atas kemauan sendiri.²⁰³ Dalam penerapan semua penjual dan pembeli *online* tidak pernah memaksa atau terpaksa untuk membeli barang yang dijual, konsumen membeli barang dengan dasar suka sama suka tanpa adanya keterpaksaan dari penjual. Hal tersebut menunjukkan bahwa 5 penjual dan pembeli *online* telah menerapkan prinsip kehendak bebas dalam penerapan jual beli pakaian secara *online*.
4. Prinsip tanggungjawab adalah kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena manusia perlu mempertanggungjawabkan seluruh tindakannya. Secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas. Kehendak bebas menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan

²⁰³Rafik Isa Beekun, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007), hlm 39.

bertanggungjawab atas semua yang dilakukan.²⁰⁴ Manusia harus berani mempertanggungjawabkan segala pilihannya tidak saja di hadapan manusia, bahkan yang paling penting adalah kelak dihadapan Allah. Bisa saja, karena kelihaiannya, manusia mampu melepaskan tanggungjawab perbuatannya yang merugikan manusia, namun kelak ia tidak akan pernah lepas dari tanggungjawab dihadapan Allah yang Maha mengetahui.²⁰⁵ Dalam penerapan dua belas dari lima belas penjual *online* tidak bertanggungjawab dalam menanggapi keluhan dari konsumen meskipun kesalahan dibuat oleh penjual *online* itu sendiri dengan alasan konsumen yang tidak teliti dan jeli dalam memilih dan membeli barang sedangkan tiga lainnya bertanggungjawab saat ada konsumen yang komplain terkait barang barangnya, Sedangkan lima dari lima belas pembeli *online* belum juga menerapkan prinsip tanggungjawab atas barang yang dibelik sedangkan sepuluh pembelik *online* lainnya sudah menerapkan prinsip tanggungjawab karena pembeli sebelum membelik barang sudah melakukan kesepakatan diawal. Hal tersebut menunjukkan bahwa dua belas dari lima belas penjual *online* belum menerapkan prinsip tanggung jawab dalam penerapan jual beli pakaian secara *online* sedangkan lima penjual lainnya dan lima belas pembeli *online* sudah menerapkan prinsip tanggungjawab dalam penerapan jual beli pakaian secara *online*.

5. Prinsip kebenaran dalam Al-Qur'an memuat prinsip kebenaran, kebajikan, dan kejujuran maka suatu bisnis itu secara otomatis akan melahirkan suatu persaudaraan. Persaudaraan dan kemitraan antara pihak yang berkepentingan

²⁰⁴ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam* (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 46

²⁰⁵ Muhammad Djakfa, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam* (Malang: UIN-Malang Press 2007), hlm. 17.

dalam bisnis yang saling menguntungkan, tanpa adanya kerugian dan penyesalan sedikitpun. Dengan demikian, dalam semua proses bisnis akan dilakukan pula secara transparan dan tidak ada rekayasa, prinsip kebenaran dengan dua makna kebajikan dan kejujuran secara jelas telah diteladankan oleh Nabi Muhammad SAW yang juga merupakan pelaku bisnis yang sukses pada masanya. Dalam menjalankan bisnisnya, nabi tidak pernah sekalipun melakukan kebohongan, penipuan, ataupun menyembunyikan kecacatan barang. Sebaliknya Nabi mengharuskan agar bisnis dilakukan dengan kebenaran dan kejujuran.²⁰⁶

Berdasarkan penerapan lima belas penjual dan lima belas pembeli *online* sudah menerapkan prinsip kesatuan dan prinsip kehendak bebas dalam penerapan tetapi dalam prinsip keseimbangan, dan prinsip kebenaran enam dari lima belas penjual dan tiga dari lima belas pembeli *online* belum menerapkan prinsip tersebut dalam penerapan tetapi berbeda dengan sembilan penjual dan sepuluh pembeli *online* lainnya, sedangkan prinsip tanggungjawab dua belas dari lima belas penjual dan lima dari lima belas penjual belum menerapkan prinsip tanggungjawab sedangkan tiga dan sepuluh lainnya penjual dan pembeli *online* sudah menerapkan prinsip tanggungjawab dalam penerapan jual beli pakian secara *online*.

²⁰⁶Muhammad dan Lukman Fauroni, *Visi Al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis* (Jakarta: Salemba Diniyah, 2002), hlm. 19-20.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penerapan lima belas penjual dan lima belas pembeli *online* sudah menerapkan prinsip kesatuan dan prinsip kehendak bebas dalam penerapan tetapi dalam prinsip keseimbangan, dan prinsip kebenaran enam dari lima belas penjual dan tiga dari lima belas pembeli *online* belum menerapkan prinsip tersebut dalam penerapan tetapi berbeda dengan sembilan penjual dan sepuluh pembeli *online* lainnya, sedangkan prinsip tanggungjawab dua belas dari lima belas penjual dan lima dari lima belas penjual belum menerapkan prinsip tanggungjawab sedangkan tiga dan sepuluh lainnya penjual dan pembeli *online* sudah menerapkan prinsip tanggungjawab dalam penerapan jual beli pakaian secara *online*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli pakaian secara *online* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan sudah sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam namun ada beberapa pembeli yang merasa kecewa ketika barang yang sampai tidak sesuai dengan gambar dan kualitasnya. Penjual juga merasa kecewa karena barang yang dijual tidak di ambil konsumen sehingga penjual tidak mendapatkan keuntungan sama sekali.

