

**ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP JUAL BELI TAS SECARA
ONLINE DI KOTA LANGSA**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



SITI YULIANISA KHAIRANI

NIM 4022015034

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
LANGSA
2022**

KATA PENGANTAR



Assalammu'laikum Wr.Wb.

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini, shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang kita harapkan pertolongannya di hari kiamat.

Skripsi ini berjudul “Penerapan Etika Bisnis Islam terhadap Jual Beli Tas Secara Online di Kota Langsa”.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dan kerjasama yang baik dari berbagai pihak tidak bisa menyelesaikan penelitian ini. Maka pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Basri, MA, selaku Rektor pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa.
2. Bapak Prof. Dr. Iskandar, M.CL selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa.
3. Bapak Dr. Fahriansah, Lc, MA selaku pembimbing pertama dan Ibu Mutia Sumarni, SE, MM, selaku pembimbing kedua yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran yang sangat berharga bagi penulis.
4. Dosen dan staff pengajar serta seluruh karyawan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa.

5. Kedua orang tua yang telah memberikan dukungan selama penulis menyelesaikan penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, tetapi penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Langsa, 24 Mei 2022
Penulis,

Siti Yulianisa Khairani

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul:

**ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP JUAL BELI TAS
SECARA ONLINE DI KOTA LANGSA**

Oleh :

Siti Yulianisa Khairani

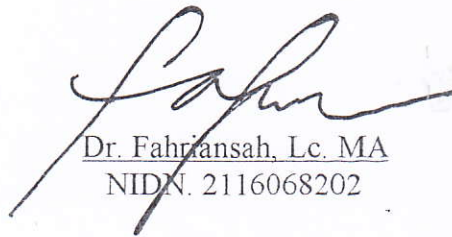
NIM : 4022015034

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Program Studi Ekonomi Syariah

Langsa, 23 Juli 2022

Disetujui Oleh :

Pembimbing I



Dr. Fahriansah, Lc. MA
NIDN. 2116068202

Pembimbing II



Mutia Sumarni, SE, MM
NIDN. 2007078805

Mengetahui
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Dr. Fahriansah, Lc. MA
NIDN. 2116068202

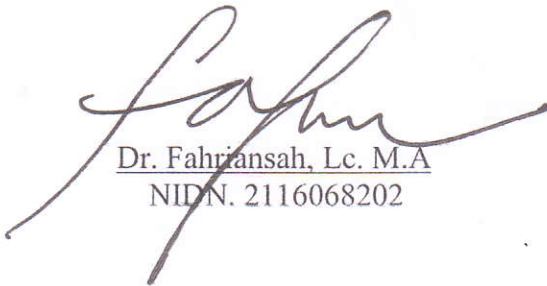
LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi berjudul “**ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP JUAL BELI TAS SECARA ONLINE DI KOTA LANGSA**”, an. Siti Yulianisa Khairani, NIM 4022015034 Program Studi Ekonomi Syariah telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa pada tanggal 03 Agustus 2022. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (SE.) pada Program Studi Ekonomi Syariah.

Langsa, 03 Agustus 2022

Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Langsa

Penguji I



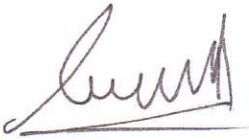
Dr. Fahransah, Lc. M.A
NIDN. 2116068202

Penguji II



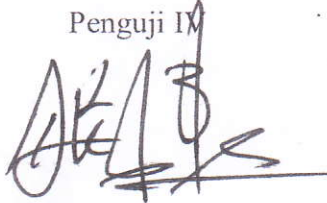
Mutia Sumarni, SE, MM
NIDN. 2007078805

Penguji III



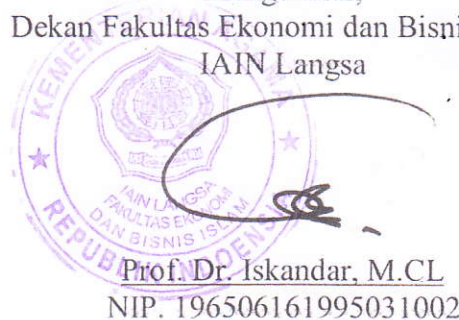
Dr. Mulyadi, M.A
NIP. 19770729 200604 1 003

Penguji IV



Asrul, S.Pd.I, M.A
NIDN. 2010098801

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Langsa



Prof. Dr. Iskandar, M.CL
NIP. 196506161995031002

ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP JUAL BELI TAS SECARA ONLINE DI KOTA LANGSA

Oleh

SITI YULIANISA KHAIRANI

ABSTRAK

Dalam jual beli online, penjual dituntut bersikap tidak bertentangan secara disengaja antara ucapan dan perbuatan dalam bisnisnya. Mereka harus tepat janji, tepat waktu, mengakui kelemahan dan kekurangan, selalu memperbaiki kualitas barang atau jasa secara berkesinambungan serta tidak boleh menipu dan berbohong. Penjual harus amanah dengan menampilkan sikap keterbukaan, kejujuran, pelayanan yang optimal, dan berbuat baik dengan segala hal, apalagi berhubungan dengan pelayanan masyarakat. Dengan sifat amanah, pelaku harus usaha memiliki tanggung jawab untuk mengamalkan kewajiban-kewajibannya. Dari pengamatan peneliti, diketahui bahwa ada beberapa permasalahan yang terjadi pada jual beli online di Kota Langsa. Diantaranya adanya penjual online yang memcantumkan gambar di media sosial dimana gambar tersebut tidak sesuai dengan aslinya. Terkadang yang penjual online cantumkan di media sosial tidak menjelaskan mengenai spesifikasi barang tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan Etika Bisnis Islam terhadap jual beli tas secara online di Kota Langsa. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif. Dari hasil penelitian dapat dijelaskan bahwa sistem jual beli tas secara online di Kota Langsa yaitu dengan mempromosikan produk melalui media sosial yaitu Instagram, Facebook, dan Whatsapp. Untuk konsumen di luar Kota Langsa, penjualan dilakukan dengan pengiriman melalui kurir dengan syarat harus melakukan transfer terlebih dahulu sejumlah uang untuk melakukan pembelian tas. Untuk konsumen yang berdomisili di Kota Langsa, pada umumnya konsumen langsung datang ke toko untuk melihat dan membeli langsung tas yang diminati. Saran yang dapat diberikan yaitu hendaknya setiap penjual tas online sebaiknya menjual produknya dengan memberitahu terlebih dahulu kualitas tas yang dijual walaupun tas tersebut adalah tas tiruan. Hal ini dilakukan untuk menghindari kekecewaan konsumen

Kata Kunci: *Etika Bisnis Islam, Jual Beli Online*

SURAT PERNYATAAN

yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Yulianisa Khairani

NIM : 4022015034

Pekerjaan : Mahasiswa

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **“ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP JUAL BELI TAS SECARA ONLINE DI KOTA LANGSA”** benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Langsa, 18 Agustus 2022
Yang membuat pernyataan

