

**ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM
PERKEMBANGAN BISNIS *ONLINE* ANTARADINHIJABS**

SKRIPSI

**Oleh:
Sofil Fikri
G04214032**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
2021**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sofil Fikri

NIM : G04214032

Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Perkembangan Bisnis
Online Antaradinhijabs

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/ karya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 9 Agustus 2021



Sofil Fikri

NIM. G04214032

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Sofil Fikri NIM. G04214032 ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqasahkan.

Surabaya, 28 Mei 2021
Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, consisting of several overlapping, sweeping lines that form a stylized, somewhat triangular shape.

Deasy Tantriana, M.M.

NIP. 19831228201101200

PENGESAHAN


Skripsi ini ditulis oleh Sofil Fikri NIM. G04214032 ini telah dipertahankan di depan sidang Majelis Munaqasah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada hari Jumat, tanggal 30 Juli 2021, dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu dalam Ilmu Ekonomi Syariah.

Majelis Munaqasah Skripsi:


Penguji I


Deasy Tantriana, M.M
NIP. 198312282011012009

Penguji II


Hj. Nurlallah, SE., MM.
NIP. 196205222000032001

Penguji III


Siti Musfiqoh, M.El.
NIP. 197608132006042002

Penguji IV


Maziyah Mazza Basya, M.SEI
NIP. 199001092019032014

Surabaya, 9 Agustus 2021

Mengesahkan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel

Dekan,



Dr. H. Ali Arifin, MM

NIP. 196212141993031002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Sofil Fikri
NIM : G04214032
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah
E-mail address : sofifikri687@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam
Perkembangan Bisnis Online Antara@inhyabs

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 16 Maret 2023

Penulis


(Sofil Fikri)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “**Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Perkembangan Bisnis Online Antaradinhijabs**”, skripsi ini ditulis oleh Sofil Fikri, NIM G04214032, prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel (UINSA) Surabaya. Latar belakang penulis melakukan penelitian ini yaitu dikarenakan pada jaman modern seperti saat ini banyak pelaku bisnis yang memanfaatkan media *online* untuk menawarkan produknya. Namun terdapat beberapa oknum pelaku bisnis *online* yang tidak jujur dan tidak bertanggung jawab terhadap barang yang dia tawarkan. Untuk menjawab tantangan global di era modern saat ini Antaradinhijabs hadir sebagai salah satu bisnis *online* yang mampu bersaing di tengah berita tentang kurangnya etika para oknum tersebut. Menurut Muhammad Djakfar dalam buku Etika Bisnis dalam Perspektif Islam mengatakan seluruh pelaku bisnis muslim wajib mengindahkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang telah diharuskan dalam Islam yaitu kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebenaran, sehingga menarik bagi penulis untuk mengetahui bagaimana penerapan etika bisnis Islam pada bisnis ini dalam perkembangannya.

Penelitian yang penulis lakukan disini adalah penelitian lapangan (*field reasearch*) dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian ini penulis lakukan di bisnis *online* Antaradinhijabs dan informan dalam penelitian ini adalah pemilik bisnis *online* Antaradinhijabs. Dalam mengumpulkan data yang dibutuhkan penulis menggunakan teknik wawancara. Sedangkan di dalam pembahasannya menggunakan metode deskriptif yaitu metode yang menggambarkan keadaan yang terjadi di lapangan secara sistematis.

Dari hasil penelitian yang dilakukan penulis tentang penerapan etika bisnis Islam dalam perkembangan bisnis *online* Antaradinhijabs menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam pada bisnis *online* Antaradinhijabs telah sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang meliputi kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebenaran. Dengan penerapan etika bisnis Islam pada bisnis *online* Antaradinhijabs membuat pelanggan menjadi setia dan melakukan *repeat order* serta merekomendasikan kepada sekitarnya sehingga membuat Antaradinhijabs menjadi semakin berkembang.

Kata Kunci: Etika bisnis Islam, bisnis online

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	v
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
2.1 Identifikasi dan Batasan Masalah	8
3.1 Rumusan Masalah	9
4.1 Kajian Pustaka	9
5.1 Tujuan Penelitian	14
6.1 Kegunaan Hasil Penelitian	15
7.1 Definisi Operasional	16
8.1 Sistematika Pembahasan	17
BAB II KAJIAN TEORI	19
2.1 Pengertian Etika Bisnis Islam	19
2.2 Tujuan Bisnis Islam	22
2.3 Dasar Hukum	24
2.4 Prinsip Dasar Etika Bisnis Islam	27
2.5 Jual Beli	33
2.6 Jual Beli Online dalam Islam	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	46
3.1 Pendekatan Metode Penelitian	46
3.2 Pengumpulan Data	46
3.3 Sumber Data	47
3.4 Teknik Pengumpulan Data	48
3.5 Teknik Pengolahan Data	49
3.6 Teknik Analisis Data	50
BAB IV ETIKA BISNIS ISLAM PADA BISNIS ONLINE ANTARADINHIJABS	51
4.1 Gambaran Umum Bisnis <i>online</i> Antaradinhijabs	51

4.2 Etika Bisnis Islam Pada Bisnis <i>online</i> Antaradin hijabs	64
4.3 Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Perkembangan Bisnis <i>online</i> Antaradin hijabs	71
BAB V ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM PERKEMBANGAN BISNIS ONLINE ANTRADINHJABS	74
5.1 Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam pada Bisnis Online Antaradin hijabs	74
5.2 Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Perkembangan Bisnis Online Antaradin hijabs	79
BAB VI PENUTUP	82
6.1 Kesimpulan	82
6.2 Saran	83
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	86

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

4.1	Sruktur Organisasi Antaradinjabs	56
4.2	Sistem Pre Order (PO) di Antaradinjabs	60
4.3	Sistem Transaksi Barang Ready Stock	62



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

4.1 Logo Antaradinjabs	64
4.2 Penilaian dan Komentar Pembeli di <i>E-Commerce</i> Shopee	72
4.3 Akun Media Sosial Instagram Milik Antaradinjabs	73
4.4 Toko Antaradinjabs di <i>E-Comeerce</i> Shopee	73



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada saat ini perkembangan ilmu ekonomi semakin meningkat dikarenakan adanya penerapan sistem perekonomian yang berbeda di setiap negara. Pada penerapan dan pelaksanaan perekonomian ini hendaknya disertai dengan tanggung jawab, kewajiban, dan hak yang adil dan seimbang agar terciptanya kelestarian dan keseimbangan kehidupan bermasyarakat. Tanpa kita sadari, perekonomian adalah kebutuhan setiap manusia yang hidup di bumi ini dalam menjalankan dan memenuhi setiap kebutuhan sehari-hari. Maka dari itu kehidupan manusia tidak pas jika dipisahkan dengan kegiatan ekonomi.

Salah satu hal yang dijadikan tumpuan perekonomian suatu negara adalah bisnis. Bisnis adalah suatu kegiatan yang menuju pada meningkatnya nilai tambah melalui cara penyerahan jasa, perdagangan, ataupun pengolahan barang.¹ Kegiatan berbisnis telah diteladani oleh Nabi Muhammad SAW pada masanya, sehingga bisnis bisa dikatakan telah mendapatkan perhatian sejak awal mula munculnya Islam. Hal ini juga dapat dibuktikan melalui dalil-dalil yang terkandung di dalam Al Quran yang menerangkan mengenai berbisnis, salah satunya yaitu QS. Al Baqarah ayat 275 yang berbunyi:

...وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا....

¹ Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN), 68.

“....padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.....”²

Dari ayat tersebut dapat di ambil kesimpulan bahwa jual beli telah di halalkan dan diperbolehkan oleh Allah. Para ulama fiqh mengatakan bahwa hukum asal dari jual beli yaitu *mubah* (boleh), akan tetapi pada situasi-situasi tertentu menurut Imam Al-Syathibi pakar fiqh Maliki, hukumnya boleh berubah menjadi wajib, seperti ketika adanya praktik *ikhtikar* yang mengakibatkan harga melonjak naik, maka pemerintah boleh memaksa pedagang yang melakukan *ikhtikar* tersebut untuk menjual barangnya sesuai dengan harga sebelum terjadinya pelonjakan harga. Dalam hal ini menurutnya pedagang itu wajib menjual barangnya sesuai dengan ketentuan pemerintah.³

Bisnis dipengaruhi bukan hanya oleh situasi dan kondisi ekonomi semata, namun juga oleh perubahan-perubahan sosial, politik, dan teknologi serta pergeseran-pergeseran sikap dan cara pandang para pemiliknya. Bahkan jika tujuan bisnis dipandang secara sempit, yakni sebagai maksimalisasi keuntungan bagi pemiliknya. Islam telah mengajarkan bahwa seluruh aktivitas dan kegiatan sehari-hari yang kita lakukan tidak dapat terlepas dari tuntunan Al Quran dan hadits, tak terkecuali dengan berbisnis. Dalam menjalankan suatu bisnis kita sebagai muslim tidak boleh melakukan berbagai macam cara untuk mendapatkan keuntungan yang besar tanpa mempertimbangkan beberapa aspek yang dilarang oleh Islam serta dapat merugikan bagi pihak lain. Akan tetapi terdapat batasan-batasan yang

² Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Terjemah, dan Tajwid Warna*, (Jakarta: Beras, 2014), 47.

³ Abdul Rahman Ghazaly dkk, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Kencana Media Group, 2008), 70.

terdapat pada norma serta aturan-aturan yang telah ditetapkan di dalam Al Quran dan Hadits. Islam tidak membiarkan begitu saja seseorang bekerja sesuka hati untuk mencapai tujuan dan keinginannya dengan menghalalkan segala cara seperti melakukan penipuan, kecurangan, sumpah palsu, riba, menyuap, dan perbuatan batil lainnya. Tetapi dalam Islam diberikan suatu batasan atau garis pemisah antara yang boleh dan yang tidak boleh, yang benar dan salah, serta yang halal dan yang haram. Aturan dan ketentuan manusia yang harus berjalan serta bersikap sesuai nilai atau norma seperti itulah yang dikenal dengan istilah etika.⁴

Pada era modern seperti saat ini, dengan meningkatnya keilmuan dan kecanggihan teknologi, para pelaku bisnis pun mulai memanfaatkan beberapa peningkatan tersebut, salah satunya yaitu dengan menggunakan media *online* dalam memasarkan dan menjalankan bisnisnya. Bisnis *online* bisa diartikan dengan suatu bisnis yang menggunakan jaringan internet untuk menghubungkan ke media sosial *online* dalam kegiatan bisnisnya. Hal ini sangat membantu bagi para pegiat bisnis, terbukti dengan adanya pelaku bisnis yang tidak memiliki modal yang cukup besar seperti lapak atau toko dengan tempat yang strategis tetapi tetap mampu menjalankan dan mengembangkan bisnisnya bahkan dapat memperkenalkan produk-produknya kepada masyarakat luas.

Fenomena yang terjadi pada beberapa pelaku bisnis *online* saat ini adalah adanya beberapa penyimpangan dari etika bisnis islam, salah satu contoh yang sering kita jumpai yaitu ketidak jujuran oknum pelaku bisnis ketika memasang foto barang yang dijualnya tidak sesuai dengan barang aslinya. Gambar yang menarik

⁴ Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, 37.

ini membuat konsumen tertarik untuk membeli barang tersebut, namun setelah terjadi transaksi dan barang sampai di tangan konsumen, ternyata barang yang dikirim oleh penjual tersebut jauh berbeda dalam segi kualitas dan kuantitasnya dari gambar yang di unggah di media *online*, ada juga oknum yang memalsukan identitas diri dan menjual barang yang sebenarnya tidak ada, dan ketika pembeli melakukan transaksi sampai ke tahap transfer uang atas harga barang yang dibeli, oknum tersebut memblokir akun media sosial pembeli dan tidak mengirimkan barang yang telah ditawarkan. Hal ini sangat tidak sesuai dengan etika bisnis yang diajarkan oleh Islam karena telah melanggar prinsip-prinsip etika bisnis Islam salah satunya yaitu tidak berkata sejujurnya sehingga merugikan di salah satu pihak. Dalam hal ini padahal Rasulullah SAW telah memberi tauladan tentang bagaimana etika dalam berbisnis yang bersumber dari Al Quran yaitu QS. Al Muthaffifin ayat 1-6 yang berbunyi:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وُزِنُوا يُخْسِرُونَ أَلَا

يَظُنُّ أُولَئِكَ أَنَّهُمْ مَبْعُوثُونَ لِيَوْمٍ عَظِيمٍ يَوْمَ يَقُومُ النَّاسُ لِرَبِّ الْعَالَمِينَ.

“Celakalah bagi orang-orang yang curang dalam (menakar dan menimbang)! (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dicukupkan, Dan apabila mereka menakar atau menimbang (untuk orang lain), mereka mengurangi. Tidakkah mereka itu mengira, bahwa sesungguhnya mereka akan dibangkitkan, Pada suatu hari

yang besar, (yaitu) pada hari (ketika) semua orang bangkit menghadap Tuhan seluruh alam.”⁵

Ayat di atas menjelaskan bahwa jenis keduharkaan dan pelanggaran terhadap batasan-batasan Allah Swt yaitu kecurangan dalam penakaran dan penimbangan serta pendustaan terhadap hari pembalasan. Penyebab timbulnya pendustaan seperti itu yakni dikarenakan kebiasaan melanggar batas dan bergelimang dalam dosa-dosa.⁶ Maka dari itu kita sebagai muslim semestinya selalu mengamalkan apa yang diperintahkan-Nya dan menjauhi apa yang dilarang-Nya, sehingga kita tidak terbiasa melakukan kecurangan dalam penakaran dan tidak beriman terhadap hari pembalasan serta perbuatan durhaka dan pelanggaran terhadap batasan-batasan Allah Swt lainnya.

Menurut Beekun dalam bukunya “*Etika Bisnis Islam*” menyatakan bahwa etika bisnis Islam adalah seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus memiliki komitmen pada-Nya dalam berinteraksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat.⁷ Pada hakikatnya tujuan penerapan etika bisnis yang sesuai dengan ajaran Islam adalah agar terciptanya keharmonisan dan kerukunan antara kedua belah pihak, sehingga saling merasakan keuntungan atas transaksi yang telah dilakukan. Seperti ketenangan hati seorang pebisnis ketika menerapkan etika bisnis Islam dengan benar, hingga mendapatkan penghasilan yang berkah dan mulia.

⁵ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Terjemah, dan Tajwid Warna ...*, 587.

⁶ Muhammad 'Abduh, *Tafsir Juz 'Amma*, (Bandung: Mizan, 1998), 76.

⁷ Rafik Isa Beekun, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), 3.

Pada saat ini bisnis pakaian merupakan bisnis yang paling digemari para remaja, khususnya para wanita. Hal ini terbukti karena para wanita tidak ingin tertinggal dari tren yang ada, seperti cara pemakaian hijab dengan berbagai macam gaya dan model. Salah satu bisnis pakaian yang ada di Sidoarjo adalah Antaradinhijabs. Antaradinhijabs adalah nama dari salah satu bisnis *online* yang bertempat di Sidoarjo dengan produk pakaian berupa hijab, *dress*, *shirt*, dan lain sebagainya. Meskipun masih terbilang baru, bisnis ini sudah menjangkau berbagai daerah di Indonesia. Hal ini bisa terjadi karena adanya media *online* yang digunakan dengan baik oleh pemilik Antaradinhijabs untuk memasarkan produk-produk yang ditawarkannya.

Dengan adanya perkembangan teknologi seperti saat ini, semakin banyak pula pesaing bisnis yang mulai bermunculan di berbagai media sosial dan *e-commerce*. Setiap bisnis memiliki cara tersendiri untuk mempertahankan dan menjaga kelangsungan bisnisnya. Selain itu minat masyarakat untuk berbelanja *online* pun juga semakin meningkat, hal ini yang perlu diperhatikan oleh pegiat bisnis *online* jika ingin terus berkembang dan tidak kalah saing oleh bisnis lainnya.

Antaradinhijabs bisa dikatakan masuk ke dalam kategori bisnis Islam karena yang ditawarkan adalah produk-produk yang dikenakan oleh wanita-wanita muslimah pada umumnya di Indonesia, seperti hijab dan pakaian muslimah lainnya. Selain itu Antaradinhijabs juga telah mengoptimalkan sumber daya manusia yang ada seperti mempekerjakan ibu-ibu rumah tangga sekitar rumahnya untuk menghasilkan suatu produk yang menarik sehingga dapat menjadi nilai tersendiri

bagi Antaradinhijabs. Hal tersebut dapat dikatakan telah memberikan kemaslahatan bagi masyarakat dan terperdayakannya lingkungan sosial sekitarnya.

