

**TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP
JUAL BELI *PRESET LIGHTROOM* DI AKUN *INSTAGRAM***

@RUANGTERANG_ID

SKRIPSI



Oleh:

SISKA PUTRI UTAMI
NIM 210217080

Pembimbing:

Dr. MOH. MUKHLAS, M. Pd.
NIP. 196701152005011003

**JURUSAN HUKUM EKONOMI SYARIAH FAKULTAS SYARIAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

2021

**TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP
JUAL BELI *PRESET LIGHTROOM* DI AKUN *INSTAGRAM*
@RUANGTERANG_ID**

SKRIPSI

Diajukan untuk melengkapi sebagian syarat-syarat guna memperoleh
gelar sarjana program strata satu (S-1) pada Fakultas Syariah
Institut Agama Islam Negeri Ponorogo

Oleh:

SISKA PUTRI UTAMI
NIM 210217080

Pembimbing:

Dr. MOH. MUKHLAS, M. Pd.
NIP. 196701152005011003

**JURUSAN HUKUM EKONOMI SYARIAH FAKULTAS SYARIAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

2021

ABSTRAK

Utami, Siska Putri, 2021, *Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Preset Lightroom Di Akun Instagram @ruangterang_id*. Skripsi. Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo. Pembimbing Dr. Moh. Mukhlas, M. Pd.

Kata Kunci: Etika Bisnis Islam, Jual Beli, *Instagram*, *Preset*, *Lightroom*.

Dalam Etika Bisnis Islam, setiap umatya diperbolehkan untuk berbisnis namun tidak diperbolehkan untuk menghalalkan segala cara demi mendapat keuntungan, sehingga terdapat batasan dan aturan yang mengatur. Jual beli di era kemajuan teknologi saat ini dilakukan dengan *online*, yakni tanpa harus bertatap muka suatu transaksi jual beli dapat dilakukan dengan menggunakan *smartphone*, salah satunya pada akun *Instagram @ruangterang_id* yang menjual *preset Lightroom*.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) Bagaimana tinjauan Etika Binsis Islam terhadap promosi penjual dalam transaksi jual beli *preset Lightroom* di akun *Instagram @ruangterang_id*? (2) Bagaimana tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap kepemilikan barang yang dijadikan sebagai objek pada transaksi jual beli *preset Lightroom* di akun *Instagram @ruangterang_id*?

Adapun jenis penelitian yang dilakukan penulis merupakan penelitian lapangan yang menggunakan metode kualitatif, sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisi yang digunakan menggunakan metode induktif yaitu dari mengemukakan fakta-fakta empirik yang bersifat khusus dari hasil penelitian kemudian diakhiri dengan kesimpulan bersifat umum.

Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa promosi pihak *owner* dalam jual beli *preset Lightroom* di akun *Instagram @ruangterang_id* ini menurut prinsip kesatuan, prinsip keadilan, dan prinsip kejujuran tidak sesuai karena pada promosinya pihak *owner* memang benar menjual dengan harga murah mendapatkan banyak *preset* akan tetapi efek *preset* yang diterima kebanyakan sama hasilnya setelah diaplikasikan ke sebuah foto. Pada objek yang ternyata bukan 100% kepemilikan pihak *owner* hal ini tidak sesuai dengan keadilan, prinsip tanggung jawab dan prinsip kejujuran.

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi atas nama saudara :

Nama : Siska Putri Utami
NIM : 210217080
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah
Judul : Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli *Preset Lightroom* Di Akun *Instagram @Ruangterang_id*

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji dalam ujian *munaqasah*.

Ponorogo, 08 Maret 2021

Mengetahui,

Menyetujui

Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Syariah

Pembimbing



H. Atik Abidah, M.S.I.
NIP. 197605082000032001

Dr. Moh. Mukhlas, M.Pd.
NIP. 196701152005011003



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO

PENGESAHAN

Skripsi atas nama saudara:

Nama : Siska Putri Utami
NIM : 210217080
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah
Judul : Tianjaun Etika Bisnis Islam Terhadap Jual
Beli *Preset Lightroom* Di Akun Instagram
@ruangterang_id

Skripsi ini telah dipertahankan pada sidang Munaqosah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 25 Februari 2021

Dan telah diterima sebagai bagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Syariah pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 04 Maret 2021

Tim Penguji:

1. Ketua Sidang : Dr. Ahmad Junaidi, M.H.I. ()
2. Penguji I : Dr. H. Moh. Munir, Lc. M.Ag. ()
3. Penguji II : Dr. Moh. Mukhlas, M.Pd. ()

Ponorogo, 08 Maret 2021
Mengesahkan,
Dekan Fakultas Syariah,



Dr. H. Moh. Munir, Lc., M.Ag.
NIP. 196807051999031001

SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Siska Putri Utami
NIM : 210217080
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah
Judul : Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli *Preset Lightroom* Di Akun *Instagram @ruangterang_id*.

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

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 29 Maret 2021

Penulis,



Siska Putri Utami
210217080

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Siska Putri Utami

NIM : 210217080

Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah

Judul : Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli *Preset Lightroom*
Di Akun *Instagram @Ruangterang_id*.

Dengan ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambil-alihan tulisan atau pemikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan pikiran saya sendiri.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi perbuatan tersebut.

Ponorogo, 18 Februari 2021

Yang Membuat Pernyataan



Siska Putri Utami
210217080

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Segala seruan dari Allah Swt. yang berkaitan dengan hukum-hukum atau segala aturan yang telah ditetapkan untuk ditaati oleh manusia baik berkaitan dengan hubungan mereka dengan Allah maupun hubungan antara sesama mereka. Islam sebagai agama penyempurna yang mengatur segala aspek kehidupan manusia, baik akidah, ibadah, akhlak, maupun *mu'āmalah*. Hukum Islam adalah sekumpulan ketetapan hukum kemaslahatan mengenai perbuatan hamba yang terkandung dari sumber Al-Quran dan Sunnah baik ketetapan langsung maupun ketetapan tidak langsung.¹

Dari keseluruhan aspek, ekonomi Islam atau yang lebih dikenal dengan *mu'āmalah* merupakan salah satu bidang kajian yang penting dalam kehidupan sehari-hari. Hukum *mu'āmalah* (*ahkām al-mu'āmalāt*) adalah hukum-hukum yang berhubungan dengan pergaulan hidup dalam masyarakat mengenai kebendaan dan hak-hak, serta penyelesaian persengketaan-persengketaan, seperti perjanjian jual beli, sewa-menyewa, utang-piutang, gadai, hibah, dan sebagainya.² Masalah ekonomi yang mencangkup hubungan antara sesama manusia yang saling membutuhkan antara satu dengan yang

¹ Ismail Nawawi, *Fiqih Muamalah Klasik dan Kontemporer* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2017), 3.

² *Ibid.*, 4.

lain. Karena pada dasarnya manusia itu “*zoon politicon*” manusia yang suka bergaul dan selalu saling membutuhkan. Maka dari itu, dalam ekonomi Islam atau *mu'āmalah* manusia hendaklah mengerti hukum-hukum yang berhubungan dengan tindak tanduk manusia sesamanya dalam masalah-masalah kehartabendaan dan dalam masalah-masalah hak-hak.³

Dalam Islam, setiap umatya diperbolehkan untuk berbisnis atau berdagang namun tidak diperbolehkan untuk menghalalkan segala cara demi mendapat keuntungan, sehingga dalam Islam terdapat batasan-batasan dan aturan yang mengatur segala hal yang diperbolehkan dan yang tidak diperbolehkan atau dilarang yang halal dan yang haram dan mana hal yang salah maupun hal yang benar. Bisnis Islam yang menjadi salah satu kegiatan umat Islam dalam memenuhi kebutuhan duniawi dan akhirat, maka aturan atau etika yang berlaku dalam perdagangan harus mengombinasikan prinsip yaitu memaksimalkan nilai dengan prinsip kesetaraan dan keadilan untuk kesejahteraan masyarakat.⁴ Etika ialah teori tentang perbuatan manusia, dipandang dari nilai baik dan buruk, sejauh yang dapat ditentukan oleh akal, etika yang lebih bersifat teori yang membicarakan bagaimana seharusnya, etika lebih kepada menyelidik, memikirkan dan mempertimbangkan tentang tindakan manusia dalam kesatuan sosial tertentu.⁵ Jadi, Etika Bisnis Islam merupakan akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam,

³Abdullah Syah, “Agama Itu Ialah Muamalah (Fiqh Muamalah Bag 1)”, dalam <https://www.muisumut.com/blog/2019/10/01/agama-itu-ialah-muamalah-fiqh-muamalah-bag-1/>, (diakses pada tanggal 19 November 2020, Jam 14.00).

⁴Dhika Amalia Kurniawan&Muhammad Zaenal, *Pengantar Pemasaran Islam (Konsep, Etika, Strategi dan Implementasi)* (Ponorogo: UNIDA Gontor Press, 2017), 123.

⁵A. Kadir, *Hukum Bisnis Syari'ah dalam Al-Qur'an* (Jakarta: Amzah, 2010), 47.

sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran, sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar.⁶

Salah satu bentuk ekonomi Islam di era modern saat ini adalah transaksi jual beli. Jual beli ialah pertukaran harta atas dasar saling rela atau memindahkan milik dengan ganti yang dapat dibenarkan. Bentuk transaksi saat ini banyak yang menggunakan teknologi canggih, yang mana dilakukan oleh masyarakat karena kemudahannya dalam bertransaksi, jual beli ini tidak mengharuskan penjual dan pembeli untuk bertemu secara langsung dalam satu waktu, tetapi hanya dengan menggunakan *computer* atau *smartphone* transaksi jual beli pun bisa terjadi dan transaksi yang seperti ini bisa disebut dengan *online*.⁷

Online adalah keadaan perangkat keras seperti *computer* dan *smartphone* yang terhubung dengan jaringan *internet*.⁸ *Internet* berasal dari bahasa Yunani “*inter*” yang berarti “*antara*”, *Internet* merupakan singkatan dari *interconnection networking* yang merupakan sistem jaringan yang menghubungkan tiap-tiap *computer* atau *smartphone* secara global.⁹ Dalam *smartphone* terdapat fitur berbagai aplikasi yang memiliki spesifikasi manfaat dan kegunaan dalam berbagai bidang. Aplikasi merupakan suatu program yang berbentuk perangkat lunak pada *computer* dan *smartphone*

⁶ Erly Juliyani, “Etika Bisnis Dalam Prespektif Islam,” *Ummul Qura*, 1 (2016), 65.

⁷ Sayyid Sabiq, *Fikih Sunnah* (Bandung: PT Al-MA’ARIF, 1988), 47.

⁸ Ian Sommerville, *Software Engineering* (Universitas Gunadharman: Erlangga, 2003), 20.

⁹ Yenny Iskandar, *Buku Ajar Pengantar Aplikasi Komputer* (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2018), 233.

yang berguna untuk membantu berbagai kegiatan.¹⁰ Salah satu aplikasi yang digunakan anak muda saat ini ialah aplikasi *Lightroom*. *Lightroom* adalah aplikasi yang tersedia di *playstore* yang penggunaannya sebagai alat untuk mengedit sebuah foto.¹¹

Saat ini aktivitas ekonomi sebagai aspek terpenting dalam kehidupan manusia mengalami perkembangan yang cukup signifikan. Terlebih lagi perkembangan teknologi, informasi, dan komunikasi yang memudahkan manusia untuk bertransaksi sehingga kegiatan ekonomi tersebut semakin bervariasi dan semakin sering untuk dilakukan.

Seiring dengan perkembangan zaman, saat ini jual beli *online* tidak hanya tentang jual beli barang untuk keperluan sehari-hari saja, tetapi ada pula jual beli untuk kebutuhan dan perlengkapan *gadget* seperti jual beli *preset Lightroom*. *Preset Lightroom* merupakan sebuah kumpulan rumus-rumus dalam sebuah pengaturan yang dilakukan pada saat mengedit foto yang disimpan dalam bentuk atau format *.xmp* pada *adobe Lightroom mobile*. Pada *preset* ini memuat pengaturan yang beragam mulai dari *exposure*, *contras*, *highlight*, *coloring*, dan lain-lain. Aplikasi *Lightroom* digunakan sebagai sarana untuk edit foto mentah yang dilakukan setiap orang, akan tetapi tidak semua orang dapat menghasilkan settingan yang membuat foto menjadi keren. Dalam hal tersebut orang-orang yang kreatif yang dapat menghasilkan efek *preset* yang menjual di kalangan anak muda saat ini yang menginginkan

¹⁰ Salma Dian, *Pengertian Aplikasi: Fungsi, Sejarah, Jenis & Contoh Aplikasi*, <https://salamadian.com/pengertian-aplikasi/>, (diakses pada tanggal 26 November jam 09.56).

¹¹ Ibid.

segala sesuatunya dengan instan tanpa harus membuat efek *preset* sendiri. Dalam mengedit foto dengan adanya format yang sudah disimpan ini memberikan kemudahan dalam pemilihan editan efek yang sudah dalam tahap *play* tanpa harus melakukan tahapan-tahapan awal.¹²

Tata cara yang dilakukan dalam jual beli online *preset Lightroom* ini tidak jauh berbeda dengan jual beli *online* lainnya yaitu dengan melakukan pembayaran terlebih dahulu kemudian penjual baru akan memproses apa yang diinginkan oleh pembeli. Waktu yang dibutuhkan penjual untuk memproses objek jual beli ini dengan cara menunggu pembeli mengirimkan alamat *email* pembeli kepada penjual, sebagai sarana mengirim *preset for android* dan apabila penjual sudah menerima konfirmasi alamat *email* dari pembeli maka objek jual beli akan segera dikirimkan melalui alamat *email* tersebut. Setelah pembeli menerima file yang berisi *preset Lightroom* pembeli perlu membutuhkan aplikasi *ZArchiver* sebagai pihak ketiga untuk mengabstrak file yang dikirim penjual melalui email kepada pembeli.¹³

Dalam promosi jual beli *preset Lightroom* ini, pihak penjual melakukan pemasaran pada akun *Instagram* @ruangterang_id yang mencantumkan dalam biodata yang berisikan *preset premium Lightroom*, *Admin* atau *owner* dari pemilik akun @ruangterang_id tersebut adalah @hasansukma_ dan mencantumkan nomor telepon pemilik akun tersebut. Pada promosi biodata akun @ruangterang_id juga mencantumkan mengenai

¹² *Lightroom Indonesia*, <https://lightroomindonesia.com/apa-itu-preset>, (diakses pada tanggal 26 November 2020, jam 10.40).

¹³ Hasan Sukma, *Hasil Wawancara*, Ponorogo, 22 Oktober 2020.

harga yang “cuma 35 ribu dapat banyak banget”, dan dapat digunakan untuk *smartphone* Android dan IOS. Pemerolehan *preset* “banyak banget” disini yang menjadi sorotan peneliti, karena ketidakjelasan promosi yang diberikan oleh pemilik akun @ruangterang_id dan dalam promosi tersebut tidak menjelaskan spesifikasi *preset* yang akan diperjualbelikan. Dalam kepemilikan barang yang digunakan sebagai objek jual beli tersebut tidak 100% milik penjual. Kegiatan jual beli yang diperoleh dari mengambil hasil *preset* orang lain ini merupakan hasil pengambilan tanpa sepengetahuan orang yang memiliki *preset* tersebut. Dalam hal ini, penjual melakukan pengambilan *preset* orang tanpa meminta izin untuk menggunakan kembali *preset* yang dihasilkan. Aktivitas pengambilan tanpa izin ini dilakukan tanpa harus membeli atau membayar lisensi dari si pembuat *preset* yang asli. Hal ini tentunya selain melanggar ketentuan hukum Islam juga melanggar prinsip-prinsip etika bisnis Islam.

Allah Berfirman:

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ
النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ¹⁴

Dan janganlah kamu makan harta di antara kamu dengan jalan yang batil, dan (janganlah) kamu menyuap dengan harta itu kepada para hakim, dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui.¹⁵

¹⁴ Al-Qurān, 2:188.

¹⁵ Departemen Agama RI, *Al-Qur'ān dan Terjemahnya*, 29.