Materai 10000

Siti Yulianisa Khairani

DAFTAR ISI

	Hal
PERSETUJUAN	i
PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
TRANSLITERASI	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	9
1.5. Penjelasan Istilah	10
1.6. Penelitian Terdahulu	10
1.7. Metodologi Penelitian	16
BAB II LANDASAN TEORI	24
2.1. Etika Bisnis Islam	24
2.1.1 Pengertian Etika Bisnis Islam	24
2.1.2 Macam-macam Etika Bisnis Islam	26
2.1.3 Ketentuan Dasar Etika Bisnis Islam	28
2.1.4 Etika Bisnis Islam dalam Jual Beli Online	35
2.2. Jual Beli Online	42
2.2.1 Pengertian Jual Beli	42
2.2.2 Pengertian Jual Beli Online	52
2.2.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pembelian ..	54
2.2.4 Indikator Jual Beli Online	56
BAB III SISTEM JUAL BELI TAS SECARA ONLINE DI KOTA LANGSA	58
3.1. Gambaran Umum Kota Langsa	58
3.2. Gambaran Galeri Jual Beli Tas di Kota Langsa	59
3.3. Sistem Jual Beli Tas Secara Online di Kota Langsa	61
BAB IV PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM JUAL BELI TAS SECARA ONLINE DI KOTA LANGSA	64
4.1. Kesatuan (<i>Tauhid</i>)	64
4.2. Keseimbangan (Keadilan)	65
4.3. Kehendak Bebas (<i>Ikhtiyar</i>)	66

4.4. Tanggung Jawab	67
4.5. Kebenaran (Kebajikan dan Kejujuran)	70
BAB V PENUTUP	72
5.1. Kesimpulan	72
5.2. Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	74

DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel	
1.1 Penelitian Terdahulu.....	11

DAFTAR LAMPIRAN

	Hal
Lampiran 1 Transkrip Wawancara.....	77

PEDOMAN TRANSLITERASI

1. Transliterasi berfungsi untuk memudahkan penulis dalam memindahkan bahasa asing ke dalam bahasa Indonesia. Pedoman transliterasi harus konsisten dari awal penulisan sebuah karya ilmiah sampai akhir. Penulisan transliterasi Arab-Latin dalam skripsi ini disesuaikan dengan penulisan transliterasi Arab-Latin mengacu kepada keputusan bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI tahun 1987 Nomor: 158 tahun 1987 dan Nomor: 0543b/u1987, sebagai berikut:

No	Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
1	ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
2	ب	Ba	B	Be
3	ت	Ta	T	Te
4	ث	Sa	Ś	Es (dengan titik di atas)
5	ج	Jim	J	Je
6	ح	Ha	H	Ha (dengan titik di bawah)
7	خ	Kha	Kh	Ka dan ha
8	د	Dal	D	De
9	ذ	Dzal	Z	Zet
10	ر	Ra	R	Er
11	ز	Zai	Z	Zet
12	س	Sin	S	Es
13	ش	Syin	Sy	Es dan ye
14	ص	Shad	Sh	Es dan ha
15	ض	Dhad	Dh	De dan ha
16	ط	Tha	Th	Te dan ha
17	ظ	Zhaa	Zh	Zet dan ha
18	ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
19	غ	Ghain	Gh	Ge dan ha
20	ف	Fa	F	Ef

21	ق	Qaf	Q	Ki
22	ك	Kaf	K	Ka
23	ل	Lam	L	El
24	م	Min	M	Em
25	ن	Nun	N	En
26	و	Waw	W	We
27	ه	Ha	H	Ha
28	ء	Hamzah	‘	Apostref
29	ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal rangkap atau diftong bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dengan huruf, transliterasinya dalam tulisan Latin dilambangkan dengan gabungan huruf sebagai berikut:
 - a. Vokal rangkap (أَوْ) dilambangkan dengan gabungan huruf *aw*, misalnya: *al-yawm*.
 - b. Vokal rangkap (أَيَّ) dilambangkan dengan gabungan huruf *ay*, misalnya: *al-bayt*.
3. Vokal panjang atau maddah bahasa Arab yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya dalam tulisan Latin dilambangkan dengan huruf dan tanda *macron* (coretan horisontal) di atasnya, misalnya (الْفَاتِحَةُ = *al-fāṭihah*), (الْعُلُومُ = *al-‘ulūm*) dan (قِيمَةٌ = *qīmah*).
4. Syaddah atau tasydid yang dilambangkan dengan tanda syaddah atau tasydid, transliterasinya dalam tulisan Latin dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang bertanda syaddah itu, misalnya (حَدُّ = *haddun*), (سَدُّ = *saddun*), (طَيِّبٌ = *tayyib*).
5. Kata sandang dalam bahasa Arab yang dilambangkan dengan huruf alif-lam, transliterasinya dalam tulisan Latin dilambangkan dengan huruf “al”, terpisah

dari kata yang mengikuti dan diberi tanda hubung, misalnya (البَيْت = *al-bayt*),
(السَّمَاء = *al-samā'*).

6. *Ṭā'* *marbūṭah* mati atau yang dibaca seperti ber-*h* *arakat sukun*, transliterasinya dalam tulisan Latin dilambangkan dengan huruf “h”, sedangkan *ṭā'* *marbūṭah* yang hidup dilambangkan dengan huruf “t”, misalnya (رُوْيَةُ الْهَيْلَال = *ru'yah al-hilāl* atau *ru'yatul hilāl*).
7. Tanda apostrof (') sebagai transliterasi huruf hamzah hanya berlaku untuk yang terletak di tengah atau di akhir kata, misalnya (رُوْيَةُ = *ru'yah*), (فُقَهَاء = *fuqahā'*).

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Jumlah pengguna internet di Indonesia setiap tahun mengalami peningkatan yang mampu membuat teknologi internet semakin besar. Peningkatan jumlah pengguna internet didukung oleh peningkatan jumlah pertumbuhan masyarakat di Indonesia yang sangat tinggi. Jumlah pengguna internet di Indonesia hingga tahun 2016 mencapai 132,7 juta orang. Menurut data dari APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) tanggal 19 Februari 2018, jumlah pengguna internet tahun pada 2017 telah mencapai 143,26 juta jiwa atau setara 54,69 persen dari total jumlah penduduk Indonesia¹ dimana Internet merupakan media informasi yang sangat cepat dan efisien dalam penyebaran informasi dan tidak lepas dari jarak dan waktu, sehingga keberadaan media ini telah membentuk suatu budaya masyarakat yang baru, untuk mencari informasi melalui internet dapat dilakukan dengan mengunjungi situs yang berhubungan dengan informasi yang dibutuhkan.²

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

¹Chandra Wijaya Dan Sesilya Kempa, *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Produk Fashion Di Lazada*, Agora Vol. 6, No. 2 (2018)

²Sari Wahyuni, Herry Irawan, Dan Endang Sofyan, Jurnal “*Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Situs Online Fashion Zalora.Co.Id*”, Issn : 2355-9357 E-Proceeding Of Management : Vol.4, No.2 Agustus 2017, Hal. 1406

transaksi perdagangan. Transaksi yang dilakukan dengan cara konvensional tersisihkan oleh sistem transaksi dengan cara *online*. Barang yang di jual berada di dekat pembeli, beralih kepada sistem *online* yang kebalikan dari jual beli yang biasanya (konvensional) dimana pembeli dan penjual tidak bertemu langsung dan barang yang di jual hanya berbentuk gambar atau tulisan yang menjelaskan spesifikasi dari barang. Transaksi dapat dilakukan setiap saat dengan cara mengakses sistem produk yang diinginkan dalam jaringan internet. Jika pemakaian internet disalahgunakan, maka akan menimbulkan banyak kerugian dari pihak pembeli. Kebutuhan dan penggunaan teknologi informasi dalam segala bidang, salah satunya adalah jual beli online. Internet telah menciptakan dunia baru yang dinamakan *cyberspace*, yaitu sebuah dunia komunikasi berbasis komputer yang menawarkan realitas yang baru berbentuk virtual (tidak langsung dan tidak nyata).³

Akan tetapi tidak dapat dipungkiri bahwa teknologi internet memunculkan dampak negatif yang tidak kalah banyak dengan dampak positifnya. Internet membuat kejahatan yang semula seperti pengancaman pencurian maupun penipuan kini dapat dilakukan dengan mudah melalui media internet dengan resiko tertangkap yang sangat kecil yang mana dilakukan oleh individu maupun kelompok dengan akibat kerugian yang lebih besar baik bagi masyarakat maupun negara disamping itu dapat menimbulkan kejahatan-kejahatan baru.