B. Saran

Hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti ingin memberikan saran sebagai berikut:

1. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan (penjual dan pembeli *online*) dapat memperbaiki kekurangan dalam proses jual beli pakaian secara *online* nya agar dalam jual beli pakaian secara *online* yang dijalankan dapat menguntungkan kedua belah pihak di masa kehidupan dunia maupun Akhirat.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah informasi untuk memperoleh hasil penelitian yang lebih maksimal, dan juga mengkaji lebih dalam tentang etika bisnis Islam terhadap penerapan Jual beli pakaian secara *online* terutama pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan.
3. Bagi penjual dan pembeli *online* kesadaran dan peran dalam hal ini dituntut untuk mengerti dan memahami etika bisnis dalam islam yang diterapkan pada etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli pakaian secara *online*, sehingga kedepannya tidak ada lagi hambatan-hambatan yang menyebabkan kekecewaan yang dirasakan penjual ataupun pembeli

DAFTAR PUSTAKA

- Aedy Hasan, *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*, Bandung: Alfabeta, 2011
- Alimin Muhammad, *Ekonomi Islam dalam Berbasis*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014
- Amiur Naruddin, dan Faisal Ananda ArfaVeithzal rivai, *Islam Business and Economic Ethics*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012
- Arifin Johan, *Etika Bisnis Islam*, Semarang: Walisongo Press, 2009
- Arifin Zainal, *Penelitian Pendidikan*, Bandung: PT Rosdakarya, 2012
- Arikunto Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Bandung: PT. Rosdakarya, 2012
- Arikunto Suharsimi, *Prosedur Penelitian Ilmiah: Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2015
- Aziz Abdul, *Etika Bisnis Presepektif Islam*, Bandung: Alfabeta, 2013
- Badroen Faisal, *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: Kencana, 2007
- Baidan Nashruddin, *Ekonomi Islam dalam Berbisnis*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014
- Beni Ahmad Saebani dan Boedi Abdullah, *Metode Penelitian Ekonomi Islam (Muamalah)*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2014
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Bandung: Diponegoro, 2011
- Dewi Genala, dkk *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, cet 2, Jakarta: Kencana, 2005
- Djafar Muhammad, *Etika Bisni dalam Prespektif Islam*, Malang: UIN-Malang Press, 2007
- Haroen Nasrun, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Gaya Media Pratama, 2000
- Hasil Angket yang disebar melalui google form kepada Mahasiswa FEBI
http://docs.google.com/forms/d/1HZ9XTVvRQEJWDJNr6JOd31QydvwB7p0SZ_GXxRa74/edit
- Hidayah Enang, *Figh Jual Beli*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015

<http://www.Cermati.com>, diakses 29 Desember 2021 pukul 19.50 WIB

Idri, *Hadis Ekonomi: Ekonomi dalam Prespektif Hadis Nabi*, Jakarta: Prenamedia Group, 2015

Isa Beekum Rafik, *Etikas Bisnis Islami*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007

J. Maleong Lexy, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014

Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syari'ah*, Jakarta: Bumi Aksara, 2008

Lukman Fauoni dan Muhammad, *Visi Al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis*, Jakarta: Salemba Diniyah, 2002

Mudailullah, *Methodologi Fiqh Muamalah*, Lirboyo: Laskar Pelangi, 2013

Mustofa Imam, *fiqh Mua'amalah Kontemporer*, Jakarta: PT, Raja Grafindo Persada, 2016

Nasution S, *Metode Penelitian Naturalistif*, Bandung: Tarsito, 1988

Noor Juliansyah, *Metode Penelitian: Skripsi Tesis, dan Karya Ilmiah*, Jakarta: Kecana, 2012

Nur Fitria Tira, "Jual Beli Online (*Online Shop*) dalam hukum Islam dan Hukum Negara," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 03 No. 01 (Maret 2017)

Rahma Tri, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, Surabaya: Karya Agung, 2011

Rahman Ghazali Abdul, dkk *Fiqh Muamalat* Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012

Shobirin, Jual Beli Dalam Perdagangan Islam, *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, Vol. 3, No. 2 (2015)

Siswadi, Jual Beli Dalam Islam, *Jurnal Ummul Qura*, Vol. III, No. 2 (2013)

Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: CV. Alfabeta, 2008

Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, Bandung: Alfabeta, 2014

Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta, 2013

Suhendi Hendi, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: PT Raja Gravindo Persada, 2008

Syafi'I Rahmat, *Fiqh Muamalah*, Bandung: Pustaka Pelajar, 2004

DOKUMENTASI















