

**ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP PRAKTIK
JUAL BELI *ONLINE* PADA MAHASISWA FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PONOROGO**

SKRIPSI



Oleh:

PUTRI MAGHFI

NIM. 210716013

Pembimbing:

Dr. H. LUTHFI HADI AMINUDDIN, M. Ag

NIP. 197207142000031005

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

2020

ABSTRAK

Maghfi, Putri. Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Jual Beli *Online* Pada Mahasiswa Iain Ponorogo (Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo). Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Ekonomi Syariah.

Kata kunci: Etika Bisnis Islam, Jual Beli *Online*, Praktik.

Perkembangan zaman sekarang ini, praktik jual beli sudah tidak hanya dilakukan dalam pasar maupun bertatap muka. Zaman semakin berkembang begitu pula teknologi yang semakin berkembang pula. Banyak masyarakat menggunakan teknologi dalam usaha perdagangannya. Misalnya jual beli *online* atau biasa disebut *onlineshop*.

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana analisis etika bisnis Islam terhadap praktik jual beli *online* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam? Dan Bagaimana penentuan harga dalam praktik jual beli *online* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis IAIN Ponorogo? Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengetahui praktik jual beli *online* pada Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan penentuan harga pada jual beli *online* tersebut.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif dan termasuk penelitian lapangan (*field research*). Penelitian dilakukan pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik jual beli *online* pada Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo telah menerapkan prinsip etika bisnis Islam yaitu prinsip kesatuan dan kehendak bebas. Namun, dalam prinsip tanggung jawab, keseimbangan dan kebenaran, Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo belum menerapkannya karena pelaku bisnis *online* masih ada yang menjelaskan spesifikasi barangnya tidak sesuai dengan yang aslinya selain itu pelaku bisnis *online* juga melakukan pengiriman barang melampaui waktu batas kesepakatan antara keduanya. Dalam penetapan harga pelaku bisnis online juga belum menerapkan etika yang sesuai dengan islam karena pelaku bisnis online belum berlaku transparan kepada pembeli tentang harga barang yang sesuai dengan kualitas barang tersebut selain itu mahalnya harga barang yang dijual karena pelaku bisnis *online* hanya mementingkan keuntungan semata.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama :

| No. | Nama | NIM | Jurusan | Judul Proposal |
|-----|--------------|-----------|--------------------|---|
| | Putri Maghfi | 210716013 | Ekonomi Syariah | ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP PRAKTIK JUAL BELI ONLINE PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PONOROGO) |

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.

Ponorogo, 23 September 2020

Mengetahui



Unan Roudhotul Janah, M. Ag
 NIP. 197507162005012004

Menyetujui,

Dr. H Luthfi Hadi Aminuddin, M.Ag
 NIP. 197207142000031005



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

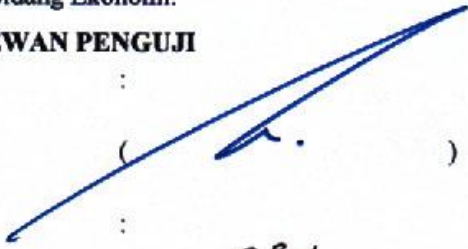
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI


NASKAH SKRIPSI BERIKUT INI :

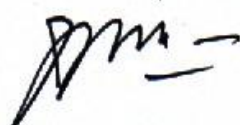
Judul : Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Jual Beli *Online*
 Pada Mahasiswa Iain Ponorogo
 Nama : Putri Maghfi
 Nim : 210716013
 Jurusan : Ekonomi Syari'ah

Telah diujikan dalam sidang Ujian Skripsi oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi.

DEWAN PENGUJI

Ketua sidang :
 Dr. Aji Damanuri M.E.I.
 NIP. 197506022002121003 ()

Penguji 1 :
 Ridho Rokamah, S. Ag., M.S.I
 NIP. 197412111999032002 ()

Penguji 2 :
 Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M. Ag.
 NIP. 197207142000031005 ()

Ponorogo, 23 September 2020

Mengesahkan
 Dekan FEB IAIN Ponorogo



(Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M. Ag.)
 NIP. 197207142000031005

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putri Maghfi
Nim : 210716013
Jurusan : Ekonomi Syari'ah
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Analisis Etik Bisnis Islam Terhadap Praktik Jual Beli
Online Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
IAIN Ponorogo

Menyatakan bahwa naskah skripsi telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di *ethesis.iainponorogo.ac.id*. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya

Poorogo, 23 September 2020



Putri Maghfi
210716013

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putri Maghfi
Nim : 210716013
Jurusan : Ekonomi Syari'ah

Menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul

**"ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP PRAKTIK JUAL BELI
ONLINE PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
IAIN PONOROGO"**

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 23 September 2020

Yang Membuat Pernyataan



Putri Maghfi

NIM : 210716013

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sudah menjadi fitrah bagi setiap manusia untuk berusaha dan bekerja untuk memperoleh kekayaan dalam rangka memenuhi kebutuhan hidupnya.¹ Agama Islam sangat menganjurkan dan mendorong umatnya untuk berjuang dalam mendapatkan materi dengan berbagai cara. Selama cara yang dilakukan tidak keluar dari rambu-rambu yang telah ditetapkan, diantara rambu-rambu itu adalah carilah yang halal lagi baik, tidak berlebih-lebihan atau melampaui batas, tidak dizalimi dan menzalimi, menjauhkan unsur riba dan *gharar* (ketidakjelasan).² Etika dibutuhkan dalam bisnis ketika manusia mulai menyadari bahwa dibidang bisnis justru telah menyebabkan manusia semakin tersisih dari nilai-nilai kemanusiaan dan mendorong munculnya egoism dan praktek monopoli, sifat ingin menguasai apa saja tanpa pernah merasa puas.³

Salah satu bentuk usaha dalam berbisnis adalah jual beli. Dalam etika jual beli yang terpenting adalah kejujuran. Ia merupakan puncak moralitas iman dan karakteristik yang paling menonjol dari orang-orang beriman. Bahkan, kejujuran merupakan karakteristik para Nabi. Tanpa kejujuran kehidupan agama tidak akan berdiri tegak dan kehidupan dunia

¹Rozalinda, *Ekonomi Islam: Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi* (Jakarta: Rajawali Press, 2014), 35.

²Fitri Amalia, "Implementasi Etika Bisnis Islam pada Pedagang di Bazar Madinah Depok," Skripsi (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2017), 4.

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

tidak berjalan dengan baik. Sebaliknya kebohongan adalah pangkal cabang kemunafikan. Cacat pasar yang paling banyak dan memperburuk citra perdagangan adalah kebohongan, manipulasi, dan mencampur aduk kebenaran dengan kebathilan, baik secara dusta atau menerangkan spesifikasi barang dagangan dan mengunggulkan atas yang lainnya.⁴ Padahal dalam Islam telah diajarkan kode etik bagi muslim yang terlibat bisnis global yaitu harus bertindak jujur dan benar, menjaga ucapan dan tidak bertindak curang dan menipu dalam melakukan bisnis.⁵

Islam sangat mengharuskan umatnya untuk berpegang teguh pada nilai-nilai kebaikan dalam melakukan kegiatan ekonomi. Hal ini terdapat dalam firman Allah SWT dalam Q.S At-Taubah ayat 105.⁶

وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ اِلَىٰ عَالَمِ
الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ 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.”

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 sebagainya.

⁴Yusuf Qardhawi, *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam* (Jakarta: Robbani Press, 2004), 293.

⁵Veithal Rivai dan Antoni Nizar Usman, *Islamic Economic and Finance Ekonomi dan keuangan Islam Bukan Alternatif tetapi Solusi* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2007), 221.

⁶Al-Qur'an, 9: 105.

Dalam ayat yang lain Allah SWT melarang adanya perbuatan tidak adil dalam jual beli karena perbuatan tersebut akan menempatkan kita pada perbuatan menzalimi orang lain sehingga menjauhkan kita dari sifat takwa. Hal ini terdapat dalam firman Allah SWT dalam Q.S An-Nisa ayat 29.⁷

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ 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.”

Dalam ayat tersebut dijelaskan prinsip tentang berdagang. Setiap muslim harus menjalani kehidupannya seolah olah Allah selalu hadir bersamanya. Pernyataan al-Qur’an di atas mengenai ‘cara yang batil’ berhubungan dengan praktik-praktik yang bertentangan dengan syariah dan secara moral tidak halal. Yang disebut perdagangan merupakan sebuah proses dimana terjadinya pertukaran kepentingan sebagai keuntungan tanpa melakukan penekanan yang tidak dihalalkan atau tindakan penipuan terhadap kelompok lain, ayat di atas menekankan perbuatan baik dalam perdagangan, ini berarti bahwa tidak boleh ada rasa tidak senang atau perbedaan antara golongan dalam hubungan bisnis.⁸

⁷Al-Qur’an, 4: 29.

⁸Rahman, *Penjelasan Lengkap Hukum-Hukum Allah* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002), 444.

Dalam pandangan Islam, terdapat prinsip-prinsip dasar praktik bisnis yang harus diterapkan yang bersumber pada Al-Qur'an dan Hadits. Prinsip tersebut terangkum dalam kerangka dasar ajaran Islam, yaitu Akidah, Akhlak dan Ibadah. Dari kerangka tersebut terbentuk prinsip dasar praktik bisnis yaitu prinsip tauhid dan kesatuan (*unity*), prinsip nubuwah dan kebenaran (kebijakan dan kejujuran), prinsip khilafah dan pertanggungjawaban, dan prinsip keadilan dan keseimbangan. Nilai-nilai moral yang terdapat dalam prinsip-prinsip tersebut antara lain nilai kejujuran, keadilan, transparan, amanah, profesional, jauh dari hal yang haram dan kezaliman. Nilai-nilai tersebut bersifat universal dan dapat berlaku dalam keadaan apapun dan waktu kapanpun.⁹

Etika bisnis Islam merupakan suatu kebiasaan atau budaya moral yang berkaitan dengan kegiatan bisnis suatu perusahaan atau dengan kata lain etika bisnis Islam adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk benar, salah dan halal haram dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas yang sesuai dengan syariah.¹⁰

Perkembangan zaman sekarang ini, praktik jual beli sudah tidak hanya dilakukan dalam pasar maupun bertatap muka. Zaman semakin berkembang begitu pula teknologi yang semakin berkembang pula. Banyak masyarakat menggunakan teknologi dalam usaha perdagangannya. Misalnya jual beli *online* atau biasa disebut *onlineshop*.¹¹

⁹Abdurrahman Alfaqih, "Prinsip-Prinsip Praktik Bisnis dalam Islam bagi Pelaku Usaha Muslim," *Jurnal Hukum Ius Quia Iustum*, Vol. 24, No. 3, (Juli, 2017), 464-465.

¹⁰Abdul Aziz, *Etika bisnis Perspektif Islam* (Bandung: Alfabeta, 2013), 35.

¹¹Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syari'ah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), 198.

Jual beli online itu sendiri diartikan sebagai jual beli barang dan jasa melalui media elektronik, khususnya melalui internet atau secara online. Salah satu contoh adalah penjualan produk secara online melalui internet seperti yang dilakukan oleh bukalapak.com, tokobagus.com, lazada.com, kaskus, dan lain sebagainya.¹²

Menjamurnya *online shop* membuka peluang usaha dalam berbagai bidang seperti contohnya *Fashion* yang membidik remaja maupun ibu-ibu sebagai konsumennya. Secara khusus keuntungan yang didapat oleh konsumen sendiri dalam melakukan transaksi *online* bisnis yaitu konsumen tidak perlu mendatangi toko. Pembeli cukup terkoneksi dengan internet kemudian dapat melakukan transaksi jual beli, meminimalisir biaya transportasi dan waktu berbelanja, karena dapat melakukan pemesanan melalui perantara media internet khususnya situs yang menjual barang yang ingin dibeli, terdapat bermacam-macam pilihan yang ditawarkan, sehingga kita dapat membandingkan semua produk dan harga yang ditawarkan sebelum melakukan pemesanan, melalui perantara via internet pembeli dapat membeli barang dari luar negeri secara online, harga yang ditawarkan sangat kompetitif, karena tingkat persaingan yang sangat tinggi, mereka menawarkan harga serendah-rendahnya untuk menarik perhatian. Disamping keuntungan yang didapat oleh konsumen, ada beberapa kerugian yang menanti yaitu produk tidak

¹²Tira Nur Fitria, "Bisnis Jual Beli *Online (Online Shop)* dalam Hukum Islam dan Hukum Negara," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 03 No. 01 (Maret 2017), 57-58.

dapat dicoba, standar dari barang tidak sesuai, pengiriman mahal, dan jual beli *online* dapat beresiko penipuan.¹³

Jual beli *online* ini juga menarik minat mahasiswa kampus 2 khususnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo untuk mempraktikannya. Kampus 2 IAIN Ponorogo terletak di Jl. Puspita Jaya, Krajan, Pintu, Kec. Jenangan, Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur. Di kampus 2 ini terdapat 3 Fakultas, salah satunya Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) yang mempunyai 3 program studi yaitu, Ekonomi Syari'ah (ES), Perbankan Syariah (PS) dan Manajemen Zakat dan Wakaf (MAZAWA).

Peneliti mengamati mahasiswa dari Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam yang melakukan praktik jual beli *online*. Mereka melaksanakan praktik jual beli secara online melalui berbagai aplikasi sosial media. Mahasiswa yang memiliki bisnis online juga memanfaatkan sosial media sebagai pasar untuk berjualan contohnya melalui aplikasi *whatsapp* dengan cara memposting produknya di story *whatsapp* sehingga menarik para pelanggan yang juga menggunakan aplikasi tersebut dan membuat grup khusus di *whatsapp* untuk berjualan dengan mengundang orang lain untuk bergabung dalam grupnya. Selain itu penjual juga memposting produknya melalui aplikasi *Instagram* dan melalui aplikasi *facebook* sehingga jika ada konsumen yang ingin membeli produk yang ditawarkan atau bertanya-tanya

¹³Friska Muthi Wulandari, "Jual Beli Online yang Aman dan Syar'i (Studi terhadap Pandangan Pelaku Bisnis *Online* di Kalangan Mahasiswa dan Alumni Fakultas Syari'ah UIN Sunan Kalijaga)", *Az-Zarqa'*, Vol. 7, No. 2, (Desember, 2015), 205.

tentang produk yang dijual di salah satu media sosial tersebut bisa langsung chat pribadi dan melakukan kesepakatan untuk memesan produknya. Produk yang pelaku bisnis jualbelikan rata-rata menggunakan sistem *pre order* dan *ready stock* sehingga pembayarannya bisa dilakukan secara transfer dan bayar secara langsung saat barang sudah datang atau yang biasa disebut dengan COD (*Cash On Delivery*).¹⁴ Mereka menjual barang yang sering dicari oleh masyarakat seperti menjual pakaian, jilbab, tas, sepatu, dan masih banyak lagi. Kebutuhan masyarakat yang tinggi dimanfaatkan oleh para pelaku usaha untuk membuka bisnis online melalui media sosial.

Salah satu mahasiswa selaku penjual *online* yang saya amati menawarkan produknya yaitu kerudung pasmina melalui *whatsapp* dan di *upload* di statusnya dengan keterangan dan spesifikasi lengkap tentang produknya beserta keterangan harganya dan meminta testimoni melalui chat pribadi dengan konsumen yang sudah membeli produknya untuk menarik konsumen lainnya untuk membelinya dan melakukan transaksi secara COD (*Cash on Delivery*) atau bayar saat barang sudah datang.¹⁵ Hal serupa juga dilakukan oleh salah satu mahasiswa selaku penjual *online* yang menawarkan produknya yaitu kosmetik seperti bedak, lipstik, masker kecantikan, dan lain sebagainya melalui aplikasi *instagram* dengan membuat akun atas nama produknya tersebut dan memasarkannya di

¹⁴Aditya Ayu Hakiki, Asri Wijayanti, dan Rizania Kharisma Sari, "Perlindungan Hukum Bagi Pembeli dalam Sengketa Jual Beli *Online*", *Justitia Jurnal Hukum*, Volume 1 No.1 (April 2017), 124.