³ Agus Arijanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis (Cara Cerdas Dalam Memahami Konsep Dan Faktor-Faktor Etika Bisnis Dengan Beberapa Contoh Praktis)*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), H 66-67.

Menurut Milton Friedman tidak mungkin jika bisnis tidak mencari keuntungan yang menjadi salah satu motivasi atau daya tarik bagi masyarakat yang melakukan kegiatan bisnis atau disebut dengan pelaku bisnis. Menurut Friedman mencari keuntungan bukan hal yang buruk karena semua orang ketika berbisnis selalu mempunyai satu motivasi dasar, yaitu mencari keuntungan, artinya kalau semua orang masuk dalam dunia bisnis dengan satu motivasi dasar untuk mencari keuntungan, maka sah dan etis jika saya pun mencari keuntungan dalam berbisnis.⁴

Di dalam era modern ini bagi semua pelaku bisnis untuk menghadapi persaingan dan mewujudkan persaingan yang sehat di dalam bisnis, diperlukan adanya aturan yang juga dikenal dengan istilah Etika Bisnis. Etika Bisnis sangat berperan penting di dalam dunia bisnis karena sangat bermanfaat untuk mengendalikan persaingan dalam bisnis agar tidak melenceng dari norma-norma yang ada karena etika pada dasarnya adalah moral atau standar menyangkut benar salahnya atau baik buruknya satu perbuatan dan salahsatunya adalah perbuatan-perbuatan dalam berbisnis.

Tujuan lain Etika Bisnis bukan mengubah keyakinan moral seseorang, melainkan untuk meningkatkan keyakinan itu sehingga seseorang percaya pada diri sendiri dan akan memperlakukannya di bidang bisnis.⁵ Dengan demikian pelaku bisnis yang melakukan kegiatan bisnisnya dapat mengetahui bahwa ia melakukan kegiatan bisnis tidak semata-mata untuk mencari keuntungan saja

⁴ Agus Arijanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis (Cara Cerdas Dalam Memahami Konsep Dan Faktor-Faktor Etika Bisnis Dengan Berbagai Contoh Praktis)*, Cet. II, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), H. 22.

⁵ Simorangkir, *Etika: Bisnis, Jabatan, Dan Perbankan*, Cet. 1, (Jakarta: Rineka Cipta, 2003), H. 30-32.

melainkan untuk mencari Ridha Allah SWT dengan cara yang baik yang mementingkan kepuasan konsumen dan tidak menzalimi pihak konsumen.

Dalam penalaran moral seseorang, dia harus selalu mengikuti standar moral yang berlaku dalam masyarakat kemanapun dimanapun dia berada. Pandangan lain dan kritikus relativisme etis, bahwa ada standar moral tertentu yang harus diterima oleh anggota masyarakat manapun jika masyarakat itu akan terus berlangsung dan jika anggotanya ingin berinteraksi secara efektif. Relativisme etis mengingatkan kita bahwa masyarakat yang berbeda memiliki keyakinan moral yang berbeda, dan kita hendaknya tidak secara sederhana mengabaikan keyakinan moral kebudayaan lain ketika mereka tidak sesuai dengan standar moral kita.⁶

Etika dalam ajaran Islam menuntun seluruh aspek perilaku kehidupan manusia, hampir setiap individu berhadapan dengan berbagai permasalahan etis baik menjalankan bisnis maupun menjalankan aktivitas sehari-hari. Bisnis yang sehat adalah bisnis yang berlandaskan etika, pelaku bisnis muslim hendaknya memiliki kerangka Etika Bisnis yang kuat sehingga mengantarkan aktivitas bisnis nyaman dan berkah.⁷

Jika memang demikian, pertanyaannya adalah apakah etika bisnis yang sekarang banyak berkembang hanya sebatas objek kajian akademis ataukah merupakan ilmu terapan yang seharusnya dijadikan panduan bagi para pelaku bisnis. Ataukah berfungsi kedua-duanya sebagai komoditas kajian dan sekaligus sebagai panduan? Untuk menjawab persoalan ini bisa dikembalikan pada arti atau

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

⁷ Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Upp-Amp- Ykpn, 2004), h. 95.

fungsi "etika" itu sendiri yang dibedakan "etika sebagai praktis" dan "etika refleksi". Dengan memperhatikan fungsi etika seperti ini pada akhirnya kita bisa menganalogikan fungsi "etika bisnis "sebagai" praksis "dan" refleksi".⁸

Etika bisnis Islam sebagai tataran praksis bisa bertolak dari sebuah pertanyaan, sejauh manakah nilai-nilai dan norma-norma moral Islam telah dipraktikkan dalam bisnis. Pertanyaan ini bisa digunakan untuk mengukur praktik bisnis di era globalisasi yang ditandai dengan kemajuan teknologi dan informasi dimana etika bisnis mulai menipis. Masyarakat bisnis sebagian besar lebih mengedepankan kepentingan bisnis (korporat) dari pada kepentingan orang. Mereka lebih mengedepankan kepentingan diri sendiri daripada kepentingan orang lain dan seterusnya. Istilah-istilah mulai menipis, lebih mementingkan bisnis, dan mengedepankan diri sendiri sebagai indikasi bahwa norma-norma moral dewasa ini hampir pasti sudah tidak mendapat tempat lagi dalam hati sanubari para pelaku bisnis. Mementingkan diri sendiri sama halnya dengan mulai pudarnya moral altruis yang mengajarkan kepedulian pada orang lain.⁹

Karena itu etika bisnis Islam sebagai praksis ukurannya sama halnya dengan moral atau moralitas dalam menjawab pertanyaan: apa yang harus dilakukan. Selain pertanyaan: tidak boleh dilakukan, pantas dilakukan dan lain sebagainya. Apabila dalam praktiknya para pelaku bisnis bersikap jujur dalam timbangan, jujur dalam beriklan, menghindari monopoli dan nepotisme, bersikap adil, ramah pada konsumen menjauhi pembajakan dalam bentuk apapun memperhatikan pelestarian dan kebersihan lingkungan, bersikap baik sesama

⁸Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islami: Tataran Teoritis dan Praksis*, (Malang: UIN-Malang Press, 2008), hal. 76-77.

⁹*Ibid.*, hal. 77.

pesaing, dan lain sebagainya, maka berarti mereka telah memperhatikan norma-norma moral yang terpuji atau dalam islam, sederet norma ini dikenal dengan istilah akhlak yang "terpuji". Jika memang demikian, ini berarti bahwa nilai-nilai dan norma-norma akhlak benar-benar mempunyai makna dalam kehidupan, khususnya dalam dunia bisnis yang sangat rentan dengan perilaku menyimpang yang sangat dibenci dalam islam.¹⁰

Lain halnya dengan etika bisnis sebagai refleksi, yang dimaksud dengan etika sebagai pemikiran moral dalam hubungannya dengan aktivitas bisnis. Etika dalam tataran yang kedua ini lebih terfokus pada pemikiran tentang apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan dalam bisnis. Etika sebagai refleksi menjadikan etika profesi sebagai objek kajiannya. Misalnya menyurati penyimpangan perilaku bisnis yang sekarang banyak dirilis melalui media elektronik dan cetak antara lain tentang maraknya pembajakan, suburnya nepotisme kerusakan lingkungan oleh para pengusaha penayangan iklan yang kurang edukatif dan masih banyak yang lagi.¹¹

Jual beli online ialah jual beli barang dan jasa melalui media elektronik, khususnya melalui internet atau secara online. Salah satu contoh ialah penjualan produk secara online melalui internet. Jual beli melalui internet adalah jual beli yang terjadi di media elektronik, yang mana transaksi jual beli tidak mengharuskan penjual dan pembeli bertemu secara langsung atau saling bertatap

¹⁰*Ibid.*, hal. 77-78.