Bisnis *online* Antaradinhijabs ini semakin berkembang dari tahun ke tahun, terbukti dari peningkatan omset di setiap tahunnya, dari pertama berdirinya yang hanya bisa mendapatkan omset sebesar Rp 300.000 hingga saat ini mampu memberangkatkan dirinya umroh dengan hasil usahanya sendiri. Hal ini tidak terlepas dari keinginan pemilik Antaradinhijabs untuk terus belajar memasarkan produknya dan selalu memberikan inovasi. Selain itu tidak terlepas pula dukungan keluarga berupa doa serta kontribusi dalam bisnisnya. Tidak dipungkiri salah satu penyebab meningkatnya penghasilan dari suatu usaha adalah karena kenyamanan pelanggan, dan salah satu penyebab kenyamanan pelanggan adalah karena adanya perlakuan dan adanya produk yang berkualitas. Maka dari itu dengan orientasi bisnis yang ada serta adanya peningkatan omset dan semakin dikenalnya bisnis ini, maka penerapan etika bisnis yang diterapkan harus sesuai dengan apa yang diperintahkan oleh Islam, agar bisnis *online* ini menjadi bisnis yang berkah serta selalu dapat terus berkembang dengan adanya ridho Allah swt.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk menganalisis bagaimana penerapan etika bisnis Islam sehingga bisnis *online* Antaradinhijabs bisa terus berkembang hingga saat ini. Sehingga penulis membuat penelitian dengan judul “**Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Perkembangan Bisnis Online Antaradinhijabs**”

1.2 Identifikasi dan Batasan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Dalam uraian latar belakang masalah di atas, penulis mengidentifikasi beberapa permasalahan yang timbul pada pelaku usaha dalam sudut pandang etika bisnis Islam. Serta membuat batasan masalah yang akan digunakan dalam penelitian ini, sebagai berikut :

- a. Berkembangnya bisnis dengan berbagai macam cara penerapannya.
- b. Mulai menjamurnya usaha yang menggunakan sistem *online*.
- c. Banyaknya pelaku bisnis yang belum menerapkan etika bisnis sesuai dengan apa yang telah diajarkan oleh Islam.
- d. Penerapan etika bisnis Islam pada bisnis *online* Antaradinhijabs.
- e. Penerapan etika bisnis Islam dalam perkembangan bisnis *online* Antaradinhijabs.

1.2.2 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, penulis memberikan batasan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

- a. Penerapan Etika Bisnis Islam pada Bisnis *Online* Antaradinhijabs.
- b. Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Perkembangan Bisnis *Online* Antaradinhijabs

1.3 Rumusan Masalah

Setelah mengidentifikasi masalah serta membuat batasan masalah dalam penelitian ini, maka penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana penerapan Etika Bisnis Islam pada Bisnis *Online* Antaradinjabs?
2. Bagaimana Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Perkembangan Bisnis *Online* Antaradinjabs?

1.4 Kajian Pustaka

Kajian pustaka berisikan tentang penelitian yang sudah pernah dilakukan sebelumnya dan memiliki hubungan dengan penelitian yang dilakukan saat ini yaitu mengenai etika bisnis Islam, yang dijadikan sebagai referensi dan juga pembanding. Adapun Penelitian terdahulu yang dijadikan acuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Penelitian pertama yaitu dari Umi Mursidah, mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, yang berjudul “Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional (Studi Pasar Betung Kecamatan Sekincau Kabupaten Lampung Barat)” dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Dalam penelitian ini peneliti mengungkapkan bahwa Penerapan etika bisnis Islam di Pasar Betung belum diterapkan dengan baik oleh para pedagang karena hanya prinsip tanggungjawab saja yang sudah diterapkan dengan baik oleh para pedagang di Pasar

Betung, sedangkan prinsip keadilan, prinsip kehendak bebas, dan prinsip kebenaran belum diterapkan dengan baik oleh para pedagang di Pasar Betung.⁸

Penelitian kedua yaitu dari Evi Susanti, mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, yang berjudul “Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Usaha Mebel di CV. Jati Karya Palembang” dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Dalam penelitian ini peneliti mengungkapkan bahwa penerapan etika bisnis dalam usaha Mebel di CV. Jati Karya Palembang telah sesuai dengan ajaran Islam, bisa dilihat dari kejujuran, tepat janji, amanah, murah hati, pencatatan hutang, tertib administrasi, membangun hubungan yang baik antar karyawan, dan berzakat serta memberikan bantuan.⁹

Penelitian ketiga yaitu dari Sidqi Amalia Izzati, mahasiswa Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, yang berjudul “Penerapan Etika Bisnis Islam di Boombu Hot Resto Tegal” menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Dalam penelitian ini peneliti mengungkapkan bahwa etika bisnis yang dilakukan Boombu Hot Resto pada umumnya telah sesuai dengan etika bisnis yang diajarkan dalam Islam yang meliputi tidak melipat gandakan harga dalam jual beli, jujur dalam takaran, berkomunikasi dengan ramah, memiliki visi dan misi yang tidak bertentangan dengan syariat Islam, menjalin silaturahmi, tidak melupakan

⁸ Umi Mursidah, “Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional (Studi pada Pasar Betung Kecamatan Sekincau Kabupaten Lampung Barat)”, (skripsi—Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2017)

⁹ Evi Susanti, “penerapan Etika Bisnis Islam dalam Usaha Mebel di CV. Jati Karya Palembang”, (skripsi--Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, 2017)

ibadah, bekerja keras, serta produk yang dijual tidak termasuk produk yang dilarang dalam Islam.¹⁰

Penelitian keempat yaitu dari Elida Elfi Barus dan Nuriani, alumni Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, yang berjudul “Implementasi Etika Bisnis Islam di (Studi Pada Rumah Makan Wong Solo Medan)” menggunakan penelitian kualitatif. Dalam penelitian ini peneliti mengungkapkan bahwa RM Wong Solo menerapkan konsep etika bisnis Islam, dapat dilihat dari segi karyawan, kualitas, dan kepemimpinannya. Contoh penerapannya seperti mewajibkan karyawatnya menggunakan busana muslimah yang menutup aurat, serta tidak asal-asalan dalam memilih seorang manajer dengan kriteria yang memiliki sosok pemimpin dan memiliki pemahaman agama yang baik.¹¹

Penelitian kelima yaitu dari Muhammad Farid dan Amilatuz Zahroh, mahasiswa Institut Agama Islam Syarifuddin Lumajang, yang berjudul “Implementasi Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Perdagangan Sapi di Pasar Hewan Pasirian”. Dalam penelitian ini peneliti mengungkapkan bahwa penerapan etika bisnis Islam pada perdagangan sapi di pasar ini sudah sesuai seperti penerapan akad dalam bertransaksi, menepati janji dalam pembayaran hutang yang terjadi antara pedagang dan pembeli, serta keadilan dalam kaitannya dengan upah karyawan. Adapun penerapan prinsip kejujurannya masih kurang dikarenakan

¹⁰ Sidqi Amalia Izzati, “Penerapan Etika Bisnis Islam di Boombu Hot Resto Tegal”. (Skripsi—Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2015).

¹¹ Elida Elfi Barus dan Nuriani, “Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi pada Rumah Makan Wong Solo Medan)”, ISSN, Vol. 2, No. 2, (September, 2016).

masih ada beberapa pedagang yang berlaku curang dan adanya pedagang yang tidak mentaati peraturan pasar, namun jumlahnya sangat minimal.¹²

Penelitian ke enam yaitu dari Wahyu Mijil Sampurno, dari Universitas Islam Indonesia yang berjudul “penerapan etika bisnis dan dampaknya terhadap kemajuan bisnis industri rumah tangga”, menggunakan penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Penelitian ini mengungkapkan bahwa perusahaan yang menjadi objek penelitian ini telah menerapkan etika bisnis Islam pada setiap aspek perusahaan ditinjau dari segi implementasi aksioma etika bisnis Islam yaitu tauhid, keseimbangan, tanggung jawab, kehendak bebas, dan kebajikan. Penerapan etika bisnis Islam menimbulkan dampak positif bagi seluruh proses operasional perusahaan. Hal tersebut ditandai dari hasil analisis terhadap beberapa aspek yaitu aspek pemasaran, manajemen, dan SDM, hukum, sosial, dampak lingkungan, dan aspek finansial.¹³

Penelitian ketujuh yaitu dari Nurussabariyah Akib dan Ernawati, Universitas Halu Oleo Sulawesi Tenggara yang berjudul “determinan penerapan etika bisnis Islam di Kendari”. Penelitian ini menyimpulkan bahwa mayoritas respondennya sebesar 66,67% memiliki motivasi harapan imbalan dari Allah jika menerapkan etika bisnis Islam, dan 20,83 % memiliki motivasi kesuksesan usaha, sementara selebihnya termotivasi usaha dan kemajuan usaha. Motivasi imbalan dari Allah dapat berupa pahala, surga, maupun ketenangan hidup. Motivasi imbalan Allah yang bukan berbentuk materi ini menunjukkan keyakinan diri pelaku usaha bahwa

¹² Muhammad Farid dan Amilatul Zahroh, “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Perdagangan Sapi di Psar Hewan Pasirian”, *Iqtishoduna*, Vol. 6, No. 2, (Oktober, 2015).

¹³ Wahyu Mijil Samprno, “Penerapan Etika Bisnis Islam dan Dampaknya Terhadap Kemajuan Bisnis Industri Rmah Tangga”, *Journal of Islamic Economics Lariba*, Vol. 2, No. 1 (Juni, 2016).

tidak ada *trade off* antara kepentingan dunia dan akhirat. Determinan utama yang mendorong pelaku usaha menerapkan etika bisnis Islam adalah adanya pemahaman nilai-nilai agama, faktor keluarga, dan lingkungan sekitar atau pergaulan.¹⁴

Penelitian kedelapan dari Afrida Putritama staff pengajar Universitas Negeri Yogyakarta yang berjudul “penerapan etika bisnis Islam dalam industri perbankan syariah”, analisis data menggunakan metode kualitatif. Penelitian ini mengungkapkan bahwa masih banyak tantangan yang harus dihadapi dalam penerapan prinsip etika bisnis Islam dalam perbankan syariah sehingga dibutuhkan sinergi para pemangku kepentingan (*stakeholder*) baik eksternal maupun internal dalam mengatasi berbagai tantangan tersebut.¹⁵

Penelitian kesembilan dari Ahmad Hulaimi, Sahri, dan Moh. Huzaini dari Universitas Mataram yang berjudul “etika bisnis Islam dan dampaknya terhadap kesejahteraan pedagang sapi”, menggunakan penelitian kualitatif. Penelitian ini berisi bahwa belum sepenuhnya menerapkan prinsip etika bisnis Islam, misalnya prinsip kejujuran, longgar dan bermurah hati dan membangun hubungan baik. Namun ada pula yang sudah menerapkan prinsip etika bisnis Islam, misalnya tidak menggunakan sumpah palsu dan menepati janji. Adapun tidak semua pedagang sapi yang ada mendapatkan kesejahteraan dengan memenuhi kebutuhan dharuriyatnya, namun sebagiannya sudah mendapatkannya serta bahagia dan bersyukur atas rizki yang diterimanya.¹⁶

¹⁴ Nurussabariyah Akib dan Ernawati, “Determinan Penerapan Etika Bisnis Islam di Kendari”, *Equilibrium*, Vol. 4, No. 1, (Juni, 2016).

¹⁵ Afrida Putritama, “Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Industri Perbankan Syariah”, *Jurnal Nominal*, Vol. 7, No. 1, (2018).

¹⁶ Ahmad Hulaimi, dkk, “Etika Bisnis Islam dan Dampaknya terhadap Kesejahteraan Pedagang Sapi”, *JEBI (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)*, Vol. 2, no. 1, (Juni, 2017).

Penelitian kesepuluh dari Arivatu Ni'mati Rahmatika Universitas A. KH. Wahab Hasbullah Jombang yang berjudul “etika bisnis Islam pada lembaga keuangan syariah” menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian ini mengungkapkan bahwa etika bisnis Islam pada lembaga keuangan syariah adalah terletak pada keterbukaan antara lembaga keuangan syariah dengan nasabah/anggota, begitupun sebaliknya. Keterbukaan tidak hanya pada laporan keuangan tetapi juga adanya penjelasan-penjelasan mengenai *funding* dan *landing*.¹⁷

Untuk menghindari adanya duplikasi dari penelitian-penelitian sebelumnya, maka perbedaan dari penelitian ini yaitu dari subjek penelitian, dapat dibuktikan dengan adanya pemusatan penelitian pada suatu bisnis yang mulai berkembang dan menerapkan sistem *online* pada pemasaran dan transaksinya yaitu bisnis *online* Antaradinhijabs.

1.5 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang disebutkan sebelumnya, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah:

1. Untuk mengetahui penerapan etika bisnis Islam pada bisnis *online* Antaradinhijabs.
2. Untuk mengetahui penerapan etika bisnis islam dalam perkembangan bisnis *online* Antaradinhijabs.

¹⁷ Arivatu Ni'mati Rahmatika, “Etika Bisnis Islam pada Lembaga Keuangan Syariah”, Margin Eco, Vol. 1, (Juni, 2017).

1.6 Kegunaan Hasil Penelitian

Kegunaan dan manfaat dari hasil penelitian yang penulis harapkan dari skripsi ini adalah agar bermanfaat untuk:

1. Aspek teoritis (keilmuan)

- a. Pengembangan ilmu pengetahuan, dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan tentang penerapan etika bisnis Islam khususnya di usaha Antaradinjabs.
- b. Dijadikan sebagai referensi atau perbandingan untuk penelitian-penelitian yang selanjutnya dan memberikan ide pemikiran bagi mahasiswa ekonomi syariah fakultas ekonomi dan bisnis Islam.

2. Aspek praktis (terapan)

a. Bagi penulis

Dengan adanya penelitian ini penulis berharap dapat mengaplikasikan ilmu yang penulis dapat di dalam kelas dengan melakukan penelitian langsung ke lapangan, serta agar mendapatkan pengalaman dan pengetahuan dari proses penelitian yang dijalani.

b. Bagi masyarakat

Dapat menjadi informasi bagi masyarakat tentang penerapan etika bisnis Islam yang ada di Antaradinjabs, sehingga dapat mengambil sisi baik dan meninggalkan sisi buruk yang ada ketika melakukan kegiatan berbisnis dan berbagai macam hal lainnya.

c. Bagi usaha Antaradinjabs

Diharapkan dengan adanya penelitian ini, pihak Antaradinhijabs dapat menerapkan etika bisnis Islam dengan baik dan benar, sehingga terciptanya kenyamanan dan ketentraman hati dalam berbisnis dan menjadi suatu bisnis yang diridhoi Allah Swt.

1.7 Definisi Operasional

Adanya definisi operasional ini adalah untuk memberi kemudahan dalam pemahaman mengenai konsep dan variabel yang ingin disampaikan oleh penulis, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Etika bisnis Islam

Etika merupakan pemikiran tentang baik dan buruknya sesuatu, bisnis adalah suatu usaha untuk memperoleh laba, sedangkan Islam merujuk kepada al-quran dan al-hadits. Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa etika bisnis Islam adalah pemikiran tentang baik dan buruk atas usaha perolehan laba yang didasarkan pada al-quran dan al-hadits.¹⁸

2. Bisnis *online*

Bisnis dalam kamus besar bahasa Indonesia berarti usaha komersial dalam dunia perdagangan, sedangkan *online* diambil dari bahasa Inggris yang berarti menggunakan jaringan internet. Maka bisnis *online* atau *e-commerce* secara sederhana dapat diartikan sebagai proses jual beli, pertukaran produk, jasa, dan informasi melalui jaringan internet.¹⁹

¹⁸ Bambang Subandi, *Etika Bisnis Islam*, (Surabaya: UIN Sunan Ampel Press, 2014), 5.

¹⁹ Arip Purqon, *Bisnis Online Syariah*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014), 20.

3. Antaradinhijabs

Antaradinhijabs merupakan suatu bisnis pakaian wanita yang menggunakan media *online* sebagai sarana pemasaran dan transaksinya. Anaradinhijabs memiliki visi menjadi jalan keluar wanita muslimah dalam kebutuhan pakaian yang santun dan elegan. Hal ini dapat diwujudkan dengan menghadirkan servis terbaik dalam mewujudkan kebutuhan pakaian wanita muslimah dan meningkatkan ekonomi serta kualitas hidup masyarakat sekitar. Adapun produk yang ditawarkan adalah berupa hijab, *skirt*, *dress*, dan *shirt*.

1.8 Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini diharapkan mampu mempermudah pembaca dalam membaca hasil penelitian. Disini penulis membagi sistematika pembahasan ini menjadi enam bab, yang di dalamnya memiliki sub bab pembahasan.

Bab pertama berisi tentang pendahuluan yang menguraikan tentang latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, kajian pustaka, tujuan penelitian, kegunaan hasil penelitian, definisi operasional, serta sistematika pembahasan.

Bab kedua berisi tentang kerangka teori yang digunakan sebagai dasar dari penelitian ini. Terdapat teori tentang etika bisnis Islam yang mengandung keterangan atau penjelasan teori yang bersangkutan dengan permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini.

Bab ketiga berisi tentang metodologi penelitian yang mengutarakan pendekatan yang dilakukan, pengumpulan data, sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknis analisis data.

Bab keempat, pada bab ini penulis akan membahas tentang gambaran umum usaha Antaradinjabs yaitu berisikan tentang penetapan tempat penelitian, deskripsi objek penelitian, dan kegiatan yang berkaitan dengan penelitian.

Bab kelima, isi dari bab ini yaitu mengenai analisis data yang telah diperoleh oleh penulis dan gambaran umum penelitian, serta jawaban atas rumusan masalah yang ada.