¹⁵Ifa, *Wawancara*, 14 Februari 2020.

aplikasi tersebut dan melakukan transaksinya melalui transfer karena produk yang dikirim di luar daerah Ponorogo bahkan luar Jawa Timur seperti Batam sehingga barangnya dikirim melalui *pre order* dengan jasa pengiriman yang disepakati oleh kedua pihak dan produk sampai ke lokasi sekitar 2 sampai 3 hari lamanya.¹⁶ Bahkan ada pelaku bisnis yang menawarkan produknya melalui ketiga aplikasi tersebut yaitu *whatsapp*, *facebook*, dan *instagram* dengan pengiriman yang berbeda-beda sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak.¹⁷

Akan tetapi dari pengamatan diatas, peneliti menemukan beberapa kejanggalan yaitu pelaku bisnis online yang menjelaskan spesifikasi barangnya yaitu gamis tidak sesuai dengan yang aslinya karena penjual tersebut mengambil foto dari google dan menguploadnya di status *whatsapp* dengan keterangan yang berbeda dari yang dijual untuk menarik para konsumen,¹⁸ selain itu pelaku bisnis *online* yang melakukan pengiriman barang yang melampaui waktu batas kesepakatan antara keduanya seperti lamanya pembuatan barang, kesalahan alamat dalam pengiriman produk ke konsumen sehingga konsumen harus datang langsung ke tempat pengiriman tersebut¹⁹, lalu pelaku bisnis *online* masker kain dengan mematok harga yang lumayan tinggi untuk mengambil keuntungan semata dengan memanfaatkan kondisi seperti ini dan pelaku bisnis *online* mengirim pesanan yang berbeda dengan yang dipesan oleh

¹⁶Triana, *Wawancara*, 07 Februari 2020.

¹⁷Tri, *Wawancara*, 07 Januari 2020.

¹⁸Erika, *Wawancara*, 10 Januari 2020.

¹⁹Nopi, *Wawancara*, 12 Januari 2020.

konsumen dengan sengaja karena kehabisan stok.²⁰ Tetapi peneliti juga mengamati salah satu penjual ada yang berkata jujur saat barang yang dipesan sesuai dengan warna yang diinginkan pembeli habis penjual tersebut langsung mengabarinya dan langsung menawarkan opsi kepada pembeli terkait warna kipas yang ada,²¹ dan penjual yang melakukan pengembalian uang saat pesanan yang dikirim tidak sampai kepada konsumen.²²

Setelah melihat dan memperhatikan kesaksian dari salah satu penjual di atas, maka pertanyaan yang akan muncul adalah mengapa ada penjual yang bersikap demikian? Apakah hal itu muncul karena ketidakpahaman pedagang dalam praktik jual beli *online* yang sesuai dengan etika bisnis Islam atau karena kesengajaan saja? Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan di atas, penulis tertarik mengkaji dan melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Etika Bisnis Islam Pada Praktik Jual Beli Online pada Mahasiswa IAIN Ponorogo” (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo).**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Praktik Jual Beli *Online* Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis IAIN Ponorogo?

²⁰Mukhlisin, *Wawancara*, 18 Februari 2020.

²¹Islah, *Wawancara*, 09 Januari 2020.

²²Nuraini, *Wawancara*, 26 Desember 2019.

2. Bagaimana penentuan harga dalam praktik jual beli *Online* Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis IAIN Ponorogo?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penelitian ini secara umum bertujuan untuk menganalisis secara menyeluruh jawaban dari rumusan masalah yang diperinci sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui Praktik Jual Beli *Online* Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis IAIN Ponorogo
2. Untuk mengetahui penentuan harga dalam praktik jual beli *Online* Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis IAIN Ponorogo

D. Manfaat Penelitian

Dari penelitian yang penulis lakukan, diharapkan mempunyai manfaat di masa sekarang dan masa yang akan datang, antara lain :

1. Manfaat Teoritis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penulisan dan wacana baru khususnya dalam etika bisnis Islam mengenai jual beli *online* dan penentuan harga.

2. Manfaat Praktik

- a. Bagi peneliti untuk menambah wawasan dan khasanah keilmuan dan dapat menjadi informasi bagi peneliti-peneliti selanjutnya mengenai penerapan etika bisnis pada jual beli online dan penentuan harga. Selain itu peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperbaiki beberapa kelemahan dalam penelitian ini.

- b. Bagi Penjual sebagai sumbangan pemikiran yang memberikan pertimbangan serta perhatian yang mendalam terhadap jual beli *online* beserta pola penentuan harganya bagi pihak-pihak terkait khususnya dalam etika bisnis Islam dan penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan bagi pelaku usaha penjualan online di media sosial dalam rangka mengetahui cara jual beli *online* yang sesuai dengan syariat Islam dan penentuan harganya.

E. Sistematika Pembahasan

Bab pertama berisikan pendahuluan yang merupakan gambaran umum untuk memberikan pola pemikiran secara keseluruhan terhadap skripsi ini yang meliputi: latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, studi penelitian terdahulu, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Selanjutnya pada bab kedua merupakan serangkaian teori yang digunakan untuk menganalisa permasalahan-permasalahan dalam penelitian. Pembahasan ini ini meliputi etika bisnis islam, penentuan harga dan jual beli *online*.

Kemudian pada bab ketiga ini adalah Paparan Data. Pada bab ini akan memaparkan data yang berkaitan dengan praktik jual beli *online* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan data mengenai penentuan harga terhadap praktik jual beli *online* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo.

Sedangkan pada bab keempat adalah Analisis. Pada bab ini akan menganalisis tentang bagaimana praktik jual beli online yang dilakukan oleh Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan bagaimana penentuan harga terhadap praktik jual beli *online* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo.

Bab V adalah Penutup. Pada bab ini merupakan akhir dari penulisan skripsi yang merupakan jawaban dari rumusan masalah yang berupa kesimpulan dan saran.



BAB II

ETIKA BISNIS ISLAM, PENENTUAN HARGA DAN JUAL BELI

ONLINE

A. Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika

Kata etika, dalam bahasa Yunani kuno ialah *ethikos* yang berarti timbul dari kebiasaan. Etika mencakup analisis dan penerapan konsep seperti benar dan salah, baik dan buruk, dan tanggung jawab. Etika adalah ilmu berkenaan tentang yang baik-buruk dan tentang hak kewajiban moral. Etika adalah ilmu yang bersifat normatif, karena ia berperan menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak dilakukan oleh seorang individu.¹

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia etika adalah ilmu tentang asas-asas akhlak.² Dalam Islam, istilah yang paling dekat hubungannya dengan etika adalah *khuluq*. *Khuluq* berasal dari kata dasar *khaluqa- khuluqan* yang berarti tabi'at, budi pekerti, kebiasaan, dan kesatriaan,. Dalam Islam, istilah yang paling dekat dengan etika adalah *khuluq*. Namun, jika ditelusuri lebih dalam ternyata al-Qur'an juga mempergunakan sejumlah istilah lain untuk menggambarkan konsep tentang kebaikan, yakni *khayr* (kebaikan), *birr* (kebenaran), *qist* (persamaan), *adl* (kesetaraan dan keadilan), *haqq* (ketakwaan).

¹ Veithzal Rivai, Amiur Nuruddin, dan Faisar Ananda Arfa, *Islamic Business and Economic Ethics* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2012), 2-3.

² Tri Rahma, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia* (Surabaya: Karya Agung, 2011), 129.

Tindakan yang terpuji disebut sebagai *salihat*, sedangkan tindakan yang tercela disebut sebagai *sayyi'at*.³

Secara umum etika sering disamakan dengan moral. Padahal etika dan moral adalah dua hal yang berbeda, walaupun keduanya menyangkut baik dan buruk. Etika dalam bahasa Inggris berasal dari kata *Ethics* yang berarti tata susila pula sedangkan moral berasal dari kata *mores* yang artinya kebiasaan (*habits*).⁴

2. Pengertian Etika Bisnis

Etika bisnis berfungsi sebagai seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip prinsip moralitas. Kajian etika bisnis terkadang merujuk kepada *management ethics* atau *organizational ethics*. Etika bisnis dapat berarti pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis. Moralitas disini yaitu refleksi tentang perbuatan baik, buruk, terpuji, tercela, benar, salah, wajar, tidak wajar, pantas, tidak pantas dari perilaku seseorang dalam berbisnis atau bekerja.⁵

3. Pengertian Etika Bisnis Islam

Dalam syariat islam, etika bisnis adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai islam, sehingga dalam

³ Rafeek Issa Beekun, *Etika Bisnis Islami* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007), 3.

⁴ Hasan Aedy, *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam* (Bandung: Alfabeta, 2011), 24.

⁵ Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Kencana, 2007), 70.

pelaksanaan bisnis itu tidak terjadi kekhawatiran karena sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar.⁶

Etika bisnis Islam juga bisa didefinisikan tentang baik, buruk dan salah yang berdasarkan pada prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku usaha bisnis harus komit padanya dalam berinteraksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat.⁷

4. Tujuan Bisnis Islam

Tujuan dari etika bisnis Islam adalah profit yang merupakan kelebihan penghasilan di atas biaya yang layak dikorbankan oleh pelaku bisnis. Karena dengan profit yang diperoleh akan dapat dipergunakan sebagai alat dan sarana antara lain untuk memajukan dan memperbesar bisnisnya di masa yang akan datang. Selain itu dapat juga digunakan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang mendukung kegiatan bisnis yang bersangkutan. Profit diperoleh melalui kegiatan dalam persediaan barang atau jasa yang dilakukan mengingat kebutuhan dan keinginan masyarakat dan melihat peluang yang memberikan harapan untuk meraih keuntungan dari hasil penerimaan di atas pengeluaran biaya yang dikorbankan oleh pelaku bisnis.⁸

⁶ Idri, *Hadis Ekonomi: Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), 32.

⁷ Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*. 15.

⁸ Muslich, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: Ekonisia, 2004), 11.

Tujuan bisnis tidak selalu untuk mencari profit (nilai materi) tetapi harus dapat memperoleh dan memberikan benefit (keuntungan atau manfaat) non materi, baik bagi si pelaku bisnis sendiri maupun pada lingkungan yang lebih luas, seperti terciptanya suasana persaudaraan, kepedulian sosial dan sebagainya. Di samping untuk mencari profit, juga masih ada dua orientasi lainnya, yaitu akhlak dan perbuatan. Akhlak yaitu nilai-nilai mulia yang menjadi suatu kemestian yang muncul dalam kegiatan bisnis, sehingga tercipta hubungan persaudaraan yang Islami, baik antara majikan dengan buruh, maupun antara penjual dengan pembeli (bukan sekadar hubungan fungsional maupun profesional semata). Perbuatan yang dimaksudkan untuk mendekatkan diri kepada Allah, dengan kata lain ketika melakukan suatu aktivitas bisnis, maka harus disertai dengan kesadaran hubungannya dengan Allah. Inilah yang dimaksud, bahwa setiap perbuatan muslim adalah ibadah. Amal perbuatannya bersifat materi, sedangkan kesabaran akan hubungannya dengan Allah ketika melakukan bisnis dinamakan ruhnya.⁹

Selain itu tujuan yang menjadi misi yang diemban oleh kegiatan bisnis adalah menciptakan kesejahteraan bagi semua pihak yang terlibat maupun bagi mereka yang secara tidak langsung memberikan dukungan terhadap kegiatan bisnis. Dengan adanya kegiatan bisnis secara logis dikonsepsikan bahwa semua pihak akan

⁹ Veithzal Rivai, Amiur Nuruddin, dan Faisar Ananda Arfa, *Islamic Business and Economic Ethics* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2012), 13.

memperoleh manfaat baik ekonomi, finansial, sosial dan budaya. Sehingga secara logis pula masyarakat secara luas akan memperoleh tingkat kesejahteraan yang makin tinggi. Tidak sebaliknya justru makin melorotkan kesejahteraan dengan adanya bisnis yang dilakukan. Di sini fungsi tujuan berkaitan erat dengan etika yaitu kesjahteraan bersama yang menjadi tujuan yang ingin dicapai.¹⁰

5. Dasar Hukum

Al-Qur'an menegaskan bahwa bisnis itu adalah tindakan yang halal dan dibolehkan. Perdagangan yang jujur dan bisnis yang transparan sangat dihargai, direkomendasikan dan dianjurkan.¹¹ ini terdapat dalam firman Allah SWT dalam Q.S At-Taubah ayat 111.¹²

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 ببيعِكُمْ 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 yang telah kamu lakukan itu, dan itulah kemenangan yang besar.”

¹⁰ Muslich, *Etika Bisnis Islami*, 12.

¹¹ Muhammad Djakfar, *Agama, Etika, dan Ekonomi* (UIN-Maliki Press, 2014), 147.

¹² Al-Qur'an, 9: 111.

Pada ayat tersebut, manusia mempunyai kebebasan dalam usaha, akan tetapi mereka tetap terikat pada norma-norma yang ditentukan agar hasil bisnis yang diusahakan menjadi halal dan barakah karena prosedur perolehannya sah menurut al-Qur'an. Dinilah arti penting agar dalam aktivitas bisnis harus memperhatikan keadilan, keterbukaan, menghindari praktik riba dan lain sebagainya yang bisa menciderai nilai-nilai etika yang harus dihormati.¹³

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, kebijaksanaan, 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 dijalankan oleh pelaku bisnis. Selain itu al-Qur'an juga memerintahkan pada orang-orang yang beriman untuk menjaga amanah dan menjaga janjinya, memerintahkan mereka untuk adil dan moderat dalam perilaku mereka terhadap Allah.¹⁴

¹³ Muhammad Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: BPFY Yogyakarta, 2004), 44.

¹⁴ Muhammad Djakfar, *Agama, Etika dan Ekonomi*, 14

6. Prinsip Dasar Etika Bisnis Islam

Keberkahan usaha merupakan kemantapan dari usaha itu dengan memperoleh keuntungan yang wajar dan diridhai oleh Allah SWT.¹⁵ Maka prasyarat untuk memperoleh keberkahan atas nilai transenden seorang pelaku bisnis harus memperhatikan beberapa prinsip-prinsip etika bisnis yang telah digariskan dalam Islam, antara lain¹⁶:

a. Persatuan (*Unity*)

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

Penerapan konsep kesatuan yaitu tidak berbuat diskriminatif terhadap pedagang lain, pemasok, pembeli atas dasar ras, warna kulit, jenis kelamin, ataupun agama, terpaksa atau dipaksa untuk melakukan praktik-praktik mal bisnis karena ia hanya takut dan cinta kepada Allah, dan menimbun

¹⁵ Veithzal Rivai, Amiur Nuruddin, dan Faisar Ananda Arfa, *Islamic Business And Economic Ethics* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2012), 23

¹⁶ Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam* (Malang: UIN-Malang Press, 2007), 21.

kekayaannya dengan penuh keserakahan karena konsep amanah sangat penting bagi seorang muslim dan semua harta hanya bersifat sementara maka harus dengan bijaksana.¹⁷

Kapan saja terdapat ada perbedaan seperti ini, maka hak-hak dan kewajiban-kewajiban mereka harus diatur sedemikian rupa sehingga terciptanya keseimbangan. Islam tidak mengakui adanya kelas-kelas sosio ekonomis sebagai sesuatu yang bertentangan dengan prinsip-prinsip persaudaraan (*Ukhuwah*). Karena mematuhi ajaran-ajaran Islam dalam aspeknya, dianggap sebagai sarana untuk mendapatkan ridha Allah.¹⁸

b. Keseimbangan (*Equilibrium*)

Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai. Pengertian adil dalam islam diarahkan agar hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta dan hak Allah dan Rasulnya ditempatkan sebagaimana mestinya (sesuai aturan syariah). Tidak memihak salah satu hak diatas, karena dapat menempatkan seseorang tersebut pada kezaliman. Karena orang yang adil akan lebih dekat kepada ketakwaan, karena itu dalam perniagaan (tjajah), Islam melarang untuk menipu walaupun

¹⁷ Srijanti, Purwanto, dan Rahman, *Etika Membangun Masyarakat Islam Modern* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007), 35.