¹¹*Ibid.*, hal. 79.

muka secara langsung, dengan menentukan ciri-ciri, jenis barang, sedangkan untuk harganya dibayar terlebih dahulu baru barangnya kemudian diserahkan.¹²

Jual beli diatas sangat berbeda dengan aktivitas jual beli online yang diterapkan pada beberapa kasus jual beli online di Kota Langsa. Bisnis jual beli secara online sedang berkembang pesat di Kota Langsa. Pendapatan yang besar dan cenderung mudah, menjadi daya tarik tersendiri untuk berjualan secara online. Penjual online tidak mesti para pedagang professional, pelajar dan mahasiswa pun banyak merambah menjadi penjual online. Di Kota Langsa, kebanyakan penjual online menjual tas yang menjadi kebutuhan masyarakat, baik itu untuk sekolah, kantor, acara resmi maupun tas kasual untuk keseharian. Dimana satu orang biasanya mempunyai lebih dari dua tas sesuai dengan kebutuhan dan penampilan gaya.

Kebutuhan dan minat beli masyarakat yang tinggi di Kota Langsa tersebut dimanfaatkan oleh para pelaku usaha untuk membuka bisnis online tas. Akan tetapi, banyak ditemui kasus dimana para pelaku bisnis online yang melakukan kecurangan. Seperti ketidaksesuaian antara gambar barang dengan yang aslinya serta tidak ada deskripsi mendetail (ukuran panjang, lebar, tinggi, bahan produk, dan sebagainya) mengenai produk tersebut. Hal itu dilakukan para penjual online agar bisa menarik perhatian pembeli. Pemilik Putri Gallery sedikit kurangnya hanya menaruh sebagian detail ukuran dan bahan produk pada postingan gambarnya. Untuk gambar yang diposting pun sebagian gambar menggunakan

¹² Tira Nur Fitria, *Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) Dalam Hukum Islam Dan Hukum Negara*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Vol. 03, No. 01 (2017), hal. 52.

gambar asli dan sebagian lagi gambar yang di dapat dari distributor dimana telah melalui proses editing sehingga produk terlihat lebih menarik.¹³

Dalam jual beli online, penjual dituntut bersikap tidak bertentangan secara disengaja antara ucapan dan perbuatan dalam bisnisnya. Mereka harus tepat janji, tepat waktu, mengakui kelemahan dan kekurangan, selalu memperbaiki kualitas barang atau jasa secara berkesinambungan serta tidak boleh menipu dan berbohong. Penjual harus amanah dengan menampilkan sikap keterbukaan, kejujuran, pelayanan yang optimal, dan berbuat baik dengan segala hal, apalagi berhubungan dengan pelayanan masyarakat. Dengan sifat amanah, pelaku harus usaha memiliki tanggung jawab untuk mengamalkan kewajiban-kewajibannya.¹⁴

Dari pengamatan peneliti, diketahui bahwa ada beberapa permasalahan yang terjadi pada jual beli online di Kota Langsa. Diantaranya adanya penjual online yang memcantumkan gambar di media sosial dimana gambar tersebut tidak sesuai dengan aslinya. Terkadang yang penjual online cantumkan di media sosial tidak menjelaskan mengenai spesifikasi barang tersebut. Gambar produk yang dipajang di media sosial terlihat menarik dan bagus, namun setelah barang diterima oleh pembeli, barang yang diterima jauh berbeda dengan gambar yang dicantumkan. Selain itu, terkadang penjual tidak jujur terhadap kualitas merek tas yang dijual sehingga menjualnya dengan harga yang lebih mahal. Terkadang konsumen yang mengetahui kualitas tas yang dijual merasa kecewa karena harga yang dijual terlalu mahal dan bahkan penjual mengatakan harga mahal tersebut karena kualitas tas cukup baik, namun kenyataannya tidak demikian.

¹³ Observasi Putri Gallery, Tanggal 07 Januari 2021, Pukul 10.40 WIB.

¹⁴ Veithzal Rivai, *Islamic Business And Economic Ethics*, hal. 237.

Jual beli online tas di Kota Langsa dipilih sebagai lokasi penelitian, karena terdapat banyak kalangan yang melakukan praktik jual beli online yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam. Dari penjelasan yang diuraikan dalam latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dimana judul penelitian ini adalah **“Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Tas Secara Online Di Kota Langsa”**.

1.2 Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi pada 5 (lima) toko di Kota Langsa yang menjual tas secara online, yaitu Putri Gallery, Bubbleshopy, Byrohali, PDITA.Shop, dan Gallery Bag Langsa.

1.3 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana sistem jual beli tas secara online di Kota Langsa?
2. Bagaimana penerapan Etika Bisnis Islam terhadap jual beli tas secara online di Kota Langsa?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui bagaimana sistemjual beli tas secara online di Kota Langsa.
2. Mengetahui bagaimana penerapan Etika Bisnis Islam terhadap jual beli tas secara online di Kota Langsa.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara teoritis

Mampu memberikan sumbangan dalam memperluas ilmu pengetahuan, khususnya yang berkaitan dengan *Online Shop*.

2. Secara praktis

Menjadi bahan referensi atau bacaan, khususnya bagi pihak yang mengadakan penelitian sejenis.

1.6 Penjelasan Istilah

1.6.1 Etika Bisnis Islam

Etika Bisnis Islam adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas yang sesuai dengan syariat Islam.¹⁵

1.6.2 Jual Beli Online

Jual beli adalah transaksi tukar-menukar uang dengan barang berdasarkan suka sama suka menurut cara yang ditentukan syariat, baik dengan ijab dan Kabul yang jelas, atau dengan cara saling memberikan barang atau uang tanpa mengucapkan ijab dan Kabul, seperti yang berlaku pada pasar swalayan. Jual.¹⁶ Jual beli online adalah transaksi jual beliyang dilakukan melalui media elektronik.

¹⁵ Faisal Badroen., Et Al., *Etika Bisnis Dalam Islam* Cet. II. (Jakarta: Kencana, 2007), H. 15

¹⁶Rozalinda, *Fiqih Ekonomi Syariah: Prinsip dan Implementasi pada Sektor Keuangan Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), hal. 64

1.7 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan telaah pustaka yang berasal dari penelitian-penelitian yang sudah pernah dilakukan.