Allah berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا¹⁶

Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam jalan perniagaan atau perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh Allah Maha Penyayang kepadamu.¹⁷

Bedasarkan firman Allah di atas bahwa Allah Swt. memperbolehkan jual beli dengan cara yang baik dan tidak bertentangan dengan hukum Islam. Agama Islam memberi peraturan yang sebaik-baiknya, yakni jual beli yang terhindar dari unsur *gharar*, *ribhā*, pemaksaan, pencurian dan lain sebagainya. Harus didasari rasa suka sama suka antara masing-masing pihak. Segala ketentuan perekonomian dan transaksi jual beli menurut ajaran Islam yang bersumber pada Al-Qur'an adalah untuk memperlihatkan hak individu yang harus terlindungi, sekaligus untuk menegakkan rasa solidaritas yang tinggi dalam masyarakat.

Alasan peneliti melakukan penelitian ini, karena belum ada penelitian tentang jual beli *preset Lightroom*, memang banyak penelitian tentang jual beli tetapi pada penelitian ini dari objeknya sudah berbeda dan dikaji dengan teori yang berbeda selain itu karena di era saat ini sedang marak jual beli *preset Lightroom* dan sering adanya transaksi jual beli *online preset* pada

¹⁶ Al-Qurān, 4: 29.

¹⁷ Departemen Agama RI, *Al-Qur'ān dan Terjemahnya*, 83.

sebuah akun *Instagram* @ruangterang_id membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di akun tersebut. Pemilik akun @ruangterang_id adalah akun @hasansukma_ sebagai *owner* yang berada di wilayah Kecamatan Slahung, Kabupaten Ponorogo yang sudah berhasil menjual *preset Lightroom* ini kepada 103 pembeli. Pada penelitian di akun *Instagram* @ruangterang_id ini, peneliti menemukan adanya masalah dalam jual beli *preset Lightroom* yakni, mengenai promosi penjual dalam jual beli kurang jelas mengenai spesifikasi dan kepemilikan barang yang dijadikan sebagai objek jual beli pada transaksi tersebut. Dalam penelitian ini masih berada dalam satu wilayah kabupaten yang sama dan memberikan kemudahan pada peneliti untuk memperoleh data untuk melakukan penelitian.

Berdasarkan argumen tersebut layak untuk dilakukan penelitian lebih lanjut dari sistematika etika bisnis Islam. Menurut peneliti, jual beli semacam ini perlu dikaji lebih lanjut karena ketidakjelasan promosi barang dan kepemilikan barang yang bukan 100% milik penjual pada jual beli *preset Lightroom* di akun *Instagram* @ruangterang_id. Dalam hal inilah yang menjadi sorotan dalam etika bisnis Islam. Oleh sebab itu, penulis mengambil judul penelitian “**Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli *Preset Lightroom* Di Akun *Instagram* @ruangterang_id**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dipaparkan di atas, peneliti merumuskan berbagai permasalahan. Adapun rumusan masalahnya adalah berikut ini:

1. Bagaimana tinjauan etika bisnis Islam terhadap promosi penjual dalam transaksi jual beli *preset Lightroom* pada akun *Instagram @ruangterang_id*?
2. Bagaimana tinjauan etika bisnis Islam terhadap kepemilikan barang yang dijadikan sebagai objek pada transaksi jual beli *preset Lightroom* pada akun *Instagram @ruangterang_id*?

C. Tujuan Penelitian

Agar penelitian tidak menyimpang dari permasalahan, maka dirumuskan tujuan penelitian, adapun tujuan penelitian ini adalah berikut ini:

1. Untuk mendeskripsikan tinjauan etika bisnis Islam terhadap promosi penjual dalam transaksi jual beli *preset Lightroom* pada akun *Instagram @ruangterang_id*?
2. Untuk mendeskripsikan tinjauan etika bisnis Islam terhadap kepemilikan barang yang dijadikan sebagai objek pada transaksi jual beli *preset Lightroom* pada akun *Instagram @ruangterang_id*?

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat akademis maupun manfaat praktis.

1. Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan keilmuan dalam melakukan bisnis jual beli *preset Lightroom* di era modern saat ini dengan menggunakan alat teknologi berupa *smatphone*

yang mempermudah penjual maupun pembeli dalam bertransaksi dengan cara yang bijak dan sesuai dengan etika dalam melakukan bisnis Islam.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan, baik kepada penjual dan pembeli dalam melaksanakan jual beli dalam bidang bisnis antaranya adalah berikut ini:

- a. Manfaat untuk penjual, diharapkan penjual jujur dan dapat memberikan kepercayaan baik dalam kualitas barang yang dijadikan sebagai objek jual beli untuk menerapkan etika bisnis Islam dalam menjalankan bisnis Islam.
- b. Manfaat untuk pembeli, diharapkan dapat memberikan kemudahan dalam hal penggunaan dan kepuasan dalam bertransaksi.

E. Telaah Pustaka

Telaah pustaka berisikan uraian sistematis mengenai hasil-hasil penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya oleh peneliti terdahulu dan memiliki keterkaitan dengan peneliti yang akan dilakukan. Untuk mendukung penelaahan yang lebih komprehensif, penulis berusaha untuk melakukan kajian awal terhadap literature pustaka atau karya-karya yang mempunyai relevansi terhadap topik yang akan diteliti, sehingga dapat mengetahui letak perbedaan dari penelitian-penelitian sebelumnya.

Pertama: Skripsi Siti Maimunah (IAIN Ponorogo, 2018) dengan judul, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Game *Online* 8 Ball Pool”, Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) bagaimana tinjauan hukum

Islam terhadap akad jual beli koin game *online* 8 ball pool di forum jual beli 8 ball pool melalui fitur *Facebook* dan (2) bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap barang atau objek yang diperjualbelikan pada praktik jual beli koin game online 8 ball pool di forum jual beli game *online* 8 ball pool melalui fitur *Facebook*. Dalam penelitian ini disimpulkan bahwa akad jual beli koin game *online* 8 ball pool melalui fitur *Facebook* adalah diharamkan karena didalam jual beli koin yang terdapat 3 tahapan penjualan, 2 tahap dalam jual beli koin yang dihasilkan dari bermain game dan jual beli karena koin tersebut tidak sesuai dengan rukun dan syarat jual beli. Koin yang dihasilkan penjual dari melihat iklan mengenai hukum Islamnya yaitu boleh atau diperbolehkan karena game tersebut bukan hasil dari pertaruhan. Dalam objek yang diperjualbelikan pada akad jual beli koin game *online* 8 ball pool di forum jual beli melalui fitur *Facebook* adalah diharamkan karena jual beli koin game merupakan hasil dari pertaruhan penjual bersama lawan dan penjual membeli koin lawan sebagai bentuk modal dan hukumnya haram.

Kedua: Mahfud Anwar Asrori (IAIN Ponorogo, 2019) dengan judul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli *Top Up Unknown Cash* Pada *Game Online Playerunknown’s Battlegrounds* Di Kabupaten Ponorogo”, Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap akad *top up unknown cash* pada *game online playerunknown’s battlegrounds* di Kabupaten Ponorogo, (2) bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap objek jual beli *top up unknown cash* pada *game online playerunknown’s battlegrounds* di Kabupaten Ponorogo dan (3) bagaimana

tinjauan hukum Islam terhadap penyelesaian sengketa gagal transaksi dalam jual beli *top up unknown cash* pada *game online playerunknown's battlegrounds* di Kabupaten Ponorogo. Dalam penelitian ini disimpulkan bahwa akad yang dilakukan dalam transaksi jual beli game menurut hukum Islam untuk kebolehan dan sahnya masih belum memenuhi dari rukun akad dan rukun jual beli karena tidak ada kejelasannya dari identitas salah satu pihak, yaitu dari pihak penyedia *unknown cash* sehingga menyebabkan transaksi tidak sah, dari segi objeknya tidak sah karena tidak sesuai dengan hukum Islam, dimana tidak adanya kejelasan kapan barang diserahkan dan bahkan barang tidak dikirim. Penyelesaian sengketa dalam jual beli *top up unknown cash* pada *game online playerunknown's battlegrounds* di Kabupaten Ponorogo ini belum sesuai dengan hukum Islam karena dalam permasalahan ini salah satu pihak yaitu penjual *unknown cash* yang menjadi objek dalam jual beli ini tidak bisa diketahui terkait informasi identitasnya, sehingga tidak memungkinkan untuk melakukan penyelesaian sengketa jika dilakukan oleh satu pihak saja.

Ketiga: Muhammad Reza Ilqani (IAIN Ponorogo, 2019) dengan judul "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Akun *Game Online* (Studi Kasus Di Forum *Mobile Legends* Ponorogo)", Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) bagaimana tinjauan etika bisnis Islam terhadap mekanisme transaksi jual beli akun *game online* di forum "*Mobile Legends*" Ponorogo dan (2) bagaimana tinjauan etika bisnis Islam terhadap penetapan harga pada jual beli akun *game online* di forum "*Mobile Legends*" Ponorogo.

Dalam penelitian ini disimpulkan bahwa dalam mekanisme transaksi jual beli akun *game online* di forum “*Mobile Legends*” Ponorogo ada 3 macam *Pertama* transaksi langsung antara penjual dan pembeli via offline atau tatap muka sudah sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam, *Kedua* transaksi langsung penjual dan pembeli via online tanpa tatap muka tidak sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam, *Ketiga* transaksi penjual dan pembeli via online dengan admin sebagai pihak ketiga sudah sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam. Berdasarkan penetapan harga dalam jual beli akun *game online* di forum “*Mobile Legends*” Ponorogo ada 2 macam. *Pertama*, penetapan harga dengan cara negosiasi antara penjual dan pembeli sudah sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam, *Kedua*, penetapan harga tanpa negosiasi tetapi dengan harga lebih murah pada umumnya tidak sesuai dan melanggar prinsip etika bisnis Islam.

Keempat: Umi Kholisatul Muawanah (Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2019) dengan judul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli *Followers* Di Media *Instagram*”. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) bagaimana praktik jual beli *followers* di media *instagram* dan (2) bagaimana pandangan hukum Islam terhadap praktik jual beli *followers* di media *Instagram*. Dalam penelitian ini disimpulkan bahwa praktik yang digunakan selama melaksanakan transaksi antara penjual dan pembeli dilakukan secara tertulis dan ucapan, menentukan cara pembayaran dengan cara tunai *via* pulsa dan *via* transfer. Penyerahan objek sendiri dengan dimintai nama akun *instagramnya*, kemudian penjual mengisi sesuai

permintaan pembeli melalui link yang diakses. Sedangkan dalam jual beli *followers pasif* maupun *followers masif* hukumnya tidak sah, karena *followers* yang dijual bukan miliknya yang kedua adanya unsur *gharar*, karena suatu saat akun tersebut akan menghilang namun hukumnya tetap sah dan jual beli *followers* ini menggunakan prinsip saling rela.

Kelima: Muhammad Irkham Firdaus (IAIN Ponorogo, 2016) dengan judul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Akun *Game Online Clash Of Clash* (Studi Kasus di Forum “Jual Beli Akun COC Magetan, Madiun, Ngawi, Ponorogo Melalui Fitur *Facebook*)”. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah; (1) bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap akad dan mekanisme jual beli akun *game online Clash Of Clash* di forum jual beli akun COC Magetan, Madiun, Ngawi, Ponorogo melalui fitur *Facebook* dan (2) bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap barang atau objek yang diperjualbelikan pada praktik jual beli akun *game online Clash Of Clash* di forum jual beli akun COC Magetan, Madiun, Ngawi, Ponorogo melalui fitur *Facebook* (3) bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap ketentuan harga pada praktik jual beli akun *game online Clash Of Clash* di Forum jual beli akun COC Magetan, Madiun, Ngawi, Ponorogo melalui fitur *Facebook*. Dalam penelitian ini disimpulkan bahwa dalam akad dan mekanisme melalui fitur facebook menurut hukum Islam telah sesuai dengan hukum Islam dan diperbolehkan, karena akad yang dilakukan termasuk akad tertulis. Akad yang dilakukan tanpa bertatap muka sudah sesuai dengan syarat dan ketentuan rukun jual beli dalam Islam dan terpenuhinya unsur rela sama rela.

Sedangkan objek yang diperjualbelikan menurut hukum Islam hukumnya adalah halal atau diperbolehkan, karena akun *game online* tersebut telah sesuai dengan syarat-syarat objek yang diperjualbelikan yang berupa kesucian barang ditunjukkan dengan sifat akun *game* yang tidak berbau unsur judi. Penentuan harga dalam praktik jual beli pada akun ini telah sesuai dengan syari'at Islam, karena penentuan harga berdasarkan kualitas dan kuantitas.

Berdasarkan pemaparan kelima penelitian, dapat diketahui sama-sama menggunakan penelitian pendekatan kualitatif serta sama-sama membahas mengenai jual beli *online* dengan objek yang berbeda. Pada penelitian pertama, skripsi Siti Maimunah membahas tentang jual beli *Game Online 8 Ball Pool* yang barangnya diperoleh dari pertaruhan. Pada penelitian kedua, skripsi Mahfud Anwar Asrori membahas tentang jual beli *top up unknown cash* pada *game online playerunknown's battlegrounds* yang akadnya belum sesuai karena tidak memenuhi rukun dan syarat dan objeknya belum tau kapan akan dikirimkan atau belum jelas. Pada penelitian ketiga, skripsi Muhammad Reza Ilqani membahas tentang jual beli akun *game online* yang mekanisme transaksi pertama sudah sesuai dan akad yang kedua belum sesuai dengan ketentuan prinsip etika bisnis Islam dan membahas tentang penetapan harga. Pada penelitian keempat, skripsi Umi Kholisatul Muawanah membahas tentang jual beli *followers* di media *Instagram* yang praktik jual beli dilakukan dengan cara tertulis maupun ucapan, pembayaran dilakukan dengan transfer dan pulsa. Sedangkan menurut hukum Islam menjual *followers pasif* maupun *followers masif* itu tidak sah, karena *followers* yang

dijual bukan kepemilikan sendiri. Pada penelitian kelima, skripsi Muhammad Irkham Firdaus membahas tentang jual beli akun *game online Clash of Clash* melalui fitur *Facebook*, pada akad dan mekanisme jual belinya sudah sesuai dengan ketentuan menurut hukum Islam yakni secara tertulis maupun tanpa bertatap muka dan diperbolehkan adanya unsur rela sama rela. Pada ketentuan objek pada jual beli ini juga tidak melanggar ketentuan hukum Islam dan memenuhi syarat-syarat objek jual beli, sedangkan penetapan harga pada jual beli ini sudah sesuai dengan syari'at Islam. Namun pada penelitian kali ini berbeda, karena pada jual beli *online* ini yang menjadi sorotan mengenai promosi penjual dalam jual beli *preset Lightroom* di akun *instagram @ruangterang_id* yang tidak menjelaskan spesifikasi barang dan mengenai kepemilikan barang bukan 100% kepunyaan sendiri yang dijadikan sebagai objek jual beli *preset Lightroom* pada akun *Instagram @ruangterang_id*.

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam skripsi ini jika dilihat dari tempat perolehan data, termasuk jenis penelitian kualitatif lapangan (*field research*), yang dimaksudkan *field research* adalah suatu penelitian yang dilakukan di lapangan dengan cara mencari data secara langsung dengan melihat objek yang diteliti, dimana peneliti akan berperan sebagai subjek (pelaku) penelitian. Peneliti melaksanakan penelitian ini di akun *Instagram @ruangterang_id* yang pemilik akun tersebut berada di wilayah Kecamatan Slahung, Kabupaten Ponorogo. Pada penelitian ini

menggunakan pendekatan empirik, jenis pendekatan empirik ini digunakan untuk memahami fenomena yang dialami subjek penelitian dan menafsirkan kejadian di sekitar kita sesuai dengan kenyataan yang hidup di masyarakat.¹⁸

2. Kehadiran penelitian

Kehadiran penelitian di lapangan dalam penelitian ini adalah sebagai partisipan penuh yang artinya sangat berperan dalam proses pengumpulan data atau dalam kata lain yang menjadi instrument dalam penelitian kualitatif adalah peneliti itu sendiri.¹⁹ Untuk mengamati penerapan etika bisnis Islam dalam pelaksanaan jual beli *preset Lightroom* di akun *Instagram @ruangterang_id* yang pemilik akun tersebut berada di wilayah Kecamatan Slahung, Kabupaten Ponorogo. peneliti mewawancarai pembeli sekaligus pengguna *preset Lightroom* untuk mengumpulkan data, menafsirkan data, dan membuat kesimpulan dari kegiatan yang ada di lapangan.