¹⁸ Veithzal Rivai dkk, *Islamic Business and Economic Ethics*, 89-90.

hanya sekedar membawa sesuatu pada kondisi yang menimbulkan keraguan sekalipun.¹⁹

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

Penerapan konsep keseimbangan ini sebagai contoh adalah Allah memperingatkan para pengusaha muslim untuk menyempurnakan takaran timbangan dalam jual beli. Sebaliknya, Islam ingin mengekang kecenderungan sikap serakah manusia dan kecintaanya untuk memiliki barang-barang yang tidak dibutuhkan.²⁰

c. Kebebasan (*Free Will*)

Dalam pandangan Islam, manusia dianugerahi potensi untuk berkehendak dan memilih di antara pilihan-pilihan yang

¹⁹ Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*, 91-92.

²⁰ Srijanti dkk, *Membangun Masyarakat Islam Modern*, 37.

beragam, kendati kebebasan yang dimiliki Allah.²¹ Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar. Tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya. Kecenderungan manusia untuk terus-menerus memenuhi kebutuhan pribadinya yang tak terbatas dikendalikan dengan adanya kewajiban setiap individu terhadap masyarakatnya melalui zakat, infak, dan sedekah.²²

Aktivitas ekonomi dalam konsep ini diarahkan kepada kebaikan setiap kepentingan untuk seluruh komunitas Islam, baik sektor pertanian, perindustrian, perdagangan dan lainnya. Larangan adanya bentuk monopoli, kecurangan dan praktik riba adalah jaminan terhadap terciptanya suatu mekanisme pasar untuk berusaha tanpa adanya keistimewaan-keistimewaan pada pihak-pihak tertentu.²³

Penerapan konsep kehendak bebas dalam etika bisnis Islam ialah manusia memiliki kebebasan untuk membuat kontrak dan menepatinya ataupun mengingkarinya. Seorang muslim yang telah

²¹ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam* (Malang: UIN-Malang Press, 2007), 16.

²² Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 46.

²³ Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*, 96.

menyerah hidupnya pada kehendak Allah akan menepati semua kontrak yang telah ia buat.²⁴

d. Tanggungjawab (*Responsibility*)

Tanggung jawab individu begitu mendasar dalam ajaran-ajaran islam. Terutama jika dikaitkan dengan kebebasan ekonomi. Penerimaan pada prinsip tanggung jawab individu ini berarti setiap orang akan diadili secara personal di hari kiamat kelak. Setiap individu mempunyai hubungan langsung dengan Allah. Ampunan harus diminta secara langsung dari Allah. Setiap individu mempunyai hak penuh untuk berkonsultasi dengan sumber-sumber Islam (Al-Qur'an dan Sunnah) untuk kepentingannya sendiri. Setiap orang dapat menggunakan hak ini, karena hal ini merupakan landasan untuk melaksanakan tanggung jawabnya kepada Allah.²⁵

Secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas. Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggung jawab atas semua yang dilakukannya.²⁶ Manusia harus berani mempertanggung jawabkan segala pilihannya tidak saja di hadapan manusia, bahkan yang paling penting adalah kelak di hadapan Allah. Bisa saja, karena kelihaiannya, manusia mampu

²⁴Srijanti dkk, *Etika Membangun Masyarakat Islam Modern* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007), 39.

²⁵*Ibid.*, 100-101.

²⁶Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, 46.

melepaskan tanggung jawab perbuatannya yang merugikan manusia, namun kelak ia tidak akan pernah lepas dari tanggung jawab di hadapan Allah Yang Maha Mengetahui.²⁷

Penerapan konsep tanggung jawab dalam etika bisnis Islam misalnya jika seorang pengusaha muslim berperilaku secara tidak etis, ia tidak dapat menyalahkan tindakannya pada persoalan tekanan bisnis ataupun pada kenyataan bahwa setiap orang juga berperilaku tidak etis. Ia harus memikul tanggung jawab tertinggi atas tindakannya sendiri.²⁸

e. Kebenaran, kebajikan dan kejujuran

Dalam Al-Qur'an memuat prinsip kebenaran, kebajikan, dan kejujuran maka suatu bisnis itu secara otomatis akan melahirkan suatu persaudaraan. Persaudaraan, kemitraan antara pihak yang berkepentingan dalam bisnis yang saling menguntungkan, tanpa adanya kerugian dan penyesalan sedikitpun. Dengan demikian, dalam semua proses bisnis akan dilakukan pula secara transparan dan tidak ada rekayasa. Prinsip kebenaran dengan dua makna kebajikan dan kejujuran secara jelas telah diteladankan oleh Nabi Muhammad SAW yang juga merupakan pelaku bisnis yang sukses pada masanya. Dalam menjalankan bisnisnya, nabi tidak pernah sekalipun melakukan kebohongan, penipuan, atau menyembunyikan kecacatan barang.

²⁷Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, 17.

²⁸Srijanti dkk, *Membangun Masyarakat Islam Modern*, 42.

Sebaliknya Nabi mengharuskan agar bisnis dilakukan dengan kebenaran dan kejujuran.²⁹

Penerapan prinsip kebajikan yaitu: menurut Al-Ghazali terdapat enam kebajikan, yaitu:

- 1) Jika seseorang membutuhkan sesuatu, maka orang lain harus memberikannya dengan mengambil keuntungan sesedikit mungkin. Jika sang pemberi melupakan keuntungannya, maka hal tersebut akan lebih baik baginya.
- 2) Jika seseorang membeli sesuatu dari orang miskin akan lebih baik baginya untuk kehilangan sedikit uang dengan membayarnya lebih dari harga yang sebenarnya. Tindakan seperti ini akan memberikan akibat yang mulia dan tidak yang sebaliknya cenderung akan memberikan hasil yang juga berlawanan. Bukan satu hal yang patut dipuji untuk membayar orang kaya lebih dari apa yang seharusnya diterima manakala ia dikenal sebagai orang yang suka mencari keuntungan yang tinggi.
- 3) Dalam mengabdikan hak pembayaran dan peminjaman seseorang harus bertindak secara bijaksana dengan memberi waktu yang lebih banyak kepada sang peminjam untuk membayar hutangnya, dan jika diperlukan seseorang harus

²⁹Muhammad dan Lukman Fauroni, *Visi Al-Qur'an tentang Etika dan Bisnis* (Jakarta: Salemba Diniyah, 2002), 19-20.

membuat pengurangan pinjaman untuk meringankan beban sang peminjan.

- 4) Sudah sepantasnya bahwa mereka yang ingin mengembalikan barang-barang yang telah dibeli seharusnya diperbolehkan untuk melakukannya demi kebajikan.
- 5) Merupakan tindakan yang sangat baik bagi sang peminjam jika mereka membayar hutangnya tanpa harus diminta, dan jika mungkin jauh-jauh hari sebelum jatuh waktu pembayarannya.
- 6) Ketika menjual barang secara kredit seseorang harus cukup bermurah hati, tidak memaksa membayar ketika orang tidak mampu membayar dalam waktu yang telah ditetapkan.³⁰

B. Penentuan Harga dalam Islam

Penentuan harga dalam Etika Bisnis Islam yaitu suatu penentuan harga yang dalam menetapkan suatu barangnya, tidak hanya bertujuan mencari keuntungan semata, akan tetapi juga berperilaku etis bisnis (akhlak al Islamiyah) yang dibungkus dengan nilai-nilai syari'ah yang mengedepankan halal dan haram, sebagai salah satu bentuk ibadah kita kepada Allah SWT. Oleh karena itu keuntungan yang dihasilkan melalui bisnis tidak boleh merugikan pihak lain serta bisnis juga harus dijalankan sesuai dengan aturan dan etika dalam syari'ah Islam.³¹

³⁰Srijanti dkk. *Etika Membangun Masyarakat Islam Modern*. 43-44.

³¹Buchari Alma, *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islam* (Bandung: Alfabeta, 2003), 54.

Adapun cara penetapan harga dilihat dari perspektif Ekonomi Islam adalah penetapan harga yang baik, dan adil sehingga tidak menyebabkan kedzaliman bagi penjual dan pembeli. Macam-macam penetapan harga dalam Islam yaitu:

1. Penetapan Harga yang Tetap (*fix*)

Penentuan harga yang tetap disini maksudnya adalah harga yang sesuai dengan pasaran. Dari sini jelas bahwa dalam penentuan harga dalam Islam jangan ada campur tangan atau kontrol manusia dalam penetapan harga itu sehingga menghambat hukum alami yang disebut dengan permintaan dan penawaran.³²

2. Harga yang Adil

Secara umum, harga yang adil adalah harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan (Kedzaliman) sehingga merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak yang lain. Harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualnya secara adil, yaitu penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkan. Adanya suatu harga yang adil telah menjadi pegangan yang mendasar dalam transaksi yang Islami. Pada prinsipnya transaksi bisnis harus dilakukan pada harga yang adil, sebab ia adalah cermin dari komitmen Syariat Islam terhadap keadilan yang menyeluruh.

³²Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2003), 147.

Islam melarang melakukan perbuatan seperti penimbunan, penipuan. Sehingga menyebabkan terjadinya pasar gelap (Black Market).³³

C. Jual Beli *Online*

1. Pengertian jual beli *online*

Jual beli *online* sedang digandrungi oleh masyarakat sehingga masyarakat lebih memilih untuk berbelanja melalui media *online* karena terdapat kemudahan dalam bertransaksi sehingga perkembangan dunia bisnis kini semakin berkembang pesat salah satunya berbisnis dengan menggunakan kecanggihan teknologi melalui media internet atau *online*.³⁴

Jual beli online itu sendiri diartikan sebagai jual beli barang dan jasa melalui media elektronik, khususnya melalui internet atau secara online. Salah satu contoh adalah penjualan produk secara online melalui internet seperti yang dilakukan oleh bukalapak.com, tokobagus.com, lazada.com, kaskus, dan lain sebagainya.

Menurut Suherman jual beli via internet yaitu sebuah akad jual beli yang dilakukan dengan menggunakan sarana elektronik (internet) baik berupa barang maupun berupa jasa) atau akad yang disepakati dengan menentukan ciri-ciri tertentu dengan membayar harganya terlebih dahulu sedangkan barangnya diserahkan kemudian.

³³ P3EI, *Ekonomi Islam* (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2008), 331.

³⁴ Aditya Ayu Hakiki, Asri Wijayanti, dan Rizania Kharisma Sari, "Perlindungan Hukum Bagi Pembeli dalam Sengketa Jual Beli *Online*," *Justitia Jurnal Hukum* Vol. 1 No.1 (April 2017), 119.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa jual beli via internet adalah jual beli yang terjadi dimedia elektronik, yang mana transaksi jual beli tidak mengharuskan penjual dan pembeli bertemu secara langsung atau saling menatap muka secara langsung, dengan menentukan ciri-ciri, jenis barang, sedangkan untuk harganya dibayar terlebih dahulu baru diserahkan barangnya. Sedangkan

a. Karakteristik bisnis *online* yaitu :

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

b. Kelebihan dan kekurangan Jual Beli *Online*

Jual beli *online* itu sendiri mempunyai kelebihan dan kekurangan bagi konsumen dan penjual. Adapun kelebihan Jual Beli *Online* bagi konsumen, yaitu:

- 1) Pembeli tidak perlu mendatangi toko untuk mendapatkan barang, cukup terkoneksi dengan Internet, pilih barang dan selanjutnya melakukan pemesanan barang, dan barang akan di antar kerumah.
- 2) Menghemat waktu dan biaya transportasi berbelanja, karena semua barang belanjaan bisa dipesan melalui perantara media internet khususnya situs yang menjual belikan barang apa yang ingin dibeli.

- 3) Pilihan yang ditawarkan sangat beragam, sehingga sebelum melakukan pemesanan kita dapat membandingkan semua produk dan harga yang ditawarkan oleh perusahaan.
 - 4) Dengan perantara via internet pembeli dapat membeli barang di Negara lain secara online.
 - 5) Harga yang ditawarkan sangat kompetitif, karena tingkat persaingan dari para pelaku usaha melalui media internet sehingga mereka bersaing untuk menarik perhatian dengan cara menawarkan harga serendah-rendahnya.
- c. Kekurangan Jual Beli *Online* bagi konsumen yaitu :

- 1) Produk tidak dapat dicoba.

Dalam jual beli via internet produk yang ditawarkan bermacam-macam dan beragam, dan semua produk tersebut tidak dapat dicoba, bila pembeli mencari pakaian, contohnya gamis maka pembeli tidak bisa mencoba padahal penjual *online* menyediakan ukuran. Pembeli harus memberikan pertimbangan dulu terhadap ukuran yang tercantum di toko berbasis *online* karena terkadang tidak sesuai dengan yang pembeli inginkan..

- 2) Standar dari barang tidak sesuai

Salah satu kerugian yang di dapat pembeli dalam jual beli via internet adalah barang tidak sama dengan aslinya, di situs toko berbasis *online* yang ditampilkan adalah foto atau gambar barang yang di tawarkan. Kesamaan dari barang foto

atau gambar yang kita lihat dari internet tidak bisa seratus persen persis sama. Mungkin yang mirip dengan barang hanya tujuh puluh persen atau sembilan puluh persen saja.

3) Pengiriman mahal.

Jual beli via internet yang terjadi melalui media elektronik dan berjauhan tentunya produk yang dibeli tidak selalu langsung kita dapat ambil. Pemilik toko online masih memerlukan jasa pengiriman seperti JNE, TIKI, Pos Indonesia, dan sebagainya dengan harga pengiriman yang mahal.

4) Risiko penipuan

Dalam jual beli via internet, toko berbasis *online* memang rentan akan penipuan. Pastikan belanja di toko *online* yang dapat diandalkan. Karena resikonya jika kita tertipu uang yang kita kirim akan sampai ke penjual dan produk yang kita pesan tidak dikirim oleh penjual.³⁵

d. Adapun keuntungan jual beli *online* bagi penjual yaitu:

1) Modal awal yang lebih kecil

Keuntungan pertama dari menjual barang secara *online* adalah hanya memerlukan modal yang relatif lebih kecil dibanding berjualan *offline*. Karena kita tidak perlu mendirikan atau menyewa lahan sebagai tempat berjualan.

Bahkan kita tidak memerlukan biaya operasional karena yang

³⁵Tira Nur Fitria, "Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) dalam Hukum Islam dan Hukum Negara," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* Vol. 03 No. 01 (Maret 2017), 57-58.

kita butuhkan hanyalah akses internet dan mungkin sebuah kamera untuk mengambil foto dari barang-barang yang ingin kita jual.

2) Bisnis beroperasi 24 jam

Keuntungan kedua dari berjualan *online* adalah kita tidak perlu khawatir lagi kapan waktunya membuka dan menutup toko, karena toko kita bisa diakses selama 24 jam. Bahkan bila kita menerima pesanan di jam tidur (sekitar pukul 23.00–06.00) kita masih bisa memproses keesokan harinya. Sehingga bisnis kita berjalan secara optimal.

3) Target pasar yang lebih luas

Bayangkan bila kita berada di wilayah terpencil dan tidak memiliki banyak penduduk, target konsumen kita hanyalah masyarakat yang ada di sekitar wilayah tersebut. Bisnis kita tentunya tidak akan berkembang. Solusinya adalah dengan berjualan *online* maka bisnis tersebut bisa dipantau dari mana saja dan kapan saja.