Bab keenam, bab ini sebagai penutup yang berisi kesimpulan dan saran dari penulis atas penelitian yang telah dilaksanakan, serta menjadi bagian terakhir dari penelitian.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB II

KAJIAN TEORI

2.1 Pengertian Etika Bisnis Islam

2.1.1 Pengertian Etika

Etika menurut bahasa berasal dari bahasa Yunani yaitu “Ethos” yang memiliki arti adat istiadat. Hal ini dapat diartikan bahwa etika berhubungan dengan nilai-nilai, tata cara hidup yang positif, aturan hidup yang baik, serta semua kebiasaan yang diikuti dan diberikan dari satu orang lain atau suatu generasi ke generasi yang lainnya.²⁰ Kata *ethos* dari bahasa Yunani ini dalam bentuk tunggal memiliki banyak makna yaitu tempat tinggal yang biasa, padang rumput, kandang, habitat, kebiasaan, adat, akhlak, watak, perasaan, sikap, dan cara berpikir. Pada Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) etika dijabarkan menjadi tiga makna, yaitu:

- a. ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral (akhlak)
- b. kumpulan asas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak
- c. nilai mengenai benar dan salah yang diikuti suatu golongan ataupun masyarakat.²¹

Etika juga dapat diartikan sebagai filsafat moral, yaitu cabang filsafat yang membahas cara manusia bertindak. Etika tidak mempermasalahkan keadaan manusia, melainkan mempermasalahkan bagaimana manusia harus berbuat.

²⁰ Agus Arijanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis* (Jakarta: Rajawali Press, 2011), 5.

²¹ K. Bertens, *Etika* (Yogyakarta: Kanisius, 2013), 4.

Perbuatan manusia ini dijelaskan dengan berbagai macam norma, diantaranya norma hukum, norma moral, norma agama, dan norma sopan santun. Norma hukum berdasar pada hukum dan perundang-undangan, norma agama berdasar pada agama, norma moral berdasar pada suara hati, sedangkan norma sopan santun berdasar pada kehidupan sehari-hari.²²

Etika dapat diartikan dengan serangkaian prinsip moral yang memisahkan antara baik dari buruk. Etika dapat dikatakan sebagai suatu aspek ilmu yang berpegang teguh pada norma, lantaran etika berkedudukan sebagai penentu apa yang harus dikerjakan atau dilarang untuk dikerjakan oleh setiap manusia.²³ Menurut kebanyakan orang etika seringkali disamakan dengan moral, namun sebenarnya etika dan moral adalah hal yang tidak sama, meskipun etika dan moral berhubungan dengan baik dan buruk. Dalam bahasa Inggris Etika berasal dari kata *ethics* yang memiliki arti adat sopan santun, sementara itu moral berasal dari kata *mores* yang memiliki arti kebiasaan, namun sering digunakan secara bergantian. Yang jelas etika bermakna perilaku dalam arti yang lebih praktis atau praktiknya moral. melainkan moral adalah sumber etika, dalam pengertian praktis maupun normatif.²⁴

2.1.2 Pengertian Bisnis

Bisnis dengan segala bentuknya ternyata tanpa disadari telah terjadi dan menyelimuti aktivitas dan kegiatan kita setiap harinya. Kata “bisnis” dalam bahasa Indonesia diserap dari kata “*bussines*” dari bahasa Inggris yang berarti

²² Ayi Sofyan, *Kapita Selekta Filsafat* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2010), 369.

²³ Veithzal Rivai dkk, *Islamic Business and Economic Ethic* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), 3.

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

kesibukan. Kesibukan secara khusus berhubungan dengan keuntungan. Pengertian bisnis ditujukan pada sebuah kegiatan berorientasi profit yang memproduksi barang dan atau jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Bisnis dapat juga dimaknai dengan suatu lembaga yang menghasilkan barang ataupun jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Bisnis menurut bahasa memiliki arti keadaan dimana seseorang atau sekelompok orang sibuk melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan.²⁵ Bisnis yaitu sebuah kegiatan yang bertujuan pada peningkatan nilai tambah melalui kegiatan penyerahan jasa, perdagangan ataupun pengolahan barang yang biasa disebut produksi. Bisnis yang sehat yaitu bisnis yang berasaskan pada etika. Maka dari itu, pebisnis muslim selayaknya mempunyai kerangka etika bisnis yang kuat, sehingga mampu mengiringi kegiatan bisnis yang nyaman dan berkah.²⁶

2.1.3 Pengertian Islam

Kata Islam berasal dari bahasa Arab yaitu “al-Islam”. Kata *al-Islam* ini ada di dalam al-Qur’an dan di dalamnya terkandung pula pengertiannya, diantaranya dalam surat al-Imran ayat 9, dan surat al-Maidah ayat 3. Yang dapat kita pahami dari kedua ayat ini adalah bahwa Islam adalah nama suatu “*ad-din*” (jalan hidup) yang ada di sisi Allah. *Ad-din* maknanya adalah *al-millah* atau *ash-shirot* atau jalan hidup, ia berupa bentuk-bentuk keyakinan (*al-aqidah*) dan perbuatan (*al-‘amal*). *Al-Islam* sebagai *ad-din* yang ada di sisi Allah,

²⁵ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Prespektif Islam* (Bandung: Alfabeta, 2013), 28.

²⁶ Muhammad, Alimin, *Etika & Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam* (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2004), 56.

tentunya berupa bentuk-bentuk keyakinan dan perbuatan yang ditentukan dan ditetapkan oleh Allah dan bukan hasil dari buah pikiran manusia, karena ia dinamakan juga *dinulloh*.²⁷

2.1.4 Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam adalah salah satu proses dan usaha untuk mengerti berbagai macam hal yang benar dan yang tidak benar, yang kemudian tentunya memperhatikan hal yang benar mengenai dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan.²⁸ Bersumber pada penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwasannya etika bisnis Islam yaitu seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaksana bisnis harus memiliki komitmen pada etika bisnis Islam dalam berinteraksi, berperilaku, dan berhubungan agar berbagai tujuan bisnisnya tercapai dengan baik dan selamat.²⁹

2.2 Tujuan Bisnis Islam

Tujuan dari adanya bisnis Islam yaitu munculnya keuntungan materi atau *profit* yang merupakan kelebihan *revenue* (penghasilan) di atas *cost* (biaya) yang pantas dikorbankan oleh pegiat bisnis. Karena dengan keuntungan atau profit yang didapatkan akan bisa digunakan sebagai alat dan sarana untuk makin memajukan dan membesarnya bisnisnya di masa yang akan datang. Selanjutnya bisa juga dimanfaatkan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang terlibat dalam mendukung kegiatan bisnis tersebut.

²⁷ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Prespektif Islam...*, 32.

²⁸ Ibid, 35.

²⁹ Rafik Isa Beekun, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), 3.

Profit atau keuntungan secara materi didapatkan melalui kegiatan dalam pengadaan barang atau jasa yang dilakukan, seperti yang kita ketahui kebutuhan dan keinginan masyarakat dan setelah melihat peluang yang memberi harapan untuk mendapatkan selisih yang lebih dari hasil penerimaan di atas pengeluaran biaya yang pantas dan mesti dikorbankan oleh pegiat bisnis.³⁰ Tujuan bisnis tidak melulu untuk mencari nilai materi atau yang biasa disebut (*profit*) melainkan juga harus bisa mendapatkan dan memberikan keuntungan atau manfaat (*benefit*) non materi, baik bagi pegiat bisnis sendiri ataupun pada lingkungan yang lebih luas, seperti terbentuknya suasana persaudaraan, kepedulian sosial dan lain sebagainya. Di samping untuk mencari keuntungan materi atau profit, bisnis juga seharusnya memiliki dua orientasi lainnya, yaitu akhlak dan perbuatan. Akhlak adalah nilai-nilai mulia yang menjadi suatu keharusan yang ada dalam kegiatan bisnis, sehingga munculnya hubungan persaudaraan yang Islami, baik antara pemilik dengan pegawai ataupun antara penjual dengan pembeli, bukan hanya sekadar hubungan fungsional maupun hubungan profesional semata.

Perbuatan yang dimaknai dengan mendekati diri kepada Allah adalah ketika melakukan suatu kegiatan bisnis, maka harus diiringi dengan kesadaran hubungan dengan Allah, bukan hanya dengan makhluk Allah. Maka dari itu, inilah yang dimaksud bahwasannya setiap perbuatan seorang muslim adalah ibadah, yaitu hasil dari amal perbuatannya bersifat materi, melainkan kesabaran akan hubungannya dengan Allah ketika melakukan kegiatan bisnis dinamakan ruhnya.³¹

³⁰ Muslich, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta : Ekonisia, 2004), 11.

³¹ Veithzal Rivai, *Islamic Business And Economic Ethics...*, 13.

Adapun tujuan yang menjadi misi suatu kegiatan bisnis yaitu mewujudkan kesejahteraan untuk seluruh pihak yang terkait maupun untuk siapapun yang secara tidak langsung memberikan partisipasi terhadap aktivitas bisnis tersebut. Dengan terwujudnya kegiatan bisnis secara logis diharapkan kepada semua pihak akan mendapatkan manfaat baik secara ekonomi, finansial, sosial dan budaya. Kemudian secara logis juga masyarakat secara luas akan mendapatkan tingkat kesejahteraan yang makin baik, bukan sebaliknya yang menjadikan makin melorotnya kesejahteraan dengan adanya bisnis yang telah dilakukan. Maka dari itu etika pengelolaan bisnis ini cukup masuk akal untuk diterapkan sebagai paradigma pertimbangan untuk apapun kebijakan manajemen yang dilakukan oleh pegiat bisnis. Sehingga fungsi dari tujuan bisnis sangat berkaitan erat dengan etika yaitu kesejahteraan bersama yang menjadi maksud yang diharapkan untuk dapat dicapai³².

2.3 Dasar Hukum

Al-Qur'an menjelaskan bahwasannya kegiatan berbisnis adalah kegiatan atau aktivitas yang halal dan dibolehkan. Perdagangan yang jujur dan bisnis yang terbuka dan jelas sangat dihormati, disarankan, dan dianjurkan.³³ QS At taubah ayat 105 berbunyi:

³² Muslich, *Etika Bisnis Islami...*, 12.

³³ Muhammad Djakfar, *Agama, Etika, Dan Ekonomi* (Malang: UIN-Maliki Press, 2014), 147.

وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ ۖ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عَالِمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ

بِمَا كُنتُمْ تَعْمَلُونَ

Artinya : *Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul - Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.*³⁴

Al-Qur'an dalam mengajak manusia untuk mempercayai dan mengamalkan tuntutan-tuntutannya dalam segala aspek kehidupan seringkali menggunakan istilah-istilah yang dikenal dalam dunia bisnis, seperti jual beli, untung-rugi, dan lainsebagainnya. Dalam konteks al-Qur'an surat At Taubah ayat 111 menjanjikan:

إِنَّ اللَّهَ اشْتَرَىٰ مِنَ الْمُؤْمِنِينَ أَنفُسَهُمْ وَأَمْوَالَهُمْ بِأَنَّ لَهُمُ الْجَنَّةَ ۚ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَيَقْتُلُونَ
وَيُقْتَلُونَ ۚ وَعَدًّا عَلَيْهِ حَقًّا فِي التَّوْرَةِ وَالْإِنْجِيلِ وَالْقُرْآنِ ۚ وَمَنْ أَوْفَىٰ بِعَهْدِهِ مِنَ اللَّهِ ۚ فَاسْتَبَشِرُوا
بِبَيْعِكُمُ الَّذِي بَايَعْتُمْ بِهِ ۚ وَذَلِكَ هُوَ الْفَوْزُ الْعَظِيمُ

Artinya : *Sesungguhnya Allah telah membeli dari orang-orang mukmin diri dan harta mereka dengan memberikan surga untuk mereka. mereka berperang pada jalan Allah; lalu mereka membunuh atau terbunuh. (itu telah menjadi) janji yang benar dari Allah di dalam taurat, injil dan al-Quran. dan siapakah yang lebih menepati janjinya (selain) daripada Allah? Maka bergembiralah dengan jual beli*

³⁴ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Terjemah, dan Tajwid Warna...*, 203.

yang telah kamu lakukan itu, dan itulah kemenangan yang besar. (QS. At-Taubah : 111).³⁵

Pada ayat di atas, mereka yang tidak mau melakukan kegiatan dalam kehidupannya kecuali jika mendapatkan keuntungan semata, ditantang oleh Al-Qur'an dengan menawarkan suatu tempat jual beli yang tidak mengenal kerugian dan penipuan.³⁶ Manusia memiliki kebebasan dalam berusaha, namun kita tetap terikat dengan norma-norma yang ditetapkan agar hasil dari bisnis yang diusahakan menjadi halal dan berkah, dikarenakan prosedur cara mendapatkannya diperbolehkan menurut Al-Qur'an. Disinilah pesan pentingnya supaya dalam kegiatan berbisnis harus mengindahkan adanya keadilan, keterbukaan atau transparan, menghindari praktik riba, dan lain sebagainya yang dapat menciderai nilai-nilai etika yang harus dijaga.³⁷

Menurut Al-Qur'an, bisnis yang menguntungkan adalah bisnis yang tidak hanya mengejar keuntungan duniawi yang berjangka pendek dan untuk kepentingan sesaat, tetapi keuntungan yang bisa dinikmati di akhirat yang kekal dan abadi. Oleh karena itu, agar sebuah bisnis sukses dan menghasilkan untung, hendaknya bisnis itu didasarkan atas keputusan yang sehat, bijaksana, dan hati-hati. Artinya, keputusan dalam masalah bisnis janganlah sekali-kali karena keputusan yang gegabah atas dorongan hawa nafsu. Jika hal ini terjadi justru akan membawa konsekuensi yang kurang menguntungkan dalam bisnis yang seharusnya di perhitungkan bagi pelakunnya. Selain itu al-Qur'an memerintahkan pada orang-

³⁵ Ibid, 204.

³⁶ Muhammad, Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam...*, 44.

³⁷ Muhammad Djakfar, *Agama, Etika dan Ekonomi...*, 147.

orang yang beriman untuk menjaga amanah dan menjaga janjinya, memerintahkan mereka untuk adil dan moderat dalam perilaku mereka terhadap Allah.³⁸

2.4 Prinsip Dasar Etika Bisnis Islam

Keberkahan suatu bisnis dapat berupa stabilitas dari bisnis tersebut dengan mendapatkan keuntungan yang semestinya dan diridhoi oleh Allah SWT.³⁹ Maka dari itu syarat yang harus dipenuhi untuk mendapatkan keberkahan atas nilai di luar segala kesanggupan manusi, seluruh pelaku bisnis muslim wajib mengindahkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang telah diharuskan dalam agama, yaitu:⁴⁰

1. Kesatuan (*Tawhid*)

Kesatuan yang dimaksud disini adalah bahwasannya sumber yang paling utama pada etika Islam yaitu kepercayaan murni dan total kepada keesaan dan kesatuan Allah. Fakta ini dengan khusus menjelaskan dimensi vertikal agama Islam yang mempertemukan institusi-institusi sosial yang tidak sempurna dan terbatas dengan dzat yang tak terbatas dan sempurna. Hubungan vertikal ini menggambarkan bentuk serah diri manusia dengan utuh tanpa syarat di hadapan Allah SWT, dengan membuat ambisi, keinginan, bahkan perbuatannya patuh terhadap perintah-Nya, pada Qur'an Surat Al An'am ayat 162 berbunyi::

قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

Artinya: *Katakanlah: sesungguhnya sembahyangku, ibadahku, hidupku dan*

³⁸ Ibid, 154.

³⁹ Veithzal Rivai, *Islamic Business And Economic Ethic...*, 28.

⁴⁰ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam* (Malang: UIN-Malang Press, 2007), 21.

*matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan semesta alam. (Q.S. Al-An'am: 162)*⁴¹

Kemudian dalam penerapannya berdasarkan prinsip keesaan ini, maka pengusaha muslim dalam melakukan entitas 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, menimbun kekayaannya dengan penuh keserakahan karena konsep amanah sangat penting bagi seorang muslim dan semua harta hanya bersifat sementara maka harus dengan bijaksana.⁴²

2. 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 Quran surat al-Maidah ayat 8 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ ۚ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا ۗ

اعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya: *Hai orang-orang beriman, hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah maha mengetahui*

⁴¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Terjemah, dan Tajwid Warna...*, 150.

⁴² Rafik Isa Beekun, *Etika Bisnis Islam...*, 35.