3. Lokasi Penelitian

Lokasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah lokasi dari akun *Instagram @ruangterang_id* yang pemilik akun tersebut berada di wilayah Kecamatan Slahung, Kabupaten Ponorogo. Alasan peneliti melakukan penelitian di akun *Instagram @ruangterang_id* karena di akun ini terdapat ketidakjelasan promosi penjual dalam transaksi jual beli dan dalam *preset Lightroom* yang di jual bukan sepenuhnya

¹⁸ Albi Agianto, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 7.

¹⁹ *Ibid.*,75.

kepemilikan sendiri melainkan kepemilikan orang yang digunakan kembali tanpa meminta izin terlebih dahulu.

4. Data dan Sumber Data

a. Data

Data adalah sebagai bahan keterangan tentang kejadian nyata atau fakta-fakta yang dirumuskan dalam sekelompok lambang tertentu yang tidak acak yang menunjukkan jumlah, tindakan, atau hal. Data yang digunakan untuk memberikan suatu gambaran, keadaan atau kejadian, suara, angka, matematika, bahasa ataupun simbol-simbol yang dapat dipahami untuk melihat objek, kejadian ataupun suatu konsep yang ada disekitar lingkungan.²⁰ Dalam penelitian ini peneliti memerlukan data-data berikut ini:

1. Data tentang promosi penjual dalam transaksi jual beli *preset Lightroom* pada akun *Instagram @ruangterang_id*.
2. Data tentang kepemilikan barang yang dijadikan sebagai objek pada transaksi jual beli *preset Lightroom* pada akun *Instagram @ruangterang_id*.

b. Sumber Data

Sumber data adalah sumber yang diperlukan yang berupa informasi yang peneliti dapatkan dari informan. Informan disini adalah pihak-pihak yang paham tentang pelaksanaan jual beli *preset Lightroom* pada akun *Instagram @ruangterang_id* yang pemilik

²⁰ Albi Agianto, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 212.

akun tersebut berada di wilayah Kecamatan Slahung, Kabupaten Ponorogo.

1) Sumber Data Primer

Sumber data primer yaitu sumber data berupa teks hasil wawancara dan diperoleh melalui wawancara dengan informan yang sedang dijadikan subjek dalam penelitian ini, yang diperoleh pertama kali dan dikumpulkan oleh peneliti melalui upaya pengambilan data lapangan sebagai data mentah.²¹ Sumber primer diperoleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian, dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara para pihak yang terkait jual beli *preset Lightroom* diantaranya adalah berikut ini:

- a. Hasan Sukma, 22 Tahun, Slahung Ponorogo,
- b. Qoris Andi, 21 Tahun, Dolopo Madiun,
- c. Miftahul Huda, 22 Tahun, Sambit Ponorogo,
- d. Adi Prabowo, 21 Tahun, Lembeyan Magetan,
- e. Bima Triwibawa Sakti, 22 Tahun, Bungkal Ponorogo,
- f. Rezanurca, 19 Tahun, Slahung Ponorogo,
- g. Surya Abdul Aziz, 22 Tahun, Jl. Sumatra Ponorogo,
- h. Geztiyas, 22 Tahun, Babadan Ponorogo,
- i. Anjas, 22 Tahun, Madiun,
- j. Devi Luvyta, 22 Tahun, Babadan Ponorogo.

²¹ Jonathan Sarwono, *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif* (Yogyakarta: Ghara Ilmu, 2006), 209.

2) Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber atau informasi data yang dijadikan sebagai data pendukung yang berkaitan dengan penelitian. Data pendukung ini diperoleh peneliti dari penelitian sebelumnya berupa ensiklopedia, buku, artikel, jurnal, dan semua data tertulis yang berkaitan dengan etika bisnis Islam untuk dipelajari penerapannya pada jual beli *preset Lightroom* di akun *Instagram @ruangterang_id*.²²

5. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan suatu prosedur yang sistematis dan baku untuk memperoleh data yang diperlukan dalam suatu penelitian. Sedangkan data adalah bahan keterangan tentang suatu objek penelitian yang diperoleh selama melakukan penelitian.²³ Pengumpulan data dapat dilakukan melalui berbagai jenis setting, sumber, dan cara. Bila dilihat dari cara atau teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, dapat dilakukan dengan metode berikut ini:

a. Observasi

Observasi merupakan tindakan atau proses pengambilan informasi melalui media pengamatan. Pengamatan pada penelitian ini dilakukan pada media *Instagram* dengan nama akun

²² Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2010), 194.

²³ Mamik, *Metodologi Penelitian* (Sidoarjo: Zifatama, 2015), 103.

@ruangterang_id. Akun @ruangterang_id dibuat oleh Hasan Sukma sebagai *owner*, yang berada di wilayah Kecamatan Slahung, Kabupaten Ponorogo. Pada akun @ruangterang_id ini memuat kegiatan jual beli *preset Lightroom*, dari hasil pengamatan peneliti mendapatkan data terkait harga jual *preset* dan harga promosi pada akun @ruangterang_id.²⁴

b. *Interview* (wawancara)

Wawancara adalah suatu percakapan tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih yang duduk berhadapan secara fisik dan diarahkan pada suatu masalah tertentu.²⁵ Teknik wawancara pada penelitian ini dilakukan dengan tanya jawab melalui media chat *WhatsApp* dan bertatap muka secara langsung dengan narasumber. Hasil wawancara pada penelitian ini berupa *screenshot* chat *WhatsApp*, catatan buku dan melalui audio perekam. Dalam wawancara ini, peneliti memilih *owner* @ruangterang_id Hasan Sukma yang berada di wilayah Kecamatan Slahung, Kabupaten Ponorogo, sebagai narasumber utama dalam jual beli *preset Lightroom* dan beberapa konsumen sekaligus pengguna *preset* yang dijual pada akun *Instagram* @ruangterang_id.

²⁴ Mamik, *Metodologi Penelitian*, 104.

²⁵ Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial* (Bandung: Mandar Maju, 1996),

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu cara pengumpulan data yang menghasilkan catatan penting yang didalamnya memuat masalah yang diteliti, sehingga akan diperoleh data yang akurat, dan bukan berdasarkan perkiraan. Untuk melengkapi data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan bukti terkumpul, maka pelaksanaan dokumentasi ini sangat penting untuk menguatkan data-data yang ada.²⁶ Data-data yang dimaksud berupa, *screnshot* chat *WhatsApp*, catatan buku, rekaman suara, dan foto dari hasil melakukan wawancara dengan *owner @ruangterang_id* dan beberapa konsumen sekaligus pengguna *preset Lightroom*.

6. Analisis Data

Untuk memperoleh pengoprasian data dalam sebuah penelitian digunakan metode pembahasan:

- a. Metode induktif, yaitu suatu cara atau jalan yang dipakai untuk mendapatkan ilmu pengetahuan dengan bertitik tolak dari pengamatan atas hal atau masalah yang bersifat khusus kemudian menarik kesimpulan yang bersifat umum.²⁷
- b. Metode deduktif, yaitu pembahasan yang diawali dengan menggunakan kenyataan yang bersifat umum dari hasil penelitian kemudian diakhiri dengan kesimpulan yang bersifat khusus.²⁸

²⁶ Basrowi, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2008), 158-160.

²⁷ Sudarto, *Metodologi Penelitian Filsafat* (Jakarta: PT Raja Grafindo, 1996), 57-58.

²⁸ Sutisno Hadi, *Metodologi Reseach Jilid 1* (Yogyakarta: Andi Publiser, 2004), 42.

Adapun metode pembahasan yang digunakan pada penelitian ini adalah metode induktif, dimana peneliti mengamati masalah yang bersifat umum kemudian menarik kesimpulan yang bersifat khusus. Peneliti mengamati kegiatan jual beli pada akun @ruangterang_id melalui media aplikasi *Instagram*. Selain itu, peneliti juga mewawancarai *owner* dan beberapa konsumen sekaligus pengguna *preset Lightroom* dari akun ruangterang_id. Selanjutnya hasil dari pengamatan dan wawancara dibandingkan dengan teori-teori dan dalil-dalil yang ada, kemudian dianalisis dan akhirnya ditarik suatu kesimpulan.

7. Pengecekan Keabsahan Data

Data yang diperoleh di lapangan adalah fakta yang masih mentah dan memerlukan proses pengolahan atau analisis lebih lanjut menjadi data yang dapat dipertanggungjawabkan.²⁹ Dalam hal ini peneliti harus mempertegas teknik yang digunakan dalam mengadakan pengecekan keabsahan data yang ditemukan. Teknik yang digunakan dalam menguji keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi, sebagai berikut:

- a. Triangulasi sumber yaitu peneliti mencari informasi lain tentang topik yang dikajinya dari sumber atau partisipan lain, karena pada prinsipnya semakin banyak sumber maka akan semakin baik hasilnya. Untuk menguji kredibilitas data dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber dengan

²⁹ Albi Anggito, *Metode Penelitian Kualitatif*, 214.

melakukan wawancara dan beberapa informan yakni pihak *owner* akun *Instagram* @ruangterang_id Hasan Sukma yang berada di wilayah Kecamatan Slahung, Kabupaten Ponorogo dan beberapa konsumen sekaligus pengguna *preset Lightroom* dari akun *Instagram* @ruangterang_id.³⁰

- b. Triangulasi metode merupakan jenis triangulasi dengan memadukan atau menggunakan lebih dari satu metode dalam menganalisis data penelitian.³¹ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode wawancara dan observasi pada *owner* akun *Instagram* @ruangterang_id Hasan Sukma yang berada di wilayah Kecamatan Slahung, Kabupaten Ponorogo dan beberapa konsumen sekaligus pengguna *preset Lightroom* dari akun *Instagram* @ruangterang_id.
- c. Triangulasi waktu yaitu melakukan pengecekan keabsahan data pada sumber yang sama pada waktu atau kesempatan lain yang berbeda yaitu dengan mengamati akun *Instagram* @ruanterang_id yang *owner* tersebut berada di wilayah Kecamatan Slahung, Kabupaten Ponorogo dan beberapa konsumen sekaligus pengguna *preset Lightroom* dari akun *Instagram* @ruanterang_id.³²

G. Sistematika Pembahasan

Untuk mendapatkan gambaran yang menyeluruh sehingga menimbulkan adanya keterkaitan antara bab yang satu dengan bab-bab yang

³⁰ Lexy J. Meleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: ROSDA, 2018), 247.

³¹ Mamik, *Metodologi Penelitian*, 135.

³² *Ibid.*, 136.

lain dan untuk mempermudah dalam proses penulisan skripsi ini maka perlu adanya sistematika pembahasan. Oleh karena itu peneliti mengelompokkan skripsi ini menjadi lima bab. Masing-masing bab terbagi menjadi beberapa sub bab. Adapun sistematika pada penulisan skripsi ini melalui beberapa tahap bahasan yaitu:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab ini memuat gambaran secara umum skripsi yang meliputi: latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini berisi landasan teori yang digunakan untuk menganalisis permasalahan yang diangkat dalam skripsi ini yaitu menguraikan etika bisnis Islam terhadap jual beli *preset Lightroom*. Dalam hal ini peneliti akan menguraikan bab-bab yang membahas tentang pengertian etika bisnis Islam, prinsip-prinsip etika bisnis Islam, jual beli, pengertian *Aplikasi, Preset* dan *Lightroom*.

BAB III : ETIKA BISNIS ISLAM DALAM JUAL BELI *PRESET LIGHTROOM* DI AKUN *INSTAGRAM @RUANGTERANG_ID*

Dalam bab ini membahas gambaran umum *preset*

Lightroom pada profil akun *Instagram* @ruangterang_id dan membahas mengenai promosi penjual dalam transaksi jual beli *online preset Lightroom* menggunakan media *smartphone*, dimana dalam promosi penjual tersebut terdapat ketidakjelasan spesifikasi barang yang dijadikan sebagai objek transaksi jual beli dan mengenai kepemilikan barang berupa efek *preset* yang dijadikan sebagai objek pada transaksi jual beli *preset Lightroom* di akun *Instagram* @ruangterang_id.

BAB IV : ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM DALAM JUAL BELI PRESET LIGHTROOM DI AKUN INSTAGRAM @RUANGTERANG_ID

Dalam bab ini merupakan inti dari pembahasan skripsi. Bab ini memuat analisis etika bisnis Islam dalam promosi penjual pada transaksi jual beli *preset Lightroom* di akun *Instagram* @ruangterang_id dan analisis etika bisnis Islam dalam hal kepemilikan barang berupa efek *preset* yang dijadikan sebagai objek pada transaksi jual beli *preset Lightroom* di akun *Instagram* @ruangterang_id.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab akhir ini meliputi: kesimpulan dan saran-saran. Adapun pada bagian akhir skripsi ini berisi daftar pustaka, lampiran-lampiran dan daftar riwayat hidup.

BAB II

LANDASAN TEORI ETIKA BISNIS ISLAM DAN JUAL BELI *PRESET LIGHTROOM*

A. Hakikat Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika

Etika berasal dari bahasa Yunani *ethos* artinya kebiasaan (*custom*) atau karakter (*character*) dalam kata lain seperti dalam pemaknaan dan kamus Webster berarti karakter istimewa, sentiment, tabiat moral, atau keyakinan yang membimbing seseorang, kelompok atau institusi.¹ Dalam bentuk jamaknya (*ta etha*) memiliki arti “adat istiadat atau “kebiasaan”. Suatu adat dapat membangun aturan kuat di masyarakat, yaitu berupa tindakan dalam mengikuti aturan-aturan, dan adanya aturan tersebut telah membentuk moral masyarakat dalam menghargai adat istiadat yang berlaku di masyarakat.² Moral berasal dari bahasa Latin ‘*mos*’ (dengan bentuk jamak, yaitu ‘*mores*’) yang memiliki arti adat dan cara hidup. “*Mores*” dalam bahasa Inggris berarti bahwa moralitas merupakan sebutan umum bagi keputusan moral, standar moral, dan aturan-aturan berperilaku yang berangkat dari nilai-nilai etika.³ Etika merupakan suatu

¹ Faisal Badroen, Suhendar, M. Arief Mufraeni&Ahmad D Bashori, *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Prenamedia Grup, 2006), 4-5.

² Nur Dinah Fauziah, Muawanah dan Sundari, *Etika Bisnis Syariah* (Malang: Literasi Nusantara, 2019), 3.

³ Ahmad D Bashori, *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Prenamedia Grup, 2006), 6.

garis yang membedakan antara benar dan salah. Manusia memiliki perbedaan pendapat soal ukuran yang benar dan yang salah diantaranya:⁴

- a. Ukuran atau kriteria benar dan salah ditentukan oleh rasio manusia, antara manusia dengan rasio dan akal yang mampu mencapai dan menemukan suatu kebenaran.
- b. Ukuran benar dan salah merupakan urusan Tuhan Yang Maha Tahu yang menciptakan manusia. Dalam menentukan benar dan salah setiap agama tentu memiliki perbedaan, karena pada dasarnya saat manusia terlahir pendapat seperti itu sudah ada.

Dalam Islam, tidak ada pemisahan antara ekonomi dengan akhlak (etika). Adapun dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) etika dijelaskan dengan arti ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral (akhlak). Etika sebagai kumpulan asas atau nilai yang dianut suatu golongan atau masyarakat yang berkenaan dengan akhlak, serta nilai mengenai benar dan salah.⁵ Dalam kutipan buku *Kuliah Etika* mendefinisikan etika secara terminologis sebagai studi yang sistematis tentang tabiat konsep nilai, baik, buruk, harus, benar, salah, dan suatu ketentuan umum yang membenarkan kita untuk mengaplikasikannya atas apa saja sesuai dengan prinsip etika.⁶ Etika dapat dimaknai sebagai dasar moralitas seseorang dan juga sebagai filsuf dalam berperilaku. Etika merupakan cabang Ilmu filosofi yang berkaitan

⁴ Sofyan S. Harahap, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam* (Jakarta: Salemba Empat, 2011), 7.

⁵ Departemen Pendidikan Dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2001), 309.