Dengan bantuan internet, sekarang kita tidak harus lagi terpaku di satu tempat untuk mengelola bisnis kita. Kita bisa mengakses dan mengelolanya dari mana saja dan kapan saja selama masih ada akses internet. Sehingga waktu kita lebih fleksibel dan lebih optimal. Hal ini juga dapat dilakukan melalui beberapa cara, diantaranya adalah:

4) Melalui Media Sosial

Jual beli menggunakan media sosial saat ini sangat menguntungkan karena banyaknya masyarakat Indonesia yang mengakses media sosial seperti, Facebook, Instagram dan Twitter. Namun demikian, ada kelemahan mendasar yang membuat kegiatan jual beli lewat cara ini dianggap kurang begitu efektif mendongkrak pemasaran. Jual beli melalui media sosial memiliki kelemahan, yang pertama Kelemahannya kurang dipercaya oleh pembeli yang belum mengenal produk dan belum menjadi pedagang yang dapat dipercaya oleh konsumen. Kelemahan kedua adalah manual dalam pencarian konsumen. Dalam arti, kadang penjual tidak mengetahui siapa pembeli dan bagaimana menghadapi konsumen yang memberikan komentar negatif terhadap produk yang dijualnya.

5) Melalui *Personal Website*

Banyak pelaku usaha yang pada akhirnya melakukan pemasaran menggunakan *website* atau blog pribadi khusus untuk merek dagangnya sendiri. Sisi positif dari penjualan melalui *personal website* adalah mel

ihat sisi *branding* yang sangat positif karena bisa mendongkrak gengsi, pamor dan penjualan bagi pemilik *website*. Tapi kelemahannya, penjual harus punya orang yang

benar-benar bisa meluangkan waktu untuk meningkatkan kualitas *website* tersebut.

6) Melalui *Online Shop*

Menurut Fajrin, ada dua jenis online shop yang berkembang di Indonesia saat ini yakni Situs Iklan Baris dan *Marketplace*.

a) Situs Iklan Baris

Online shop berbentuk situs iklan baris adalah jenis *online shop* yang hanya menyediakan *platform* berbentuk barisan produk yang ditawarkan pengiklan. Contohnya seperti Lazada, Zalora dan sebagainya.

b) *Marketplace*

Marketplace merupakan situs jual beli online yang menawarkan layanan penjualan secara lengkap artinya, kegiatan promosi hingga transaksi jual beli semuanya dilayani dengan sistem yang sudah teruji. Situs jual beli berbentuk *Marketplace* di Indonesia, contohnya adalah Lazada, Bukalapak.com, blibli.com, Tokopedia, shoppee dan lain sebagainya. Situs jual beli jenis ini dianggap lebih aman ketimbang platform jual beli via internet lainnya karena sistem pembayaran dilakukan melalui aturan yang diberlakukan pengelola situs sehingga menjamin keamanan transaksi. Baik untuk penjual maupun untuk pembelinya.

Pengusaha juga tidak perlu pusing memikirkan transaksi karena semua terekam, tidak akan terlewat. Meski demikian, situs jual beli model seperti ini menerapkan tarif bagi setiap transaksi sebagai biaya pengelolaan situs yang relatif lebih ringan dibandingkan dengan sewa tempat.³⁶

D. Studi Penelitian Terdahulu

Skripsi yang ditulis oleh Shinta Nova Andani pada tahun 2019 dengan Judul “Analisis Upaya Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Praktik Jual Beli di Facebook Marketplace”. Masalah yang diangkat adalah praktik jual beli di facebook Marketplace ini kebanyakan pedagang menuliskan keterangan harga yang tidak wajar yang seharusnya harga ditulis sesuai harga aslinya serta di Facebook Marketplace produk yang dijual tidak ada batasan, semua diperjual belikan mulai dari yang halal serta yang dilarang dalam Islam. Dari pembahasan ini dapat disimpulkan bahwa praktik jual beli di facebook marketplace ini tidak sesuai dengan prinsip dasar etika bisnis Islam, karena telah melanggar prinsip keseimbangan dan kebenaran karena banyaknya barang yang tidak sesuai dengan spesifikasi barang atau gambaran yang diiklankan. dan belum bisa dikatakan bisnis online yang sesuai dengan syariat Islam karena terdapat pedagang yang menjualkan barang yang dilarang dalam Islam.³⁷

³⁶Wati Susiawati, “Jual Beli dalam Konteks Kekinian,” *Jurnal Ekonomi Islam* Vol 8, No 2 (November 2017), 179-182.

³⁷Shinta Nova Andani, “Analisis Upaya Penerapan Etika Bisnis Islam pada Praktik Jual Beli di Facebook Marketplace,” Skripsi (Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018), vi.

Adapun persamaan penelitian ini adalah sama sama membahas tentang etika bisnis islam. Adapun perbedaannya adalah penelitian sebelumnya fokus terhadap penerapan etika bisnis islam pada praktik jual beli di facebook marketplace sedangkan penelitian ini membahas tentang Analisis Etika Bisnis Islam terhadap praktik jual beli *Onlinedan* pola pembentukan harganya.

Skripsi yang ditulis oleh Nani Utami Tahun 2018 dengan Judul “Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Sistem Dropshipping Di Ritel Wilayah Ponorogo” Masalah yang diangkat adalah jual beli sistem dropshipping melakukan dikriminasi dengan melakukan kebohongan seperti memposting gambar yang tidak sesuai dengan aslinya melainkan foto barang yang telah melalui proses editing yang sangat bagus, sehingga bisa menyembunyikan kekurangannya. agar banyak yang berminat membeli. Pihak *dropshipper* juga tidak mau menerima komplain dalam bentuk apapun, meskipun terjadi ketidaksesuaian barang yang telah dikirimkan. Gambar barang yang di posting bukan foto aslinya. Dari pembahasan ini dapat disimpulkan bahwa praktik jual beli sistem dropshipping ini tidak sesuai dengan prinsip dasar etika bisnis Islam karena telah melanggar prinsip keseimbangan, kesatuan, tanggung jawab, dan kebenaran.³⁸

Adapun persamaan penelitian ini adalah membahas tentang etika bisnis islam dan yang membedakan penelitian ini adalah penelitian

³⁸Nani Utami, “Penerapan Etika Bisnis Islam terhadap Jual Beli Sistem Dropshipping di Ritel Wilayah Ponorogo,” Skripsi (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2018), vii.

sebelumnya fokus pada Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Sistem Dropshipping sedangkan penelitian ini membahas tentang Analisis Etika Bisnis Islam terhadap praktik jual beli *online* dan pola pembentukan harganya.

Skripsi yang ditulis oleh Nova Wulandari Tahun 2014 dengan Judul “Implementasi Etika Bisnis Islam pada Aktivitas Jual Beli *online* Dewi Hijab Butik Surabaya”. Masalah yang diangkat adalah aktivitas jual beli pada Dewi Hijab Butik Surabaya banyak terjadi penipuan dalam aktivitas jual beli *online* nya mulai dari kesepakatan dalam tawar menawar, respon penjual, proses pengiriman, dan pembayaran produk. Dari pembahasan ini dapat disimpulkan bahwa aktivitas jual beli sistem dropshipping ini tidak sesuai dengan prinsip dasar etika bisnis Islam, karena telah melanggar prinsip keseimbangan, kesatuan, tanggung jawab, dan kebenaran, kehendak bebas.³⁹

Adapun persamaan penelitian ini adalah membahas tentang etika bisnis islam dan yang membedakan penelitian ini adalah penelitian sebelumnya fokus pada Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap aktivitas Jual Beli *online* dewi hijab butik Surabaya sedangkan penelitian ini membahas tentang Analisis Etika Bisnis Islam terhadap praktik jual beli *online* dan pola pembentukan harganya.

Skripsi yang ditulis oleh Saarah Lu'lu Salsabilati Tahun 2017 dengan Judul “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi E-

³⁹Nova Wulandari, “Implementasi Etika Bisnis Islam pada Aktivitas Jual Beli online Dewi Hijab Butik Surabaya,” Skripsi (Surabaya: Universitas Airlangga Surabaya, 2014). vi.

commerce". Masalah yang diangkat adalah transaksi *e-commerce* dalam jual beli *online* pada penjual pengguna media sosial *instagram* tidak memenuhi prinsip etika bisnis islam karena melanggar prinsip kehendak bebas, persatuan, tanggung jawab, dan kebenaran.⁴⁰

Adapun persamaan penelitian ini adalah membahas tentang etika bisnis islam dan yang membedakan penelitian ini adalah penelitian sebelumnya fokus pada Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi *E-commerce* sedangkan penelitian ini membahas tentang Analisis Etika Bisnis Islam terhadap praktik jual beli *online* dan pola pembentukan harganya.

Skripsi yang ditulis oleh Musdalifah Tahun 2017 dengan Judul "Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Sistem Pemasaran Jual Beli Online Di Kota Parepare". Masalah yang diangkat adalah jual beli *online* ini melakukan penipuan dalam transaksinya dan ketidaksesuaian barang dengan yang dicantumkan oleh pedagang di media sosial. Selain itu penjual juga menyembunyikan cacat barang yang diperjualbelikan sehingga pemasaran jual beli *online* di kota Parepare tidak memenuhi prinsip etika bisnis islam karena melanggar prinsip persatuan, tanggung jawab, dan kebenaran.⁴¹

Adapun persamaan penelitian ini adalah membahas tentang etika bisnis islam dan yang membedakan penelitian ini adalah penelitian

⁴⁰Sarook Lu'lu Salsabilati, "Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi E-commerce," Skripsi (Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2017). vii.

⁴¹Musdalifah, "Analisis Etika Bisnis Islam terhadap Sistem Pemasaran Jual Beli *Online* di Kota Parepare," Skripsi (Parepare: Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Parepare, 2017). Vii.

sebelumnya fokus pada Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi *E-commerce* sedangkan penelitian ini membahas tentang Analisis Etika Bisnis Islam terhadap praktik jual beli *online* dan pola pembentukan harganya.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian dalam skripsi ini termasuk jenis penelitian lapangan (*field research*) yang pada hakikatnya merupakan penelitian yang pencairan data serta pengumpulan datanya dilakukan di tempat terjadinya fenomena atau kasus tertentu terjadi. Penelitian menggunakan penelitian *field research* karena peneliti terjun langsung di lapangan untuk mengamati langsung fenomena yang terjadi yaitu tentang praktik dan penentuan harga dalam jual beli *online* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo (para penjual *online*). Penelitian dilakukan agar dapat mendapatkan hasil yang akurat dan pasti

2. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian lapangan ini menggunakan pendekatan yang digunakan adalah data dekriptif yaitu berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.¹ Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dalam penelitian ini karena peneliti tertarik dengan sebuah fenomena di lapangan yaitu meneliti bagaimana praktik

¹ Margono, *Metode Penelitian* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1997), 108.

dan penentuan harga dalam jual beli *online* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo (para penjual *online*).

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kampus 2 IAIN Ponorogo yang terletak di Jl. Puspita Jaya, Krajan, Pintu, Kecamatan. Jenangan, Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur. Peneliti memilih lokasi di Kampus 2 IAIN karena karena lebih mudah untuk mendapatkan data-data nya dan peneliti memilih fakultas ini karena merupakan fakultas yang mempunyai target mencetak dan melahirkan pebisnis yang unggul dan jujur sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Kampus 2 IAIN Ponorogo.

C. Data Penelitian

Data adalah bahan keterangan tentang suatu objek penelitian.²Adapun data yang diperlukan pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Data tentang praktik jual beli *online* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo
2. Data tentang penentuan harga dalam praktik jual beli *online* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo

Sumber data yang dibutuhkan dalam penelitian diperoleh secara langsung dari sumber aslinya. Dalam hal ini sumber data diperoleh dari narasumber (informasi) melalui wawancara dengan pihak yang terkait,

² H. M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi* (Jakarta: Prenada Media Group, 2015), 123.

yaitu Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo (para penjual *online*).

D. Teknik pengumpulan data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik wawancara untuk memperoleh data. Wawancara yaitu sebuah metode pengumpulan data melalui percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan tersebut dilakukan oleh kedua belah pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.³ Wawancara ini bertujuan untuk mengumpulkan data. Data yang dimaksud yaitu data yang berkaitan praktik dan penentuan harga dalam jual beli *online* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo (para penjual *online*).

E. Teknik Pengolahan Data

Data yang terkumpul dan diperoleh dari lapangan diolah melalui 3 (tiga) tahapan, penulis menggunakan teknik pengolahan data dengan tahapan sebagai berikut:

1. Editing, yaitu memeriksa kembali data-data yang telah ditemukan dari segi kelengkapan, kejelasan makna, kesesuaian dan keselarasan satu dengan yang lainnya, relevansi dan keberagaman satuan atau kelompok data.⁴ Dalam hal ini penulis memeriksa kembali data-data yang diperoleh dari Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

³ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014), 186.

⁴ Aji Damanuri, *Metodologi Penelitian Mu'amalah* (Ponorogo; STAIN Po Press, 2010), 153.

IAIN Ponorogo (para penjual *online*) serta dari beberapa literatur buku sebagai bahan teori yang nantinya berhubungan dengan permasalahan yang diteliti.

2. Organizing, yaitu teknik yang digunakan dalam mengelola data yang diperoleh penulis dalam penelitian dengan cara menyusun data tersebut secara sistematis sebagaimana yang telah direncanakan dalam rumusan masalah. Pada penelitian ini penulis menyusun data tersebut berdasarkan penyusunan rumusan masalah yaitu terkait praktik dan penentuan harga dalam jual beli *online* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo (para penjual *online*).
3. Penemuan hasil riset adalah data yang diperoleh dalam penelitian yang dilakukan ini diolah melalui dua tahapan utama yakni editing dan organizing yang untuk selanjutnya dilakukan analisa data dengan menggunakan teori tertentu sehingga diperoleh kesimpulan atas permasalahan yang diangkat dalam penelitian..

F. Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.⁵ Analisa dalam penelitian skripsi ini menggunakan model Miles dan Huberman, dalam penelitian ini

⁵ J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, 248.

alur logika yang digunakan oleh penulis adalah penalaran deduktif, analisa data dengan penalaran deduktif adalah alur logika yang mendukung perkarakan masalah dalam kerangka teoritis.⁶ Analisa data dalam penelitian ini dimulai dimulai dari reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan, ketiga unsur tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Reduksi data adalah penyederhanan data dengan memilih hal-hal yang pokok sesuai dengan rumusan masalah penelitian yaitu tentang praktik dan penentuan harga dalam jual beli *online* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo (para penjual *online*).
2. Penyajian data adalah suatu proses pengorganisasian data sehingga mudah untuk dianalisis dan disimpulkan. Data yang diperoleh setelah direduksi kemudian diorganisasikan sesuai dengan rumusan masalah. Data diperoleh dari hasil wawancara dengan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo (para penjual *online*).
3. Penarikan kesimpulan atau verifikasi Langkah. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif menggunakan metode deduktif dimana diawali dengan menggunakan teori dan mengungkapkan fenomena yang terjadi berdasarkan teori dan kemudian menarik kesimpulan.