*apa yang kamu kerjakan.*⁴³

Pada penerapan ekonomi, konsep keseimbangan menetapkan bentuk kegiatan-kegiatan distribusi, konsumsi, bahkan produksi yang paling baik menggunakan pemahaman yang jelas, bahwasannya kebutuhan semua anggota masyarakat yang belum beruntung di masyarakat Islam didahulukan atas sumber daya riil masyarakat. Tidak terwujudnya keseimbangan sama dengan adanya wujud kedzaliman. Maka dari itu, Islam mengharuskan adanya keseimbangan antara kepentingan pribadi dan kepentingan orang lain, antara hak pembeli dan hak penjual, antara kepentingan orang kaya dan kepentingan orang miskin, dan berbagai macam lainnya.⁴⁴

pada contohnya praktik konsep keseimbangan ini adalah Allah memberikan peringatan kepada para pengusaha muslim agar menyempurnakan takaran ataupun timbangan dalam kegiatan jual beli, hal ini juga bermakna tentang kesetaraan dan keadilan. Islam secara menyeluruh menginginkan untuk mengendalikan kecintaan manusia untuk mempunyai barang-barang dan kecenderungan dari sikap serakahnya.⁴⁵

3. Kehendak Bebas

menurut ajaran Islam, manusia diberi anugerah memiliki kemampuan untuk memilih dan berkehendak dibandingkan pilihan yang beragam, meskipun kebebasan hanyalah milik Allah SWT.⁴⁶ Kehendak bebas adalah hal yang penting dalam nilai etika bisnis Islam, asalkan kehendak bebas tersebut tidak

⁴³ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Terjemah, dan Tajwid Warna...*, 108.

⁴⁴ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Dalam Prespektif Islam...*, 15.

⁴⁵ Rafik Isa Beekun, *Etika Bisnis Islam...*, 37.

⁴⁶ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Dalam Prespektif Islam...*, 16.

merugikan hajat bersama. Pada kehendak bebas ini, kepentingan individu dibuka lebar, sehingga tanpa adanya pembatas untuk menghasilkan pendapatan membuat manusia lebih aktif bekerja dan berkarya menggunakan berbagai kemampuan yang dimilikinya. Namun keinginan manusia tersebut untuk terus mendapatkan keinginan dan kebutuhannya yang sangat tidak terbatas itu dikendalikan oleh Allah dengan adanya kewajiban setiap individu kepada masyarakat melewati infaq, zakat, dan juga sedekah.⁴⁷ Dalam Al-Qur'an surat An-Nisa' ayat 29 Allah berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن

تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah maha penyayang kepadamu.*⁴⁸

konsep kehendak bebas pada penerapannya di etika bisnis Islam berarti setiap individu mempunyai kebebasan dalam pembuatan kontrak dan dalam menepati kontrak tersebut, ataupun mengingkari kontraknya. Dari konsep ini dapat diambil kesimpulan bahwa setiap muslim yang sudah menyerahkan hidup dan matinya kepada kehendak Allah SWT, maka akan selalu berusaha untuk menepati seluruh kontrak yang telah dibuatnya.⁴⁹

⁴⁷ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Islam...*, 46.

⁴⁸ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Terjemah, dan Tajwid Warna...*, 83.

⁴⁹ Rafik Isa Beekun, *Etika Bisnis Islam...*, 39.

4. Tanggung Jawab

Suatu kebebasan dengan tidak adanya batasan merupakan sesuatu yang tidak mungkin dilakukan oleh setiap individu, karena setiap pekerjaan selalu dituntut untuk adanya tanggung jawab ataupun akuntabilitas dalam menjalankan sesuai dengan tuntunan keadilan dan kesatuan, sehingga manusia harus bertanggung jawab atas segala tindakannya. Prinsip tanggung jawab ini secara logis sangat berhubungan dengan prinsip kehendak bebas, yaitu ketika tanggung jawab menentukan batasan tentang apa saja yang bebas dikerjakan oleh manusia dengan pertanggung jawaban atas segala hal yang telah dilakukan.⁵⁰

Setiap manusia seharusnya selalu bertanggung jawab atas apapun yang telah dikerjakan, bukan hanya di depan manusia, melainkan yang lebih utama suatu saat kelak di depan sang pencipta yaitu Allah SWT. Mungkin saja dengan kecerdikannya seseorang bisa meloloskan diri dari tanggung jawab atas pekerjaannya yang telah merugikan sesama manusia, tetapi suatu saat nanti dia tidak mungkin akan lepas atas tanggung jawabnya di hadapan Allah SWT dzat yang maha mengetahui segalanya.

Dalam Islam ada dua aspek dasar yang harus diketahui tentang konsep tanggung jawab. Pertama, konsep tanggung jawab karena manusia di muka bumi ini diberi status khalifah yaitu sebagai wakil Allah. Kedua, tanggung jawab dalam Islam berlandaskan pada sifat tanpa paksaan dan sukarela. Maka dari itu, prinsip tanggung jawab dibutuhkan pengorbanan, namun tidaklah yang berarti menyusahkan, yang berarti bahwasannya manusia setiap melakukan

⁵⁰ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Islam...*, 46.

pekerjaannya selain harus peka dengan lingkungannya, serta harus sensitif dengan konsekuensi atas kebebasannya sendiri.

Implementasi konsep tanggung jawab pada etika bisnis Islam contohnya andaikan seorang pengusaha muslim berkelakuan dengan tidak etis, maka dia tidak boleh menyalahkan kelakuannya kepada permasalahan tekanan bisnis atau pada kenyataan bahwasannya setiap individu juga berkelakuan tidak etis. Dia harus mengemban tanggung jawab tertinggi terhadap perilakunya sendiri.⁵¹

5. Kebenaran (kebajikan dan kejujuran)

Maksud kebenaran pada hal ini selain memiliki arti kebenaran lawan kata dari kesalahan, juga memiliki arti tentang dua unsur yaitu kejujuran dan juga kebajikan. Jika berbicara tentang bisnis, kebenaran disini dapat diartikan dengan niat, sikap, dan perilaku benar yang mencakup proses transaksi, proses memperoleh ataupun mencari komoditas pengembangan, dan juga proses usaha mendapatkan ataupun menentukan keuntungan. Dengan adanya prinsip kebenaran yang diterapkan pada etika bisnis Islam ini, maka suatu bisnis akan sangat terjaga dan tercegah atas kemungkinan munculnya kerugian salah satu pihak dalam melakukan perjanjian, kerjasama, ataupun transaksi dalam suatu bisnis.⁵²

Setiap manusia yang bergelut di dunia bisnis pasti selalu menginginkan keuntungan, tetapi kita tidak boleh lupa untuk selalu menghormati hak pembeli. Hal ini dapat diartikan bahwa penjual harus memiliki sikap toleran kepada

⁵¹ Rafik Isa Beekun, *Etika Bisnis Islam...*, 42.

⁵² Abdul Aziz, *Etika Bisnis Islam...*, 46.

kepentingan pembeli, terlepas dia selaku sebagai konsumen tetap ataupun konsumen bebas.⁵³

2.5 Jual Beli

2.5.1 Pengertian Jual Beli

Jual beli secara bahasa memiliki arti tukar menukar sesuatu. Melainkan jual beli jika diartikan secara istilah dapat diartikan transaksi tukar-menukar materi yang memberikan konsekuensi kepemilikan barang atau jasa secara permanen. Kata jual beli sebenarnya hanya pantas digunakan pada komoditas berupa barang bukan jasa. Oleh karenanya kata jual beli hanya pantas digunakan pada materi, melainkan jasa pada hakikatnya tidak termasuk dalam bentuk materi.⁵⁴

Jual beli berarti suatu aktivitas tukar menukar barang dengan barang yang lainnya menggunakan tata cara yang telah ditentukan. Jasa serta alat tukar seperti uang dalam penggunaannya juga termasuk dalam hal jual beli. Arti jual beli itu sendiri adalah tukar menukar barang dengan barang ataupun dengan uang yang bertujuan untuk melepaskan hak milik dari pihak yang satu terhadap pihak yang lain atas dasar saling merelakan.⁵⁵

Dari berbagai definisi di atas, dapat dimengerti bahwasannya jual beli adalah perjanjian tukar menukar barang ataupun benda yang memiliki nilai secara ridho di antara ke dua belah pihak, pihak yang satu menerima barang

⁵³ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam...*, 31.

⁵⁴ Tim Laskar Pelangi, *Metodologi Fiqih Muamalah* (Kediri: Lirboyo Press, 2015), 2.

⁵⁵ Enang Hidayat, *Fiqih Jual Beli*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015), 9.

ataupun benda, sedangkan pihak yang lain mengganti atau menukarnya sesuai dengan perjanjian ataupun ketentuan yang telah ditetapkan dan disepakati oleh syara'.⁵⁶

2.5.2 Dasar Hukum Jual Beli

Jual beli dalam Islam memiliki dasar hukum yang berasal dari Al-Qur'an dan juga Al-Hadits, dalam surat Al-Baqarah ayat 275 Allah SWT berfirman:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۚ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا
إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۗ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۚ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ
وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ۗ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۗ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya : *Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Allah, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan) dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.*⁵⁷

⁵⁶ Tira Nur Fitria, "Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) dalam hukum Islam dan hukum Negara", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 03, No. 01 (Maret, 2017), 53.

⁵⁷ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Terjemah, dan Tajwid Wana...*, 47.

Berdasarkan ayat tersebut dapat diambil pemahaman bahwa Allah telah menghalalkan jual beli kepada hamba-hamba-Nya dengan baik dan melarang praktek jual beli yang mengandung riba. Nabi Muhammad SAW bersabda dalam hadits yang diriwayatkan oleh Imam Muslim yang berbunyi:

الدَّهَبُ بِالذَّهَبِ وَالْفِضَّةُ بِالْفِضَّةِ وَالْبُرُّ بِالْبُرِّ وَالشَّعِيرُ بِالشَّعِيرِ وَالتَّمْرُ بِالتَّمْرِ وَالْمِلْحُ

بِالْمِلْحِ مِثْلًا مِثْلًا سَوَاءٌ بِسَوَاءٍ يَدًا يَدًا فَإِذَا اخْتَلَفَتْ هَذِهِ الْأَصْنَافُ فَيُعَوَّكَيْفَ شَيْئًا إِذَا كَانَ يَدًا

يَدًا (رواه مسلم)

“emas ditukar dengan emas, perak dengan perak, gandum dengan gandum, kurma dengan kurma, garam dengan garam, sama beratnya, dan langsung diserahkan terimakan. Apabila berlainan jenis, maka juallah sesuka kalian namun harus langsung diserahkan terimakan atau secara kontan (H.R. Muslim)”

Berdasarkan hadist diatas dijelaskan bahwa jual beli hukumnya mubah atau boleh, namun hukum jual beli bisa menjadi wajib dan bisa haram seperti ketika terjadi penimbunan barang sehingga persediaan dan harga melonjak naik. Apabila terjadi praktek semacam ini maka pemerintah boleh memaksa para pedagang menjual barang sesuai dengan harga dipasaran dan para pedagang wajib memenuhi ketentuan pemerintah di dalam menentukan harga serta pedagang juga dapat dikenakan sanksi karena tindakan tersebut dapat merusak atau mengacaukan ekonomi rakyat.

Berdasarkan dalil tersebut diatas, maka jelaslah bahwa hukum jual beli adalah boleh. Namun tidak menutup kemungkinan perubahan status jual beli itu sendiri, semuanya tergantung pada terpenuhi atau tidaknya syarat dan rukun jual beli.⁵⁸ Hukum jual beli dapat berubah menjadi haram, makruh, mandub, ataupun halal.

a. Contoh jual beli wajib

Menganggur dan malas-malasan sangat dicela dalam Islam, sementara usaha mencari nafkah adalah wajib. Orang yang tidak bisa mendapatkan nafkah hidupnya kecuali dengan berjual beli, atau dalam arti lain dia tidak punya cara lain kecuali dengan jalan berjual beli, maka dia wajib berjual beli guna memperoleh nafkah hidup dan tidak menjadi beban hidup orang lain.

b. Contoh jual beli haram

- 1) Jual beli barang najis seperti bangkai.
- 2) Jual beli barang yang kegunaan pada umumnya adalah haram seperti alat-alat judi.
- 3) Jual beli barang hasil dari perjudian dan pencurian.
- 4) Jual beli kitab-kitab yang menyesatkan.
- 5) Jual beli dengan logam (alat tukar) yang tak berlaku lagi.
- 6) Menjual sesuatu kepada musuh-musuh Islam yang dapat menambah kekuatan mereka dalam memusuhi kaum Muslimin.

⁵⁸ Shobirin, *Jual Beli Dalam Pandangan Islam*, *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, Vol. 3, No. 2 (2015), 245.

7) Menjual senjata kepada musuh-musuh Islam sehingga dapat menambah kekuatan mereka dalam memusuhi kaum Muslimin.

c. Contoh jual beli sunnah

Jual beli untuk menambah kecukupan keluarga dan untuk membagikan keuntungan kepada kaum Muslimin adalah sunnah. Misalnya, seorang petani yang bertani untuk mendapatkan hasil, akan tetapi pada waktu-waktu senggang dia melakukan jual beli agar dapat membantu orang miskin, maka dia akan mendapatkan pahala.

d. Contoh makruh

- 1) Berjual beli dengan orang yang berperangai buruk.
- 2) Berjual beli di antara azan subuh dan terbitnya matahari.
- 3) Menjual belikan barang yang hendak dibeli orang lain.⁵⁹

2.5.3 Syarat dan Rukun Jual Beli

Menurut Imam Nawawi rukun jual beli terbagi menjadi tiga perkara, diantaranya adalah harus adanya *aqid* (yang melakukan akad), benda yang diperjualbelikan, serta ijab kabul yang berisi tentang penawaran dan permintaan.

Adapun rukun jual beli adalah sebagai berikut:

a. Aqid

Aqid yaitu beberapa pihak yang menjalankan persetujuan jual beli yang terdiri dari penjual dan juga pembeli, baik yang bertransaksi itu adalah pemilik asli ataupun orang lain yang menjadi wakil atau wali dari

⁵⁹ Enang Hidayat, *Fiqih Jual Beli...*, 16.

pemilik aslinya, sehingga dia mempunyai kekuasaan dan hak untuk mentransaksikan barang ataupun jasanya.

b. Objek akad

Objek akad haruslah memiliki kadar, bentuk, dan juga sifat-sifat yang jelas, hingga dapat dimengerti dengan jelas oleh penjual dan pembeli. Dari kalimat di atas dapat disimpulkan bahwa transaksi jual beli benda yang samar atau yang tidak dilihat oleh penjual dan pembeli ataupun salah satu darinya, hal tersebut dianggap tidak sah. Imam Syafi'i mengatakan "tidak sah jual beli tersebut karena ada unsur penipuan".

c. Ijab dan Kabul

Ijab yaitu apa yang dikatakan oleh penjual, seperti "aku jual barang ini kepadamu dengan harga sekian". Sedangkan kabul yaitu apa yang diucapkan oleh pembeli, contohnya "aku beli barang ini darimu dengan harga sekian". Adapun kedua-duanya memiliki persamaan maksud walaupun adanya perbedaan lafadz, contohnya penjual berkata "saya milikkan benda ini", kemudian pembeli mengucapkan "saya beli" ataupun sebaliknya. Selanjutnya tidak terpisah dengan waktu yang lama antara ijab dan kabul tersebut, karena jika terpisah lamanya hal itu membuat diperbolehkannya keluar pembatalan kabul tersebut.⁶⁰

d. Adanya Nilai Tukar Pengganti Barang

⁶⁰ Siswadi, Jual Beli Dalam Perspektif Islam, *Jurnal Ummul Qura*, Vol.III, No. 2 (2013), 62

Nilai tukar pengganti barang adalah sesuatu yang dapat menyimpan nilai, dapat memiliki harga ataupun menilai suatu barang dan juga dapat dijadikan alat tukar.

Dari empat rukun jual beli di atas mengandung syarat-syarat yang mesti dipenuhi dalam transaksi jual beli, diantaranya adalah sebagai berikut:

a. Syarat sah ijab Kabul

Dalam kitab fiqh dijelaskan minimal ada tiga syarat sahnya ijab kabul, yaitu:

- 1) Tidak boleh diselingi menggunakan kata-kata lain diantara ijab dan kabul
- 2) Orang-orang yang berakad (penjual dan pembeli)
- 3) Tidak diperbolehkan adanya yang memisahkan maksud antara penjual dan pembeli ketika masih adanya interaksi mengenai ijab dan kabul

b. Syarat sahnya penjual dan pembeli

- 1) Baligh, berakal agar tidak mudah ditipu orang.
- 2) Beragama 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.
- 3) Adanya barang ataupun benda yang dijadikan objek jual beli
- 4) Tidak adanya kemubadziran atau pemborosan dan berasal dari kehendak sendiri tanpa adanya paksaan dari orang lain.

c. Syarat sah barang yang diperjual belikan

- 1) Barang yang diperjual belikan harus dipastikan dalam keadaan suci ataupun tidak terkena dengan najis, contohnya babi, anjing, dan juga kotoran binatang, terkecuali dalam keadaan darurat dan memiliki manfaat.
- 2) Barang yang diperjual belikan tidak boleh dibatasi waktunya, penjual tidak diperbolehkan memberi syarat ataupun ketentuan untuk membelinya lagi, melainkan itu merupakan hak dari pembeli, karena hal tersebut adalah salah satu sebab adanya kepemilikan.
- 3) Barang yang diperjual belikan dapat diserahkan setelah terjadinya akad.
- 4) Barang yang diperjual belikan adalah milik sendiri, kesepakatan jual beli dikatakan tidak sah jika barang yang dijadikan objek jual beli berasal dari hasil mencuri ataupun barang titipan yang tidak boleh dijual oleh pemilik aslinya.
- 5) Barang yang diperjual belikan bisa dilihat dan dapat diketahui.
- 6) Objek jual beli harusnya diketahui beratnya, kualitasnya, ukurannya, dan juga takarannya, agar tidak munculnya keraguan.⁶¹

2.6 Jual Beli *online* dalam Islam

Jual beli *online* dapat diartikan dengan aktivitas jual beli benda atau jasa melewati media elektronik, terkhusus melewati media internet atau biasa disebut secara *online*. Jual beli melalui internet adalah salah satu transaksi jual beli baik barang ataupun jasa yang dilakukan dengan memanfaatkan sarana internet atau

⁶¹ Shobirin, *Jual Beli Dalam Pandangan Islam...*, 252.

elektronik. Jual beli melalui internet juga dapat diartikan bahwasannya akad yang dilakukan dengan cara penyebutan ciri-ciri tertentu dengan menggunakan metode pembayaran barangnya terlebih dahulu, melainkan penyerahan barangnya setelah terjadinya pembayaran.