⁶ Bashori, *Etika Bisnis dalam Islam*, 7.

dengan pemikiran sebagai usaha sistematis yang menggunakan rasio untuk menafsirkan pengalaman moral individu dan sosial melalui pengendalian perilaku manusia serta nilai-nilai yang berbobot agar dapat dijadikan sebagai pedoman hidup.⁷ Etika terwujud dalam kesadaran moral (moral *consciousness*) yang memuat suatu keyakinan. Etika dalam arti terminologi dekat dengan istilah dalam Al-Qur'an *al-khuluq* yang berarti tabi'at, budi pekerti, kebiasaan, kesatriaan dan keprawiraan.⁸

2. Pengertian Bisnis Islam

Bisnis berasal dari bahasa Inggris "*Business*" yang berarti perusahaan, urusan, usaha, atau kegiatan usaha. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), bisnis diartikan sebagai usaha dagang, usaha komersial di dunia perdagangan dan bidang usaha.⁹ Kata bisnis dalam Al-Qur'an biasanya yang digunakan adalah *al- tijārah*, *al- bāy'*, *tadayantum*, dan *isyara*.¹⁰ Seringkali kata yang digunakan yaitu *al- tijārah* dan dalam bahasa Arab *tijārah* yang bermakna berdagang. Bisnis merupakan suatu pertukaran barang, jasa, ataupun uang yang saling menguntungkan antara satu dengan yang lain atau saling memberikan manfaat. Bisnis dimaknai sebagai "*the buying and selling of goods and service*".

Bisnis dipengaruhi bukan hanya oleh situasi dan kondisi ekonomi, melainkan juga oleh perubahan-perubahan sosial, politik, ekonomi dan

⁷ Harahap, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, 16.

⁸ Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*, 5.

⁹ Agung Eko Purwana, *Hukum Ekonomi* (Ponorogo: STAIN PO PRESS, 2011), 91.

¹⁰ Ahmad Hulaimi, Sahri & Moh. Huzaini, "Etika Bisnis Islam Dan Dampaknya Terhadap Kesejahteraan Pedagang Sapi," *JEBI Jurnal Etika Bisnis Islam*, 1 (2017), 21.

teknologi serta pergeseran-pergeseran sikap dan cara pandang para stakeholdernya.¹¹ Bisnis bertujuan untuk memaksimalkan nilai (ekonomi) bagi pemiliknya, tetapi tetap perlu mempertimbangkan segala sesuatu yang dapat mempengaruhi pencapaian suatu perusahaan. Tujuan bisnis untuk memaksimalkan keuntungan bagi pemilik perusahaan dapat dicapai secara lebih baik yaitu dengan memperhatikan manusia, memanusiakan manusia dan melakukan langkah-langkah yang harmonis dengan seluruh stake holders, seluruh partisipan dan lingkungan tempat perusahaan.

Islam mewajibkan setiap muslim (khususnya) untuk bertanggung jawab dalam hal bekerja. Bekerja merupakan salah satu sebab pokok yang memungkinkan manusia mencari nafkah (rizki). Disamping anjuran mencari rizki, Islam juga mewajibkan aspek pemerolehan dalam mencari rizki.¹² Bisnis berlangsung karena adanya kebergantungan antar individu, adanya peluang internasional, usaha untuk mempertahankan dan meningkatkan standar hidup, dan lain sebagainya. Bisnis dipahami sebagai suatu kegiatan usaha individu (privat) yang terorganisasi atau melembaga, untuk menghasilkan produk dan menjual barang atau jasa tersebut guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Bisnis bertujuan untuk mendapatkan keuntungan (*profit*), mempertahankan kelangsungan hidup suatu perusahaan, pertumbuhan

¹¹ Fitri Amalia, "Etika Bisnis Islam: Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil", *Jurnal Etika Bisnis Islam*, 1 (Jakarta: FEB UIN Syarif Hidayatullah, 2013), 118.

¹² Veritzal Rivai, Amir Nuruddin, Faisar Ananda Arfa, *Business and Economic Ethics*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012), 3.

sosial, dan tanggung jawab sosial. *Profit* berperan penting dalam suatu perusahaan karena banyak dijadikan sebagai alasan tunggal di dalam menjalankan bisnis.¹³

3. Pengertian Etika Bisnis Islam

Etika bisnis merupakan salah satu upaya pemersatu (*internal intergration*) yang diusahakan oleh pemimpin perusahaan guna meningkatkan daya tahan bisnisnya. Hal tersebut, dilakukan dengan mengindahkan prinsip-prinsip pengelolaan usaha yang baik (*good corporate governance*) sekaligus memenuhi kewajibannya sebagai warga masyarakat yang bertanggungjawab (*corporate social responsibility*). Etika bisnis Islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah dan selanjutnya tentu melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntunan perusahaan.¹⁴ Etika bisnis sebagai perangkat baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis berarti seperangkat bisnis dan norma di mana para pelaku bisnis harus komit padanya dalam berinteraksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai tujuan-tujuan bisnis kedepannya. Etika dalam bisnis, A. Sonny Keraf, mengatakan “jika bisnis tidak punya etika, apa gunanya kita berbicara mengenai etika dan apa gunanya kita berusaha merumuskan

¹³ Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Jakarta: Kencana, 2013), 3.

¹⁴ Ahmad Hulaimi, *Etika Bisnis Islam Dan Dampaknya Terhadap Kesejahteraan Pedagang Sapi*, 21.

berbagai prinsip moral yang dapat dipakai dalam bidang kegiatan yang bernama bisnis”.¹⁵

Etika bisnis Islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran, sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar.¹⁶ Etika bisnis dalam pandangan agama Islam yaitu memiliki etika yang senantiasa memelihara kejernihan aturan agama yang jauh dari keserakahan dan egoisme. Dalam Etika Bisnis Islam juga dipahami sebagai bentuk aktivitas yang tidak dibatasi baik dari jumlah (kuantitas), kepemilikan hartanya (barang atau jasa), dan juga termasuk profitnya dapat dibatasi dalam hal cara memperoleh ataupun pendayagunaan hartanya (ada aturan halal dan haram). Hal tersebut, menjelaskan bahwa Islam mewajibkan setiap muslim, khususnya yang memiliki tanggung jawab untuk bekerja dapat melakukan pekerjaannya dengan benar agar mendapatkan rejeki yang halal. Halal adalah segala objek atau kegiatan yang diizinkan untuk digunakan atau dilaksanakan, atau untuk menunjukkan makanan dan minuman yang dikonsumsi sesuai dalam agama Islam. Dimana pelaksanaan bisnis tetap berpegang pada ketentuan syari'at aturan-aturan dalam Al-Qur'an. Dengan kata lain, syari'at

¹⁵ Nur Dinah Fauziah, Muawanah dan Sundari, *Etika Bisnis Syariah* (Malang: Literasi Nusantara, 2019), 7.

¹⁶ Erly Juliyani, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*, 65.

merupakan nilai utama yang menjadi payung strategis maupun taktik bagi pelaku kegiatan bisnis.¹⁷

Sebagaimana Firman Allah dalam QS. An-Nisā : 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا¹⁸

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan atau perdagangan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.¹⁹

Sebagaimana Firman Allah dalam QS. An-Nūr : 37

رِجَالٌ لَا تُلْهِهِمْ تِجَارَةٌ وَلَا بَيْعٌ عَنْ ذِكْرِ اللَّهِ وَإِقَامِ الصَّلَاةِ وَإِيتَاءِ الزَّكَاةِ يَخَافُونَ يَوْمًا تَتَقَلَّبُ فِيهِ الْقُلُوبُ وَالْأَبْصَارُ²⁰

Laki-laki yang tidak dilalaikan oleh perniagaan dan tidak (pula) oleh jual beli dari mengingat Allah, dan (dari) mendirikan sembahyang, dan (dari) membayarkan zakat. Mereka takut kepada suatu hari yang (di hari itu) hati dan penglihatan menjadi guncang (hari kiamat).²¹

Sebagaimana Firman Allah dalam QS. At-Taubah : 24

قُلْ إِنْ كَانَ ءَابَاؤُكُمْ وَأَبْنَاؤُكُمْ وَإِخْوَانُكُمْ وَأَزْوَاجُكُمْ وَعَشِيرَتُكُمْ وَأَمْوَالٌ أُقْتِرَفْتُمُوهَا وَبِخْرَةٌ تَخْشَوْنَ كَسَادَهَا وَمَسْكِنٌ تَرْضَوْنَهَا أَحَبَّ إِلَيْكُمْ مِنَ اللَّهِ

¹⁷ Veithzal Rivai, *Islamic Business and economic etchi: Mengacu Pada Al-Qur'an dan Mengikuti Jejak Rasullullah saw dalam Bisnis, Keuangan dan Ekonomi*, 2-3.

¹⁸ Al-Qurān, 4: 29.

¹⁹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Surakarta: Media Insani Publishing, 2007), 83.

²⁰ Al-Qurān, 24: 37.

²¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Surakarta: Media Insani Publishing, 2007), 355.

وَرَسُولِهِ فِي سَبِيلِهِ فَتَرَبَّصُوا حَتَّى يَأْتِيَ اللَّهُ بِأَمْرِهِ ۗ وَاللَّهُ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الْفَاسِقِينَ

22

Katakanlah, jika bapak-bapakmu, anak-anakmu, saudara-saudaramu, istri-istrimu, keluargamu, harta kekayaan yang kamu usahakan, perdagangan yang kamu khawatirkan kerugiannya, dan rumah-rumah tempat tinggal yang kamu sukai, lebih kamu cintai daripada Allah dan Rasul-Nya serta berjihad di jalan-Nya, maka tunggulah sampai Allah memberikan keputusan-Nya. Dan Allah tidak memberi petunjuk kepada orang-orang yang fasik.²³

B. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam

Untuk membangun kultur bisnis yang sehat hendaknya sesuai dengan ketentuan umum prinsip-prinsip etika bisnis Islam adalah sebagai berikut:²⁴

1. Prinsip Kesatuan Tauhid (*Unity*)

Prinsip kesatuan dimaksudkan bahwa sumber utama etika Islam adalah kepercayaan total dan murni terhadap kesatuan (keesaan) Allah Swt.²⁵ Pada prinsip etika bisnis Islam kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep tauhid, memudahkan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial menjadi keseluruhan yang homogen, serta mengutamakan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh. Konsep tauhid merupakan (dimensi vertikal) Islam yang berarti Allah sebagai Tuhan Yang Maha Esa menetapkan batas-batas

²² Al-Qurān, 9: 24

²³ Departemen Agama RI, *Al- Qur'an dan Terjemahnya*, (Surakarta: Media Insani Publishing, 2007), 190.

²⁴ Nur Dinah Fauziah, *Etika Bisnis Syariah*, 11.

²⁵ Erly Juliyani, *Etika Bisnis Dalam Prespektif Islam*, 67.

tertentu atas perilaku manusia sebagai khalifah, untuk memberikan manfaat pada individu tanpa mengorbankan hak-hak individu lainnya.²⁶

Dalam penerapan prinsip kesatuan ini, seorang pengusaha muslim tidak akan berbuat hal-hal berikut:²⁷

- a. Deskriminatif terhadap pekerja, pemasok, pembeli atau siapa pun pemegang saham perusahaan atas dasar ras, jenis kelamin atau agama.
- b. Dapat dipaksa untuk berbuat tidak etis, karena ia hanya takut dan cinta kepada Allah
- c. Menimbun kekayaan dengan penuh keserakahan karena konsep amanah sangat penting bagi seorang muslim dan semua harta hanya bersifat sementara maka harus digunakan dengan bijaksana.

2. Prinsip Keseimbangan (*Equilibrium/ Adil*)

Dalam aktivitas bisnis dan dunia kerja, Islam mewajibkan 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 berlaku sebagai *stakhoder* dari perilaku adil seseorang.²⁸ Prinsip keadilan ini memiliki arti bahwa pedagang yang tidak menzalimi dan tidak dizalimi terdapat dalam (Al-Baqarah) yang artinya transaksi yang terjadi dalam pertukaran barang atau jasa dengan alat tukar uang mampu memberikan keadilan bagi kedua belah pihak.²⁹ Saling menguntungkan dan tidak ada satupun pihak yang merasa

²⁶ Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*, 89.

²⁷ Rafik Isa Beekun, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: Pustaka pelajar, 2007), 3.

²⁸ Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*, 91-94.

²⁹ DhikaAmalia, *Pengantar Pemasaran Islam*, 126-127.

dirugikan atas adanya transaksi tersebut. Kedua belah pihak ikhlas melakukannya tanpa campur tangan pihak lain ataupun intervensi pihak lain. Moralitas seseorang adalah bagian dari risiko dalam berbisnis untuk itu menjadikan keseimbangan moral sangatlah penting bagi umat muslim mengarahkan untuk tidak membikin *madharaat* (kesulitan) dan *maftsadaat* (kerusakan). Dalam Islam melarang untuk menipu walaupun hanya ‘sekedar’ membawa sesuatu pada kondisi yang menimbulkan keraguan sekalipun.

3. Prinsip Kehendak Bebas (*Free Will*)

Kebebasan merupakan bagian terpenting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu di buka lebar, tidak ada batasan pendapat 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, sedekah.³⁰ Penerapan kehendak bebas dalam etika bisnis Islam ialah manusia memiliki kebebasan untuk membuat kontrak dan menepatinya ataupun mengingkarinya. Seorang muslim yang telah menyerahkan hidupnya pada kehendak Allah akan menepati semua kontrak yang telah ia buat.³¹

³⁰ Nur Dinah Fauziah, *Etika Bisnis Syariah*, 12.

³¹ Beekun, *Etika Bisnis Islam*, 39.

4. Prinsip Tanggung Jawab (*Responsibility*)

Tanggung jawab berarti setiap orang akan diadili atas apa yang mereka lakukan sekecil apapun. Sehingga dalam proses perdagangannya segala hal harus dipertanggungjawabkan kepada Allah Swt. Islam sangat menekankan pada prinsip tanggung jawab, walaupun tidaklah berarti mengabaikan kebebasan individu, ini berarti bahwa yang dikehendaki ajaran Islam adalah kebebasan yang bertanggung jawab. Manusia harus berani mempertanggungjawabkan segala pilihannya tidak saja di hadapan manusia, bahkan yang paling penting adalah di hadapan Allah.³²

Karena pada dasarnya, setiap individu mempunyai hubungan langsung dengan Allah. Tidak ada perantara sama sekali. Nabi Saw s sendiri hanyalah seorang utusan (rasul) atau kendaraan untuk melewati petunjuk Allah yang diwahyukan untuk kepentingan umat manusia. Ampunan harus diminta secara langsung dari Allah. Tidak ada seorang pun memiliki otoritas untuk memberikan keputusan atas nama-Nya. 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.³³

³² Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islami Tataran Teoritis dan Praktis* (Malang: UIN Malang Press, 2008), 67-68.

³³ Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*, 100-101.

5. Prinsip Kebenaran, Kebajikan dan Kejujuran (*Benevolence*)

Benevolence artinya kebajikan dimana dalam melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut dan berbuat baik seakan-akan melihat Allah, jika tidak mampu, maka yakinlah Allah melihat. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi) proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan.³⁴ Dengan prinsip kebenaran tersebut maka etika bisnis Islam akan menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerjasama ataupun perjanjian dalam bisnis.³⁵

Dalam etika bisnis Islam sangat penting menerapkan sikap taqwa (sungkan kepada Allah, untuk selalu taat kepadaNya), dengan adanya sikap taqwa seorang pebisnis akan melakukan usaha-usaha bisnis dengan cara-cara yang legal dan halal serta jauh dari praktik-praktik bisnis yang mengeksploitasi, dan merugikan bagi pihak-pihak lain yang terlibat bisnis dengannya.³⁶

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

³⁴ Nur Dinah Fauziah, *Etika Bisnis Syariah*, 13.

³⁵ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam* (Bandung: Alfabeta, 2013), 45-46.

³⁶ Nasharudin Baidan & Erwati Aziz, *Etika Islam dalam Berbisnis* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014), 177.

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

C. Jual Beli (*Bāy'*)

1. Definisi Jual Beli

Jual beli dalam fiqh disebut dengan *al-bāy'* yang berarti menjual, mengganti, dan menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain.³⁷ Lafal *al-bāy'* dalam terminologi fiqh terkadang dipakai untuk pengertian lawannya, yaitu lafal *al-Shīra* yang berarti membeli. Dengan demikian, *al-bāy'* mengandung arti menjual sekaligus membeli atau jual beli. Sedangkan menurut syara' artinya menukar harta dengan harta menurut cara-cara tertentu.³⁸ Secara terminologi, jual beli merupakan suatu transaksi yang dilakukan oleh pihak penjual dengan pihak pembeli terhadap sesuatu barang atau jasa dengan harga yang disepakati bersama. Dapat dipahami bahwa jual beli adalah suatu perjanjian tukar-menukar barang atau benda yang memiliki nilai, secara sukarela diantara dua belah pihak, salah satu pihak menerima benda dan pihak lainnya menerima uang sebagai kompensasi barang, sesuai dengan perjanjian dan ketentuan yang telah dibenarkan dan disepakati untuk memberikan konsekuensi kepemilikan barang atau jasa secara permanen.³⁹ Menurut pengertian syari'at jual beli ialah pertukaran harta atas dasar saling rela atau memindahkan milik dengan ganti yang dapat dibenarkan.⁴⁰

³⁷ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2013), 101.