No	Nama	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Musdalifah. ¹⁷	“Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Sistem Pemasaran Jual Beli Online Di Kota Parepare”	Kualitatif	Adapun yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini yaitu: Bagaimana Etika Bisnis Islam terhadap Mekanisme pemasaran terhadap jual beli <i>online</i> di kota Parepare. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Saat ini penjual atau pelaku usaha jual beli <i>online</i> Kota Parepare dalam memasarkan produknya dengan cara menggunakan <i>sosmed</i> (sosial media). Dimana harga yang sesuai dengan kualitasnya atau ditentukan sesuai dengan harga yang ada di pasar dan transaksi yang sering dilakukan oleh penjual

¹⁷Musdalifah, *Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Sistem Pemasaran Jual Beli Online Di Kota Parepare*, (Parepare: Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Parepare, 2017)

				<p>dan konsumen atau pembeli adalah COD (<i>Cash On Delivery</i>). 2) Sebagian penjual atau pelaku usaha telah menerapkan Etika Bisnis Islam dalam berdagang, dan sebagian yang lain masih belum menerapkan Etika Bisnis Islam tersebut. Hal ini karena masih ada diantara mereka yang menyembunyikan kualitas dan kuantitas barangnya dengan tujuan tertentu.</p>
2.	<p>Yesi Oktafiani, Asep Ramdan Hidayat, dan Muhammad Yunus.¹⁸</p>	<p>“Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Praktek Jual Beli di Fasilitas Publik”</p>	Kualitatif	<p>Perdagangan yang dilakukan di Pasar Parit 11 merupakan perdagangan yang dilakukan di fasilitas publik. Fasilitas publik merupakan tempat umum yang di kelola oleh pemerintah untuk masyarakat dan digunakan secara</p>

¹⁸ Yesi Oktafiani, Asep Ramdan Hidayat, dan Muhammad Yunus, jurnal “*Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Parktek Jual Beli di Fasilitas Publik*”, Prosiding Hukum Ekonomi Syariah ISSN: 2460-2159 Tahun Akademik 2017-2018

				<p>bersama-sama, tetapi hal ini dipergunakan oleh pedagang untuk kepentingan individu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisis Etika Bisnis Islam terhadap Jual Beli di Fasilitas Publik (Studi Kasus Pasar Parit 11). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aktivitas yang dilakukan oleh pedagang Pasar Parit 11 merupakan perdagangan yang melanggar etika dan dilarang dalam Islam, karena perdagangan tersebut dilakukan di Fasilitas Publik menyebabkan kemacetan arus lalu lintas setiap harinya terutama di jam-jam padat, terhalangnya hak <i>Al-Murur</i> yaitu hak pejalan kaki, kemudian tidak menjaga lingkungan dengan</p>
--	--	--	--	---

				membuang sisa sampah disembarang tempat dan di bawah sungai-sungai yang menyebabkan tidak terjaganya kebersihan dan kenyamanan bagi masyarakat sekitar.
3.	Zainuddin. ¹⁹	“Transaksi Jual Beli <i>Online</i> Secara <i>Dropshipping</i> Dalam Perspektif Hukum Islam (Analisis <i>Bai ‘ Gh arar</i>)”	Kualitatif	Transaksi seperti <i>dropshipping</i> ini sama dengan transaksi <i>bai ‘ gharar</i> dalam Islam. <i>Bai ‘ gharar</i> yaitu segala bentuk jual beli yang di dalamnya terkandung <i>jahalah</i> (unsur ketidakjelasan) atau didalamnya terkandung unsur-unsur taruhan atau judi. Hukum Islam melarang semua bentuk transaksi jual beli seperti ini karena objek yang diperjualbelikan tersebut tidak jelas dan belum dimiliki oleh si <i>dropshiper</i> , sedangkan dalam Islam menjual barang yang bukan milik diri sendiri atau tidak ada

¹⁹Zainuddin, *Transaksi Jual Beli Online Secara Dropshipping Dalam Perspektif Hukum Islam (Analisis Bai ‘ Garar)*, (Banda Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, 2017)

				<p>izin dari si pemilik barang tersebut untuk menjual hukumnya adalah batal atau tidak sah. Akan tetapi pelaku usaha masih saja melakukan transaksi jual beli secara <i>dropshipping</i> tersebut walaupun sudah dilarang dalam Islam, dalam penelitian ini penulis ingin melihat faktor apa yang mempengaruhi <i>dropshiper</i> masih melakukan transaksi <i>dropshipping</i>. Hasil penelitian menunjukkan bahwa yang menjadi faktor <i>dropshiper</i> masih melakukan transaksi ini adalah karena minimnya pengetahuan tentang hukum Islam yang berkaitan dengan akad jual beli.</p>
--	--	--	--	---

Dari karya di atas, kesamaan yang terlihat dari penelitian Musdalifah dan Zainuddin dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang jual beli secara online, namun penelitian Musdalifah tidak berfokus pada satu orang yang

menjadi objek penelitian melainkan mengambil sampel dari beberapa orang yang menjalankan sistem jual beli secara online. Zainuddin lebih berfokus kepada dropshipper dalam perspektif hukum Islam. Sedangkan penelitian Yesi Oktafiani, dkk, lebih berfokus kepada praktek jual beli yang ada di dalam pasar.

Dari karya diatas, tidak ada yang secara spesifik melakukan pengidentifikasian tentang penerapan etika bisnis Islam dalam jual beli tas secara online. Oleh karenanya bahasan dalam penelitian ini menjadi sesuatu yang perlu guna pengembangan wacana sehingga pemahaman dan penerapan dapat dilakukan secara maksimal.

1.8 Metode Penelitian

1. Jenis dan Sifat Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian lapangan (*field reseach*) yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data-data lapangan yang berkaitan dengan judul penelitian.²⁰ Hal ini dikarenakan bahwa penelitian lebih menekankan pada data lapangan sebagai objek yang diteliti, sesuai dengan penelitian yang akan diteliti yaitu terkait tentang Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Tas Secara Online Di Kota Langsa.

Sesuai dengan sifat dan karakternya permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini menggunakan bentuk penelitian *kualitatif deskriptif* yaitu suatu penelitian yang berusaha mendeskripsikan, menjelaskan, memaparkan, dan menggambarkan secara sistematis serta akurat mengenai fakta-fakta tentang objek yang diteliti.

²⁰ Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), H. 57.

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama 1 bulan 5 hari dimulai dari 7 Juli 2021. Penelitian ini dilakukan dengan cara mendatangi pemilik Putri Gallery di Kp. Baru , Bubbleshop di Alue Dua, byRohali di Tualang Tengah, PDITA.Shop di Prumnas dan Gallery Bag Langsa di Sungai Pauh, di kediamannya masing-masing dan juga berkomunikasi melalui media sosial.

3. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pemilik dan konsumen Putri Gallery, Bubbleshop, byRohali, PDITA.Shop dan Gallery Bag Langsa yang berada di sekitaran kota Langsa dan juga *owner* dari masing-masing olshop. Penelitian menggunakan jenis sampel *Purposive Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel kriteria dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan penelitian menjelajahi obyek/ situasi sosial yang diteliti.²¹

Adapun pertimbangan dalam pengambilan sampel yaitu:

- a. Olshop berlokasi di Kota Langsa
- b. Produk yang dijual fokus pada jual beli tas
- c. Olshop sudah berdiri minimal 2 tahun
- d. Olshop aktif dalam mempromosikan produknya

4. Sumber Data

Secara data dalam penelitian ini yaitu:

²¹ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 54.

a. Data Primer

Data primer, adalah data yang secara langsung diperoleh oleh peneliti dari sumber primer (data asli).²² Data primer dalam penelitian ini berupa data atau hasil wawancara dengan pemilik Putri Gallery, Bubbleshop, byRohali, PDITA.Shop dan Gallery Bag Langsa dan beberapa orang yang menjadi konsumennya.

b. Data Sekunder

Data sekunder, adalah data yang diperoleh peneliti dari orang lain atau sumber sekunder jadi bukan asli.²³ Dalam penelitian ini, data sekunder tersebut berupa dokumen. Dokumen dari penelitian ini adalah data-data berupa seperti buku, koran, majalah, sumber bacaan dan literatur lainnya yang ada kaitannya dengan penelitian ini.

5. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data penelitian yang penulis gunakan dalam skripsi ini melalui kegiatan sebagai berikut:

1) Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang paling alamiah dan paling banyak digunakan tidak hanya dalam dunia keilmuan, tetapi juga dalam berbagai aktivitas kehidupan. Secara umum, observasi berarti pengamatan penelitian. Sedangkan secara khusus, dalam dunia penelitian, observasi adalah mengamati dan mendengar dalam rangka memahami, mencari jawaban, mencari bukti terhadap fenomena sosial-keagamaan (perilaku, kejadian-kejadian, keadaan

²² Cholid Narbuko Dan Abu Achmadi, *Metode Penelitian, Cet X*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), H. 34.

²³ *Ibid.*, H. 34.

benda dan simbol tertentu) selama beberapa waktu tanpa mempengaruhi fenomena yang diobservasikan, dengan mencatat, merekam, memotret fenomena tersebut guna penemuan data analisis.²⁴ Pengumpulan data melalui pengamatan terhadap fenomena-fenomena yang diteliti, lebih ditekankan pada fenomena sosial, ekonomi dan Agama yang berhubungan dengan penelitian.

2) Wawancara (*Interview*)

Wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan cara bertanya langsung (berkomunikasi) dengan informan, sehingga akan tercipta proses interaksi antara informan dengan pewawancara (peneliti). Wawancara juga merupakan suatu cara memperoleh keterangan tentang orang, kejadian, aktivitas, organisasi, perasaan, motivasi, pengakuan dan kerisauan. Selain itu, wawancara juga dapat diartikan suatu bentuk komunikasi antara dua orang yang melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari orang lain dengan mengajukan sejumlah pertanyaan berdasarkan tujuan tertentu yang ingin dicapai. Secara garis besar, wawancara dibagi menjadi dua yaitu wawancara terstruktur dan tidak terstruktur.²⁵

Wawancara tidak terstruktur sering disebut juga sebagai wawancara mendalam, wawancara kualitatif, wawancara terbuka atau wawancara bebas. Sedangkan wawancara terstruktur disebut juga wawancara baku yang susunan pertanyaannya sudah ditetapkan sebelumnya dengan pilihan jawaban yang sudah disediakan. Adapun dalam penelitian ini penulis memilih wawancara dilakukan secara tidak terstruktur (*unstructured interview*) atau wawancara mendalam

²⁴ Imam Suprayogo Dan Tobroni, *Metodologi Penelitian Sosial-Agama*, (Bandung: Remaja Remaja Rosdakarya, 2001), H. 167.

²⁵ Sugiono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2008), H. 64.

(*indepth interview*), namun tetap terfokus pada pokok permasalahan (*focused interview*).²⁶ Wawancara dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur yaitu wawancara dengan pedoman tertulis terhadap pemilik usaha jual beli tas online di Kota Langsa.

3) Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode pencarian data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, notulen, rapat, lengger, agenda dan sebagainya.²⁷ Dalam penelitian ini penulis mencatat sejumlah data dan keterangan yang diperoleh sebagai data pendukung berdasarkan kebutuhan penelitian.

6. Teknik Analisis Data

Adapun metode analisis yang digunakan penulis adalah deskriptif kualitatif. Deskriptif kualitatif adalah penelitian yang dimaksud untuk melukis, menggambarkan, tentang suatu proses atau peristiwa dengan tanpa menggunakan perhitungan atau angka-angka.²⁸ Metode ini penulis gunakan untuk menggambarkan dan menganalisis jual beli tas secara online di Kota Langsa di tinjau dari penerapan etika bisnis Islam.

Dalam tahapan analisis data, peneliti menggunakan tiga tahapan prosedur analisis data, yaitu: reduksi data, sajian data, penarikan kesimpulan.

a. Reduksi Data

Dalam proses ini, langkah-langkah yang diambil adalah melakukan reduksi data yaitu melalui proses ilmiah, mencari fokus dengan membuat

²⁶*Ibid.*, H.70.

²⁷ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Pt. Rineka Cipta, 2002), H.206.

²⁸*Ibid.*, H. 239.

ringkasan, mencari abstraksi, menambah atau mengurangi data kasar yang diperoleh dari lapangan. Reduksi data dan penyajian hasil tersebut ditarik kesimpulan. Jika pada sajian data masih terdapat kejanggalan, langkah selanjutnya adalah dilakukan reduksi dengan mencocokkan data yang ada dengan data yang lain atau mencari data baru. Begitu juga, jika penyajian data masih sulit disimpulkan maka proses reduksi dapat diulang kembali. Reduksi data yang penulis lakukan ialah selama pengumpulan data berlangsung, penulis membuat ringkasan dalam bentuk analisis yang menggolongkan, mengarahkan, serta membuang yang tidak perlu, dan membuat kesimpulan-kesimpulan yang berasal dari responden dan buku-buku yang mendukung.²⁹

b. Sajian Data

Data yang disajikan dalam penelitian adalah data yang sebelumnya sudah dianalisa, tetapi analisa yang dilakukan masih berupa catatan untuk kepentingan peneliti sebelum disusun dalam bentuk laporan. Setiap data yang sudah direduksi dapat disajikan untuk dianalisa dan disimpulkan. Apabila ternyata data yang disajikan belum dapat disimpulkan, maka data tersebut direduksi kembali untuk memperbaiki penyajian data. Setelah penulis melakukan reduksi data, langkah selanjutnya yaitu sajian data.³⁰ Sajian data yang penulis sajikan dalam penelitian ini adalah memasukkan data-data di lapangan yang berupa dokumen, hasil

²⁹ Khairul Bariah, “*Strategi Manajemen Usaha Ritel Studi Analisis Manajemen Syariah Pada Azqia Swalayan Kec. Karang Baru Kab. Aceh Tamiang*”, (Skripsi, Fakultas Syari’ah Iain Langsa, 2017), H. 22

³⁰*Ibid.*, H. 23.

wawancara dan hasil observasi akan dianalisis sehingga dapat memunculkan deskripsi tentang jual beli tas secara Online di Kota Langsadi tinjau dari Penerapan Etika Bisnis Islam.

c. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan dilakukan juga sejak permulaan pengumpulan data, penarikan kesimpulan sudah dilakukan yaitu dengan mempertimbangkan apa isi informasi dan maksudnya. Kesimpulan akhir harus dapat diperoleh pada saat data telah terkumpul yang dapat diwujudkan sebagai gambaran sasaran penelitian. Setelah data-data terkumpul, penulis mengelola data-data tersebut, dengan cara memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.³¹

1.9 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bab I : Pada bab ini dijelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penjelasan istilah, penelitian terdahulu, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II : Pada bab dua ini dijelaskan mengenai landasan teori yaitu tentang jual beli online dan etika bisnis Islam.

Bab III : Pada bab ini diuraikan tentang profil Putri Gallery, Bubbleshop, byRohali, PDITA.Shop dan Gallery Bag Langsa dan praktik jual beli

³¹*Ibid.*, H. 23-24.

masing-masing olshop.

Bab IV : Pada bab ini diuraikan tentang temuan penelitian tentang deskripsi data penelitian, bagaimana jual beli online di Kota Langsa dan bagaimana Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Tas Secara Online Di Kota Langsa.

Bab V : Pada bab terakhir ini merupakan kesimpulan yang diperoleh dari seluruh penelitian dan juga saran-saran.