Jual beli *online* yaitu persetujuan jual beli yang dilakukan melewati media elektronik. Dimana persetujuan jual beli tersebut tidak diharuskan kepada kedua belah pihak untuk bertemu secara langsung ataupun secara langsung bertatap muka, dengan menetapkan jenis barang dan ciri-cirinya, sedangkan untuk pembayarannya barangnya diserahkan di awal dan kemudian baru diserahkan barangnya kepada pembeli. Adapun karakteristik bisnis *online* adalah sebagai berikut:

1. Terjadinya kesepakatan jual beli antara penjual dan pembeli.
2. Adanya pertukaran benda, jasa, dan informasi yang jelas mengenai objek jual beli.
3. Internet merupakan media utama dalam proses atau mekanisme akad tersebut.

Dari karakteristik di atas, bisa dilihat bahwa yang membedakan bisnis *online* dengan bisnis offline yaitu proses transaksi (akad) dan media utama dalam proses tersebut. Akad merupakan unsur penting dalam suatu bisnis. Secara umum, bisnis menurut Islam memaparkan bahwa adanya kesepakatan jual beli yang bersifat fisik, dengan mendatangkan barang yang telah dipesan, namun adanya ketetapan diharuskannya disampaikan sifat barang secara nyata, baik diberikan secara langsung ataupun pada batas waktu yang telah disepakati.⁶²

⁶² Tira Nur Fitria, *Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) dalam hukum Islam dan hukum Negara...*, 55.

Bisnis *online* dalam ekonomi syariah memiliki kesamaan dengan bisnis pada umumnya, yaitu sama-sama terbagi dalam hal yang legal dan ilegal, halal ataupun haram. Bisnis *online* diperbolehkan asalkan bisnis yang dijalankan tidak memiliki unsur elemen yang dilarang. Kesepakatan jual beli *online* mengenai barang yang dijual berdasarkan pada penjelasan yang terpapar pada media, tapi apabila pemaparan tersebut tidak tepat, maka pembeli mempunyai hak khiyar yang memberikan hak kepada pembeli untuk membatalkan pembelian ataupun tetap meneruskannya.⁶³

Kegiatan bisnis melalui media *online* diperbolehkan dalam Islam selama tidak mengandung unsur-unsur kedzaliman, penipuan, monopoli, dan riba. Rasulullah telah menjelaskan bahwasannya kegiatan jual beli itu hukumnya halal selama hal tersebut berdasarkan suka sama suka. Berbisnis atau jual beli melalui media internet mempunyai dampak positif karena dianggap praktis, cepat, dan mudah. Adapun syarat-syarat mendasar diperbolehkannya jual beli lewat *online* diantaranya :

1. Tidak melanggar ketentuan syari'at Islam, seperti transaksi bisnis yang diharamkan, terjadinya kecurangan, penipuan, dan monopoli.
2. Adanya kesepakatan perjanjian diantara dua belah pihak (penjual dan pembeli) jika terjadi sesuatu yang tidak diinginkan maka jatuh kepada pilihan antara sepakat atau pembatalan.
3. Adanya sanksi, kontrol, dan juga aturan hukum yang jelas dan tegas dari pemerintah ataupun lembaga yang berwenang dalam menjamin

⁶³ Ibid, 56.

diperbolehkannya kegiatan bisnis yang transaksinya dilaksanakan melalui media internet atau *online* bagi masyarakat.

Apabila suatu bisnis *online* tidak selaras dengan ketentuan dan syarat-syarat yang telah dipaparkan di atas, maka hukumnya adalah haram atau tidak diperbolehkan. Perlindungan dan kemaslahatan umat semestinya berada dalam naungan perlindungan negara atau lembaga yang ahli dalam bidangnya.⁶⁴

Suatu transaksi atau akad dinyatakan sah apabila terpenuhi syarat dan rukunnya. Dalam Islam ada beberapa rukun dan syarat berkaitan dengan suatu akad transaksi, khususnya pada bisnis *online*, yaitu:

1. Adanya dua pihak atau lebih yang melakukan akad atau transaksi

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

2. Ada sighat akad

Pada dasarnya ijab dan kabul dalam bisnis *online* sama dengan ijab dan kabul dalam bisnis di dunia nyata. Pernyataan ijab dan kabul (kesepakatan) dapat dilakukan dengan berbagai cara dan melalui berbagai media. Namun, yang terpenting adalah substansi ijab dan kabul (kesepakatan) tersebut dapat dipahami maksudnya oleh kedua pihak yang melakukan transaksi, sehingga dapat diartikan sebagai kerelaan kedua pihak untuk melakukan transaksi. Dalam bisnis

⁶⁴ Ibid, 60.

online kedua pihak tidak bertemu di suatu tempat. Namun mereka bertemu dalam satu majelis, yaitu majelis maya.

3. Ada objek akad

Objek dalam bisnis *online* umumnya berupa jasa, komodii digital, atau non digital, hal ini tidak jauh berbeda dari bisnis dunia nyata. Karena itu objek dalam bisnis *online* harus memenuhi kriteria yang disyariatkan, yaitu berupa jasa atau komoditi yang halal, mempunyai nilai dan manfaat, memiliki kejelasan baik bentuk, fungsi maupun keadaannya, serta dapat diserahkan terimakan pada waktu dan tempat (media) yang telah disepakati.⁶⁵

Meskipun bisnis adalah suatu hal yang diperbolehkan dalam Islam, namun ada beberapa hal yang dapat menyebabkan bisnis online ini menjadi haram, yaitu jika bisnis *online* tersebut berkaitan dengan hal-hal berikut ini:

- a. Sistemnya haram, misalnya ada unsur perjudian.
- b. Barang atau jasa yang dijadikan objek transaksi merupakan sesuatu yang di haramkan.
- c. Karena melanggar perjanjian.
- d. Ada unsur riba, penipuan, kecurangan, dan kedzaliman.
- e. Terdapat hal-hal lain yang tidak sesuai dengan ketentuan hukum Islam.

Dengan demikian menurut Islam, transaksi bisnis *online* diperbolehkan apabila sesuai dengan prinsip atau ketentuan akad yang ada dalam Islam.⁶⁶

⁶⁵ Arip Purqon, *Bisnis Online Syariah* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama 2014), 27-31

⁶⁶ Ibid, 31.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan sebuah metode untuk menemukan kebenaran yang juga merupakan sebuah pemikiran kritis.⁶⁷ Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan sebagainya secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.⁶⁸

3.2 Pengumpulan data

Data yang dikumpulkan, yakni data yang perlu dihimpun untuk menjawab pertanyaan dalam rumusan masalah. Data yang dihimpun disini mengenai penerapan etika bisnis Islam pada bisnis *online* khususnya Antaradinhijabs yang berasal dari sumber data yang dikumpulkan yang kemudian diolah serta dianalisis.

⁶⁷ Sudarwan Danim, *Menjadi Peneliti Kualitatif*, (Bandung: CV. Pustaka Setia 2002), 26.

⁶⁸ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006), 6.

3.3 Sumber Data

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah sumber data primer dan sekunder. Pada penelitian ini penulis mendapatkan data langsung dari narasumber melalui proses wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sumber data primer adalah sumber data yang dapat memberikan data penelitian secara langsung,⁶⁹ data primer pada penelitian ini meliputi informasi dari pemilik Antaradin hijabs yaitu Fita Ellentri Chyntia Putri, SE mengenai bisnis *online* Antaradin hijabs, serta pernyataan beberapa orang yang berperan dalam produksi dan pemasarannya untuk mengetahui etika bisnis Islam yang telah diterapkan.

Sedangkan sumber data sekunder adalah sumber data yang mampu atau dapat memberikan informasi dan tambahan yang dapat memperkuat data pokok,⁷⁰ juga bisa dikatakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada penulis yang sifatnya sebagai pendukung, seperti melalui dokumen dan lain sebagainya. Data sekunder pada penelitian ini adalah artikel, buku, jurnal penelitian, dll yang mengangkat judul penelitian ini.

3.4 Teknik pengumpulan data

1. Observasi

Observasi yaitu kegiatan pengumpulan data melalui pengamatan atau gejala, fenomena, dan fakta empiris yang terkait dengan masalah penelitian.⁷¹

⁶⁹ Joko P. Subagyo, *Metodologi Penelitian dalam teori dan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1991), 87.

⁷⁰ Sunardi, *Metodelogi Penelitian*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1998), 85.

⁷¹ Suharsimi Ari Kunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 120.

Kegiatan observasi meliputi; melakukan pencatatan secara sistematis kejadian-kejadian, perilaku, objek-objek yang dilihat dan hal lain yang dipergunakan dalam mendukung penelitian yang sedang dilakukan secara umum, penulis mengumpulkan data atau informasi sebanyak mungkin. Tujuan dari pengumpulan data dengan observasi ini biasanya untuk membuat deskripsi atas perilaku atau frekuensi atas suatu kejadian.⁷²

2. Wawancara

Wawancara yaitu percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.⁷³ Teknik wawancara dalam penelitian dimaksudkan agar penulis dapat mengkonstruksi pemikiran, kejadian, motivasi, persepsi, kepedulian, pengalaman, serta opini mendalam tentang masalah penelitian.

Dengan demikian, agar penulis dapat melakukan reduksi dan analisis berdasarkan data yang didapatkan. Melakukan komunikasi interaktif dengan narasumber informasi untuk mendapatkan data sesuai masalah penelitian. Dalam proses wawancara terjadi tanya jawab antara penulis dan informan, baik secara terstruktur maupun tidak terstruktur.⁷⁴

3. Dokumentasi

⁷² Jusuf Soewadji, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012), 158.

⁷³ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* ..., 148.

⁷⁴ M. Musfiqon, *Panduan Lengkap Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Jakarta: PPM, 2012), 68.

Metode dokumentasi adalah cara mencari data melalui buku, majalah, catatan, prasasti, notulen rapat, agenda, dan lain-lain.⁷⁵ Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini bisa berupa tulisan dan gambar, seperti dokumen pencatatan Antaradinhibabs, dan gambar pemasarannya di media *online*.

3.5 Teknik Pengolahan data

Teknik pengolahan data yaitu meliputi pengeditan serta mengkategorikan data. Setelah data yang diperlukan sudah terkumpul, maka penulis mengolah data tersebut dengan melakukan pengeditan data menjadi lebih rapi dan terperinci sehingga dapat ditransformasikan ke dalam bentuk kata-kata serta kalimat yang tepat, dan mengkategorikannya sesuai dengan bagiannya masing-masing. Teknik yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. *Editing*, yaitu pemeriksaan kembali data-data yang telah terkumpul, tujuannya untuk meminimalisir kesalahan yang terdapat pada pencatatan dan memudahkan dalam penyusunan data.
2. *Organizing*, yaitu menyusun dan mengatur data yang sudah diperoleh secara sistematis, sehingga memudahkan penulis dalam menganalisis data.
3. *Analyzing*, yaitu tahapan menganalisis data dari hasil data yang terkumpul sehingga mendapatkan kesimpulan dari fakta yang ditemukan, kemudian menjadi jawaban dari rumusan masalah yang ada.

⁷⁵ Jusuf Soewadji, *Pengantar Metodologi Penelitian ...*, 157

3.6 Teknik analisis data

Analisis data merupakan proses penggambaran secara terperinci dan penyusunan ulasan penelitian seperti wawancara serta material lain yang telah terkumpul.⁷⁶ Penulis mengumpulkan data yang ada di lapangan dengan teknik pengumpulan data yang telah diuraikan di atas, kemudian data tersebut diolah dan dianalisis dengan cara menggambarkan keadaan dan fenomena menggunakan kata-kata atau kalimat yang dihubungkan terhadap teori yang sudah ada sehingga muncul suatu kesimpulan yang akhirnya dapat menjawab pertanyaan dari rumusan masalah yang ada.



⁷⁶ Sudarwan Danim, *Menjadi Peneliti Kualitatif ...*, 209.

BAB IV

ETIKA BISNIS ISLAM PADA BISNIS *ONLINE* ANTARADINHIJABS

4.1 Gambaran Umum Bisnis *Online* Antaradinhijabs

4.1.1 Sejarah Singkat Antaradinhijabs

Antaradinhijabs adalah salah satu bisnis pakaian dengan menggunakan media *online* yang bertempat di Sidoarjo. Ide bisnis ini berawal pada bulan Februari 2015, hal ini terjadi ketika pemilik Antaradinhijabs diberikan kepercayaan oleh teman-temannya khususnya teman-teman program studinya saat itu yaitu program studi Ekonomi Syariah di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Karena semakin banyaknya pesanan yang datang, akhirnya muncullah ide di benaknya untuk menjadi reseller hijab di salah satu pasar grosir yang berada di Surabaya. Dengan bermodalkan uang sekitar Rp.500.000 beliau dapat membeli hijab sebanyak tiga lusin yang masing-masing lusinnya memiliki model hijab yang berbeda-beda. Kemudian hijab yang telah dibeli tersebut dipasarkan dan dijualnya. Hanya selisih beberapa minggu setelah dipasarkan, hijab-hijab tersebut akhirnya habis terjual.

Setelah beberapa bulan kemudian, pemilik Antaradinhijabs memiliki keinginan untuk memperbesar jangkauan usahanya yang menawarkan produk berupa hijab. Melihat peluang usaha dan pasar yang ada yaitu di tempat beliau kuliah dimana kampus tempat beliau belajar saat itu adalah Universitas Islam, sehingga mahasiswinya pun muslimah dan pasti menggunakan hijab. Adapun ibu dari beliau merupakan seorang penjahit, sehingga muncul ide baru untuk

memproduksi produknya sendiri di rumahnya untuk ditawarkan kepada masyarakat, adapun harapannya sebagai pebisnis yaitu agar semakin minimnya biaya yang dikeluarkan sehingga mendapatkan keuntungan yang lebih besar.

Singkat cerita pada bulan Mei tahun 2015 pemilik Antaradinhijabs ini mulai memasarkan produknya melalui media *online* kepada teman-temannya di media sosial terutama di media BBM (*Black Berry Mesenger*), karena media ini termasuk media *online* yang paling banyak digunakan pada saat itu. Pada saat itu beliau dibantu dengan temannya untuk membuat nama bisnisnya agar menjadi identitas yang kuat, lebih mudah dikenal oleh masyarakat, dan agar memberi perbedaan dari bisnis lainnya. Nama tersebut di ambil dari salah satu kata pada Al-Qur'an Surat An-Nisa' ayat 29 yang berbunyi:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا

أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

“Artinya: *Hai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu makan harta orang lain dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dengan perniagaan (jual beli) dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu bunuh dirimu (saudarimu). Sesungguhnya, Allah Maha Penyayang kepadamu.*”⁷⁷

Dari ayat tersebut, muncullah potongan kata yang berbunyi “Antaradin” yang artinya dengan suka sama suka, dari kata inilah pemilik Antaradinhijabs

⁷⁷ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Terjemah, dan Tajwid Warna...*,83

menjadikan Antaradin sebagai nama bisnisnya, dengan harapan adanya ridho antara penjual dan pembeli atas transaksi yang telah dilakukan.

Seiring berjalannya waktu dan perkembangan tren hijab, pemilik Antaradinhijabs memutuskan untuk memproduksi sendiri dengan bermodalkan dua mesin yaitu satu mesin jahit dan satu obras. Setelah berjalan setahun, pemilik Antaradinhijabs ingin memprbaiki kualitas produksinya dengan membeli satu mesin jahit baru yang memiliki kelebihan khusus yaitu untuk menjahit tepi pakaian supaya jahitan yang ada pada hijab-hijab yang dijual dapat terlihat lebih rapi lagi. Pesanan yang datang langsung diselesaikan oleh ibu dari pemilik Anaradinhijabs, namun jika pesanan yang datang melebihi kapasitas dari kemampuan sang ibu dalam penyelesaiannya, maka beliau mengoptimalkan sumber daya sekitar yang ada, yaitu dengan bekerja sama dengan para ibu-ibu rumah tangga di sekitar rumahnya yang memiliki ketrampilam menjahit.