³⁸ Nur Dinah Fauziah, *Etika Bisnis Syariah*, 24.

³⁹ Tim Laskar Pelangi, *Metodologi Fiqih Muamalah* (Kediri: Lirboyo Press, 2013), 2.

⁴⁰ Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah* (Bandung: PT AL-Ma'arif, 1998), 47-48.

Adapun definisi jual beli (*bāy'*) secara terminologis (istilah) diungkapkan oleh para ulama sebagaimana berikut:⁴¹

- a. Menurut Hanafiyah jual beli merupakan saling tukar menukar sesuatu yang disenangi dengan semisalnya dan kepemilikan harta dengan cara tukar-menukar dengan harta lainnya pada jalan yang telah ditentukan melalui ijab dan *ta'athi* (saling menyerahkan).
- b. Menurut Malikiyah jual beli merupakan akad saling tukar-menukar terhadap selain manfaat atau akad saling tukar-menukar terhadap bukan manfaat, bukan termasuk senang-senang, adanya saling tawar-menawar, salah satu yang dipertukarkan itu bukan termasuk emas dan perak, bendanya tertentu dan bukan dalam bentuk zat benda.
- c. Menurut Syafi'iyah jual beli merupakan akad saling tukar-menukar yang bertujuan memindahkan kepemilikan barang atau manfaatnya yang bersifat abadi.
- d. Menurut Hanabilah jual beli merupakan saling tukar-menukar harta dengan harta dengan tujuan memindahkan kepemilikan.

2. Landasan Hukum Jual Beli

Sebagaimana Firman Allah dalam QS. An-Nisā : 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا⁴²

Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam jalan perniagaan atau perdagangan yang berlaku atas dasar suka

⁴¹ Enang Hidayat, *Fiqh Jual Beli* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015), 11-12.

⁴² Al-Qurān, 4: 29.

sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh Allah Maha Penyayang kepadamu.⁴³

Sebagaimana Firman Allah dalam QS.Al-Baqarah : 275

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا⁴⁴

Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.⁴⁵

3. Rukun dan Syarat Jual Beli

Jual beli mempunyai rukun dan syarat yang harus dipenuhi, sehingga jual beli dapat dikatakan sah oleh *syara'*.⁴⁶ rukun jual beli ada tiga, yaitu diantaranya adalah berikut:⁴⁷

- a. Pelaku transaksi, yaitu penjual dan pembeli
- b. Objek transaksi, yaitu harga dan barang
- c. Akad (transaksi), yaitu segala tindakan yang dilakukan kedua belah pihak yang menunjukkan mereka sedang melakukan transaksi, baik tindakan itu berbentuk kata-kata maupun perbuatan.

Adapun perbedaan pendapat mengenai rukun jual beli, menurut ulama Hanafiyah rukun jual beli hanya satu, yaitu *ijab* (ungkapan membeli dari pembeli) dan *qabul* (ungkapan menjual dari penjual). Mereka berpendapat bahwa rukun dalam jual beli itu hanyalah kerelaan antara penjual dan pembeli, akan tetapi karena unsur kerelaan itu

⁴³ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Surakarta: Media Insani Publishing, 2007), 83.

⁴⁴ Al-Qur'an, 2: 275.

⁴⁵ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Surakarta: Media Insani Publishing, 2007), 47.

⁴⁶ Munir Salim, "Jual Beli Secara Online Menurut Pandangan Hukum Islam", *Al Daulah*, 2 (2017), 372.

⁴⁷ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, 102.

merupakan unsur hati yang sulit untuk diindera sehingga tidak kelihatan, maka diperlukan indikasi yang menunjukkan kerelaan dari kedua belah pihak dalam bentuk perkataan, yaitu *ijab* dan *qabul* yaitu saling memberi (penyerahan barang dan penerimaan uang). Sementara menurut Malikiyah, rukun jual beli ada tiga, yaitu 1) *'aqidayn* (dua orang yang berakad, yaitu penjual dan pembeli); 2) *ma'qud 'alayh* (barang yang diperjualbelikan dan nilai tukar pengganti barang); 3) *shighat* (ijab dan qabul). Ulama Syafi'iyah juga berpendapat yang sama dengan Malikiyah, sementara ulama Hanabilah berpendapat sama dengan Hanafiyah. Jual beli belum bisa dikatakan sah sebelum dilakukan adanya *ijab dan qabul* yang menunjukkan kerelaan (keridhaan) pada barang atau jasa yang diperjualbelikan. Dalam transaksi bisnis Islam, kepercayaan dimulai dengan pelaksanaan transaksi (akad/'*aqad*) yang sesuai dengan Al-Qur'an dan Al-Hadist.⁴⁸ Segala pelaksanaan transaksi bertujuan untuk meniadakan angka penipuan, persengketaan, ataupun segala macam dampak negatif yang timbul dari suatu transaksi. Akad adalah salah satu awal mula terjadinya suatu transaksi bisnis, yang ketika akad dijalani dengan *fair*, maka akan menghasilkan *profit* dan *benefit* yang halal dan berkah. Pada dasarnya *ijab qabul* dilakukan dengan lisan, tetapi kalau tidak mungkin, misalnya bisu atau yang lainnya, boleh *ijab qabul* dengan surat-menyurat yang mengandung arti *ijab dan qabul*.⁴⁹

⁴⁸ Fauzia, *Etika Bisnis dalam Islam*, 15-17.

⁴⁹ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: PT Rajawali Press, 1997), 49.

Suatu jual beli tidak sah bila tidak terpenuhi dalam suatu akad, tujuh syarat diantaranya adalah berikut ini:⁵⁰

- a. Saling rela antara kedua belah pihak. Kerelaan antara kedua belah pihak untuk melakukan transaksi syarat mutlak keabsahannya.
- b. Pelaku akad adalah orang yang dibolehkan melakukan akad, yaitu orang yang telah balig, berakal, dan mengerti. Maka, akad yang dilakukan anak di bawah umur, orang gila, atau idiot tidak sah kecuali dengan seizin walinya.
- c. Harta yang menjadi objek transaksi telah dimiliki sebelumnya oleh kedua pihak. Maka, tidak sah jual beli barang yang belum dimiliki tanpa seizin pemiliknya.
- d. Objek transaksi adalah barang yang dibolehkan agama. Maka tidak boleh menjual barang yang haram.
- e. Objek transaksi adalah barang yang bisa diserahkan. Maka tidak sah jual mobil hilang, burung di angkasa karena tidak dapat diserahkan.
- f. Objek jual beli diketahui kedua belah pihak saat akad. Maka tidak sah menjual barang yang tidak jelas. Misalnya, pembeli harus melihat terlebih dahulu barang atau spesifikasi barang.
- g. Harga harus jelas saat transaksi.

⁵⁰ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, 104-105.

D. Aplikasi, Preset, dan Lightroom

Aplikasi berasal dari bahasa Inggris *Application* dengan arti penerapan atau penggunaan.⁵¹ Aplikasi adalah sebuah perangkat lunak atau program yang diciptakan dan dikembangkan untuk melakukan tugas-tugas tertentu pada perangkat *computer* dan *smartphone*. Aplikasi sendiri terbagi menjadi 3 jenis yakni, *Aplikasi desktop*, yang dijalankan pada *computer* atau *pc*, *Aplikasi web* yang dijalankan menggunakan *computer* dengan koneksi internet dan *Aplikasi mobile* yang dijalankan di perangkat *mobile*. Menurut kamus *computer*, aplikasi mempunyai arti yang pemecahan masalah yang menggunakan salah satu teknik pemrosesan data aplikasi yang biasanya berpacu pada sebuah komputansi yang diinginkan atau diharapkan maupun pemrosesan data yang diharapkan.⁵² Sedangkan aplikasi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Aplikasi adalah penerapan dari rancangan sistem untuk mengolah data yang menggunakan aturan atau ketentuan bahasa pemrograman tertentu.

Pengertian aplikasi menurut para ahli diantaranya mengemukakan sebagai berikut:

- a. Sebagaimana dikutip dari Sri Widianti (2000), Aplikasi memiliki pengertian sebagai suatu perangkat lunak yang dibuat sebagai *front end* sebuah sistem yang digunakan untuk mengelola data sehingga menjadi suatu informasi yang berguna bagi penggunanya.

⁵¹ Salama Dian, *Pengertian Aplikasi*, <https://salamadian.com/pengertian-aplikasi/>, (diakses pada tanggal 23 November 2020, jam 07.29).

⁵² Andi Juansyah, "Pembangunan Aplikasi *Child Tracker* Berbasis *Assisted-Global Positioning System* (A-GPS) Dengan Platfrom Android," *Ilmiah Komputer dan Informatika*, 1 (2015), 2.

- b. Sebagaimana dikutip dari Rachmad Hamim (2009), Aplikasi merupakan sebuah *software* yang bertujuan untuk hal seperti mengolah dokumen, hiburan dan lain sebagainya.
- c. Sebagaimana dikutip dari Henky Pratama (2012), Aplikasi merupakan suatu perangkat lunak yang dibuat khusus untuk memenuhi kebutuhan berbagai aktivitas dan pekerjaan.

Sebagai contoh aplikasi saat ini yang banyak diminati masyarakat khususnya anak muda yakni aplikasi *Lightroom*. *Lightroom* dengan nama lengkap *Adobe Photoshop Lightroom* adalah sebuah program *software* dari *Adobe* yang diperuntukan khusus untuk dunia fotografi.⁵³ *Software* ini dirancang sebagai alat pembantu sebagai pengolah dan pengedit foto digital. *Lightroom* dipergunakan lebih ke permainan efek warna dan retouch foto yang lebih bervariasi. Kelebihan *Lightroom* memang terletak pada pengolahan *tonal-tonal* warna foto yang lengkap serta lebih mudah. Dalam aplikasi *Lightroom* terdapat *preset*, yang merupakan sebuah kumpulan dari rumusan-rumusan dalam sebuah pengaturan yang dilakukan pada saat editing foto yang disimpan dalam bentuk atau format tertentu.⁵⁴ Sederhananya *preset Lightroom* merupakan template tertentu dari pengaturan yang telah dilakukan. Pada *preset* ini memuat pengaturan yang beragam mulai dari *exposure*, *contras*, *highlights*, *coloring*, dan lain sebagainya.

⁵³ *Pengertian dan Kelebihan Adobe Lightroom dan erbedaanya dengan Photoshop Biasa* <https://rondabstudio.blogspot.com/2017/01/pengertian-dan-kelebihan-adobe.html?m=1>, (diakses pada tanggal 23 November 2020, jam 07.56).

⁵⁴ *Apa itu preset lightroom dan jenis preset lightroom* <https://lightroomindonesia.com?apa-itu-preset-lightroom-dan-jenis-presetlightroom/#:~:text=Preset%20lightroom%20merupakan%20sebuah%20kumpulan,dalam%20bentuk%20atau%20format%20tertentu>, (diakses pada tanggal 23 November 2020, jam 08.10).



BAB III

JUAL BELI PRESET LIGHTROOM DI AKUN INSTAGRAM

@RUANGTERANG_ID

A. Data Umum

1. Sejarah *Adobe Lightroom*

Perkembangan *Adobe Lightroom* dimulai pada tahun 1999, pengembang *Photoshop* veteran bernama Mark Hamburg menghubungi Andrei Herasimchuk, mantan desainer antarmuka *Adobe Creative Suite* untuk memulai proyek baru, yang diberi nama kode *Shadowland*.¹ Sekitar empat puluh persen dari *Photoshop Lightroom* ditulis dalam bahasa *scripting Lua*. Pada tahun 2002, Hamburg meninggalkan proyek *Photoshop* dan mengirimkan sampel perangkat lunak eksperimental pertama, bernama *PixelToy*, kepada mantan rekan setimnya Jeff Schewe untuk ditinjau ulang, pada tahun 2003. Hamburg memberikan Jeff Schewe versi pertama *Shadowland* dalam versi UI paling awal. Setelah beberapa tahun melakukan penelitian yang dilakukan oleh Hamburg, Herasimchuk, Sandy Alves (mantan desainer antarmuka di tim *Photoshop*), dan Grace Kim (peneliti produk di *Adobe*), akhirnya proyek *Shadowland* dipercepat tahun 2004. Namun, Herasimchuk memilih untuk keluar dari *Adobe Systems*, untuk memulai perusahaan desain Silicon

¹Wikipedia,https://translate.google.com/translate?u=https://en.wikipedia.org/wiki/Adobe_Lightroom&hl=id&sl=en&tl=id&client=srp&prev=search, (diakses pada tanggal 13 Januari 2021, Pukul 12.12).

Valley. Hamburg kemudian memilih Phil Clevenger, mantan rekan *Kai Krause*, untuk merancang tampilan baru aplikasi tersebut.

Pengembang *Photoshop Lightroom* sebagian besar bekerja di Minnesota, terdiri dari tim yang telah membuat program *Adobe ImageReady*. Troy Gaul, Melissa Gaul, dan kru lainnya (dilaporkan dikenal sebagai "Minnesota Phats", bersama Hamburg, yang mengembangkan arsitektur di balik aplikasi, sedangkan George Jardine adalah manajer produk.

Adobe Lightroom (nama resmi *Adobe Photoshop Lightroom*) adalah keluarga organisasi gambar dan perangkat lunak manipulasi gambar yang dikembangkan oleh *Adobe Systems* untuk *Windows*, *macOS*, *iOS*, *Android*, dan *tvOS* (*Apple TV*).² Perangkat ini memungkinkan mengimpor, menyimpan, melihat, mengatur, menandai, mengedit, dan berbagi gambar digital dalam jumlah banyak. Tidak seperti *Photoshop*, pengeditan *Lightroom* selalu non-destruktif dengan menjaga gambar asli dan pengeditan yang diterapkan padanya disimpan secara terpisah. Meskipun berbagi namanya dengan *Adobe Photoshop*, itu tidak dapat melakukan banyak fungsi *Photoshop* seperti merawat (menambah, menghapus atau mengubah tampilan item gambar individu), rendering teks atau objek 3D pada gambar, atau memodifikasi *frame* video individu. *Lightroom* bukan pengelola file seperti *Adobe Bridge*,

² Fajar Firmansyah Ishaq, "Analisis Sejarah Perkembangan *Adobe Lightroom* Dari Versi Beta Sampai Versi 9.0," *Desain Komunikasi Visual* (Makasar: 2019), 3.

jadi tidak dapat beroperasi pada file kecuali mereka diimpor ke dalam database terlebih dahulu, dan hanya dalam format gambar yang dikenali.³

Adobe Lightroom merupakan salah satu perangkat lunak pengolah citra atau gambar digital yang dikembangkan oleh *Adobe*. Adapun gambar digital adalah sebuah representasi numerik (biasanya biner) dari sebuah gambar dua-dimensi. Sebuah gambar digital bisa termasuk jenis *Vector* atau *Bitmap* tergantung pada apakah resolusi gambar digital tersebut tetap atau tidak. Namun pada kasus *Lightroom*, format yang dikelola biasanya adalah jenis *bitmap*.

2. Definisi Aplikasi *Lightroom*

Adobe Lightroom merupakan aplikasi resmi android yang memungkinkan bagi penggunanya untuk mengelola seluruh foto, menyinkronkannya dengan perangkat lain, dan bekerja dengan berkas mentah dari kamera DSLR. Aplikasi *Adobe Lightroom* lebih difungsikan untuk mengatur (*Adjusted*) pencahayaan, detail, warna, dan lain sebagainya.⁴ *Preset* pada *Adobe Lightroom* sederhananya mungkin sama seperti fitur *filter* pada umumnya. Namun, yang membedakan *preset* yang ada di *Lightroom* dan *filter* pada aplikasi *Editing Photos* yang lain adalah karena pada *preset* yang dapat digunakan pada *Adobe Lightroom* tersebut, adalah berasal dari *preset* yang dibuat berdasarkan dari tangan profesional, sehingga cita rasa dari *preset* tersebut sudah

³Wikipedia,https://translate.google.com/translate?u=https://en.wikipedia.org/wiki/Adobe_Lightroom&hl=id&sl=en&tl=id&client=srp&prev=search, (diakses pada tanggal 12 Januari 2021, Pukul 12.12)

⁴ Ibid,

pasti akan sangat seimbang dan terkesan tidak terlalu terlihat memaksa. Selanjutnya, yang paling menarik dari *Adobe Lightroom* adalah dapat mengatur segala macam terkait konstruksi dari sebuah gambar dengan cara yang manual, itulah kenapa *Adobe Lightroom* menjadi aplikasi wajib yang harus dimiliki oleh para Photographer, dengan alasan kemurnian dari proses editing yang semuanya bisa dikontrol oleh para penggunaanya. *Lightroom* sendiri dapat menyimpan dan mengatur foto setelah diimpor ke database platform, dan untuk penyimpanan saat ini dapat dilakukan dengan JPEG, PSD (Photoshop), PNG, CMYK (yang diedit dalam ruang warna RGB) dan format gambar mentah.