BAB IV

PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM JUAL BELI TAS

SECARA ONLINE DI KOTA LANGSA

Dalam penerapan etika bisnis Islam haruslah memenuhi prinsip-prinsip antara lain:

4.1 Kesatuan(*Tauhid*)

Sumber utama etika Islam ialah kepercayaan penuh terhadap kesatuan Tuhan. Konsep tauhid yang menjadi dasar filosofi ini mengajarkan dua ajaran yang utama dalam ekonomi. *Pertama*, semua sumber daya yang ada di alam ini merupakan ciptaan dan milik Allah secara absolute (mutlak dan hakiki). *Kedua*, Allah menyediakan sumber daya alam yang sangat banyak untuk memenuhi kebutuhan manusia. Manusia yang berperan sebagai khalifah, dapat memanfaatkan sumber daya tersebut untuk kebutuhan hidupnya. Dalam perspektif teologi Islam, semua sumber daya yang ada, merupakan nikmat Allah yang tak terhitung (tak terbatas) banyaknya.

Pada umumnya owner tas di Kota Langsa menjual barang dagangannya memenuhi prinsip tauhid tersebut karena para pedagang menjual barang dagangannya tidak ada sedikitpun untuk membohongi konsumen. Hasil wawancara dengan owner Gallery Bag Langsa:

“Kalau ditanya mengenai etika bisnis Islam, saya tidak berani menipu konsumen. Saya berjualan karena Allah Swt. Tidak ada niat saya untuk menipu orang.”⁹⁹

⁹⁹ Hasil wawancara dengan Yulia Mandarin (owner Gallery Bag Langsa) pada tanggal 28 Juli 2021

Dari hasil wawancara di atas dapat dijelaskan bahwa Yulia Mandarin sebagai owner Gallery Bag berdagang dengan sungguh-sungguh tanpa ada keinginan untuk menipu orang lain. Ia tidak melupakan bahwa semua yang terjadi adalah karena izin Allah, baik itu barang dagangannya laku maupun tidak laku.

4.2 Keseimbangan (Keadilan)

Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai. Pengertian adil dalam Islam mengarahkan agar hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta, dan hak Allah dan Rasulnya berlaku sebagai *stakeholder* dari perilaku adil seseorang. Semua hak-hak tersebut harus ditempatkan sebagaimana mestinya (sesuai aturan syariah). Tidak mengakomodir salah satu hak di atas, karena dapat menempatkan seseorang tersebut pada kezaliman.

Pada umumnya para pedagang tas online di Kota Langsa tidak membedakan cara menjualnya kepada konsumen, baik itu konsumen yang berada di Langsa maupun luar Langsa. Walaupun owner meminta ongkos pengiriman apabila mengirim ke luar daerah adalah hal yang wajar dikarenakan pengiriman tersebut tidak dapat dijangkau oleh owner sehingga memerlukan jasa pengiriman barang.

Hasil wawancara dengan owner Bubbleshopy yaitu Nurfadhillah, beliau mengatakan:

“Saya pribadi tidak pernah membedakan harga, cara melayani konsumen, ataupun menjelek-jelekkan pedagang tas online lainnya. Saya fokus ke jualan saya, yang penting konsumen senang telah membeli

produk saya, dan saya berusaha semaksimal mungkin untuk melayani konsumen dengan baik”.¹⁰⁰

Dari hasil wawancara di atas diketahui bahwa owner olshop berupaya untuk memberikan pelayanan yang terbaik tanpa membeda-bedakan konsumennya. Hal ini memenuhi prinsip keseimbangan (keadilan) di dalam etika bisnis Islam.

4.3 Kehendak Bebas (*Ikhtiyar*)

Pengertian kebebasan dalam perspektif *ushul fiqh* berarti bahwa dalam *mu'amalah* Islam membuka pintu seluas-luasnya, dimana manusia bebas melakukan apa saja sepanjang tidak ada *nash* yang melarangnya. hal ini berdasarkan pada kaidah yang pada dasarnya dalam *mu'amalah* segala sesuatu dibolehkan sepanjang tidak ada dalil yang melarangnya. Dalam praktiknya, saat berdagang owner tidak terlepas dari komentar negatif dari konsumen. Salah satunya adalah Ibu Lia Sari, beliau mengatakan:

“Menurut saya tas yang dijual seperti merek Fossil terlalu mahal, pemilik menjualnya dengan harganya Rp 250.000, padahal tas yang dijual itu KW 3. Untuk yang KW 2 nya saja menurut saya tidak semahal itu”.¹⁰¹

Dari hasil wawancara di atas dapat dijelaskan bahwa tidak sedikit konsumen yang mengetahui kualitas sebuah tas yang dijual. Terkadang penjual mengatakan bahwa tas tersebut kualitasnya baik sehingga harganya relatif mahal, padahal tas yang dijual tersebut adalah tas tiruan.

Hasil wawancara dengan owner Gallery Bag Langsa, beliau mengatakan:

¹⁰⁰ Hasil wawancara dengan Nurfadhillah (owner Bubbleshopy) pada tanggal 28 Juli 2021

¹⁰¹ Hasil wawancara dengan Lia Sari (konsumen Bubbleshopy) pada tanggal 28 Juli 2021

“Ya saya menjual produk tas seperti merek Prada dengan kualitas KW 2. Saya menjualnya dengan harga Rp 125.000. Ada konsumen yang tau kualitas tas tersebut, ada juga yang tidak”.¹⁰²

Dari hasil wawancara di atas diketahui bahwa owner mendapatkan keuntungan dari tas yang ia jual dengan merek tertentu, meskipun tas tersebut adalah tas asli tapi tiruan..

Terkait dengan kualitas dan harga yang dijual, owner PDITA.Shop mengatakan:

“Saya menjual tas merek Hermes dengan harga Rp 220.000. Menurut saya konsumen tidak peduli dengan kualitasnya, yang penting ada logo Hermes dan harganya murah, mereka tertarik untuk membeli”.¹⁰³

Dari hasil wawancara di atas dapat dijelaskan bahwa untuk tas asli seperti Hermes harganya mencapai jutaan rupiah. Namun owner PDITA.Shop menjualnya dengan harga yang sangat murah yaitu Rp 220.000 dan ia mengatakan bahwa konsumen tidak terlalu peduli seperti apa kualitas tas tersebut.

Berdasarkan kehendak bebas, penjual tas online di Kota Langsa sudah sesuai dengan etika bisnis Islam, dimana penjual bebas menetapkan harga jual produknya. Sebagian konsumen juga mengetahui kualitas produk yang dijual dan tidak sedikit juga konsumen yang bersedia membeli harga yang telah ditetapkan.

4.4 Tanggung Jawab

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban. Untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia harus mempertanggungjawabkan

¹⁰² Hasil wawancara dengan Yulia Mandarin (owner Gallery Bag Langsa) pada tanggal 28 Juli 2021

¹⁰³ Hasil wawancara dengan Prilidita (owner PDITA.Shop) pada tanggal 28 Juli 2021

tindakannya. Secara logis aksioma ini berhubungan erat dengan aksioma kehendak bebas. Meskipun kedua aksioma itu merupakan pasangan secara alamiah, tapi itu tidak berarti bahwa keduanya secara logis atau praktis sedemikian terkait sehingga tidak bisa dibedakan satu sama lain.

Dalam sistem jual beli online, tidak terlepas dari adanya komplain dari konsumen. Misalnya soal ketersediaan barang dan juga kualitas produk yang dijual. Berikut ini hasil wawancara dengan konsumen terkait dengan kualitas barang yang dijual.