Suatu bisnis pasti mengalami grafik naik dan turun, tidak terkecuali pada bisnis ini yang telah berjalan selama dua tahun akhirnya mengalami kendala yaitu pada ibu pemilik Antaradinhijabs ini. Meskipun datang kendala, beliau tidak ingin berhenti dan putus asa, sehingga timbul lah ide untuk mengajak bekerjasama dengan konveksi yang dimiliki oleh saudaranya yang bertempat di desa Mojorangangung dengan tugas menjahit pesanan hijab dari para pelanggan. Konveksi milik saudaranya itu memiliki delapan pegawai yang bertugas sebagai penjahit dengan keahlian membuat baju koko, batik, dan lain sebagainya. Sehingga pemilik Antaradinhijabs sangat yakin dan percaya untuk menjalin kerjasama dengan konveksi yang dimiliki saudaranya tersebut. Adapun biaya

yang dikeluarkan oleh Antaradinhibabs saat bekerja sama dengan konveksi ini dapat dibilang sangat terjangkau, yaitu kisaran Rp 3.000,- sampai dengan Rp 25.000,- sesuai dengan tingkat kesulitannya. Dari sekitar seratus hijab yang harus dijahit, konveksi ini dapat menyelesaikannya dengan sangat cepat, yaitu hanya satu hari saja.

Di tahun 2017 Antaradinhibabs menerapkan sistem pre order setiap seminggu sekali, kemudian dilakukan pembayaran di hari kedua setelahnya, setelah semua pesanan dan pembayaran telah terdata hijab yang telah dipesan akan diproduksi dan kemudian langsung dikirim kepada pemesannya. Sistem pre order seperti ini sangat menghemat waktu dan juga tenaga yang dikeluarkan, karena barang yang dipesan tidak jauh beda dengan barang yang telah diproduksi.

Adanya dukungan dari keluarga pemilik Antaradinhibabs ini juga sangat berpengaruh dalam berbagai macam kegiatan yang ada di Antaradinhibabs, salah satunya yaitu keikutsertaan keluarganya dalam berkontribusi ketika datangnya pesanan yang cukup banyak, dengan kontribusi seperti melakukan perekapan pesanan serta pengemasan hijab yang telah dipesan. Hal ini dirasakan sangat meringankan pekerjaan pemilik Antaradinhibabs karena pekerjaan yang berat akan terasa ringan bila dikerjakan bersama-sama.

Lebih dari 500 hijab dipesan oleh pelanggan dalam seminggunya yang tersebar di seluruh Indonesia. Dengan semakin berkembangnya jaman dan teknologi semakin banyak pula perusahaan-perusahaan pengiriman barang atau ekspedisi yang berdiri sehingga mempermudah para pemilik bisnis *online*

khususnya Antaradinhijabs dalam pengiriman produk-produknya ke berbagai daerah. Maka dari itu Antaradinhijabs melakukan kerjasama dengan jasa pengiriman barang atau yang biasa disebut ekspedisi untuk mempermudah usahanya dalam pengiriman barang kepada para konsumen.

Antaradinhijabs bisa dikatakan semakin berkembang setelah dilihat dari segi besarnya omset di setiap tahunnya yang selalu bertambah. Omset pada tahun pertama usahanya antara Rp300.000 - Rp1.000.000. Lalu pada tahun kedua omsetnya naik dari tahun pertamanya yaitu antara Rp.2.000.000 - Rp.3.000.000. Dan tahun terakhir ini omsetnya mencapai kurang lebih Rp.7.000.000 per bulan.⁷⁸

4.1.2 Profil Bisnis Antaradinhijabs

Pemilik Usaha : Fita Ellentri Chyntia Putri
Bidang Usaha : Perdagangan- Home Industry
Jenis Usaha : Pakaian Wanita
Jenis Produk : Hijab, Dress, Shirt, Skirt
Alamat : Jl. Cemeng Bakalan No. 27, Kel.Cemeng Bakalan, Kec.
Sidoarjo, Kab. Sidoarjo
Tahun Berdiri : 2015
Akun Bisnis : Instagram dan Shopee = Antaradinhijabs, Line@ =
@antaradinhijabs, dan Whatsapp = 089502570070

⁷⁸ Fita Elentri Chyntia Putri, SE (*owner* Antaradinhijabs), Wawancara, Sidoarjo 27 Desember 2018, pkl 10.30.

4.1.3 Visi, Misi dan Moto Antaradin hijabs

1. Visi

Menjadi jalan keluar wanita muslimah dalam kebutuhan pakaian yang santun dan elegan.

2. Misi

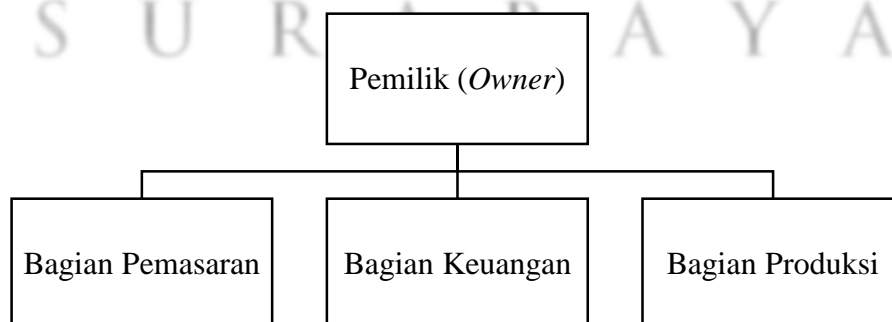
- a. Menghadirkan servis terbaik dalam mewujudkan kebutuhan pakaian wanita muslimah.
- b. Meningkatkan ekonomi serta kualitas hidup masyarakat sekitar.

Antaradin hijabs juga memiliki motto bisnis yang berbunyi “*Muslimah Wear: Young and Smart Hijabers*”. Dari motto ini dapat dilihat bahwa pasar yang dituju adalah wanita muslimah yang berjiwa muda dan cerdas serta selalu menggunakan hijab untuk menutup auratnya.⁷⁹

4.1.4 Struktur Organisasi Antaradin hijabs

Tabel 4.1

Struktur Organisasi Antaradin hijabs



⁷⁹ Fita Elentri Chyintia Putri, SE (*owner* Antaradin hijabs), Wawancara, Sidoarjo 27 Desember 2018, pkl 10.30.

1. Pemilik (*Owner*)

Pemilik (*owner*) adalah pencetus gagasan dan pelaksana utama bisnis *online* Antaradinjabs, serta bertugas memberi arahan serta informasi penting dan mengambil keputusan untuk kemajuan Anaradinjabs.

2. Bagian Pemasaran

Bagian pemasaran memiliki tugas mengoperasikan berbagai macam kegiatan pemasaran secara *offline* ataupun *online*. Beberapa hal yang dikerjakan oleh bagian pemasaran adalah sebagai berikut:

- a. Mendesain tampilan gambar produk yang akan diunggah di berbagai media sosial.
- b. Berinteraksi dengan calon pelanggan dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan yang dilontarkan di media sosial.
- c. Mendesain tampilan feed dan insta story agar terlihat lebih menarik.

3. Bagian Keuangan

Bagian keuangan memiliki tugas mengoperasikan berbagai macam kegiatan keuangan di Antaradinjabs, contohnya penerimaan pembayaran, pencatatan penjualan, pencatatan stock barang, dan lain sebagainya.

4. Bagian Produksi

Bagian produksi memiliki tugas mengoperasikan berbagai macam kegiatan produksi mulai dari penerimaan bahan baku, pemotongan kain, proses menjahit, hingga proses pengemasan.

Struktur organisasi bisnis *online* Antaradinjabs tersebut masih bersifat tidak baku, dikarenakan strukturnya masih bersifat kekeluargaan, yang mana

setiap bagian yang berhubungan dengan pengoperasian bisnis *online* Antaradinhijabs merupakan keluarga dari sang pemilik serta beberapa ibu rumah tangga yang berada di sekitar tempat hunian pemilik.

4.1.5 Produk Antaradinhijabs

Di awal terbentuknya bisnis *online* Antaradinhijabs, bisnis ini hanya menawarkan berbagai produk hijab dengan cara kulakan ataupun dapat dikatakan menjual kembali barang yang telah dibeli dari *supplier* di pusat perbelanjaan grosir yang berada di Surabaya. Seiring berjalannya waktu pemilik bisnis *online* Antaradinhijabs memiliki inisiatif untuk memproduksi produk hijabnya sendiri, supaya keuntungan yang didapatkan semakin maksimal. Produk yang ditawarkan oleh Antaradinhijabs dibagi menjadi dua macam menurut tempat produksinya, antara lain produk buatan Antaradinhijabs sendiri dan juga produk yang diproduksi dari luar Anaradinhijabs. Berikut adalah produk-produk yang ditawarkan oleh Antaradinhijabs:

1. Produk Antaradinhijabs
 - a. Pashmina Insan
 - b. Monochrome Segi Empat
 - c. Nasira Instan
 - d. Pashmina Kayla
 - e. Az-Zahra
 - f. Long Tunik
 - g. Overall

- h. Pashmina Ima
 - i. Radhia Top
 - j. Hana Tunik
 - k. Zea Skirt
 - l. Zeyda Dress
 - m. Adreera set
2. Produk dari luar Antaradinhijabs
- a. Segi empat Rawis
 - b. Pashmina Rawis
 - c. Rounhand Sweater
 - d. Loose Sweater

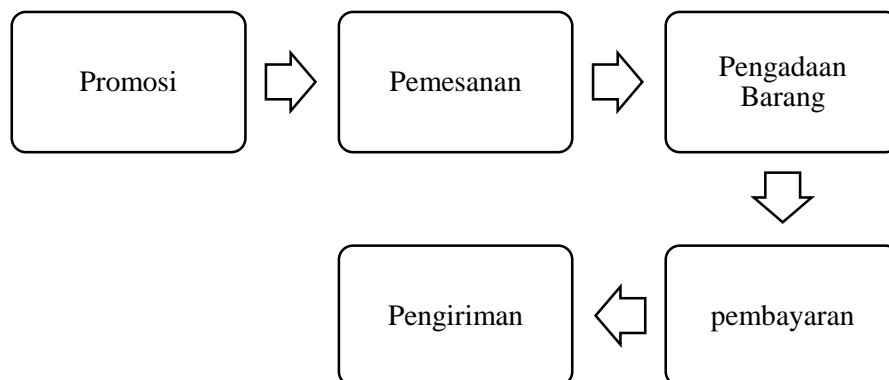
4.1.6 Kegiatan Transaksi Antaradinhijabs

Pada bisnis *online* Antaradinhijabs ini terdapat dua bentuk transaksi ditinjau dari sistem pengadaan barangnya, yaitu pre order (PO) dan *ready stock*.

- a. Sistem Pre Order (PO)

Tabel 4.2

Sistem Pre order (PO) di Antaradinhijabs



Cara promosi yang dilakukan bisnis *online* Antaradinjabs adalah dengan menyebarkan langsung melalui *broadcast* pada *line@*, mengunggah foto produk dengan deskripsinya di *instagram*, *insta story* yang ada pada *instagram*, dan memasukkan pada sorotan yang ada di *instagram*, serta pada *e-commerce* *Shopee*. Beberapa hal tersebut adalah cara-cara Antaradinjabs dalam memperkenalkan produknya kepada para calon pembeli.

Proses pemesanan oleh calon pembeli dilakukan jika dia merasa tertarik untuk membeli produk yang telah ditawarkan oleh Antaradinjabs melalui kegiatan promosi yang telah dijalankan. Pada tahap ini calon pembeli berkesempatan untuk memilih produk yang diinginkan, kemudian mungkin akan memberikan beberapa pertanyaan tentang spesifikasi kejelasan produk, proses pembelian, dan lain sebagainya. Pada tahap ini pelanggan dapat melakukan pemesanan dengan menghubungi langsung melalui chat pada aplikasi *Instagram*, *Shopee*, *Line@*, ataupun *WhatsApp*.

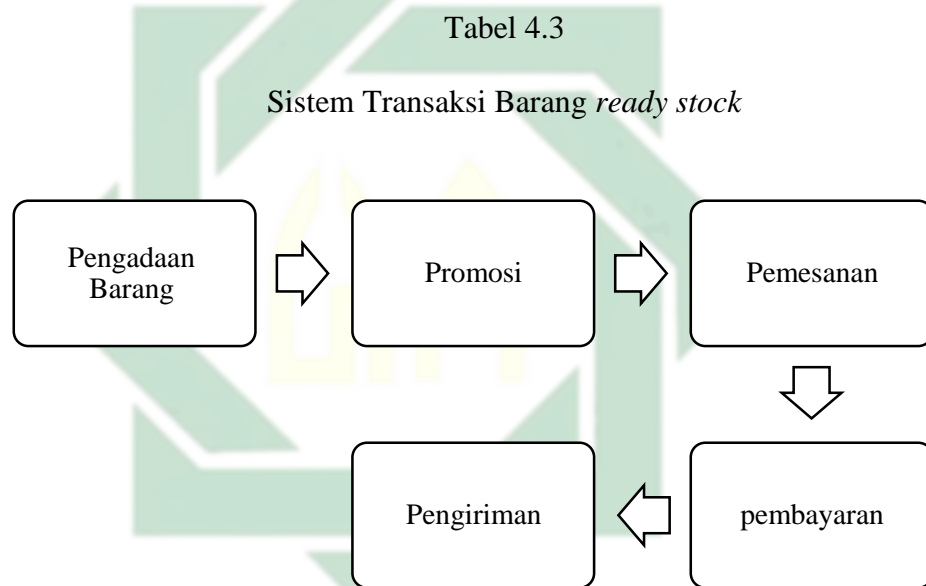
Pengadaan barang atau proses produksi yang berjalan di Antaradinjabs pada sistem *pre order* (PO) dilakukan dengan memproduksi barang yang telah dipesan dengan kemungkinan barang tersebut telah jadi sekitar 2 sampai 5 hari, dan kemudian akan langsung dikirim kepada pemesannya. Hal ini telah disepakati oleh kedua belah pihak, dimana telah tertulis pada keterangan di setiap foto yang telah diunggah di media sosial.

Proses pembayaran dilakukan oleh pembeli yang telah melakukan proses pemesanan. Pembeli dapat memilih untuk membayarkan uangnya secara langsung ataupun transfer sesuai dengan harga yang telah tercantum pada deskripsi produk, adapun apabila membutuhkan jasa kurir ekspedisi yang disebabkan adanya jarak yang cukup jauh maka akan ditambah biaya ongkos kirim sesuai dengan seberapa jauh jarak yang ditempuh oleh jasa ekspedisi tersebut.

Proses yang terakhir adalah proses pengiriman, yang berarti pihak Antaradinhijabs mengirimkan barang-barang yang telah dipesan oleh pembeli. Ada dua pilihan cara pengiriman yang diberikan Antaradinhijabs kepada para pelanggannya, yaitu *Cast On Delivery* (COD) dan menggunakan jasa kurir ekspedisi. *Cast On Delivery* (COD) merupakan salah satu cara pengiriman dengan cara bertemu langsung antara pihak Antaradinhijabs dan pembeli dengan menyepakati tempat pertemuannya. Pihak Antaradinhijabs hanya menerima cara COD ini jika bertempat di daerah Sidoarjo khususnya daerah Pazkul dan Alun-alun Sidoarjo. Melainkan jika menggunakan jasa kurir ekspedisi, maka pihak Antaradinhijabs akan mengirimkan barang yang telah dibeli dengan menggunakan jasa kurir ekspedisi, adapun jasa ekspedisi yang biasa digunakan oleh pihak Antaradinhijabs adalah Pos Wahana, JNE, J&T, atau TiKi.

b. Sistem transaksi barang ready stock

Bentuk transaksi ini tidak jauh berbeda dengan *pre order* (PO), hanya saja barang yang akan dipromosikan sudah tersedia sejak awal, dan akan langsung diproses pengirimannya setelah pelanggan memesan barang tersebut dan membayarnya. Bentuk transaksinya secara singkat dapat dilihat seperti berikut:



4.1.7 Logo Bisnis Online Antaradinjabs

Lambang atau logo suatu bisnis adalah salah satu bagian penting bagi suatu bisnis, dikarenakan logo tersebut akan menjadi pembeda dan ciri khas yang membedakan suatu bisnis dengan bisnis lainnya, sehingga dapat diingat selalu oleh pelanggan maupun calon pelanggan yang telah berkunjung. Perancangan logo bisnis pada bisnis *online* Antaradinjabs bertujuan supaya produk-produk yang dijual semakin dikenal oleh masyarakat dikarenakan mempunyai ciri khas

tersendiri. Desain logo bisnis pada bisnis *online* Antaradinjabs sangatlah sederhana, yang terdiri dari huruf awal dari kata Antaradinjabs yang kemudian dirangkai dengan font tegak bersambung yang memberikan arti keindahan dan juga keharmonisan, disambung dengan lambang hati yang memberikan arti cinta, dimana pemiliknya ingin menyebarkan cinta dan mendapatkan cinta dari para pelanggannya, adapun dalam penulisan logonya menggunakan warna hitam yang memiliki arti elegan dan kekuatan, dan juga latar belakang tulisannya yang berwarna pink (merah muda) yang memiliki arti keanggunan dan feminim, sehingga dari warna ini dapat memberikan arti bahwa produk yang dijual ini dipersembahkan untuk wanita muslimah yang anggun.⁸⁰ Berikut merupakan logo bisnis Antaradinjabs:

Gambar 4.1

Logo Antaradinjabs



⁸⁰ Fita Elentri Chyintia Putri, SE (*owner* Antaradinjabs), Wawancara, Sidoarjo 27 Desember 2018, pkl 10.30.