Awalnya, *Adobe Lightroom* hanya tersedia di sistem operasi *desktop*.⁵ Namun pada tahun 2017, *Adobe* diperluas untuk mendukung sistem operasi seluler dengan merilis *Lightroom Mobile*. *Adobe* juga merilis varian baru dari *Lightroom*, yang disebut *Lightroom CC* agar lebih kohesif dengan perangkat lunak seluler mereka. Versi *Lightroom* yang ada diubah namanya menjadi *Lightroom Classic CC*. Meskipun serupa dalam beberapa hal, ketiga variasi *Lightroom* memiliki perbedaan yang signifikan dalam cara mereka menyimpan gambar dan berinteraksi dengan penawaran penyimpanan *cloud Adobe* dalam kesamaan fitur. *Lightroom CC* secara aktif menyimpan semua foto yang diunggah dan file RAW di *server cloud*, sementara *Lightroom Classic CC* memegang

⁵Wikipedia, https://translate.google.com/translate?u=https://en.wikipedia.org/wiki/Adobe_Lightroom&hl=id&sl=en&tl=id&client=srp&prev=search, (diakses pada tanggal 12 Januari 2021, Pukul 12.12)

kekuatan perangkat lunak yang dirancang untuk sistem *desktop*. Baik *platform CC* dan *Lightroom Mobile* juga memungkinkan pengguna untuk membuat, mengunggah, dan mengekspor *preset Lightroom*, salinan *batch* dari suntingan dalam program gambar. Saat ini ada pasar yang besar untuk *preset Lightroom* adalah sebagai alat untuk fotografer seluler dan digital yang ingin membangun merek mereka, mengembangkan keterampilan mereka, dan meningkatkan proses alur kerja mereka dalam bidang *fotografer*.

Pada aplikasi *Lightroom* terdapat fitur-fitur yang mempermudah pengguna untuk mengedit suatu berkas foto mentah diantaranya sebagai berikut :⁶

- a. *Selective*, berfungsi untuk melakukan seleksi bagian tertentu pada foto.
- b. *Healing*, berfungsi untuk melakukan koreksi atau perbaikan pada bagian foto, seperti noda, jerawat, dan sebagainya.
- c. *Crop*, berfungsi untuk melakukan rotasi, memotong, dan membalikkan foto.
- d. *Profiles*, berfungsi untuk melakukan pengeditan foto secara otomatis berdasarkan *preset* yang tersedia.
- e. *Auto*, berfungsi untuk melakukan pengeditan secara otomatis langsung dari *Adobe Lightroom*.

⁶ <https://jalantikus.com/tips/cara-menggunakan-adobe-lightroom/>, (diakses pada tanggal 13 Januari 2021, Pukul 12.24).

- f. *Light*, berfungsi dalam mengatur pencahayaan foto, seperti *Exposure, Contrast, Highlight, Shadown, White & Black, dan Curve*.
- g. *Color*, berfungsi untuk mengatur warna pada foto, seperti *White Balance, Temperature, Tint, Vibrance, Saturation, B&W, dan Mix*.
- h. *Effects*, berfungsi untuk menambahkan efek-efek tertentu pada foto, seperti *Clarity, Dehaze, Vignete, dan Grain*.
- i. *Detail*, berfungsi untuk menambahkan detail dan ketajaman pada foto, seperti *Sharpening dan Noise Reduction*.
- j. *Optics*, berfungsi untuk memperbaiki karakter lensa yang digunakan saat mengambil foto.
- k. *Geometry*, berfungsi untuk mengatur perspektif pada suatu foto baik secara horisontal dan vertikal.
- l. *Preset*, berfungsi untuk memilih dan menggunakan *preset* foto yang disediakan *Adobe Lightroom*.
- m. *Reset*, berfungsi untuk mengembalikan hasil editan ke kondisi awal foto sebelum diedit
- n. Pencahayaan, Fungsi dari effect ini untuk menerangkan dan menggelapkan foto. Jika kalian menggeser ke sebelah kiri, maka foto menjadi gelap, sedangkan kalian geser ke kanan maka foto kalian menjadi terang.⁷

⁷ <https://jalantikus.com/tips/cara-menggunakan-adobe-lightroom/>, (diakses pada tanggal 13 Januari 2021, Pukul 12.24).

- o. *Kontras, Effect* ini untuk mempertajam foto, dimana jika kalian menggeserkanya ke kanan, maka warna hitam pada foto semakin hitam dan putih semakin terang (Semakin putih).
- p. *Highlight, Effect highlight* ini untuk menggelapkan atau menerangkan cahaya pada foto, sehingga jika foto kalian terlihat gelap, dengan menggunakan tool ini foto kalian terlihat lebih terang atau sebaliknya, jika foto kalian terlihat terlalu terang kalian bisa menggunakan *effect* ini untuk mempergelap cahaya.
- q. Bayangan, Jika foto kalian rendah/tinggi pada bayangan objek di foto kalian, kalian hanya tinggal mengaturnya di *tool* ini sesuai dengan kebutuhan kalian.
- r. Rona putih, Kalau menurut saya *tool* ini hampir mirip dengan *highlight*, pada dasarnya *tool* ini untuk mempertajam warna putih pada objek di foto kalian.⁸
- s. Hitam, Keabalikan dari tool rona putih, bisa di bilang juga mirip dengan fungsi tool bayangan, dimana jika kalian geser *tool* ini ke kanan maka warna hitam pada foto akan semakin hitam, jika kalian geser ke kiri maka warna hitam di foto akan semakin *low*.
- t. Temperatur, Biasa digunakan untuk mengatur suhu pada foto, dimana jika kalian ingin menampilkan suhu dingin maka kalian geser ke kiri dan jika kalian ingin foto terlihat lebih hangat geser ke kanan.

⁸ <https://jalantikus.com/tips/cara-menggunakan-adobe-lightroom/>, (diakses pada tanggal 13 Januari 2021, Pukul 12.24).

- u. *Vibrance*, Untuk meningkatkan intensitas pada warna, *tool vibrance* ini hanya meningkatkan intensitas warna yang kurang jenuh.
- v. *Saturation*, Digunakan untuk mengubah atau mengaruhi intensitas keseluruhan pada warna secara merata, dan kalian gunakan sesuai dengan kebutuhan foto kalian. Pada *tool* warna ini terdapat *tool* lain yaitu campuran warna, *tool* ini sama dengan *tool* saturation bedanya di dalam *tool* ini kalian bisa mengatur intensitas pada warna yang kalian pilih, misalkan kalian ingin warna merah di foto terlihat lebih terang atau kontras dari warna lainnya.
- w. *Tekstur*, Biasa digunakan untuk (lebih) mempertajam objek dalam foto, kalau menurut saya *tool* ini tidak ada kaitanya dengan kontras.
- x. *Kejernihan*, kalau *tool* ini sepertinya sama dengan *tool* kontras, jika kalian menggeser ke kanan maka foto akan lebih gelap dan tajam, jika sebaliknya, maka foto akan terlihat seperti buram/*low* (tapi tidak berpengaruh kepada kontras, pencahayaan yang telah kalian atur di dalam *tool exposure*).
- y. *Efek kabut*, Pada dasarnya *effect* ini digunakan untuk membuat efek kabut pada foto, jika kalian menggeserkan ke kiri maka seakan-akan foto kalian terlihat berkabut/putih, jika kalian menggeser ke kanan, maka foto nampak lebih hitam, seperti istilah *fill* pada photoshop
- z. *Vintage*, Pada umumnya, *Effect* ini digunakan agar foto terlihat seperti foto pada jaman dahulu, tapi tidak juga, karna saya sangat senang mengaplikasikan efek ini ke dalam foto saya, hasil dari *tool*

ini, jika kalian menggeser ke kanan maka akan muncul warna putih di setiap sudut foto, jika sebaliknya maka akan memunculkan warna hitam pada sudut-sudut foto.

3. Profil Akun *Instagram* @ruangterang_id

Modern saat ini teknologi informasi mengalami perkembangan yang cukup pesat, selain perkembangan jenis peralatan teknologi maupun software aplikasi pendukung.⁹ Perkembangan ini juga berdasarkan pada semakin meratanya pengguna teknologi informasi dari kalangan anak-anak, remaja, maupun dewasa sampai orang tua mampu menggunakan kemudahan teknologi di era saat ini. Munculnya aplikasi dengan berbagai kegunaan tersendiri yang mengelompokkan fungsi dan cara kerja sebuah aplikasi untuk melakukan sistem kerja masing-masing aplikasi yang memberikan kemudahan bagi penggunanya, salah satu contoh aplikasi yang semua kalangan gunakan yakni aplikasi *Instagram*.¹⁰ *Instagram* merupakan sebuah aplikasi berbagai foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik *Instagram* sendiri.¹¹ Bukan hanya foto dan video, *instagram* juga memiliki fitur siaran langsung (*live instagram*), ataupun video singkat berupa *snapgram*, *instagram* juga memudahkan penggunanya untuk mengirim pesan, memberikan *like*, maupun

⁹ Hery Nuryanto, S.Kom, *Sejarah Perkembangan Teknologi Dan Informasi*, (Jakarta: PT Balai Pustaka, 2012), 1.

¹⁰ Hasan Sukma, *Hasil Wawancara*, Ponorogo, 22 Oktober 2020.

¹¹ Muhammad Fadhol Tamimy, *Sharing-mu Personal Branding-mu*, (Jakarta: Visimedia, 2017), 172. Oktober 2020.

berinteraksi melalui kolom komentar. Aplikasi *Instagram* juga dapat dijadikan sebagai promosi seorang pebisnis dalam menarik konsumen dengan memasang iklan berupa postingan gambar dan video barang jualan yang dibuat semenarik mungkin untuk memikat konsumen untuk melakukan suatu transaksi jual beli *online*.¹² Transaksi jual beli *online* di era kemajuan teknologi saat ini dapat dilakukan dengan mudah tanpa harus bertatap muka secara langsung. Aplikasi *Instagram* dapat dijadikan publikasi seorang pebisnis *online* yang menjual segala macam barang dengan cakupan yang luas untuk dapat diketahui orang sesama pengguna *Instagram*. *Instagram* sendiri telah memiliki sejumlah fitur yang dapat digunakan penggunanya, yaitu diantaranya sebagai berikut:

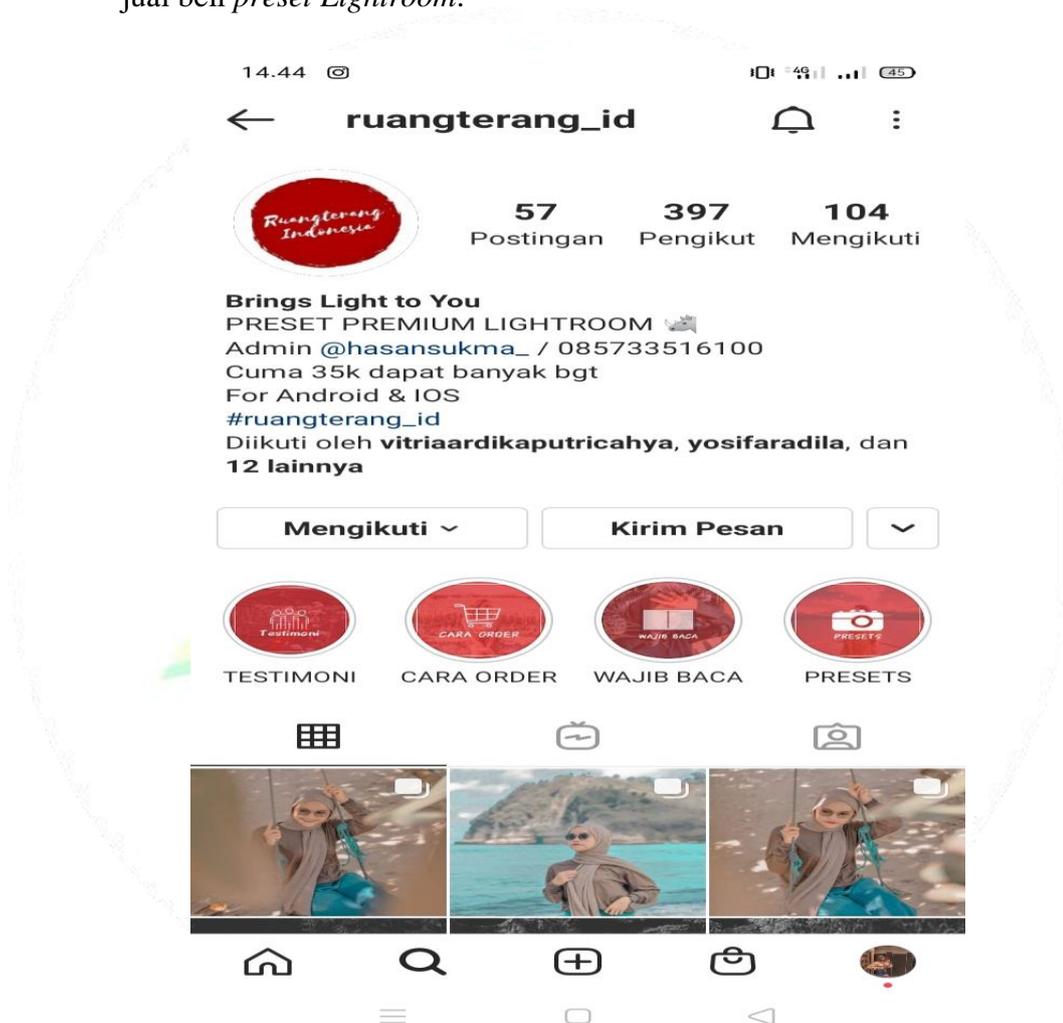
- a. *Live* (siaran langsung), yaitu fitur unggulan *instagram* yang dapat digunakan penggunanya untuk melakukan siaran secara langsung serta berbagi mengenai aktivitas dan kegiatan apa saja yang sedang di lakukan.
- b. *Instagram Story*, fitur yang digunakan untuk mengunggah foto atau video singkat mengenai kegiatan sehari-hari yang sifatnya sementara, pembaruan foto atau video tersebut akan hilang dengan sendirinya ketika waktu pengunggahannya sudah melampaui batas waktu 24 jam.
- c. *Like*, sebuah fitur yang dapat digunakan pengguna *instagram* untuk memberikan apresiasi sebagai bentuk rasa suka terhadap postingan

¹² Hasan Sukma, *Hasil Wawancara*, Ponorogo, 22 Oktober 2020.

- pengguna *instagram* lainnya. *Like* di *instagram* disimbolkan dengan ikon berbentuk hati.
- d. *Comment*, sebuah fitur yang dapat digunakan untuk mengomentari postingan berupa foto atau video pengguna *instagram* lainnya.
 - e. *Face filter*, fitur *instagram* yang dapat memberikan efek kesan lucu saat kamera menghadap ke wajah seseorang.
 - f. *Boomerang*, fitur yang digunakan untuk mengulang-ulang gerakan saat membuat video di *instagram story*.
 - g. Simpan atau *Bookmark*, fitur yang digunakan untuk dapat di lihat kembali di lain waktu.
 - h. *Direct Message*, fitur ini dapat digunakan untuk mengirim pesan antara sesama pengguna *instagram*.
 - i. *Super Zoom*, fitur ini digunakan untuk memperbesar objek video yang disertai dengan suara.
 - j. *Hands-Free*, fitur ini digunakan untuk membuat video dimana saat video dimulai kamera yang semula digunakan kamera depan dapat diubah ke kamera belakang.
 - k. Tata Letak, fitur ini digunakan untuk pengambilan gambar lebih dari satu yang dapat dijadikan satu sesuai kotak yang diinginkan semisal 4 kotak dengan isi foto yang diambil berbeda-beda. Dan masih banyak lagi fitur yang dapat menghibur bagi pengguna *instagram*.