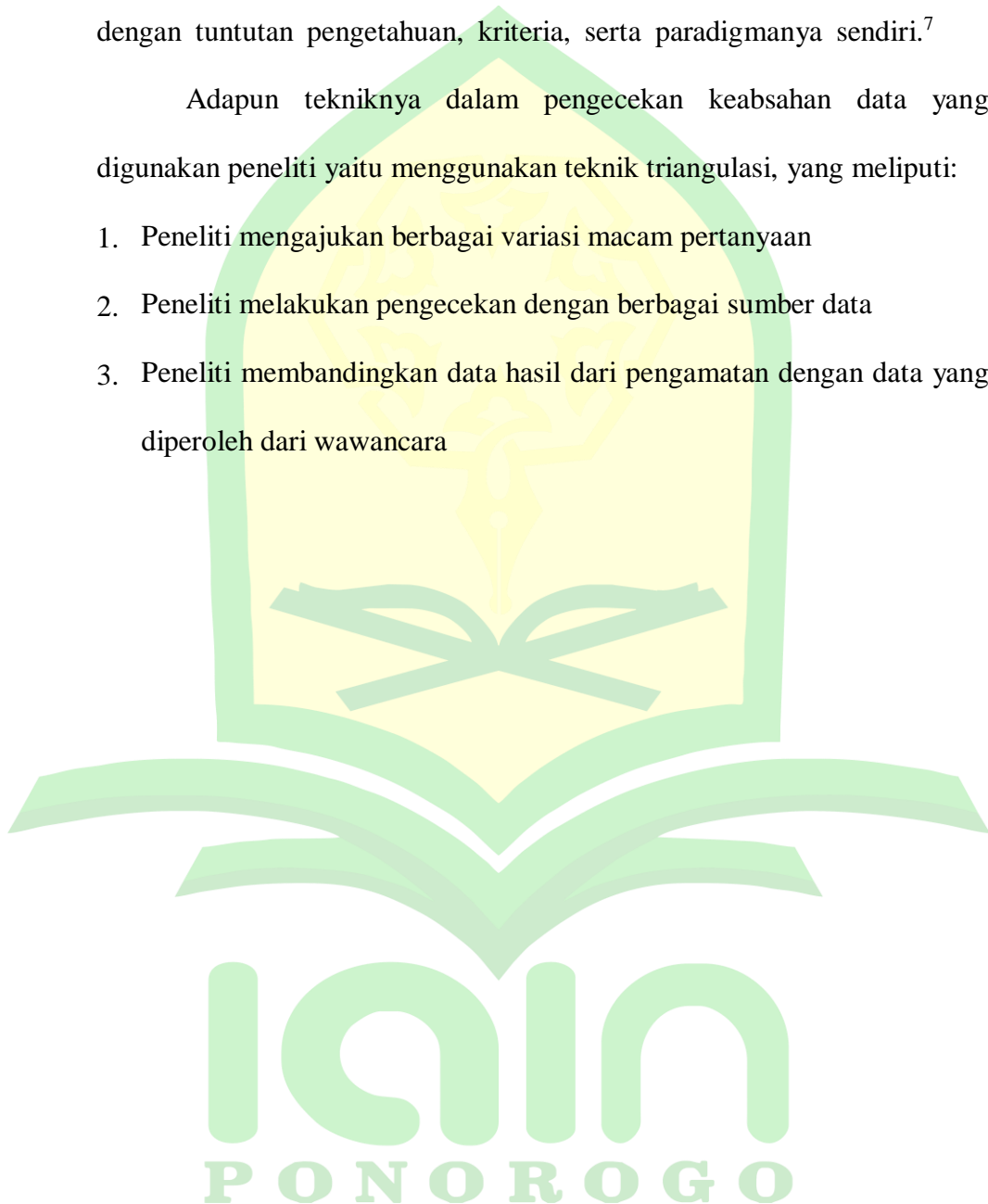
⁶ Monika Handayani, *Metodologi Penelitian Akuntansi (Bagi Pendidikan Vokasi)* (Yogyakarta: Poliban Press, 2019), 19.

G. Teknik Pengecekan Keabsahan data

Keabsahan data merupakan konsep penting yang diperbarui dari konsep kesahihan (validitas) dan keandalan (realibilitas) dan disesuaikan dengan tuntutan pengetahuan, kriteria, serta paradigmanya sendiri.⁷

Adapun tekniknya dalam pengecekan keabsahan data yang digunakan peneliti yaitu menggunakan teknik triangulasi, yang meliputi:

1. Peneliti mengajukan berbagai variasi macam pertanyaan
2. Peneliti melakukan pengecekan dengan berbagai sumber data
3. Peneliti membandingkan data hasil dari pengamatan dengan data yang diperoleh dari wawancara



⁷ Monika Handayani, *Metodologi Penelitian Akuntansi (Bagi Pendidikan Vokasi)*, 321.

BAB IV

PRAKTIK JUAL BELI *ONLINE* MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PONOROGO

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Berdirinya IAIN Ponorogo

Kampus IAIN Ponorogo tidak terlepas dari Akademi Syariah Abdul Wahab (ASA) sebagai embrionya, yang didirikan pada tanggal 1 februari 1968 atas ide KH. Syamsuddin dan KH. Ghozali Dawoedy.

Akademi ini kemudian dinegerikan pada tanggal 12 Mei 1970 menjadi Fakultas Syari'ah Ponorogo IAIN Sunan Ampel yang dipimpin oleh R.M.H. Aboe Amar Syamsuddin dengan menyelenggarakan Program Sarjana Muda.

Berdasarkan tuntutan perkembangan dan organisasi Perguruan Tinggi, maka dikeluarkan Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 1997 Tentang Pendirian Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri. Sejak saat itulah semua fakultas di lingkungan IAIN yang berlokasi di luar induk, berubah menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) dan tidak lagi menjadi bagian dari IAIN Sunan Ampel Surabaya.⁴²

Pada tahun 2016 ini, berdasarkan Perpres 75 tahun 2016, STAIN Ponorogo resmi menjadi IAIN Ponorogo. Berhubung terjadi

⁴²Buku Pedoman Penyelenggaraan Pendidikan IAIN Ponorogo Tahun Akademik 2018/2019, 2.

alih status dari STAIN Ponorogo menjadi IAIN Ponorogo, maka BAN-PT melakukan surveilen. Hasilnya, institusi IAIN Ponorogo kembali dinyatakan terakreditasi dengan predikat B.

2. Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo adalah Fakultas yang termuda di antara fakultas yang lainnya. Berdirinya fakultas ini tidak terlepas dari fakultas tertua yaitu Fakultas Syari'ah IAIN Ponorogo, karena pada awalnya merupakan bagian dari Jurusan Syari'ah dan Ekonomi Islam STAIN Ponorogo yang sekarang berubah nama menjadi Fakultas Syariah IAIN Ponorogo. Cikal bakal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo adalah Program Studi Ekonomi Syari'ah dan Perbankan Syari'ah yang menjadi bagian dari Jurusan Syari'ah. Kedua prodi ini mendapatkan izin pendirian tahun 2014 dari Direktorat Jenderal Pendidikan Islam dengan SK No. 7062 tahun 2014. Selanjutnya pada tahun 2015 juga di buka Program Studi Zakat dan Wakaf dengan Surat Keputusan izin pendirian dari Direktorat Jenderal Pendidikan Islam No. 4723 tahun 2015. Berpijak pada nomenklatur program studi, akhirnya pada tahun 2017, Program Studi Zakat dan Wakaf berubah menjadi Manajemen Zakat dan Wakaf dengan SK Dirjen. No. 2084 tahun 2017.⁴³

⁴³ *Ibid.*, 2.

Momen pembukaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo adalah bersamaan dengan adanya alih status dari Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Ponorogo menjadi IAIN Ponorogo yang ditandai dengan terbitnya Peraturan Presiden Republik Indonesia No. 75 tahun 2016 pada tanggal 1 Agustus 2016. Nama Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut IAIN Ponorogo secara jelas tertuang dalam Peraturan Menteri Agama RI No. 49 tahun 2016 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Ponorogo pada pasal 11. Dan selanjutnya juga diperkuat dalam Peraturan Menteri Agama RI No. 59 tahun 2016 tentang Statuta IAIN Ponorogo.

Sebagai fakultas termuda, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo terus melakukan upaya perbaikan, khususnya dalam peningkatan mutu pendidikan dan sumber daya manusia, sehingga jumlah mahasiswa terus meningkat karena adanya animo yang positif dari masyarakat. Untuk meningkatkan kualitas pendidikan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo telah melakukan berbagai upaya seperti peningkatan kapasitas dosen melalui workshop, pelatihan dan seminar, melanjutkan ke jenjang pendidikan S3, menyediakan fasilitas laboratorium untuk masing-masing jurusan, mendukung semua kegiatan mahasiswa terkait minat dan bakatnya, dan yang tak kalah pentingnya adalah akreditasi program studi atau jurusan, yang sampai dengan tahun 2018 ini Jurusan Ekonomi Syari'ah sudah

terakreditasi B, sedang Jurusan Perbankan Syari'ah dan MAZAWA dalam proses akreditasi.

3. Visi, Misi, dan Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo

a. Visi

Menjadi prodi yang unggul dalam kajian dan pengembangan kewirausahaan dalam bidang ekonomi syariah.

b. Misi

1) Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran di bidang ekonomi, bisnis syariah, dan pengelolaan lembaga keuangan syariah.

2) Menyelenggarakan praktikum bagi mahasiswa di Laboratorium Mini Bank dan Laboratorium Kewirausahaan.

3) Menyelenggarakan praktikum bagi mahasiswa di lembaga ekonomi dan bisnis syariah.

4) Mengembangkan penelitian masyarakat di bidang ekonomi, bisnis, dan kewirausahaan

c. Tujuan

Menghasilkan lulusan unggul dan intelektual, berakhlak mulia dan memiliki komitmen peran dalam sosial.⁴⁴

IAIN
P O N O R O G O

⁴⁴Buku Pedoman Penyelenggaraan Pendidikan IAIN Ponorogo, 2.

B. Data

1. Praktik Jual Beli *Online* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo

Dalam praktik yang dilakukan oleh penjual *online* ada yang merupakan barang milik sendiri atau barang milik *supplier* atau pelaku jual beli *online* menjadi *dropshipper* yaitu penjual yang tidak memiliki barang tetapi mengetahui kriteria barang melalui gambar dan keterangan barang yang dijualnya. Produk yang pelaku bisnis jualbelikan rata-rata menggunakan sistem *pre order* dan *ready stock* sehingga pembayarannya bisa dilakukan secara transfer dan bayar secara langsung saat barang sudah datang atau yang biasa disebut dengan tatap muka atau COD (*Cash On Delivery*). Barang yang diperjualbelikan pun beraneka macam ada yang menjual pakaian seperti gamis, kerudung, mukena, sarung, peci, rok, celana, kaos, jaket, kemeja dan sebagainya, aksesoris hape, aksesoris kendaraan, sembako dan ada juga penjual yang menjual barang yang sedang trend saat itu saja. Penjual *online* menawarkan produknya dari berbagai macam sosial media seperti *instagram*, *facebook*, *whatsapp*, *line*, dan sebagainya.

Dalam prinsip kesatuan pada praktik jual beli *online* ini, para penjual tidak berbuat diskriminatif terhadap pedagang, pemasok, dan pembeli atas dasar ras, warna kulit, umur, jenis kelamin, ataupun

agama sehingga tidak membuat para konsumen merasa risih karena tindakan tersebut. Seperti yang diungkapkan oleh Triana:

“Saya mah kalau pilih-pilih konsumen ga pernah mbak ngapain juga saya pilih-pilih yang ada barang dagangan saya ga laku mbak iya jadinya semua konsumen saya persilahkan untuk membeli barang saya mbak.”⁴⁵

Sama halnya dengan Triana, penjual *online* yang bernama Nuraini mengatakan:

“Ga mbak kalau milih konsumen saya mah siapa aja monggo mbak buat beli barang dagangan saya soalnya iya ribet aja kali mbak masa iya konsumen mau beli harus ada syarat tertentu si konsumen harus begini si konsumen harus begitu yang ada konsumen ga betah malah gaada yang beli barang saya.”⁴⁶

Sependapat dengan penjual *online* sebelumnya, Tri juga menjelaskan:

“Saya juga ga pernah milih konsumen mbak semuanya boleh mampir ke lapak dagangan saya mbak tanpa terkecuali gaada ciri-ciri tertentu buat yang mampir maupun beli mbak wong namanya dagang masa iya milih-milih konsumen yang ada ga laku barang dagangan saya.”⁴⁷

Setuju dengan penjual yang lainnya, Mukhlisin juga menjelaskan:

“Semua konsumen yang tanya tanya barang saya persilahkan mbak, saya tidak ada perlakuan khusus seperti konsumen harus ini lah harus itu lah atau membeda-bedakan konsumen dari kalangan apa, dari daerah mana, agamanya apa buat apa juga saya begitu ga ada gunanya mbak yang ada malah ribet malah ga laku barang saya.”⁴⁸

PONOROGO

⁴⁵Triana, *Wawancara*, 17 Maret 2020.

⁴⁶Nuraini, *Wawancara*, 15 Maret 2020.

⁴⁷Tri, *Wawancara*, 25 April 2020

⁴⁸Mukhlisin, *Wawancara*, 19 Maret 2020.

Memiliki pendapat sama dengan yang dikatakan oleh Mukhlisin, Erika mengungkapkan:

“Saya juga ga mbak kalau pilih-pilih konsumen soalnya iya namanya juga dagang masa iya harus ada syarat dan ketentuan konsumen yang seperti ini konsumen yang seperti itu buat beli dagangan saya yang ada nanti jualan *online* saya bangkrut kalau kebanyakan milih kriteria konsumen mbak.”⁴⁹

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

“Kalau saya sampai milih konsumen harus yang seperti ini harus yang seperti itu untuk membeli barang saya, yang ada barang jualan saya ga laku mbak malah rugi karena kebanyakan pilih-pilih konsumen lagian juga kurang kerjaan aja sampe pedagang milih-milih konsumen wong jualan kok milih konsumen kan aneh aja.”⁵⁰

Sama halnya dengan penjual yang sebelumnya, Nopita juga mengatakan:

“Pilih-pilih konsumen mbak? Saya mah ga mbak wong jualan kok milih konsumen terlalu berlebihan buat saya iya yang namanya juga dagang siapa aja boleh mampir dan beli mbak barang dagangan saya. Saya jadi mikir kalau misalkana ada pedagang yang milih konsumen harus putih atau kaya atau perempuan apa bakal laku dagangannya jadi saya bebas mbak konsumen model apa aja saya terima buat mampir dan beli barang saya.”⁵¹

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

⁴⁹Erika, *Wawancara*, 17 April 2020.

⁵⁰Ifa, *Wawancara*, 25 April 2020.

⁵¹Nopita, *Wawancara*, 26 Maret 2020.