4.2 Etika Bisnis Islam Pada Bisnis Online Antaradinhijabs

Pada saat ini hal yang menjadi sorotan mu'amalah pada bidang ekonomi yaitu adanya aktivitas jual beli dengan memanfaatkan media elektronik. Berkembangnya teknologi khususnya pada teknologi internet membuat manusia semakin kreatif, sehingga semakin banyak hal-hal yang dapat dipermudah dengan adanya internet, tidak terkecuali pada dunia bisnis. Pada dunia bisnis, internet kerap dijadikan sebagai sarana untuk memasarkan dan memperkenalkan produk kepada para calon pembeli serta menjualnya di berbagai *e-commerce* yang tersedia di setiap smartphone. Jual beli secara *online* sangat diminati disebabkan aktivitas yang dilakuakn saat belanja *online* lebih mudah dibandingkan dengan belanja secara *offline*. Ketika kita berbelanja secara *online* kita diberi banyak pilihan barang dan harga serta lebih menghemat waktu karena tanpa harus keluar rumah transaksi tetap dapat berjalan, tidak seperti belanja secara *offline* yang masih sangat tradisional.

Pada setiap aktivitas manusia khususnya pada kegiatan bisnis, setiap manusia diwajibkan untuk selalu paham bagaimana tata cara transaksi yang benar, sehingga tidak terjebak pada suatu hal yang haram yang diakibatkan karena ketidak tahuan. Oleh sebab itu, setiap pebisnis wajib menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam aktivitas bisnisnya dan juga agar selalu menjadi pebisnis yang menjalankan praktik kejujuran serta selalu berikhtiyar untuk menjauhi cara mendapatkan keuntungan dengan cara yang tidak adil sehingga menjadi pebisnis yang selalu berpegang teguh kepada etika bisnis Islam. Pada bab ini akan dibahas lebih lanjut mengenai penerapan etika bisnis Islam pada bisnis *online* Antaradinhijabs:

4.2.1 Penerapan prinsip kesatuan pada bisnis *online* Anaradinhijabs

Islam begitu menekankan kehormatan harta kekayaan umatnya. Oleh karena itu, Islam mengharamkan atas umat Islam berbagai bentuk tindakan merampas atau pemanfaatan harta orang lain tanpa izin dan kerelaan darinya. Begitu besar penekanan Islam tentang hal ini, sehingga Islam menutup segala celah yang dapat menjerumuskan umat Islam kepada praktek memakan harta saudaranya tanpa alasan yang dibenarkan. Keinginan untuk mendapatkan keuntungan dengan cara memanipulasi mutu suatu produk merupakan suatu hal yang sama dengan ketidakadilan, bahkan secara tidak langsung telah melakukan penindasan kepada pembeli. Penindasan termasuk aspek negatif atas keadilan, serta sangat berlawanan dengan ajaran Islam. Maka dari itu, sudah seharusnya barang yang dijual oleh penjual dapat diketahui dengan jelas sifatnya, bentuknya, dan juga zatnya, sehingga tidak munculnya kekecewaan pembeli atas barang yang telah dibeli. Maka dari itu transaksi jual beli tersebut tidak menimbulkan kerugian bagi penjual maupun pembeli, melainkan sebaliknya keduanya merasa diuntungkan atas hasil transaksinya. Pada hal ini yang diterapkan oleh Antaradinhijabs adalah seperti yang telah dikatakan oleh Elen:

“Saya memajang foto asli dari hasil kamera saya sendiri, gambar yang saya unggah di media sosial sama dengan aslinya, dan saya bisa menjaminnya. Barang yang saya unggah adalah hasil dari foto saya sendiri. Seperti yang dapat dilihat ketersediaan barang yang ada di rumah.

Dan saya melakukan ini karena tidak ingin mengecewakan pelanggan.”⁸¹

Selain itu pada prinsip kesatuan ini Antaradin hijabs menunjukkan kepercayaannya akan keesaan Allah dengan menjadi donatur tetap di lembaga Yatim Mandiri dan Nurul Hayat, serta pada bulan-bulan besar Islam Antaradin hijabs mengikuti program-program yang diadakan oleh lembaga Nurul Hayat dan BRI Syariah, contohnya seperti membagikan bingkisan untuk yatim piatu yang diadakan oleh BRI Syariah dan program bagi-bagi takjil untuk para musafir yang diadakan oleh lembaga Nurul Hayat yang diadakan di bulan Ramadhan. Pemilik Antaradin hijabs juga berhasil memberangkatkan kedua orang tuanya umroh dari hasil bisnisnya. Dari sekian banyak yang telah dilakukan, pemilik Antaradin hijabs juga sangat yakin akan keajaiban sedekah dan semua yang dilakukan di dunia ini akan dipertanggung jawabkan di hari akhir.⁸²

4.2.2 Penerapan prinsip keseimbangan pada bisnis online Antaradin hijabs.

Pada penerapan transaksi jual beli secara *online*, setiap penjual menerapkan banyak cara dalam strategi pemasarannya, semua dilakukan untuk dapat bersaing dengan para pesaing bisnisnya. Namun pada persaingan bisnis secara *online* ini masih terdapat oknum yang bersaing dengan cara yang kurang baik seperti halnya mengunggah gambar yang tidak sesuai dengan gambar barang aslinya di sosial media. Hal ini banyak kita

⁸¹ Fita Elentri Chyintia Putri, SE (*owner* Antaradin hijabs), Wawancara, Sidoarjo 27 Desember 2018, pkl 10.00.

⁸² Fita Elentri Chyintia Putri, SE (*owner* Antaradin hijabs), Wawancara, Sidoarjo 27 Desember 2018, pkl 10.00.

jumpai dikarenakan oknum tersebut memiliki tujuan ingin membuat para calon pembeli tertarik atas produk yang telah ditawarkannya. Dengan bermodalkan gambar yang menarik dan bagus tadi, seringkali para oknum penjual ini mendeskripsikan bahwasannya barang yang dijualnya telah sesuai dengan gambar, bagus, dan berkualitas tanpa adanya penyebutan atas apa kekurangan dari barang tersebut.

Membeli suatu benda melalui media *online* pastinya mempunyai kelemahan, salah satu kelemahannya yaitu sebagai pembeli tidak dapat melihat secara langsung barang yang ingin dibeli kecuali pembelian dilakukan dengan sistem COD (*cash on delivery*) sesuai yang telah dijanjikan, sehingga keadaan barang yang sesungguhnya hanya dapat diketahui pembeli dengan melihat dari gambar ataupun deskripsi yang diberikan oleh penjual. Adapapun penerapan prinsip keseimbangan pada bisnis *online* Antaradin hijabs seperti yang dijelaskan oleh Elen:

“Barang yang diposting, gambarnya diambil langsung dari kamera saya, dengan model yang sudah memiliki kerjasama dengan Antaradin hijabs. Setelah prosesi pemotretan, hasil foto selanjutnya langsung masuk ke proses editing, yaitu dengan memperindah tampilan agar layak di posting di media sosial. Hasil editing yang saya lakukan tidak mengurangi dan menambah kualitas gambar produk yang saya tawarkan, melainkan hanya memperindah tampilan saja.”⁸³

⁸³ Fita Elentri Chyintia Putri, SE (*owner* Antaradin hijabs), Wawancara, Sidoarjo 27 Desember 2018, pkl 10.00.

4.2.3 Penerapan prinsip kehendak babas pada bisnis online Antaradin hijabs.

Adanya perkembangan pada teknologi khususnya internet, memberikan suatu pengaruh pada berkembangnya kegiatan bisnis. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya pebisnis yang memasarkan produk-produknya di sosial media ataupun *e-commerce*. Masyarakat juga semakin mempertimbangkan untuk melakukan belanja dengan cara *online* karena diberi banyak kemudahan seperti adanya banyak pilihan harga dan barang, menghemat waktu dan tenaga, dan juga pengambilan keputusan dalam berbelanja tidak serumit dibandingkan ketika pengambilan keputusan ketika berbelanja secara tradisional. Adapaun prinsip kehendak bebas yang terjadi pada bisnis *online* Antaradin hijabs seperti yang telah diungkapkan oleh Elen:

“Saya tidak bisa memaksa pelanggan dalam pilihannya dan pelanggan pun memiliki kebebasan untuk memilih produk mana yang dipilih dan kemana mereka akan membeli, serta kebebasan untuk melanjutkan atau membatalkan transaksi selama pembayaran dan pengiriman belum terlaksana.”⁸⁴

4.2.4 Penerapan prinsip tanggung jawab pada bisnis online Antaradin hijabs.

Prinsip tanggung jawab dalam etika bisnis Islam adalah prinsip yang penting, sehingga setiap pelaku bisnis harus memilikinya. Adapun prinsip tanggung jawab ini adalah modal utama bagi pelaku bisnis jika ingin

⁸⁴ Fita Elenri Chyintia Putri, SE (*owner* Antaradin hijabs), Wawancara, Sidoarjo 27 Desember 2018, pkl 10.00.

bisnisnya mendapatkan kepercayaan dari para konsumen dan masyarakat luas. Memiliki sikap tanggung jawab sangatlah penting dikarenakan dengan tanggung jawab para calon pembeli dan pembeli merasa percaya dan yakin sehingga transaksi berjalan dengan lancar dan melakukan *repeat order*. Adapun prinsip tanggung jawab yang diterapkan oleh bisnis *online* Antaradinhijabs, seperti yang dijelaskan oleh Elen:

“Jika pelanggan merasa puas maka saya akan berterima kasih dan mendo’akan semoga rezekinya lancar dan barokah sehingga bisa belanja di Antaradinhijabs kembali, namun jika merasa belum puas saya selalu minta maaf atas segala kekurangan, jika sangat kurang puas bisa di return dengan uang kembali atau ditukar produk lainnya. Saya juga selalu melakukan quality control di semua produk yang akan saya jual, untuk meminimalisir adanya kecacatan pada produk saya”⁸⁵

4.2.5 Penerapan prinsip kebenaran pada bisnis online Antaradinhijabs.

Dalam pelaksanaan transaksi jual beli *online*, penyebutan spesifikasi barang pada deskripsi adalah hal yang penting, seperti penyebutan ukuran barang, warna barang, bahan barang, jenis barang, dan lain sebagainya. Hal ini harus dilakukan dikarenakan pada sistem transaksi jual beli secara *online* berlangsung barang yang diperjual belikan tidak dapat dilihat secara langsung wujudnya. Adapun penerapan prinsip kebenaran pada bisnis *online* Antaradinhijabs adalah seperti apa yang telah dijelaskan oleh Elen:

⁸⁵ Fita Elentri Chyintia Putri, SE (*owner* Antaradinhijabs), Wawancara, Sidoarjo 27 Desember 2018, pkl 10.00.

“Jika suatu produk yg di produksi Antaradinhijabs ada yang cacat, maka tidak akan dijual dan disampaikan langsung oleh pelanggan, serta kita sebagai manusia yang kadang masih khilaf seperti ada beberapa benang yg berkeliaran meski telah dilakukan quality control sehingga ada komplek, pernah ada kancing yg blm terpasang, selalu ditawarkan return dan ongkir dari pihak kita yang menanggung, karena itu kesalahan dari pihak penjual.”⁸⁶

4.3 Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Perkembangan Bisnis *Online* Antaradinhijabs

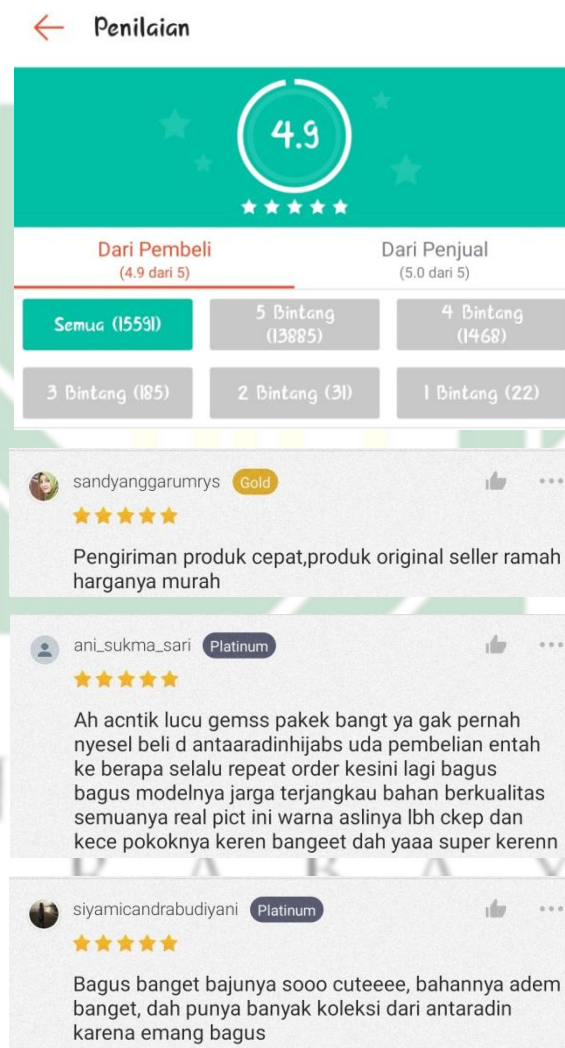
Pada dasarnya suatu bisnis dibuat memiliki tujuan untuk mendapatkan keuntungan atau laba yang merupakan kelebihan penghasilan diatas biaya yang telah dikeluarkan oleh pelaku bisnis. Karena dengan keuntungan atau laba yang diperoleh akan dapat dipergunakan sebagai alat dan sarana untuk mengembangkan dan makin memperluas bisnisnya. Selain itu dapat juga digunakan untuk meningkatkan kesejahteraan pemilik bisnis dan pihak-pihak yang terlibat dalam mendukung kegiatan bisnis tersebut.

Dalam transaksi jual beli yang dilakukan pada bisnis *online* Antaradinhijabs telah diterapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang telah disebutkan sebelumnya, yang mana pada penerapannya tersebut sangat membantu dalam perkembangan bisnisnya, dari yang hanya dikenal oleh beberapa mahasiswa UIN Sunan Ampel hingga dikenal ke pelosok negeri bahkan mancanegara. Perkembangan bisnis ini juga dapat dilihat dari meningkatnya jumlah pengikut (*followers*) di media sosial instagram dan *e-commerce* Shopee, dan banyaknya jumlah pembeli yang dapat dilihat di *e-commerce* Shopee, serta penilaian yang

⁸⁶ Fita Elentri Chyintia Putri, SE (*owner* Antaradinhijabs), Wawancara, Sidoarjo 27 Desember 2018, pkl 10.00.

diberikan oleh para pembeli dan testimoni tentang pengalaman berbelanjanya pada bisnis *online* Antaradinjabs.

Gambar 4.2
Penilaian dan Komentar Pembeli Di *E-Commerce* Shopee



Gambar di atas adalah nilai yang diberikan oleh para pembeli kepada bisnis *online* Antaradinjabs dan juga beberapa komentar dan testimoni tentang pengalaman berbelanja di bisnis *online* Antaradinjabs.

Gambar 4.2

Akun Media Sosial Instagram Milik Antaradinhijabs



Gambar 4.4

Toko Antaradinhijabs di E-Commerce Shopee



Gambar 4.3 adalah akun instagram milik bisnis *online* Antaradinhijabs yang memiliki jumlah pengikut sekitar 189.000 orang, sedangkan gambar 4.4 adalah toko *online* milik bisnis *online* Antaradinhijabs yang berada di *e-commerce* Shopee yang memiliki pengikut sekitar 51.100 orang.

BAB V

ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM PERKEMBANGAN BISNIS *ONLINE* ANTARADINHJABS

Bisnis *online* Antaradinhihabs adalah salah satu bisnis yang bergerak di bidang *fashion* dengan menggunakan media *online* dalam menawarkan produknya. Bisnis ini berdiri sejak tahun 2015 dan berhasil membuka beberapa lapangan pekerjaan untuk ibu-ibu rumah tangga disekitarnya yang memiliki keterampilan menjahit. Di samping itu bisnis *online* Antaradinhihabs juga mendapatkan banyak perhatian pada jaman modern ini bagi para wanita muslimah karena produk-produk yang ditawarkan adalah produk-produk yang dibutuhkan untuk para muslimah dalam menutup aurat. Pada bab ini penulis akan menganalisis tentang pembahasan pada bab sebelumnya jika dikaitkan dengan teori yang ada.