Dalam pembuatan akun *instagram* sendiri sangatlah mudah, tinggal memasukkan identitas diri dan email pengguna setelah itu

menetapkan password yang difungsikan agar pengguna saja yang mengetahui cara membuka akun pribadinya.¹³ Pada akun *instagram* @ruangterang_id yang dibuat oleh Hasan Sukma sejak awal Januari 2020, merupakan akun *instagram* yang dimana dijadikan sebagai akun jual beli *preset Lightroom*.

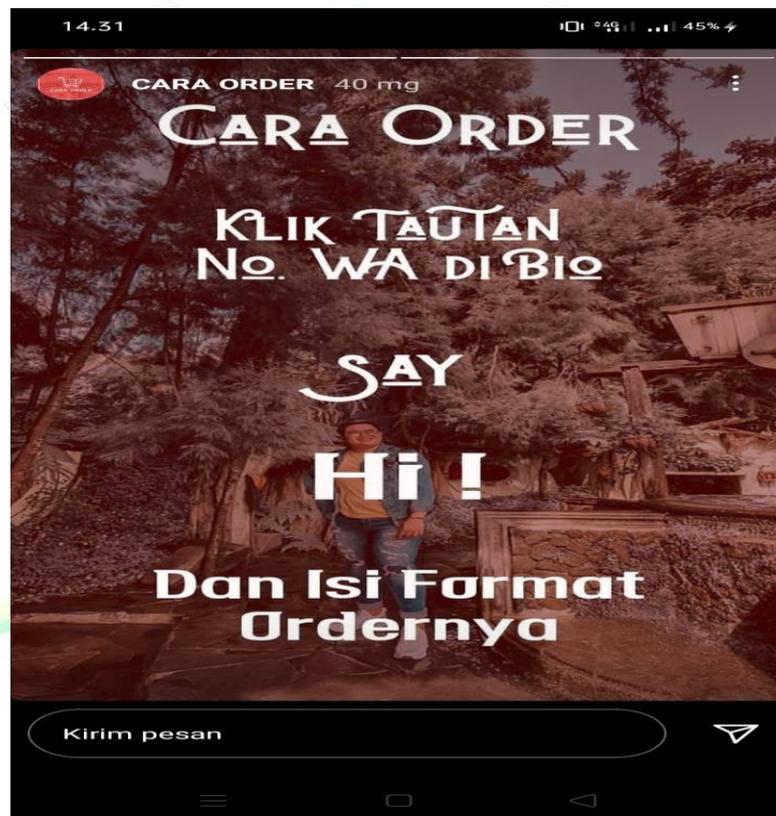


Gambar 3.1 Akun Jual Beli *Preset Lightroom*

Pada profil akun @ruangterang_id terdapat keterangan 57 postingan *preset* yang dijadikan contoh dari bentuk foto yang sudah di edit menggunakan *preset* @ruangterang_id, jumlah pengikut yang mengikuti

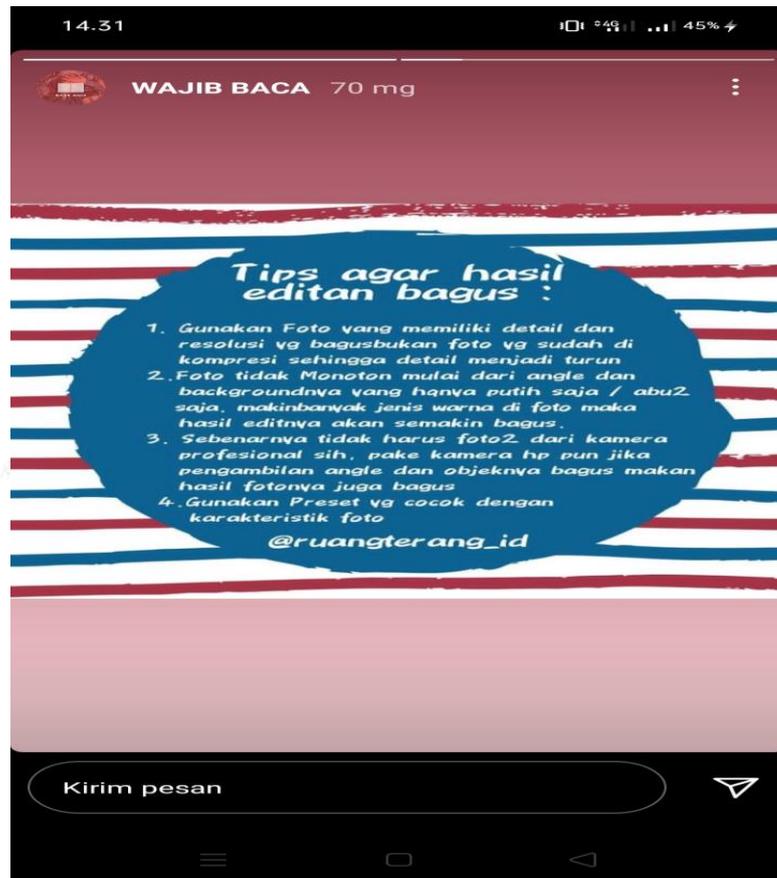
¹³ Hasan Sukma, *Hasil Wawancara*, Ponorogo, 22 Oktober 2020.

berjumlah 397, sedangkan @ruangterang_id mengikuti akun lain sejumlah 104. Akun @ruangterang_id menyertakan keterangan Bio mengenai harga 35k dapat banyak banget yang admin atau ownernya yakni @hasansukma_ beserta nomor telfonnya. *Preset* pada akun *instagram* @ruanterang_id dapat digunakan pada *smartphone Android* maupun *IOS*.



Gambar 3.2 Transaksi Jual Beli *Preset Lightroom*

Untuk melakukan transaksi jual beli *preset* ini cukup menghubungi klik tautan nomor *WhatsApp* di Bio akun *Instagram* @ruangterang_id dengan "SAY Hi !" dan mengisi format orderanya.

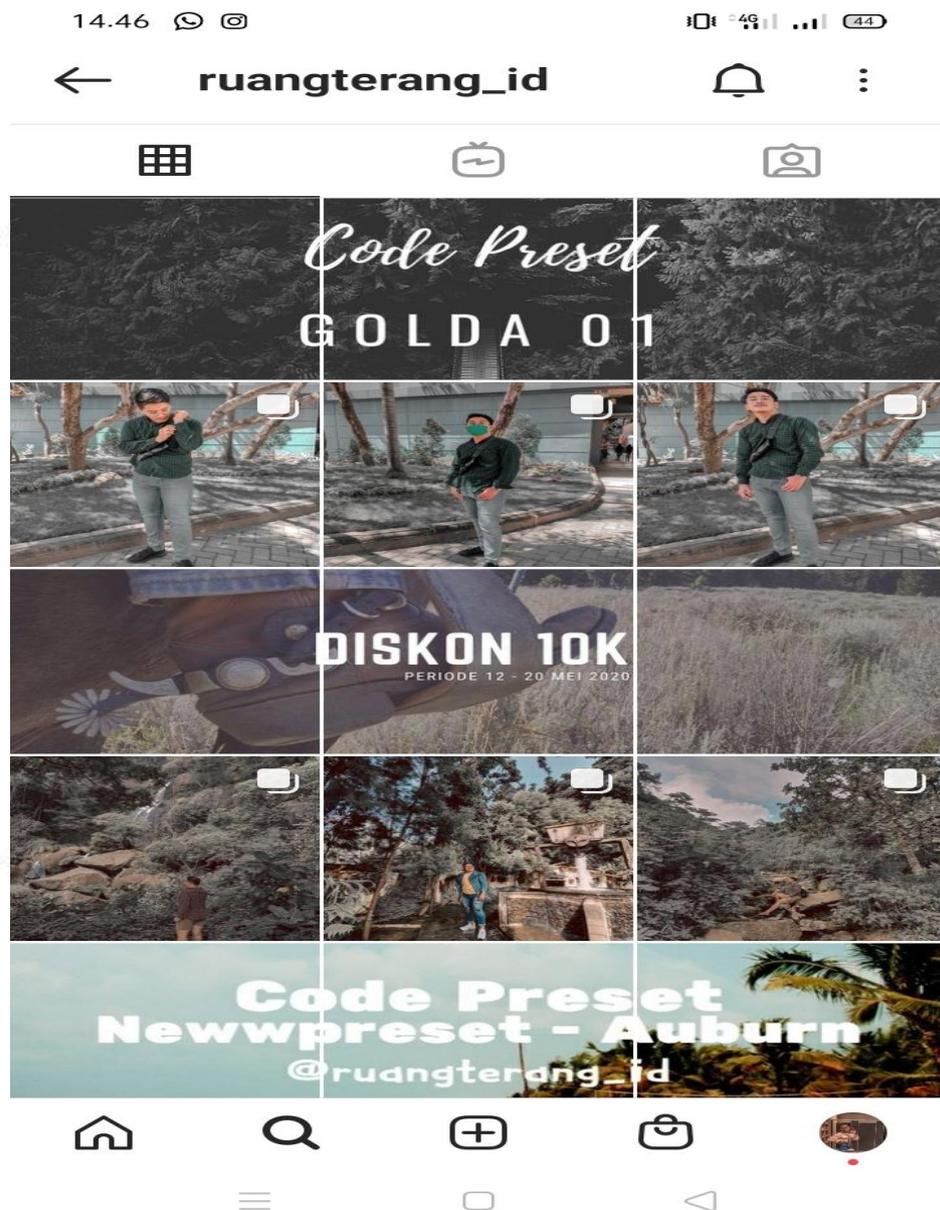


Gambar 3.3 *WhatsApp* di Bio Akun *Instagram* @Ruangterang_id

Dalam akun *Instagram* @ruangterang_id juga menjelaskan mengenai pemberitahuan penting mengenai tips agar hasil editan bagus yakni adalah berikut ini:

- a. Gunakan foto yang memiliki detail dan resolusi yang bagus bukan foto yang sudah di kopresi sehingga detail menjadi turun.
- b. Foto tidak monoton mulai dari angle dan background yang hanya putih saja atau abu-abu saja, makin banyak jenis warna di foto maka hasil editan akan semakin bagus.

- c. Sebenarnya tidak harus foto dari kamera profesional, menggunakan kamera hp pun jika pengambilan angle dan objeknya bagus maka hasil foto yang akan di edit juga akan bagus.
- d. Gunakan *preset* yang cocok dengan karakteristik foto.



Gambar 3.4 Preset Lightroom



Gambar 3.5 Preset Lighroom



Gambar 3.6 Preset Lighroom



Gambar 3.7 Preset Lighroom



Gambar 3.8 Preset Lighroom

Dalam akun *Instagram* @ruangterang_id menampilkan beberapa postingan contoh *preset* yang dijadikan objek jual beli dan beberapa testimoni yang di repost kembali oleh pihak *owner*.

B. Data Khusus

1. Promosi Penjual dalam Transaksi Jual Beli *Preset Lightroom* di Akun *Instagram* @ruangterang_id

Jual beli *preset Lightroom* merupakan jual beli efek foto, yang kegiatan transaksinya dilakukan secara *online* yakni melalui media *smartphone* tanpa bertatap muka barang yang diinginkan dapat dikirim setelah melakukan pembayaran. Dalam menjalankan suatu bisnis perlu adanya strategi pemasaran, dimana yang saat itu digemari oleh kalangan umum dapat dijadikan sebagai peluang untuk menjalankan suatu bisnis. Bisnis *online* yang dikembangkan oleh *owner* @ruangterang_id ini menggunakan strategi penjualan dengan menggunakan media aplikasi *Instagram* dan *WhatsApp*. Dalam pemasarannya *owner* memiliki cara tersendiri untuk melancarkan usaha jual beli *preset*.

“Untuk menetapkan harga jual *preset* ini, saya tidak asal-asalan saja tetapi saya melakukan survei kepada teman-teman saya, semisal saya menjual hasil *preset* saya dengan harga 35 ribu kalian mampu gak sih? Dan teman-teman saya bilang mampu, karena pada *preset* lainnya bisanya 1 *preset* dijual dengan harga 5 ribu sampai 15 ribu sedangkan *preset* yang saya bikin ini banyak banget dan cukup 35 ribu saja.”¹⁴

¹⁴ Hasan Sukma, *Hasil Wawancara*, Ponorogo, 22 Oktober 2020.

Harga jual *preset* ditetapkan dengan harga 35 ribu, tetapi terkadang ada pemotongan harga atau diskon menjadi 25 ribu sampai 20 ribu, untuk menarik konsumen agar tertarik dengan harga yang murah sudah mendapatkan banyak banget *preset*. Banyaknya *preset* ini tidak dijelaskan oleh pihak pemilik akun, dan dari segi spesifikasi barang tidak dijelaskan lebih detailnya, untuk standar transaksi sendiri yakni dengan melalui “say hi” ke *contac person* pada akun *Instagram* @ruangterang_id setelah itu mengisi order dengan mengisi nama akun *Instagram* pembeli, *preset* dapat digunakan pada operation sistem *smartphone IOS* atau *Android*, untuk metode pembayaran yang dilakukan dapat melalui Shopee, transfer rekening Bank BNI, dan OVO. Pembayaran sejauh ini yang dilakukan pada transaksi jual beli *preset* sering melalui transfer rekening Bank BNI sedangkan untuk Shopee masih jarang, dan untuk OVO belum pernah sama sekali.



Gambar 3.9 Promosi Preset



Gambar 3.10 Promosi Preset



Gambar 3.11 Promosi Preset



Gambar 3.12 Promosi Preset

Pemasaran yang dilakukan yakni dengan membuat *post* foto, *story Instagram*, dan dalam bentuk video dari hasil editan foto menggunakan beberapa contoh *preset* dan diunggah pada akun *Instagram* @ruangterang_id. Pemasaran tidak hanya pada unggahan yang di promosikan melalui akun *Instagram* tetapi juga melalui teman-teman yang sudah melakukan transaksi dengan memposting hasil editan dari *preset* yang sudah mereka beli dari pihak Hasan Sukma dengan begitu banyak orang yang mengetahui mengenai akun *Instagram* @ruangterang_id yang menjual *preset Lightroom*. Pemasaran juga dilakukan melalui media aplikasi *WhatsApp*, yakni dengan membagikan *story video WhatsApp before after* foto yang belum di edit dengan *preset* dan setelah di edit menggunakan *preset* dari akun *Instagram* @ruangterang_id. Dalam promosinya tidak ada keterangan mengenai objek *preset* yang dijual, dimana tidak memberikan penjelasan mengenai

kebanyakan warna yang di pakai pada banyaknya *preset*, hanya mendapatkan banyak banget yang akan diperoleh dari *preset* yang dijual.

“Gak mungkin juga saya menyebutkan detail *preset* saya kan banyak, kalau mau jelasin saya sendiri bingung, jadi saya menggangap orang yang membeli sudah paham apa yang akan mereka dapat dari contoh *post* saya, untuk berapa banyaknya memang tidak saya sebutkan berapa jumlahnya karena untuk membuat konsumen penasaranaan”.¹⁵

Dalam menjaga kualitas produk dan kepercayaan kepada konsumen, akun *Instagram* @ruangterang_id juga memberikan garansi apabila terjadi kesalahan yang dilakukan oleh pihak konsumen secara tidak sengaja dan mengakibatkan folder *preset* hilang, pihak pemilik akun *Instagram* @ruangterang_id akan memberikan secara percuma dengan menunjukkan bahwa dia pernah membeli *preset* pada akun *Instagram* @ruangterang_id dan pemilik akun akan mencocokkan dengan data yang dimilikinya karena setiap ada pembelian pihak pemilik akun *Instagram* @ruangterang_id masih menyimpan datanya..