Prinsip keseimbangan pada praktik jual beli *online* ini, para penjual memiliki berbagai macam strategi dalam memasarkan produk yang dijual. Penjual bersaing secara sehat namun ada beberapa juga yang menggunakan cara tidak sehat seperti mencantumkan gambar yang tidak sesuai dengan aslinya saat memposting di sosial media, menjelaskan spesifikasi terkait barang dengan dilebih-lebihkan dan memberikan harga yang mahal dengan alasan produk yang dijual memang berkualitas. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan daya tarik yang tinggi bagi konsumen sehingga banyak konsumen yang tertarik untuk membeli. Seperti yang diungkapkan oleh Triana:

“Saya *upload* foto barang dagangan saya yang dari agen aja mbak solanya bagus dan lebih menarik aja gitu menurut saya sih mbak terus kalau jelasin spesifikasinya barang mah saya seperlunya aja misalkan baju biasanya saya cuma nyebutin ukurannya aja tapi lebih sering ga jelasin spesifikasinya barang mbak tapi kalau ada konsumen yang nanya sesifikasi barang baru saya jelasin mbak soalnya kalau saya *upload* terus saya tulis semua spesifikasinya saya males mbak terus buang-buang waktu juga kayak gitu.”⁵²

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

“Saya *upload* isi chat saya sama si pembeli mbak dan bukti transfer nya juga itu semua saya buat status di sosmed saya mbak untuk meyakinkan konsumen juga terus kalau saya posting barang saya tuh asli mbak dari kamera hape saya sendiri tapi saya edit sedikit mbak biar lebih cerah dan berwarna hasilnya soalnya kan saya gamau mengecewakan konsumen saya juga masa barang asli sama yang saya *upload*

⁵²Triana, *Wawancara*, 17 Maret 2020.

beda nanti gimana saya jelasinnya ke konsumen kalau barangnya beda yang ada malah bingung saya mbak.”⁵³

Setuju dengan perkataan dari mbak Triana, Tri juga mengungkapkan:

“Foto yang saya posting di sosial media juga foto dari agen atau pusat mbak soalnya fotonya lebih menarik mbak hasilnya menurut saya soalnya iya pengaruh dari model nya juga sih iya mbak yang dibayar jadi saya ga pernah mbak foto produk saya pake kamera sendiri karena hasilnya jelek soalnya saya pernah gitu malah kayak produk ecek-ecek mbak jadinya saya gamau foto sendiri lagi takut ga laku soalnya.”⁵⁴

Penjual *online* yang bernama Mukhlisin juga menjelaskan pendapatnya:

“Nah kalau foto yang saya *upload* di setiap sosial media saya itu bukan asli mbak saya ngambil fotonya itu dari *google* mbak pokoknya saya nyari tuh dengan model barang yang hampir mirip dengan dagangan saya biar lebih menarik aja di mata konsumen kan gambar di *google* juga bagus-bagus juga jadinya saya ambil dari situ aja dan spesifikasi barang yang saya tulis juga sengaja saya lebih-lebihkan mbak dari yang aslinya biar terlihat wow mbak dan banyak yang beli padahal asli nya mah ga mbak biasa aja produk yang saya jual.”⁵⁵

Berbeda dengan perkataan penjual-penjual *online* yang sebelumnya, Erika mengatakan:

“Saya mah kalau foto *upload* aja mbak lewat status terus nulis spesifikasinya juga saya mah lengkap terus gambarnya juga asli gaada editan apapun karena emang saya nyetok barangnya di rumah mbak jadi kalau misalkan saya mau *upload* saya tinggal nyari spot di sekitaran rumah yang bagus untuk dijadikan tempat untuk *upload* barang saya jadi simple aja mbak saya mah ga edit-edit an.”⁵⁶

⁵³Nuraini, *Wawancara*, 15 Maret 2020.

⁵⁴Tri, *Wawancara*, 25 April 2020.

⁵⁵Mukhlisin, *Wawancara*, 19 Maret 2020.

⁵⁶Erika, *Wawancara*, 17 April 2020.

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

“Saya tuh *upload* foto dagangan saya di medsos bukan foto aslinya mbak iya soalnya barang asli sama yang di foto itu beda jauh mbak iya mbaknya kan tau sendiri, gambar dalam jual beli online itu kelihatannya bagus banget soalnya modelnya juga cantik-cantik dan proses editing yang bukan main-main sehingga hasilnya pun keren-keren terus kelihatan menarik mbak jadinya saya berani ngasih harga yang tinggi mbak.”⁵⁷

Begitu juga dengan Nopita yang setuju dengan pernyataan dari Ifa:

“Saya mah pasti jelasin keunggulan semua produk saya agar pembeli terpengaruh mbak buat beli dagangan saya dan tentunya dengan testimoni barang beserta seorang model yang cantik atau tampan yang memakai produk saya biar lebih yakinin konsumen aja buat beli mbak kadang saya aslinya mah saya gatau itu manjur atau ga produk nya saya juga suka asal ngambil foto orang mbak yang jualannya sama kayak saya kan lumayan mbak buat variasi foto *upload* an saya di sosmed.”⁵⁸

Paparan data di atas telah menjelaskan bahwa lima dari tujuh penjual *online* belum menerapkan prinsip keseimbangan dalam praktik jual beli *online* ini karena penjual telah merugikan salah satu pihak yaitu konsumen dengan sengaja menutup-nutupi informasi penting seperti foto dan spesifikasi terkait barang yang dijual sedangkan dua penjual lainnya telah menerapkan prinsip keseimbangan dengan berperilaku terbuka kepada konsumen terkait barang yang dijual.

Prinsip kehendak bebas pada praktik jual beli *online* ini, para penjual tidak pernah memaksakan konsumen untuk membeli barang

⁵⁷Ifa, *Wawancara*, 25 April 2020.

⁵⁸Nopita, *Wawancara*, 26 Maret 2020.

dagangannya. Jadi konsumen bisa memilih dan menentukan sendiri barang yang ingin dibelinya sesuai dengan keinginan konsumen.

Seperti yang diungkapkan oleh Triana :

“Saya ga pernah mbak kalau maksa konsumen buat beli barang saya kan soalnya itu haknya mereka untuk beli atau ga nya barang saya kalau beli silahkan kalau ga juga iya silahkan semuanya tergantung pada keputusan konsumen sendiri mbak soalnya kan saya juga sudah jelaskan mbak barang saya begini barang saya begitu jadi semuanya balik lagi ke keputusan konsumen.”⁵⁹

Tidak berbeda jauh dengan Triana, penjual *online* yang bernama Nuraini juga mengatakan:

“Saya juga ga pernah maksa mereka mbak untuk beli barang dagangan saya apalagi pakai sumpah segala untuk meyakinkan mereka kalau dagangan saya itu bagus-bagus. Jadi keputusan untuk beli atau tidaknya itu ada di tangan konsumen semuanya kembali ke tangan konsumen mbak.”⁶⁰

Setuju dengan pendapat Triana dan Nuraini penjual *online* lainnya yang bernama Tri juga menjelaskan

“Ga pernah mbak saya maksa-maksa konsumen buat beli barang dagangan saya iya karena itu hak mereka mbak mau beli atau tidaknya yang penting saya sudah menjelaskan spesifikasi barang saya ke konsumen yaudah beli atau ga nya terserah mereka mbak.”⁶¹

Sama dengan penjual yang sebelumnya, Mukhlisin mengatakan:

“Buat apa juga saya maksa mereka buat beli dagangan saya mbak buang-buang waktu aja itu juga kalau langsung beli si konsumen kalau ga iya percuma juga mbak maksa mereka buat beli kan tugas saya cuma nawarin aja barang saya, konsumen

⁵⁹Triana, *Wawancara*, 17 Maret 2020.

⁶⁰Nuraini, *Wawancara*, 15 Maret 2020.

⁶¹Tri, *Wawancara*, 25 April 2020

mau beli atau ga iya terserah mereka mbak wong itu juga hak mereka mbak mau beli ga nya.”⁶²

Apa yang dikatakan oleh penjual sebelumnya Erika juga menyetujuinya:

“Saya tidak memaksakan konsumen untuk membeli barang saya mbak silahkan konsumen milih barang yang mau dibeli sendiri tanpa adanya keterpaksaan dari saya jadi yaudah itu biar jadi urusan mereka sendiri mau beli iya saya alhamduillah kalau belum beli iyaudah itu belum rezeki saya mbak.”⁶³

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

“Saya ga pernah sama sekali mbak maksain konsumen untuk beli produk saya karena saya itu orangnya simple mbak mau beli silahkan iya ga beli juga silahkan jadi saya gamau maksa-maksa mereka beli buat apa juga yang ada malah buang-buang waktu saya aja.”⁶⁴

Sama halnya dengan penjual sebelumnya, Nopita juga mengatakan:

“Saya juga ga pernah maksa mereka buat beli produk saya mbak jadi kalau ada yang minat beli iya silahkan beli kalau ga saya juga ga maksa mereka wong itu juga hak mereka mbak ngapain juga saya maksa-maksa mereka buat beli buat capek aja.”⁶⁵

Paparan data di atas telah menjelaskan bahwa seluruh penjual *online* menerapkan prinsip kehendak bebas dalam praktik jual beli *online* ini karena penjual memberikan kebebasan dan tidak pernah memaksa para konsumennya untuk membeli barang dagangan mereka.

⁶²Mukhlisin, *Wawancara*, 19 Maret 2020.

⁶³Erika, *Wawancara*, 17 April 2020.

⁶⁴Ifa, *Wawancara*, 25 April 2020.

⁶⁵Nopita, *Wawancara*, 26 Maret 2020.

Prinsip tanggung jawab merupakan modal utama bagi penjual *online* untuk mendapatkan kepercayaan dari konsumen dan masyarakat luas. sikap tanggung jawab sangatlah penting karena dapat membuat konsumen yakin dan percaya sehingga konsumen bisa menjadi konsumen yang tetap atau pelanggan tetap akan tetapi ada beberapa kejanggalan dalam praktik jual beli *online ini*, jika ada ketidaksesuaian barang yang diterima oleh konsumen si penjual sudah lepas tanggung jawab. Seperti yang diungkapkan oleh Triana:

“Saat ada konsumen yang komplek terkait barang berbeda atau pengiriman yang lama itu sudah bukan urusan saya lagi mbak itu semua kan risiko dari konsumen karena dari awal juga saya ga paksa mereka untuk beli barang saya toh semua keputusan beli atau ga nya barang saya ada di konsumen kalau beli silahkan kalau ga juga iya silahkan jadi iya saya gamau tanggung jawab atau ganti rugi mbak kalau ada konsumen yang complain barang saya.”⁶⁶

Sedikit berbeda pendapat dengan Triana, penjual *online* yang bernama Nuraini mengatakan:

“Jika ada konsumen yang komplek barang karena salah warna atau ukuran maka secepatnya saya ganti dan kirim mbak dengan pesanan yang sesuai kalau memang itu kesalahan dari saya kalau itu kesalahan dari konsumen saya akan saya ganti juga tetapi biaya pengiriman barang yang baru ditanggung semua oleh konsumen. Saya juga liat liat kondisi yang ada mbak masa iya saya harus bayar semuanya dari awal sampai akhir biaya pengirimannya, kalau salahnya dari konsumen masa saya tanggung semua yang ada saya buntung mbak soalnya iya mahal loh mbak ongkos pengirimannya tuh apalagi kalau daerah luar jawa jadinya biar adil saya buat ketentuan seperti itu.”⁶⁷

⁶⁶Triana, *Wawancara*, 17 Maret 2020.

⁶⁷Nuraini, *Wawancara*, 15 Maret 2020.

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

“Kalau konsumen yang komplek terkait barang atau pengiriman lama itu juga bukan urusan saya mbak karena kan dalam jual beli *online* itu kan sifatnya untung-untungan berarti semua komplek dari konsumen itu sudah menjadi risiko konsumen itu sendiri jadi saya gamau ngurusin hal tersebut mbak kalau saya ngurusin komplek mereka yang ada saya rugi dan ribet juga mbak ngurusinya soalnya iya pasti konsumen minta nya neko-neko kalau sudah dilayani terkait komplek.”⁶⁸

Berbeda dengan penjual yang sebelumnya, Mukhlisin menjelaskan:

“Saya melayani kok mbak kalau ada konsumen yang komplek barang saya tanggap mbak dengan sigap karena pembeli itu adalah raja jadi harus saya layani dengan baik mbak karena untuk mendapatkan kepercayaan dari konsumen itu sulit mbak sekarang jadi saya harus memanfaatkan dengan baik kepercayaan dari mereka dengan cara sigap jika ada konsumen yang komplek perihal barang atau pengiriman yang bermasalah. Saya usahakan semampu saya mbak jika memang minta komplek atau ganti rugi barang akan saya ganti barangnya sesuai dengan pesanan dan jika tidak ada barangnya maka saya coba tawarkan barang yang lain jika konsumen tidak mau maka akan saya kembalikan uangnya mbak.”⁶⁹

Berbeda pendapat dengan yang dikatakan oleh Mukhlisin, Erika mengungkapkan:

“Apabila terjadi ketidaksesuaian barang yang diterima oleh konsumen seperti ukuran baju atau perbedaan warna barang sudah bukan urusan saya lagi mbak soalnya kan konsumen yang milih sendiri barang tersebut tanpa adanya keterpaksaan dari saya jadi yaudah itu urusan mereka sendiri itu juga salah nya konsumen yang ga teliti terkait barang nya. Saya juga gamau ngurusin komplek mereka mbak ribet susah soalnya

⁶⁸Tri, *Wawancara*, 25 April 2020

⁶⁹Mukhlisin, *Wawancara*, 19 Maret 2020.

bawel bawel mbak kalau konsumen sudah komplek tuh saya jadi pusing sama males nanggapinya.”⁷⁰

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

“Untuk konsumen yang komplek barang iya saya hiraukan aja mbak karena emang ribet mbak ngurusnya itu juga kan salah konsumen kenapa ga tanya lebih detail spesifikasi barangnya jadi tanggung sendiri risikonya mbak wong saya juga ga maksa konsumen untuk beli. Saya paling males mbak ngeladenin konsumen komplek mumet kepala saya soalnya ganggu banget. Saya juga udah bilang ke konsumen kalau ga melayani komplek tapi kok iya tetap komplek saya jadi bingung sendiri jadinya”⁷¹

Sama halnya dengan penjual yang sebelumnya, Nopita juga mengatakan:

“Kalau pembeli yang komplek barang dan meminta tukar berupa uang atau barang yang baru tidak saya perbolehkan karena saya tidak menerima komplek dalam bentuk apapun mbak dan saya juga gamau ribet gara gara komplek dari konsumen dan saya pikir itu juga kesalahan dari konsumen karena tidak teliti dalam membeli barang. Saya juga ga pernah maksa mereka buat beli produk saya jadi kalau ada yang minat beli silahkan beli, kalau ga saya juga ga maksa mereka jadinya iya urusan mereka itu mah.”⁷²

Paparan data di atas telah menjelaskan bahwa lima dari tujuh penjual *online* belum menerapkan prinsip tanggung jawab dalam praktiknya karena tidak mau tanggung jawab terhadap konsumen yang komplain terkait barang sedangkan dua penjual *online* lainnya telah menerapkannya dengan memberikan ganti rugi saat ada konsumen yang komplain terkait barang.

⁷⁰Erika, *Wawancara*, 17 April 2020.

⁷¹Ifa, *Wawancara*, 25 April 2020.

⁷²Nopita, *Wawancara*, 26 Maret 2020.