“Saya ada beberapa kali membeli tas di Putri Gallery, tapi pernah saat itu Instagram Putri Gallery memposting tas merek Furla, di foto yang diupload tas nya sesuai keinginan saya. Warnanya cantik dan ukurannya sesuai. Tapi waktu saya datang ke tokonya langsung, warnanya tidak sesuai dengan foto, tampak begitu norak dan ukurannya juga sangat kecil bagi saya”.¹⁰⁴

Berdasarkan wawancara di atas dapat dijelaskan bahwa konsumen mengeluhkan karena foto yang diposting di media sosial tidak sesuai dengan harapannya. Menurut konsumen, foto yang diupload lebih bagus daripada melihat tas itu secara langsung. Terkadang konsumen mengurungkan niatnya untuk membeli tas dikarenakan foto tas yang tidak sesuai dengan yang aslinya.

Selain itu, owner tas di Kota Langsa juga terkadang mendapat komplain dari konsumen, misalnya saja foto yang diposting di Instagram tidak sesuai dengan produk. Berikut ini hasil wawancara dengan owner ByRohali:

“Kalau kita upload ke media sosial sudah pasti hasil gambarnya terang dan jernih, apalagi kualitas kamera HP sekarang ini sudah canggih. Saya sering juga mendapat komplain dari konsumen, mereka tidak jadi membeli

¹⁰⁴ Hasil wawancara dengan Rina (konsumen Putri Gallery) pada tanggal 28 Juli 2021

produk saya, katanya tas yang saya jual keindahannya tidak sesuai dengan kenyataan”.¹⁰⁵

Dari hasil wawancara di atas dapat dijelaskan bahwa dalam jual beli tas secara online, owner mengupload foto dengan tingkat kejernihan yang sangat baik, terkadang melebihi keindahan produknya secara nyata. Sehingga owner juga sering dikomplain oleh konsumen karena mereka menganggap tas tersebut hanya menarik di fotonya saja, tapi tidak pada aslinya.

Prinsip tanggung jawab dalam etika bisnis Islam merupakan suatu perbuatan yang memiliki resiko, dimana pedagang harus bertanggung jawab terhadap segala bentuk perbuatan yang dilakukannya. Beberapa penjual tas online di Kota Langsa belum mempunyai rasa tanggung jawab sebab pedagang hanya tahu menjual dan tidak memikirkan dampaknya atau merugikan pemilik merek terkait barang yang dijual. Barang yang diperjualbelikan merupakan barang hasil tiruan yang diproduksi mirip dengan asli. yang dapat membantu pemalsuan merek yang dilakukan oleh produsen.

Menjual barang yang baik mutunya, menyembunyikan mutu produk sama halnya dengan bohong, berarti mengabaikan tanggung jawab moral dalam berbisnis. Sikap semacam itu bagian sebab yang menghilangkan sumber keberkahan karena dengan menyembunyikan mutu produk konsumen merasa terbohongi dan hak-haknya berkurang.⁵⁴ Dalam Al-Qur'an surah al-Qasas dijelaskan sebagai berikut:

¹⁰⁵ Hasil wawancara dengan Citra (owner ByRohali) pada tanggal 28 Juli 2021

وَقَالَ مُوسَىٰ رَبِّي أَعْلَمُ بِمَن جَاءَ بِالْهُدَىٰ مِن عِنْدِهِ ۖ وَمَن تَكُونُ لَهُ عَاقِبَةُ الدَّارِ

إِنَّهُ لَا يُفْلِحُ الظَّالِمُونَ ﴿١٠٦﴾

Artinya: *Musa menjawab: "Tuhanku lebih mengetahui orang yang (patut) membawa petunjuk dari sisi-Nya dan siapa yang akan mendapat kesudahan (yang baik) di negeri akhirat. Sesungguhnya tidaklah akan mendapat kemenangan orang-orang yang zalim".*¹⁰⁶

Sebagaimana ayat tersebut, bahwa kedhaliman tidak akan pernah mendapat keuntungan, dan kedholiman merupakan bagian penindasan.

4.5 Kebenaran (Kebajikan dan Kejujuran)

Kebenaran dalam konteks ini selain mengandung makna kebenaran lawan dari kesalahan juga mengandung dua unsur, yaitu kebajikan dan kejujuran. Kebenaran ialah nilai kebenaran yang dianjurkan dan tidak bertentangan dengan ajaran Islam. Di dalam konteks bisnis kebenaran yang dimaksud ialah niat, sikap dan perilaku yang benar, meliputi proses akad (transaksi), proses mencari atau memperoleh komoditas proses pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan margin keuntungan (laba).

Syarat yang terkait dengan barang yang diperjualbelikan diantaranya barang yang menjadi obyek transaksi tersebut harus diketahui secara transparan, baik kualitas maupun kuantitasnya. Obyek dalam jual beli tas secara online di Kota Langsa sebagian besar adalah tas tiruan. Adapun tas tiruan memiliki persamaan atau serupa dengan merek dagang tersebut dan penggunaannya menghasilkan keuntungan yang tidak jujur atau merugikan pihak lain. Tidak semua pembeli atau konsumen mengetahui kualitas barang yang mereka beli.

¹⁰⁶ Departemen Agama RI, *Al-Quran Terjemahan*, (Bandung: Darus Sunnah, 2015), h. 362

Dalam hal transaksi pembelian, seluruh owner jual beli tas online melakukan transaksi secara jujur. Bagi pembeli yang berasal dari Kota Langsa, pada umumnya owner menyuruh untuk datang langsung sekaligus melakukan transaksi pembelian. Untuk konsumen luar Kota, barang akan dikirim setelah konsumen tersebut melakukan transfer sejumlah uang. Dengan demikian dapat diketahui bahwa pada umumnya sistem jual beli tas secara online di Kota Langsa telah memenuhi prinsip kebenaran. Penjual tas online di Kota Langsa memenuhi etika bisnis Islam dalam prinsip kebenaran, dimana pada proses akad jual beli dilakukan dengan perilaku yang benar. Misalnya, konsumen yang tinggal di Kota Langsa dapat langsung membayar ke toko untuk membeli tas. Untuk konsumen di luar Kota Langsa, penjual meminta transfer terlebih dahulu sebelum barang dikirimkan. Sejauh ini belum ada konsumen yang mengeluhkan karena barangnya tidak sampai.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil analisis data dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Sistem jual beli tas secara online di Kota Langsa yaitu dengan mempromosikan produk melalui media sosial yaitu Instagram, Facebook, dan Whatsapp. Untuk konsumen di luar Kota Langsa, penjualan dilakukan dengan pengiriman melalui kurir dengan syarat harus melakukan transfer terlebih dahulu sejumlah uang untuk melakukan pembelian tas. Untuk konsumen yang berdomisili di Kota Langsa, pada umumnya konsumen langsung datang ke toko untuk melihat dan membeli langsung tas yang diminati.
2. Dalam penerapan etika bisnis Islam, beberapa penjual tas online di Kota Langsa belum memenuhi prinsip tanggung jawab dalam etika bisnis Islam karena menjual tas tiruan dan tentu merugikan pemilik merek aslinya. Dalam hal ini pedagang berpotensi merugikan pemilik merek terkait barang yang dijual. Pada prinsip etika bisnis Islam lainnya yaitu tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, dan kebenaran telah dipenuhi oleh para owner jula beli tas online di Kota Langsa.

5.2 Saran

Adapun saran dalam penelitian ini yaitu:

1. Dalam mempromosikan tas di media sosial, hendaknya foto tas yang diposting harus benar-benar sesuai dengan aslinya agar saat konsumen melihat tas

aslinya ia tidak kecewa jika foto tidak sama dengan tas aslinya.

2. Setiap penjual tas online sebaiknya menjual produknya dengan memberitahu terlebih dahulu kualitas tas yang dijual walaupun tas tersebut adalah tas tiruan. Hal ini dilakukan untuk menghindari kekecewaan konsumen.