5.1 Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam pada Bisnis *Online* Antaradinhihabs

5.1.1 Analisis Penerapan prinsip kesatuan pada bisnis *online* antaradinhihabs

Kesatuan atau dalam Islam disebut dengan tauhid yang berarti meyakini atas keesaan Allah, sehingga apa yang dilakukan setiap manusia di muka bumi ini hanya untuk beribadah kepada-Nya, dalam Al-Qur'an surat Adz-Dzariyat ayat ke 56 berbunyi:

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ

*Artinya: dan aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka mengabdikan kepada-Ku (QS. Adz-Dzariyat: 56)*⁸⁷

Berdasarkan data yang diperoleh menjelaskan bahwasannya pihak Antaradinjabs tidak melakukan manipulasi atas barang yang ditawarkan di media sosial, karena hasil foto yang diunggah di media sosial adalah hasil foto dari pihak Antaradinjabs sendiri dan juga produk yang di foto juga merupakan produk hasil produksi Antaradinjabs. Adapun proses editing yang dilakukan sebelum gambar diunggah bertujuan agar gambar produk terlihat lebih menarik dan rapih untuk diunggah sehingga dapat menarik perhatian para calon pembeli, tanpa mengurangi dan menambah keaslian gambar pada gambar produk aslinya. Selain ingin mendapatkan kepercayaan konsumen, maksud dilakukan hal tersebut dikarenakan pihak Antaradinjabs percaya bahwa semua yang dilakukan akan dipertanggung jawabkan di akhirat kelak. Adapun kegiatan sosial dan spiritual yang dilakukan karena keyakinannya atas keesaan Allah.

Berdasarkan hasil wawancara di atas jika dikaitkan dengan teori yang ada maka penulis menganalisis bahwa yang telah dilakukan oleh pihak Antaradinjabs sesuai dengan prinsip kesatuan, karena segala yang dilakukan pihak Antaradinjabs yang berkaitan dengan bisnisnya selalu diterapkan dan diyakini bahwa segalanya milik Allah dan akan kembali kepada Allah.

⁸⁷ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Terjemah Dan Tajwid Warna...*, 523

5.1.2 Penerapan prinsip keseimbangan pada bisnis *online* antaradinhijabs

Menurut data yang diperoleh menjelaskan bahwasannya pihak Antaradinhijabs mengambil foto produknya sendiri dan bekerjasama dengan beberapa model yang kemudian hasil fotonya akan langsung menuju ke proses *editing* untuk memperindah tampilan dan menarik untuk dilihat. Hasil *editing* yang dilakukan tidak mengubah bentuk produk, namun hanya memperindah tampilannya saja.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut jika dihubungkan dengan teori yang ada maka penulis menganalisis bahwasannya apa yang telah diterapkan oleh pihak Antaradinhijabs sesuai dengan prinsip keseimbangan, karena pihak Antaradinhijabs menawarkan produk di media sosial dengan mengunggah foto aslinya dari hasil fotonya sendiri, deskripsi yang dideskripsikannya pun sesuai dengan barangnya, sehingga tidak terjadinya manipulasi informasi terhadap produk yang telah ditawarkan.

5.1.3 Penerapan prinsip kehendak bebas pada bisnis online Antaradinhijabs

Kehendak bebas atau kehendak sendiri merupakan salah satu syarat sah jual beli. Kehendak bebas dalam jual beli memiliki maksud yaitu bahwa dalam melakukan transaksi jual beli tidak boleh adanya paksaan antara pihak satu dengan pihak lainnya, karena transaksi jual beli yang dilakukan bukan atas dasar kehendak sendiri hukumnya adalah tidak sah. Sedangkan jual beli *online* pada bisnis *online* Antaradinhijabs tidak memaksakan calon pembeli dalam memilih produk bahkan toko mana yang akan dikunjungi, serta adanya kebebasan untuk melanjutkan atau membatalkan transaksi selama

pembayaran dan pengiriman belum dilakukan. Oleh karena itu penerapan prinsip kehendak bebas pada bisnis *online* Antaradinjabs ini sudah sesuai jika dihubungkan dengan teori yang ada, karena dalam transaksi jual beli di dalamnya tidak terdapat unsur paksaan yang diberikan oleh pihak Antaradinjabs kepada calon pembeli, sehingga pembeli dapat menikmati hasil pilihannya sendiri.

5.1.4 Penerapan prinsip tanggung jawab dalam bisnis *online* Antaradinjabs

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia, karena apapun yang dilakukan manusia di muka bumi pasti akan dimintai pertanggung jawabannya, jika tidak di dunia maka kelak di akhirat di hadapan Allah Yang Maha Mengetahui Segalanya.

Jika dilihat dari data diatas kemudian dihubungkan dengan teori yang ada maka dapat dikatakan bahwa pihak Antaradinjabs benar-benar telah menjalankan prinsip tanggung jawab, serta tidak hanya mementingkan kepentingannya sendiri, karena rela menerima komplek, kritik, serta saran yang disampaikan oleh pembeli. Antaradinjabs juga selalu menjaga kualitas produknya dengan selalu melakukan *quality control* pada setiap barang yang telah di produksi dan mengecek kembali sebelum melakukan pengiriman. Pihak Antaradinjabs menjamin keaslian barang sehingga jika pembeli sangat tidak puas dengan produknya dapat di kembalikan dengan uang kembali atau ditukar dengan produk lainnya.

5.1.5 Penerapan prinsip kebenaran pada bisnis *online* Antaradinjabs

Praktek berbisnis yang mengutamakan kualitas produk dalam persaingan bisnis adalah praktik bisnis yang diperbolehkan dalam Islam, karena sesungguhnya meningkatkan kualitas produk dan jasa untuk ditawarkan kepada konsumen adalah bentuk dari kebenaran dan kejujuran pada dunia bisnis, sehingga muncullah rasa ikhlas bagi masing-masing pihak dalam melakukan transaksi antara kedua belah pihak yaitu penjual dan pembeli.

Berdasarkan data yang diperoleh menjelaskan bahwasannya produk yang ditawarkan oleh Antaradinhijabs selalu diusahakan yang terbaik, penawarannya dan penjelasannya pun dengan cara yang terbaik yang diberikan oleh pihak Antaradinhijabs, yaitu dengan tidak adanya manipulasi informasi atas barang yang dijualnya dan keramahan saat menanggapi pesan yang dikirim melalui media sosial. Sehingga jika dikaitkan dengan teori yang ada maka penulis menganalisis bahwa yang telah dilakukan oleh pihak Antaradinhijabs sesuai dengan prinsip kebenaran, karena kejujuran yang diberikan oleh pihak Antaradinhijabs dalam pemberian informasi produk dan kebijakan dalam menanggapi berbagai komentar dan pertanyaan.

5.2 Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Perkembangan Bisnis *Online* Antaradinhijabs

Sebagaimana yang telah diuraikan di atas bisnis *online* Antaradinhijabs adalah salah satu bisnis *online* yang bergerak di bidang *fashion* khususnya untuk wanita muslimah yang ditawarkan melalui media elektronik. Setiap bisnis yang

didirikan pasti memiliki tujuan untuk mendapatkan keuntungan atau laba tak terkecuali pada bisnis *online* Antaradinjabs, selain bertujuan untuk mendapatkan keuntungan bisnis *online* Antaradinjabs juga selalu berusaha agar dapat terus bersaing dan berkembang untuk mempertahankan keutuhan bisnisnya. Namun bisnis ini tidak menghalalkan berbagai macam cara untuk mendapatkan keuntungannya, melainkan tetap menjalankan apa yang diperbolehkan oleh Islam dan menjauhi apa yang dilarang.

Seperti yang telah dipaparkan penulis sebelumnya bahwa bisnis *online* Antaradinjabs telah menerapkan prinsip kesatuan yaitu dengan mengeluarkan hartanya di jalan Allah, dan Allah pun telah berjanji dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 261 yang berbunyi:

مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَنْبَتَتْ سَبْعَ سَنَابِلٍ فِي كُلِّ سَنَابِلٍ مِائَةٌ حَبَّةٍ ۗ وَاللَّهُ يُضَاعِفُ لِمَنْ يَشَاءُ ۗ وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ

Artinya:

*Perumpamaan (nafkah yang dikeluarkan oleh) orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah adalah serupa dengan sebutir benih yang menumbuhkan tujuh bulir, pada tiap-tiap bulir seratus biji. Allah melipat gandakan (ganjaran) bagi siapa yang Dia kehendaki. Dan Allah Maha Luas (karunia-Nya) lagi Maha Mengetahui.*⁸⁸

⁸⁸ Departemen Agama RI, *al-Qur'an Terjemah dan Tajwid Warna...*, 44

Bisnis *online* Antaradinhijabs mendapat banyak penilaian dan tanggapan di *e-commerce* Shopee dari para pembeli mengenai pengalaman transaksi jual belinya yang terdiri tentang pelayanan, kualitas produk, pengemasan, pengirimannya, dan lain sebagainya. Antaradinhijabs mendapatkan nilai rata-rata hampir sempurna dari penilaian tersebut, dari 15.591 pembeli yang memberi nilai, 13.885 pembeli diantaranya memberi nilai 5 bintang, 1.468 pembeli memberi nilai 4 bintang, 185 pembeli memberi nilai 3 bintang, 31 pembeli memberi nilai 2 bintang, dan 22 pembeli memberi nilai 1 bintang. Dari penilaian tersebut dapat dilihat rata-rata penilaian para pembeli kepada Antaradinhijabs yaitu 4,9 yang artinya hampir sempurna.

Penilaian yang diberikan oleh para pembeli tersebut bukan karena tanpa alasan, melainkan dari beberapa testimoni yang disampaikan mengatakan bahwa barang yang datang sama seperti fotonya yang berarti tidak adanya manipulasi informasi, proses pengirimannya cepat yang berarti ada tanggung jawab dari Antaradinhijabs agar barang segera sampai kepada pembeli, kualitas produk yang sesuai, dan melakukan *repeat order* karena merasa puas berbelanja di Antaradinhijabs kembali yang artinya melakukan transaksi atas dasar kehendaknya sendiri.

Dari sini penulis menganalisis bahwa dengan penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam pada bisnis *online* Antaradinhijabs membuat bisnis ini semakin berkembang, dapat dilihat dari yang awalnya hanya dikenal oleh mahasiswa satu fakultasnya namun saat ini telah dikenal ke pelosok negeri bahkan sampai mancanegara, dari pengikut media sosialnya yang awalnya hanya

puluhan namun saat ini sudah mencapai ratusan ribu, dari yang omzet awalnya hanya ratusan ribu perbulan namun saat ini sudah mencapai jutaan bahkan belasan juta atau bahkan puluhan juta, bahkan penjualan produknya sampai saat ini sudah mencapai lebih dari 24.000 barang yang terjual.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang didapat oleh penulis berdasarkan teori dan hasil analisis dari penelitian pada bisnis *online* Antaradinhijabs, dapat disimpulkan bahwa:

- a. Penerapan etika bisnis Islam pada bisnis *online* Antaradinhijabs telah sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam yaitu kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebenaran jika dilihat dari ketaatan oleh yang maha kuasa dengan menerapkan perlakuan yang adil terhadap pembeli yaitu dengan tidak melakukan manipulasi informasi atas barang yang akan dibeli oleh pembeli, memberikan kehendak bebas kepada calon pembeli dalam menentukan pilihan serta dalam melanjutkan atau membatalkan transaksi, tidak hanya memikirkan kepentingan dan keuntungannya sendiri, melainkan juga memperhatikan hak pembeli seperti kesesuaian barang, harga, hingga proses pengiriman, dan selalu mengunggah gambar yang diambil sendiri dari hasil fotonya.
- b. Penerapan etika bisnis Islam dalam perkembangan bisnis *online* Antaradinhijabs mengandung hal-hal tentang kebaikan sehingga bisnis *online* Antaradinhijabs dapat berkembang jika dilihat dari kesetiaan pelanggan dengan melakukan *repeat order* dan merekomendasikan kepada sekitarnya, dengan meningkatnya pengikut di media sosial dan mendapatkan nilai hampir

sempurna di salah satu *e-commerce*, serta dari meningkatnya omzet bisnis *online* Antaradinhibabs dibandingkan sebelumnya.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan di bisnis online Antaradinhibabs, ada beberapa saran dan masukan untuk meningkatkan kinerja yang bertujuan untuk kebaikan dan kemajuan bisnis *online* Antaradinhibabs, adalah sebagai berikut:

1. Bagi bisnis *online* Antaradinhibabs
 - a. Diharapkan agar tetap bisa mempertahankan prinsip etika bisnis Islam yang telah diterapkan hingga saat ini agar dapat bersaing dengan usaha lain yang sejenisnya dan terus semakin berkembang.
 - b. Diharapkan agar dapat lebih bekerjasama dengan ibu-ibu rumah tangga yang memiliki keterampilan menjahit untuk mempercepat kegiatan produksi sehingga lebih cepat pula untuk dikenal oleh masyarakat dan membantu keseimbangan perekonomian negara dengan adanya lapangan pekerjaan.
2. Untuk penulis selanjutnya agar dapat melanjutkan penelitian ini dengan menggunakan objek kajian manajemennya.

DAFTAR PUSTAKA

- ‘Abduh, Muhammad. (1998). *Tafsir Juz ‘Amma*. Bandung: Mizan.
- Aedy, Hasan. (2011). *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*. Bandung: Alfabeta.
- Akib, Nurussabariyah dan Ernawati. (2016). Determinan Penerapan Etika Bisnis Islam di Kendari. *Equilibrium*, Vol. 4, No. 1.
- Arijanto, Agus. (2011). *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*. Jakarta: Rajawali Press.
- Aziz, Abdul. (2013). *Etika Bisnis Prespektif Islam*. Bandung: Alfabeta.
- Barus, Elida Elfi dan Nuraini. (2016). Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi pada Rumah Makan Wong Solo Medan. *ISSN*, Vol. 2, No. 2.
- Beekun, Rafik Isa. (2004). *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bertens, K. (2013). *Etika*. Yogyakarta: Kanisius.
- Danim, Sudarwan. (2002). *Menjadi Peneliti Kualitatif*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Djakfar, Muhammad. (2014). *Agama, Etika, Dan Ekonomi*. Malang: UIN-Maliki Press.
- Djakfar, Muhammad. (2007). *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*. Malang: UIN-Malang Press.
- Farid, Muhammad dan Amilatuz Zahroh. (2015). Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Perdagangan Sapi di Psar Hewan Pasirian. *Iqtishoduna*, Vol. 6, No. 2.
- Fitria, Tira Nur. (2017). Bisnis Jual Beli *Online* (Online Shop) dalam hukum Islam dan hukum Negara. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 03, No. 01.
- Ghazaly, Abdul Rahman dkk. (2008). *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Kencana Media Group.
- Hidayat, Enang. (2015). *Fiqh Jual Beli*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Hulaimi, Ahmad, dkk. (2017). Etika Bisnis Islam dan Dampaknya terhadap Kesejahteraan Pedagang Sapi. *JEBI (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)*, Vol. 2, no. 1.
- Izzati, Sidqi Amalia. (2015). Penerapan Etika Bisnis Islam di Boombu Hot Resto Tegal”. Skripsi—Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Kunto, Suharsimi Ari. (2006). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Moleong, Lexy J. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muhammad dan Alimin. (2004). *Etika & Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Muhammad. (2004) *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.
- Mursidah, Umi. (2017). Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional (Studi pada Pasar Betung Kecamatan Sekincau Kabupaten Lampung Barat). skripsi—Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

- Musfiqon, M. (2012). *Panduan Lengkap Metodologi Penelitian Pendidikan*, Jakarta: PPM.
- Muslich. (2004). *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Purqon, Arip. (2014). *Bisnis Online Syariah*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Putritama, Afrida. (2018). Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Industri Perbankan Syariah. *Jurnal Nominal*, Vol. 7, No. 1.
- Rahmatika, Arivatu Ni'mati. (2017). Etika Bisnis Islam pada Lembaga Keuangan Syariah. *Margin Eco*, Vol. 1, Juni.
- RI, Departemen Agama. *Al-Qur'an Terjemah, dan Tajwid Warna*. Jakarta: Beras, 2014.
- Rivai, Veithzal dkk. (2012). *Islamic Business and Economic Ethic*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sampurno, Wahyu Mijil. (2016). Penerapan Etika Bisnis Islam dan Dampaknya Terhadap Kemajuan Bisnis Industri Rumah Tangga", *Journal of Islamic Economics Lariba*, Vol. 2, No. 1.
- Shihab, Quraish. (2011). *Bisnis Sukses Dunia Akhirat: Berbisnis dengan Allah*. Tangerang: Lentera Hati.
- Shobirin. (2015). Jual Beli Dalam Pandangan Islam", *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, Vol. 3, No. 2.
- Siswadi. (2013). Jual Beli Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ummul Qura*, Vol. III, No. 2.
- Soewadji, Jusuf. (2012). *Pengantar Metode Penelitian*. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Sofyan, Ayi. (2010). *Kapita Selekta Filsafat*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Subagyo, Joko P. (1991). *Metodologi Penelitian dalam teori dan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Subandi, Bambang. (2014). *Etika Bisnis Islam*. Surabaya: UIN Sunan Ampel Press.
- Sunardi. (1998). *Metodelogi Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Susanti, Evi. (2017). Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Usaha Mebel di CV. Jati Karya Palembang". skripsi--Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
- Tim Laskar Pelangi. (2015). *Metodologi Fiqih Muamalah*. Kediri: Lirboyo Press.
- Pemilik, Fita Elenri Chyntia Putri, Wawancara, Sidoarjo, 27 Desember 2018.