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

“Saya *upload* foto barang dagangan saya yang dari agen aja mbak solanya bagus dan lebih menarik aja gitu menurut saya sih mbak terus kalau jelasin spesifikasinya barang mah saya seperlunya aja misalkan baju biasanya saya cuma nyebutin ukurannya aja tapi lebih sering ga jelasin spesifikasinya barang mbak tapi kalau ada konsumen yang nanya sesifikasi barang baru saya jelasin mbak soalnya kalau saya *upload* terus saya tulis semua spesifikasinya saya males mbak terus buang-buang waktu juga kayak gitu penjelasan barang juga sudah ditentukan dari agen jadi saya ga perlu ribet mbak mikirin spesifikasinya.”⁷³

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

“Saya *upload* isi chat saya sama si pembeli mbak dan bukti transfer nya juga itu semua saya buat status di sosmed saya mbak untuk meyakinkan konsumen juga terus kalau saya posting barang saya tuh asli mbak dari kamera hape saya sendiri tapi saya edit sedikit mbak biar lebih cerah dan berwarna hasilnya soalnya kan saya gamau mengecewakan konsumen saya juga masa barang asli sama yang saya *upload* beda nanti gimana saya jelasinnya ke konsumen kalau barangnya beda yang ada malah bingung saya mbak maka dari itu saya juga menjelaskan ke konsumen gimana spesifikasi barang saya secara lengkap kalau ada yang cacat saya juga

⁷³Triana, *Wawancara*, 17 Maret 2020.

bilang bahkan saya memberlakukan potongan bagi barang saya yang cacat atau rusak.”⁷⁴

Setuju dengan perkataan dari mbak Triana, Tri juga mengungkapkan:

“Foto yang saya posting di sosial media juga foto dari agen atau pusat mbak soalnya fotonya lebih menarik mbak hasilnya menurut saya soalnya iya pengaruh dari model nya juga sih iya mbak yang dibayar jadi saya ga pernah mbak foto produk saya pake kamera sendiri karena hasilnya jelek soalnya saya pernah gitu malah kayak produk ecek-ecek mbak jadinya saya gamau foto sendiri lagi takut ga laku soalnya terus spesifikasi yang saya jelaskan juga sama aja yang dari agen wong saya juga *reseller* nya yang penting saya manut sama si agen kalau agen suruh jelaskan spesifikasinya secara lengkap iya saya tulis lengkap kalau ga yaudah ga saya sebutkan sama sekali spesifikasinya.”⁷⁵

Penjual *online* yang bernama Mukhlisin juga menjelaskan pendapatnya:

“Nah kalau foto yang saya *upload* di setiap sosial media saya itu bukan asli mbak saya ngambil fotonya itu dari *google* mbak pokoknya saya nyari tuh dengan model barang yang hampir mirip dengan dagangan saya biar lebih menarik aja di mata konsumen kan gambar di *google* juga bagus-bagus juga jadinya saya ambil dari situ aja dan spesifikasi barang yang saya tulis juga sengaja saya lebih-lebihkan mbak dari yang aslinya biar terlihat wow mbak dan banyak yang beli padahal asli nya mah ga mbak biasa aja produk yang saya jual makanya itu kenapa perlu melebih-lebihkan spesifikasi barang dalam berjualan iya biar laku mbak salah satunya gek dapat keuntungan yang banyak kan kita punya foto yang bagus makanya spesifikasi juga harus bagus biar bisa mahal harga barangnya.”⁷⁶

Berbeda dengan perkataan penjual *online* yang sebelumnya, Erika mengatakan:

⁷⁴Nuraini, *Wawancara*, 15 Maret 2020.

⁷⁵Tri, *Wawancara*, 25 April 2020.

⁷⁶Mukhlisin, *Wawancara*, 19 Maret 2020.

“Saya mah kalau foto *upload* aja mbak lewat status terus nulis spesifikasinya juga saya mah lengkap terus gambarnya juga asli gaada editan apapun karena emang saya nyetok barangnya di rumah mbak jadi kalau misalkan saya mau *upload* saya tinggal nyari spot di sekitaran rumah yang bagus untuk dijadikan tempat untuk *upload* barang saya jadi simple aja mbak saya mah ga edit-edit an. Saya mah ga berani mbak buat spesifikasi yang lebay gitu biar laku namanya juga rezeki ada ngatur belum tentu juga dengan spesifikasi yang berlebihan barang laku kan ga juga makanya saya yang biasa aja mbak jualannya”⁷⁷

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

“Saya tuh *upload* foto dagangan saya di medsos bukan foto aslinya mbak iya soalnya barang asli sama yang di foto itu beda jauh mbak iya mbaknya kan tau sendiri, gambar dalam jual beli online itu kelihatannya bagus banget soalnya modelnya juga cantik-cantik dan proses editing yang bukan main-main sehingga hasilnya pun keren-keren terus kelihatan menarik mbak jadinya saya berani ngasih harga yang tinggi mbak dengan memberikan spesifikasi yang tinggi juga biar menarik para konsumen untuk beli kan biasanya konsumen tuh gampang banget terjerat kalau udah liat barang dari gambar atau dari spesifikasinya nah itu yang buat si konsumen ga teliti mbak salnya iya sudah tertipu dari awalnya.”⁷⁸

Begitu juga dengan Nopita yang setuju dengan pernyataan dari Ifa:

“Saya mah pasti jelasin keunggulan semua produk saya agar pembeli terpengaruh mbak buat beli dagangan saya dan tentunya dengan testimoni barang beserta seorang model yang cantik atau tampan yang memakai produk saya biar lebih yakinin konsumen aja buat beli mbak kadang saya aslinya mah saya gatau itu manjur atau ga produk nya saya juga suka asal ngambil foto orang mbak yang jualannya sama kayak saya kan lumayan mbak buat variasi foto *upload* an saya di sosmed. Masalah spesifikasi jelaslah mbak saya lebih-lebihkan saya juga *upload* barang saya ambil aja dari foto orang lain yang

⁷⁷Erika, Wawancara, 17 April 2020.

⁷⁸Ifa, Wawancara, 25 April 2020.

penting kan barang yang dijual sama. Zaman sekarang kalau jualan *online* ga pinter kayak gini mah ga bakal bertahan deh mbak jualannya namanya juga usaha sedikit walaupun melenceng kalau ga pake cara gini ga bakalan laku deh mbak yang ada bangkrut nanti makanya harus cerdas mbak dengan cara menarik pandangan konsumen melalui foto yang kedua terkait spesifikasi dari foto tersebut.”⁷⁹

Paparan data di atas telah menjelaskan bahwa lima dari tujuh penjual *online* belum menerapkan prinsip kebenaran dalam praktiknya karena tidak berlaku transparan dan melakukan rekayasa terkait foto dan spesifikasi barang terhadap konsumen yang ingin membeli sedangkan dua penjual *online* lainnya telah menerapkannya dengan berlaku transparan dan tidak melakukan rekayasa terkait foto dan spesifikasi barang terhadap konsumen yang ingin membeli.

2. Penentuan Harga terhadap Praktik Jual Beli *Online* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo

Penentuan harga yang dimaksud disini adalah memberikan nilai suatu barang dengan kesepakatan antara kedua belah pihak yakni pedagang dan pembeli tetapi dalam praktik jual beli *online* ini yang menentukan harga hanya dari pihak penjual saja dengan mengambil keuntungan yang tidak sedikit dan penjual *online* juga tidak menerapkan sistem tawar menawar dalam praktiknya.

Adapun cara menentukan harga dilihat dari perspektif Ekonomi Islam adalah penentuan harga yang tetap dan penentuan harga yang

⁷⁹Nopita, *Wawancara*, 26 Maret 2020.

adil. Seperti yang diungkapkan oleh penjual *online* yang bernama

Triana:

“Harga barang dagangan saya itu bukan harga aslinya mbak karena saya mengambil keuntungan sekitar dua puluh ribu sampai tiga puluh ribu mbak untuk setiap produk yang saya jual dan itu belum termasuk ongkos untuk pengiriman barang melalui jasa pengiriman maupun saat tatap muka. Saya biasanya mengambil keuntungan lima ribu sampai sepuluh ribu dari setiap jasa yang dipilih konsumen untuk mengirim barang barang dan tergantung dari jauh atau tidaknya tempat pengiriman barang dari rumah saya jika jauh maka tambahannya sepuluh ribu jika dekat dari rumah saya tambahannya hanya lima ribu saja begitu juga dengan tatap muka mbak tergantung jauh atau dekatnya tempat bertemu dengan rumah saya. kalau ada konsumen yang membeli barang saya dalam jumlah banyak untuk dijual lagi tidak saya potong mbak tetap saya samakan dengan harga satuannya.”⁸⁰

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

“Saya menentukan harga kaos saya itu berbeda-beda mbak sesuai dengan size, warna dan motif yang ada tetapi saya mengambil keuntungan dari setiap produk saya itu mulai dari lima belas ribu sampai dua puluh lima ribu mbak dan untuk jasa ongkirnya saya mengambil keuntungan sepuluh ribu ke setiap daerah dan untuk tatap mukanya saya juga ambil keuntungan lima ribu tapi saya pilih jarak yang dekat dari posisi saya berada jika jauh saya mematok sepuluh ribu untuk keuntungan saya mbak karena saya hitung untuk bensin motor saya. Saya tidak menerapkan tawar menawar mbak dalam berjualan mau konsumen saya beli dalam jumlah banyak tetap saya hitung biasa ditambah dengan keuntungan yang saya ambil dari setiap barang satuannya mbak karena saya gamau rugi mbak dalam berjualan”⁸¹

Berbeda dengan Triana dan Nuraini, penjual *online* bernama Tri tidak sependapat dengan mereka:

⁸⁰Triana, *Wawancara*, 17 Maret 2020.

⁸¹Nurani, *Wawancara*, 15 Maret 2020.

“Saya dalam menentukan harga barang yang saya jual itu dari harga pusatnya mbak jadi saya tidak menambahi atau mengurangi harga aslinya dan harga ongkir pun sesuai dengan jasa pengiriman yang saya pakai, jika ada perbedaan harga dalam pengiriman barang itu biasanya tergantung jauh tidaknya daerah yang dituju oleh pengiriman jasa mbak. Kalau konsumen yang membeli barang saya dalam jumlah banyak jarang mbak mungkin paling banyak dua atau tiga barang saja dan itu pun harga normal mbak dari pusatnya,”⁸²

Setuju dengan penjual *online* yang sebelumnya, Mukhlisin mengungkapkan:

“Harga produk yang saya jual itu berbeda-beda mbak. Tetapi rata-rata saya mengambil keuntungan dari seluruh produk saya itu dua puluh ribu mbak biar ga ribet soalnya barang yang saya jual juga banyak mbak dan saya juga mengambil keuntungan sekitar sepuluh ribu dari setiap ongkos pengiriman jasa dan tatap muka entah itu jaraknya jauh atau dekat dari rumah saya samakan semua keuntungan ongkir saya terkait konsumen saya yang menawar harga barang saya itu tidak berlaku mbak meskipun konsumen membeli dalam jumlah mbak tetap saya hargakan normal tidak ada pematongan harga.”⁸³

Erika setuju dengan Tri yang menjual barangnya sesuai dengan harga yang sudah ditetapkan oleh agen:

“Saya menentukan harga barang saya itu sesuai mbak dengan harga dari agen atau harga pasrannya segitu maka akan saya jual segitu juga mbak. Saya takut dosa mbak kalau ambil keuntungan dari harga barang yang saya jual begitu juga dengan ongkos kirim saat menggunakan jasa pengiriman dan saat tatap muka pun saya tidak mengambil keuntungan dengan alasan bensin kendaraan saya karena memang saya sekalian ke kampus mbak untuk kuliah.”⁸⁴

Hal lain juga diungkapkan oleh penjual *online* yang bernama Nopita:

⁸²Tri, *Wawancara*, 25 April 2020.

⁸³Mukhlisin, *Wawancara*, 19 Maret 2020.

⁸⁴Erika, *Wawancara*, 17 April 2020.

“Harga produk yang saya jual itu jauh dari harga aslinya mbak. Saya mengambil keuntungan sekitar dua puluh sampai tiga puluh ribu mbak. Saya tidak pernah memakai harga dengan sistem tawar menawar karena memang harga dari agennya segitu lalu saya tambahkan dengan keuntungan yang saya ambil sendiri karena memang saya tidak mau rugi mbak sama halnya dengan ongkos kirim dan tatap muka dengan konsumen mbak saya mematok sepuluh ribu dari setiap jasa pengiriman dan bensin untuk tatap muka barang yang dibeli saya mematok lima ribu sampai sepuluh ribu tergantung jauh dan dekatnya jarak mbak dari rumah saya.”⁸⁵

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

“Saya menentukan harga jual produk saya itu jauh dari harga yang asli mbak. Saya mengambil keuntungan sepuluh ribu sampai tiga puluh ribu. Jadi kalau harga gamisnya itu seratu lima puluh ribu saya jualnya seratus delapan puluh ribu seperti itu mbak. Saya juga tidak memberikan potongan harga mbak bagi konsumen yang membeli barang saya banyak seperti selusin karena saya gamau rugi mbak jadi saya tetap mengambil keuntungan dari harga barang persatuannya.”⁸⁶

Paparan data di atas telah menjelaskan bahwa lima dari tujuh penjual *online* belum menerapkan penentuan harga yang tetap dan adil pada praktiknya karena belum sesuai dengan harga pasaran dan para penjual *online* menentukan harga yang jauh dari harga asli karena mengambil keuntungan yang tidak wajar sedangkan dua penjual *online* lainnya telah menerapkan harga yang tetap dan adil karena telah sesuai dengan harga pasaran yang ada dan tidak mengambil keuntungan sedikitpun.

⁸⁵Nopi, Wawancara, 26 Maret 2020.

⁸⁶Ifa, Wawancara, 25 April 2020.

C. Analisa

1. Analisis Praktik Jual Beli *Online* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo

Etika berlaku dalam seluruh kegiatan kehidupan sehari-hari, termasuk dalam kegiatan jual beli. Di dalam kegiatan atau praktik jual beli terdapat suatu etika tersendiri yang mengatur bagaimana seharusnya kegiatan jual beli itu dilaksanakan. Dalam syariat Islam, etika bisnis adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam pelaksanaan bisnis itu tidak terjadi kekhawatiran karena sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar.⁸⁷ Dalam praktiknya jual beli *online* pada mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Islam harus mencakupi lima prinsip etika bisnis Islam yaitu kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab dan kebenaran.⁸⁸

Prinsip pertama dalam etika bisnis Islam adalah kesatuan. Dimana setiap individu memiliki kesamaan dalam harga dirinya sebagai manusia termasuk sikap diskriminasi yang tidak bisa diterapkan atau dituntut hanya berdasarkan warna kulit, ras, kebangsaan, agama, jenis kelamin, atau umur.⁸⁹ Berdasarkan data yang diperoleh ketika wawancara dalam praktik jual beli *online*, semua penjual *online* tidak melakukan diskriminasi pada konsumennya. Para penjual bersikap

⁸⁷Idri, *Hadis Ekonomi: Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), 326.

⁸⁸Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam* (Bandung: Alfabeta, 2013), 46.

⁸⁹Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Kencana, 2007), 101.

adil dan sama rata dalam melayani semua konsumennya Hal tersebut menunjukkan bahwa tujuh penjual *online* telah menerapkan prinsip kesatuan dalam praktik jual beli *online*.

Prinsip kedua dalam etika bisnis Islam adalah prinsip keseimbangan yang artinya terciptanya situasi dimana tidak ada satu pihak pun yang merasa dirugikan, atau kondisi saling ridho. Kondisi ini dapat terjadi seperti adanya informasi penting mengenai transaksi yang tidak diketahui oleh konsumen ataupun kualitas dari suatu barang yang ditawarkan oleh pelaku bisnis tersebut. Islam mengharuskan penganutnya untuk berlaku adil dan berbuat kebajikan dan bahkan berlaku adil harus didahulukan dari berbuat kebajikan.⁹⁰ Berdasarkan data yang diperoleh ketika wawancara diatas, lima dari tujuh penjual *online* belum memperhatikan hak pembeli karena dengan sengaja menutup-nutupi informasi mengenai produk yang dijual jadi sebaiknya penjual dalam melakukan jual beli tidak hanya memikirkan kepentingan sendiri akan tetapi penjual juga harus memperhatikan kepentingan pembelinya. Jika pembeli membutuhkan informasi mengenai produk tersebut, maka harus di jelaskan dengan detail tanpa ada yang ditutup-tutupi sedangkan dua penjual *online* lainnya sudah menerapkan prinsip keseimbangan karena sudah berperilaku terbuka kepada konsumen terkait barang yang dijual. Hal tersebut menunjukkan bahwa lima penjual *online* belum menerapkan prinsip

⁹⁰Ya'ti Ikhwani Nasution, "Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Kesejahteraan Pedagang (Studi Kasus Pedagang Pusat Pasar Medan)", 189.

keseimbangan dalam praktik jual beli *online* sedangkan dua penjual *online* lainnya sudah menerapkan prinsip keseimbangan dalam praktik jual beli *online*..

Prinsip ketiga dalam etika bisnis Islam adalah prinsip kehendak bebas. Dalam etika bisnis Islam manusia memiliki kebebasan untuk membuat kontrak dan menepatinya ataupun mengingkarinya. Adapun kehendak bebas atau kehendak sendiri merupakan salah satu syarat sahnya jual beli. Dalam jual beli yang dimaksud dengan kehendak sendiri yaitu bahwa dalam melakukan perbuatan jual beli salah satu pihak tidak melakukan paksaan atas pihak lain, sehingga pihak lain tersebut melakukan perbuatan jual beli bukan karena unsur paksaan tetapi atas kemauan sendiri.⁹¹ Dalam praktiknya semua penjual *online* tidak pernah memaksakan konsumen untuk membeli barang yang mereka jual, konsumen membeli barang dengan dasar suka sama suka tanpa adanya unsur keterpaksaan dari penjual. Hal tersebut menunjukkan bahwa tujuh penjual *online* telah menerapkan prinsip kehendak bebas dalam praktik jual beli *online*.

Prinsip keempat dalam etika bisnis Islam adalah tanggung jawab. Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena manusia perlu mempertanggungjawabkan seluruh tindakannya. Secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas. Kehendak bebas

⁹¹Rafik Isa Beekun, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007), 39.

menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggungjawab atas semua yang dilakukan.⁹² Manusia harus berani mempertanggung jawabkan segala pilihannya tidak saja di hadapan manusia, bahkan yang paling penting adalah kelak di hadapan Allah. Bisa saja, karena kelihaiannya, manusia mampu melepaskan tanggung jawab perbuatannya yang merugikan manusia, namun kelak ia tidak akan pernah lepas dari tanggung jawabnya di hadapan Allah Yang Maha Mengetahui.⁹³ Dalam praktiknya lima dari tujuh penjual *online* tidak bertanggung jawab dalam menganggapi keluhan dari konsumen meskipun kesalahan dibuat oleh penjual *online* itu sendiri dengan alasan konsumen yang tidak teliti dan jeli dalam memilih dan membeli barang sedangkan dua penjual lainnya bertanggung jawab saat ada konsumen yang keluhan terkait barangnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa lima penjual *online* belum menerapkan prinsip tanggung jawab dalam praktik jual beli *online* sedangkan dua penjual *online* lainnya telah menerapkan prinsip tanggung jawab dalam praktik jual beli *online*.

Prinsip kelima dalam etika bisnis Islam adalah prinsip kebenaran. Dalam Al-Qur'an memuat prinsip kebenaran, kejujuran, dan kejujuran maka suatu bisnis itu secara otomatis akan melahirkan suatu persaudaraan. Persaudaraan dan kemitraan antara pihak yang berkepentingan dalam bisnis yang saling menguntungkan, tanpa

⁹²Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam* (Jakarta: Kencana, 2007), 48.

⁹³Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam* (Malang: UIN-Malang Press, 2007), 17.

adanya kerugian dan penyesalan sedikitpun. Dengan demikian, dalam semua proses bisnis akan dilakukan pula secara transparan dan tidak ada rekayasa. Prinsip kebenaran dengan dua makna kebajikan dan kejujuran secara jelas telah diteladankan oleh Nabi Muhammad SAW yang juga merupakan pelaku bisnis yang sukses pada masanya. Dalam menjalankan bisnisnya, nabi tidak pernah sekalipun melakukan kebohongan, penipuan, atau menyembunyikan kecacatan barang. Sebaliknya Nabi mengharuskan agar bisnis dilakukan dengan kebenaran dan kejujuran.⁹⁴

Dalam praktiknya lima dari tujuh penjual *online* belum menerapkan prinsip kebenaran karena penjual memasang gambar produk yang mereka jual tidak sesuai dengan aslinya. Penjual sengaja berjualan dengan gambar yang tidak sesuai dengan aslinya karena bisa menutupi kekurangan yang ada di dalam produk tersebut sehingga bisa membuat konsumen tertarik lalu membelinya bahkan si penjual *online* melebih-lebihkan spesifikasi produk yang mereka jual di sosial media mereka dengan sengaja untuk menarik minat konsumen agar membeli barangnya sedangkan dua penjual *online* lainnya sudah menerapkan prinsip kebenaran dalam praktiknya karena memasang foto asli dari barang yang mereka jual dengan kamera hapenya sendiri ke sosial media. Hal tersebut menunjukkan bahwa lima penjual *online* belum menerapkan prinsip kebenaran dalam praktik jual beli *online* sedangkan

⁹⁴Muhammad dan Lukman Fauroni, *Visi Al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis* (Jakarta: Salemba Diniyah, 2002), 19-20.

dua penjual *online* lainnya telah menerapkan prinsip kebenaran dalam praktik jual beli *online*.

Bedasarkan analisa saya, dalam praktiknya tujuh penjual *online* sudah menerapkan prinsip kesatuan dan prinsip kehendak bebas dalam praktiknya tetapi dalam prinsip keseimbangan, prinsip tanggung jawab, dan prinsip kebenaran lima penjual *online* belum menerapkan prinsip tersebut dalam praktiknya tetapi berbeda dengan dua penjual *online* lainnya, mereka telah menerapkan prinsip keseimbangan, prinsip tanggung jawab, dan prinsip kebenaran dalam praktik jual beli *online*.

2. Analisis Penentuan Harga terhadap Praktik Jual Beli *Online* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo

Penentuan harga dalam Etika Bisnis Islam yaitu suatu penentuan harga yang dalam menetapkan suatu barangnya, tidak hanya bertujuan mencari keuntungan semata, akan tetapi juga berperilaku etis bisnis yang dibungkus dengan nilai-nilai Islam yang mengedepankan halal dan haram, sebagai salah satu bentuk ibadah kita kepada Allah SWT oleh karena itu keuntungan yang dihasilkan melalui bisnis tidak boleh merugikan pihak lain serta bisnis juga harus dijalankan sesuai dengan aturan dan etika bisnis Islam.⁹⁵

Adapun cara penetapan harga dilihat dari perspektif Ekonomi Islam adalah penetapan harga yang baik dan adil sehingga tidak

⁹⁵Buchari Alma, *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islam* (Bandung: Alfabeta, 2003), 54.

menyebabkan kedzaliman bagi penjual dan pembeli. Penentuan harga dalam Islam ada dua yaitu penentuan harga yang tetap dan harga yang adil.

Penentuan harga yang pertama yaitu penentuan harga yang tetap. Berdasarkan data yang diperoleh ketika wawancara dengan penjual *online*, dua dari tujuh penjual menentukan harga jual barangnya sesuai dengan harga yang telah ditetapkan oleh pusatnya atau pasaran sehingga tidak menghambat hukum alami yang disebut dengan permintaan dan penawaran⁹⁶ dan sudah sesuai dengan etika bisnis Islam karena tidak mengambil keuntungan sepeserpun dari harga setiap barang yang dijual tetapi berbeda dengan lima penjual lainnya yang belum menentukan harga dagangannya dengan harga yang tetap atau sesuai dengan harga dari pusat atau sesuai dengan harga pasarnya. Jadi kesimpulannya baru dua penjual *online* yang memakai sistem penentuan harga yang tetap sesuai dengan etika bisnis Islam dan lima penjual *online* lainnya belum memakai sistem penentuan harga yang tetap.

Penentuan harga yang kedua yaitu penentuan harga yang adil. Secara umum, harga yang adil adalah harga yang tidak menimbulkan penindasan atau kedzaliman sehingga merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak yang lain. Harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualnya secara adil, yaitu penjual memperoleh

⁹⁶Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2003), 147.

keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkan. Pada prinsipnya transaksi bisnis harus dilakukan pada harga yang adil, sebab itu adalah cermin dari komitmen Islam terhadap keadilan yang menyeluruh. Maka dari itu Islam melarang pedagang melakukan perbuatan terlarang seperti penimbunan, penipuan. Sehingga menyebabkan terjadinya pasar gelap (Black Market).⁹⁷

Berdasarkan data yang diperoleh ketika wawancara dengan penjual *online*, lima dari tujuh pedagang menentukan harga yang tidak adil karena menguntungkan para pedagang dan merugikan para konsumennya dengan mengambil keuntungan yang tidak wajar dalam berjualan sedangkan dua penjual *online* lainnya sudah menerapkan penentuan harga yang adil karena tidak mengambil keuntungan sedikitpun dari barang dagangannya.

Berdasarkan analisa diatas dapat disimpulkan bahwa lima dari tujuh pedagang *online* belum menerapkan penentuan harga sesuai dengan etika bisnis Islam karena lima dari tujuh pedagang *online* belum menetapkan prinsip penentuan harga yang tetap dan harga yang adil dengan mengambil keuntungan yang tidak wajar dalam berjualan, menentukan harga tidak sesuai dengan harga pasaran dan pedagang juga tidak menerapkan sistem tawar menawar dalam bertransaksi sedangkan dua pedagang *online* lainnya sudah menerapkan prinsip

⁹⁷P3EI, *Ekonomi Islam* (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2008), 331.

penentuan harga sesuai dengan etika bisnis Islam yaitu harga yang tetap dan harga yang adil.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Bedasarkan hasil penelitian tentang Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Jual Beli *Online* Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo:

1. Praktik Jual Beli *Online* yang dilakukan oleh Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo sudah sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam namun ada beberapa prinsip yang belum diterapkan oleh Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo. Tujuh penjual *online* sudah menerapkan prinsip kesatuan dan prinsip kehendak bebas dalam praktiknya tetapi dalam prinsip keseimbangan, prinsip tanggung jawab, dan prinsip kebenaran lima penjual *online* belum menerapkan prinsip tersebut dalam praktiknya tetapi berbeda dengan dua penjual *online* lainnya, mereka telah menerapkan prinsip keseimbangan, prinsip tanggung jawab, dan prinsip kebenaran dalam praktik jual beli *online*.
2. Penentuan harga dalam Praktik Jual Beli *Online* yang dilakukan oleh Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo sudah sesuai dengan penentuan harga dalam etika bisnis Islam namun ada beberapa yang belum diterapkan oleh Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo. Penentuan harga yang tetap dan

penentuan harga yang adil sudah diterapkan oleh dua penjual *online* dalam praktiknya tetapi lima penjual *online* lainnya belum menerapkan penentuan harga yang tetap dan penentuan harga yang adil dalam praktik jual beli *online*.

B. Saran

Dari penelitian yang telah dilakukan, peneliti ingin memberikan saran diantaranya:

1. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo (penjual *online*) dapat memperbaiki kekurangan dalam proses jual beli *online* nya agar dalam perniagaan yang dijalankan dapat menguntungkan kedua belah pihak di fase kehidupan dunia maupun akhirat
2. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo (Penjual *online*) dapat menjalankan praktik jual beli *online* sesuai dengan etika bisnis Islam dan meninggalkan hal-hal yang dilarang oleh-Nya.
3. Bagi penulis kedepannya, diharapkan dapat menambah informan untuk memperoleh hasil penelitian yang lebih maksimal, dan juga mengkaji lebih dalam terkait etika bisnis Islam terhadap praktik jual beli *online* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan penentuan pada praktik jual beli *online* tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Aedy, Hasan. *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam* Bandung: Alfabeta, 2011, 24.
- Ahmad, Mustaq. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar. 2003.
- Alfaqih, Abdurrahman. "Prinsip-Prinsip Praktik Bisnis dalam Islam bagi Pelaku Usaha Muslim," *Jurnal Hukum Ius Quia Iustum*, 3. Juli 2017.
- Alimin, Muhammad. *Etika dan Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta. 2004.
- Alma, Buchari. *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islam*. Bandung: Alfabeta, 2003.
- Amalia, Fitri. "Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang di Bazar Madinah Depok," Skripsi. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah. 2017.
- Andani, Shinta Nova. "Analisis Upaya Penerapan Etika Bisnis Islam pada Praktik Jual Beli di *Facebook Marketplace*," Skripsi. Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya. 2018.
- Aziz, Abdul. *Etika bisnis Perspektif Islam*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Badroen, Faisal. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana, 2007.
- Beekun, Rafeek Issa. *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007.
- Bungin, H. M. Burhan. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Jakarta: Prenada Media Group, 2015.
- Djakfar, Muhammad. *Agama, Etika, dan Ekonomi*. UIN-Maliki Press. 2014.
- Djakfar. *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*. Malang: UIN-Malang Press, 2007.
- Fauroni, Lukman dan Muhammad. *Visi Al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis*. Jakarta: Salemba Diniyah. 2002.
- Fitria, Tira Nur. "Bisnis Jual Beli *Online (Online Shop)* dalam Hukum Islam dan Hukum Negara," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. 1. Maret 2017.
- Fuad, Muhammad. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. 2000.
- Hakiki, Aditya Ayu, Asri Wijayanti, dan Rizania Kharisma Sari, "Perlindungan Hukum Bagi Pembeli Dalam Sengketa Jual Beli *Online*", *Justitia Jurnal Hukum*, 1. April 2017.
- Herdiansyah, Haris. *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk ilmu-ilmu social*. Jakarta: Salemba Humaika. 2014.

- Idri. *Hadis Ekonomi Hadis Ekonomi: Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi*. Jakarta: Prenadamedia Group. 2015.
- Idris, Muhammad. *Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Erlangga. 2009.
- Jusmaliani. *Bisnis Berbasis Syari'ah*. Jakarta: Bumi Aksara. 2008.
- Moleong, J. Lexy. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya. 2014.
- Musdalifah, "Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Sistem Pemasaran Jual Beli *Online* di Kota Parepare," Skripsi. Parepare: STAIN Parepare. 2017.
- Muslich. *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: Ekonisia. 2004.
- P3EI. *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008.
- Qardhawi, Yusuf. *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*. Jakarta: Robbani Press, 2004.
- Rahma, Tri. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Surabaya: Karya Agung. 2011.
- Rahman, Srijanti, dan Purwanto. *Etika Membangun Masyarakat Islam Modern*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2007.
- Rahman. *Penjelasan Lengkap Hukum-Hukum Allah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002.
- Riva'i, Veithal dan Antoni Nizar Usman. *Islamic Economic And Finance Ekonomi dan keuangan Islam bukan Alternatif tetapi Solusi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 2007.
- Riva'i, Veithzal, Amiur Nuruddin, dan Faisar Ananda Arfa. *Islamic Business and Economic Ethics*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2012.
- Rozalinda, *Ekonomi Islam: Teori Dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi*. Jakarta: Rajawali Press. 2014.
- Salsabilati, Sarooh Lu'lu. "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi *E-commerce*," Skripsi. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. 2017.
- Sangadah, Faridatus. "Pengaruh Perkuliahan dan Praktikum Kewirausahaan terhadap Motivasi Berwirausaha pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Semester 8 Angkatan 2015 di Iain Ponorogo," Skripsi. Ponorogo: IAIN Ponorogo. 2019.
- Sudirman, Ari. *Teori Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2002.
- Sujarweni, Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2018.
- Suprayitno, Eko. *Ekonomi Mikro Perspektif Islam*. Malang: UIN Malang Press, 2008.

- Susiawati, Wati. "Jual Beli dalam Konteks Kekinian," *Jurnal Ekonomi Islam*. 2. November 2017.
- Swastha, Basu dan Irawan. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 1999.
- Tito, Muhammad Arif. *Masalah dan Hipotesis Penelitian Sosial-Keagamaan*. Cet 1, Makassar: Andira Publisher. 2005.
- Utami, Nani. "Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Sistem Dropshipping di Ritel Wilayah Ponorogo," Skripsi. Ponorogo: IAIN Ponorogo. 2018.
- Wulandari, Friska Muthi. "Jual Beli Online yang Aman dan Syar'i (Studi terhadap Pandangan Pelaku Bisnis *Online* di Kalangan Mahasiswa dan Alumni Fakultas Syari'ah UIN Sunan Kalijaga)". *Az-Zarqa'*. 2. Desember. 2015.
- Wulandari, Nova. "Implementasi Etika Bisnis Islam pada Aktivitas Jual Beli online Dewi Hijab Butik Surabaya," Skripsi. Surabaya: Universitas Airlangga Surabaya. 2014.
- Yusuf, A. Muri. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenada Media Group, 2014