Untuk *preset* yang dihasilkan dari akun *Instagram* @ruangterang_id setelah di aplikasikan ke foto kebanyakan mirip dari segi warnanya lebih ke arah *toon* warna nude coklat semu dari ribuan *preset*. Berdasarkan beberapa narasumber konsumen menyatakan bahwa:

“Kalau menurut saya sudah memuaskan hasilnya, tetapi editan *presetnya* kebanyakan sama kalau di *play*, jadi kalau bisa

¹⁵ Hasan Sukma, *Hasil Wawancara*, Ponorogo, 22 Oktober 2020.

diperingkat jangan terlalu banyak tetapi lebih difokuskan kembali *presetnya* jadi gak bikin bingung”.¹⁶

Dalam wawancara yang lain mengatakan

“Puas dengan hasilnya tanpa harus mengedit sendiri udah tinggal di pencet mana yang sesuai sama foto kita, tapi dengan banyaknya *preset* yang tersedia kadang juga membuat bingung mau pilih yang mana, pengelompokan *preset* yang tidak teratur, *presetnya* banyak jenisnya tapi hasilnya mirip-mirip dengan *preset* lain”.¹⁷

“Tentunya membuat bingung dengan pilihan *preset* yang banyak apalagi kan baru pertama, ya sebaiknya foldernya diminimalisir biar gak bingung memilih, dan kebanyakan *presetnya* sama aja sih jadi paling yang di pakek itu-itu aja, kan niatnya beli biar gak ngedit dari awal”.¹⁸

Dari sekian penjelasan mengatakan bahwa untuk memudahkan dalam mengedit tanpa harus mengedit dari awal mulai dari warna, pencahayaan, ketajaman dan lain sebagainya, tetapi justru dengan ribuan *preset* yang digunakan hanya beberapa dan itu-itu saja. Sedangkan dalam wawancara yang lain mengatakan.

“Menurut saya *presetnya* menyulitkan karena kebanyakan folder namanya gak jelas juga, kalau saya liat sama aja efeknya sama aja cuma foldernya kurang rapi, kurang efektif, dan dibuat sesimpel mungkin. Tetapi untuk harganya murah sih 35k sudah dapat banyak walaupun yang dipakai Cuma dikit”.¹⁹

Alasan lain menyatakan bahwa harganya murah jadi membuat tertarik untuk membeli dan dapat banyak *preset*, ditempat lain 1 efek *preset* bisa sampai dengan harga jual 10 sampai 15 ribu. Kebanyakan

¹⁶ Miftahul Huda, *Hasil Wawancara*, Ponorogo, 25 Desember 2020.

¹⁷ Anjas, *Hasil Wawancara*, Ponorogo, 1 Januari 2021.

¹⁸ Adi Prabowo, *Hasil Wawancara*, Ponorogo, 8 Januari 2021.

¹⁹ Qoris Andi Wicaksono, *Hasil Wawancara*, Ponorogo, 8 Januari 2020.

fokder membuat bingung dan seharusnya lebih diperjelas. Pada wawancara yang lain ada yang mengatakan bahwa.

“Menurut saya tidak sesuai dengan keinginan saya, karena setelah saya play itu berbeda dengan hasilnya dan terkadang bikin foto jadi pecah, dari harga 35 ribu hanya beberapa gak sampek 10 yang kepakai malah kadang saya edit sendiri lagi dari awal dan juga bikin hp saya eror lemot gitu mbak”.²⁰

Dari wawancara yang lain menyatakan:

“Harganya mahal setelah tau isi *presetnya* yang cuma kepakek 1 tok, terus kalau ak sih lebih sering edit sendiri dari awal, bikin hp lemot karena ukuranya cukup besar ternyata, saya sekarang udah gak pakek karena kemarin hilang gitu aja”.²¹

Alasan lain dari narasumber di atas menyatakan bahwa dengan folder *preset* yang besar dan ternyata dari ribuan itu hanya dapat digunakan beberapa saja dan membuat hp menjadi eror dan lemot karena ukuran file dari *preset* ini 64,2 MB. pada wawancara yang lain menyatakan bahwa.

“Jadi kemarin itu saya iseng beli, karena pas lagi promo jadi 20 ribu, ya sudah saya pikir enak nih mudah in ngedit tapi setelah tau isi foldernya banyak banget jadi bikin males buat milih sama hasilnya sama aja ya udah saya ngedit sendiri akhirnya”.²²

“Kemarin beli karena ada promo jadinya tertarik, menyulitkan dengan foldernya yang gak jelas namanya. Kan bisa diperinci biar gak bingung gak jelas aja warna-warnya kebanyakan sama, tapi ya sedikit ada yang kepakek”.²³

²⁰ Rezanurca, *Hasil Wawancara*, Ponorogo, 25 Desember 2020.

²¹ Gezti, *Hasil Wawancara*, Ponorogo, 3 Januari 2021.

²² Surya Abdul Aziz, *Hasil Wawancara*, Ponorogo, 3 Januari 2021.

²³ Bima Triwibawa Sakti, *Hasil Wawancara*, Ponorogo, 19 Desember 2020.

Dari pernyataan wawancara diatas membeli *preset* karena tertarik dengan promo murah yang ditawarkan pemilik akun *instagram* @ruangterang_id. Karena tidak adanya penjelasan yang mendetail mengenai *preset* yang dijual itu efeknya seperti apa dari pihak pemilik akun *instagram* @ruangterang_id yang akhirnya membuat pelanggan menjadi bingung setelah menerima *preset* yang sudah dibeli dari mulai folder nama yang tidak jelas, ukuran file yang cukup besar yang membuat hp jadi eror, banyaknya keluhan *preset* yang sama dari toon warnanya yang membuat pelanggan merasa tidak puas.

2. Kepemilikan Barang yang Dijadikan sebagai Objek pada Transaksi Jual Beli *Preset Lightroom* di Akun *Instagram* @ruangterang_id

Kegiatan ekonomi di era modern saat ini berkembang pesat dan sudah jauh berbeda dengan ekonomi pada zaman dahulu. Untuk memenuhi kebutuhan barang yang diinginkan dalam pemenuhan kehidupan sehari-hari mulai dari kebutuhan primer sampai kebutuhan sekunder dan tersier. Sebagai seorang muslim hendaklah mencari rizki dengan cara yang dibenarkan oleh agama, dalam artian tidak melanggar ketentuan-ketentuan dalam pemerolehannya. Salah satunya bekerja dalam hal perdagangan harus sesuai dengan ketentuan jual beli yang semestinya. Jual beli di era modern sangatlah berkembang, seperti munculnya berbagai bentuk transaksi baru dengan objek baru yang menyesuaikan dengan perkembangan di era modern saat ini. Sebagai contoh konkritnya yaitu kemunculan transaksi di dunia maya mengenai

jual beli *online*, *e-commers*, penyewaan jasa dan lain sebagainya yang masih banyak lagi.²⁴

Kegiatan jual beli *online* yang sedang buming saat ini adalah jual beli *preset Lightroom*. Objek yang diperjualbelikan dalam jual beli ini adalah efek *preset*, objek ini tidak dapat dipegang, karena memang tidak berfisik, tetapi objek tersebut dapat dilihat. *Preset Lightroom* merupakan sebuah efek yang dibuat seseorang yang memiliki keahlian dalam mengedit foto yang akhirnya hasil editan tersebut dapat disimpan dan disebut sebagai efek *preset*. Dalam hal ini seseorang yang memiliki keahlian untuk melakukan settingan pada foto mentah yang disediakan aplikasi *Lightroom* untuk menghasilkan *preset* yang dapat dipakai kembali pada foto mentah lain. Bentuk *preset* yang dihasilkan oleh pihak penjual kemudian dijadikan sebagai objek jual beli. *Preset* yang dibeli akan diterima oleh pembeli, apabila pembeli sudah melakukan transaksi jual beli dengan pihak penjual dan dari pihak pembeli telah melakukan pembayaran. Dalam jual beli ini *owner* menjual objek jual beli *preset* yakni berupa efek yang cukup di aplikasikan langsung ke foto tanpa harus mengedit dari awal, dengan ini memudahkan seseorang yang hobi dalam fotografer untuk menghasilkan foto yang kekinian. *Preset Lightroom by mobile* ini dapat digunakan pengguna untuk mempersimple tanpa harus mengedit by laptop. *Preset* saat ini menjadi menarik di kalangan anak muda, *preset* banyak digunakana untuk menampilkan foto

²⁴ Hasan Sukma, *Hasil Wawancara*, Ponorogo, 20 Deseember 2020.

keren dan *instagramabel* dari hasil editan yang sesuai dengan keinginan. Suatu *preset* dapat dihasilkan dengan kreatifitas dalam mempercantik foto yang membutuhkan ketelatenan baik untuk menampilkan warna yang jelas, pencahayaan, baik gradiasi yang diinginkan. Adanya penjualan efek *preset* yang dihasilkan seseorang yang ahli dalam edit foto mentah, hal ini dapat mendatangkan income. Pada aplikasi *Lightroom* sendiri terdapat fitur yang *free* dan ada yang berbayar, yang berbayar itu ketika ingin menggunakan lebih dari fitur yang telah disediakan *Lightroom* yang tidak berbayar.²⁵ Apabila pengguna *Lightroom* menginginkan pembukaan pada fitur premium yang didalamnya memuat selektif, healing, dan geometri maka perlu adanya peralihan dengan cara pembayaran yang ditawarkan berupa paket tahunan dan bulanan. Sebenarnya *Lightroom* premium hanya membuka beberapa tools contohnya selektif, sedangkan *preset* bawaan dari *Lightroom* sendiri cenderung biasa saja. Meskipun *customer* membeli *Lightroom* premium langsung dari *developer* untuk membuka tools, bukan berarti bisa menghasilkan editan bagus layaknya orang-orang yang memang sudah *Pro*. Konsepnya hampir sama seperti orang yang menjual *template power point*, *filter* edit video di *adobe premier*, dan *brush tool adobe photoshop*. Intinya adalah untuk memudahkan orang-orang yang tidak bisa edit foto, yang pengen instan tanpa harus memikirkan pengaturan yang seperti apa.

²⁵ Hasan Sukma, *Hasil Wawancara*, 27 Februari 2021.

Preset yang dijadikan sebagai objek jual beli pada akun *Instagram* @ruangterang_id ini diperoleh hasil kerja editan *owner* yang mengacu pada karya sendiri dan dari tutorial *YouTobe* serta *Selebgram*. Akun *YouTobe* ada dua yaitu *youtober* Jesen Zain dan *youtober* Andy Indrapuri sedangkan *Selebgram* sebanyak 123 yang menjadi acuan *owner* dalam mengedit *preset* diantaranya adalah *selebgram* @lutfiaa_, *selebgram* Icha Tarisa, *selebgram* Lialuqman, *selebgram* Nabilazirus, *selebgram* Vita Ambar, *selebgram* Adiva Selsa, *selebgram* Adyaasyra, *selebgram* Agiistaa, *selebgram* Aita Christina, *selebgram* Alamandaptrr, *selebgram* Aldiaan, *selebgram* Anisa Dheaa, *selebgram* Awkarin. Efek *preset Lightroom* ini diperoleh dari hasil mengedit sendiri oleh pemilik akun @ruangterang_id dan beberapa dari editan hasil teman yang digunakan kembali.

“Kan ada banyak akun *Youtuber* yang membuat content tentang *preset Lightroom* yang bisa saya download dan itu dibagikan secara cuma-cuma, nah itu saya dapatnya dari melihat *content Youtober* sama pernah kemarin ada teman dari teman dekat saya yang mengirim file *preset* yang jumlahnya kurang lebih 500, nah itu saya masukkan ke folder *preset* saya tapi tetap saya simpan folder atas namanya walaupun itu secara etika iku nggak apik”.²⁶

Jadi dalam pemeroleh efek *preset* yang dijual oleh pemilik akun @ruangterang_id rasio perbandingan antara hasil karya editan sendiri 40% yang dibuat sendiri oleh *owner* berdasarkan *feed Instagram selebgram*, sedangkan 30% diambil dari *youtobe* yang direbranding dan 30% dari pemerolehan file teman dekat dari teman saya sebanyak 500

²⁶ Hasan Sukma, *Hasil Wawancara*, Ponorogo, 20 Deseember 2020.

preset yang digunakan kembali. Hal itu terlontarkan saat wawancara entah dalam keadaan tidak sengaja atau sengaja karena ternyata dalam jumlah *preset* sebanyak 2000 lebih terdapat hasil editan *preset* orang lain yang di jual oleh pihak *owner* yang digunakan kembali tanpa adanya izin untuk digunakan kembali dan dimasukkan dalam daftar *preset* yang dijual oleh pihak *owner* sebagai barang atau objek yang diperjualbelikan.



BAB IV

ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM DALAM JUAL BELI *PRESET* *LIGHTROOM* DI AKUN *INSTAGRAM* @RUANGTERANG_ID

A. Analisis Etika Bisnis Islam terhadap Promosi Penjual dalam Transaksi Jual Beli *Preset Lightroom* di Akun *Instagram* @Ruangterang_id

Berdasarkan hasil wawancara dengan *owner* dan beberapa konsumen, diperoleh data berupa kurangnya keterbukaan spesifikasi produk yang dijual. Pada jual beli ini, *owner* melakukan promosi dengan menggunakan media *Instagram* dan *WhatsApp*. Promosi merupakan jenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa.¹ Promosi adalah kegiatan bidang marketing yang merupakan komunikasi yang dilaksanakan *owner* kepada konsumen yang memuat pemberitaan, membujuk dan mempengaruhi segala sesuatu mengenai barang maupun jasa yang dihasilkan untuk konsumen. Segala kegiatan tersebut dilakukan guna untuk mencapai dalam peningkatan volume penjualan dengan menarik minat konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli barang.

Pada aplikasi *Instagram* yang dijadikan sebagai media promosi, *owner* mencantumkan keterangan biodata, harga *preset*, beberapa foto hasil editan

¹ Deny Daud, "Promosi dan Kualitas Layanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Pembiayaan Pada Pt. Bess Finance Manado," *Jurnal Emba*, 4 (2013), 52.

menggunakan *preset*, tips agar mendapatkan foto yang bagus, dan beberapa testimoni konsumen yang sudah menggunakan *preset* tersebut. Pada akun tersebut lebih menekankan pada harga murah dan mendapatkan banyak *preset* hal tersebut dijadikan sebagai pemasaran utama pihak *owner* untuk menarik konsumen. Banyaknya *preset* tidak dijelaskan berapa dan untuk *feed* yang di posting pada profil akun *Instagram* @ruangterang_id hanya 57 postingan sebagai contoh hasil editan menggunakan *preset*. Harga jual yang ditetapkan sebesar 35 ribu, sedangkan saat *owner* mengadakan promosi harga jual menjadi 25 ribu sampai harga 20 ribu. *Preset* dapat dibeli dengan menghubungi nomor *WhatsApp* yang ada di biodata *Instagram* @ruangterang_id, dengan mengatakan Say Hi! dan mencantumkan akun *Instagram* konsumen kepada *owner*. *Preset* akan dikirim oleh *owner* ketika konsumen sudah melakukan pembayaran terlebih dahulu, transaksi pembayaran dapat melalui transfer rekening Bank BNI, saldo OVO, dan Shopee.

Pemasaran *preset* dilakukan dengan memposting hasil editan konsumen, ada yang berupa video editan foto *before after*, dan promosi harga jual dari harga 35 ribu menjadi 20 ribu yang membuat konsumen tertarik untuk membeli.² Adapun pemasaran *preset* yang dilakukan *owner* adalah sekedar postingan foto untuk keterangan spesifikasi mengenai *preset* tidak dijelaskan pihak *owner* baik dari penggunaan warna yang diterapkan pada

² Hasan Sukma, *Hasil Wawancara*, Ponorogo, 20 Desember 2020.

kebanyakan *presetnya*, dengan alasan *preset* yang banyak tidak mungkin untuk menjelaskan satu per satu.

Berdasarkan pemerolehan data lapangan yang diperoleh peneliti melalui wawancara dapat ditampilkan dalam tabel adalah berikut:

Tabel 4.1 Hasil Wawancara Konsumen Jual Beli *Preset Lightroom* di Akun Instagram @ruangterang_id

Konsumen	Tahu Spesifikasi	Tahu Pemerolehan Objek	Setuju dengan Harga	Kepuasan Pelanggan
Konsumen 1	Tidak Tahu	Tidak Tahu	Setuju	Puas
Konsumen 2	Tidak Tahu	Tidak Tahu	Setuju	Puas
Konsumen 3	Tidak Tahu	Tidak Tahu	Setuju	Puas
Konsumen 4	Tidak Tahu	Sedikit Tahu	Setuju	Tidak
Konsumen 5	Tidak Tahu	Tidak Tahu	Setuju	Puas
Konsumen 6	Tidak Tahu	Tidak Tahu	Setuju	Puas
Konsumen 7	Tidak Tahu	Tidak Tahu	Setuju	Puas
Konsumen 8	Tidak Tahu	Sedikit Tahu	Setuju	Puas

Dari data tabel di atas dapat dianalisis dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam mengenai promosi yang dilakukan *owner* dalam jual beli *preset Lightroom* dengan menggunakan 5 prinsip dasar etika bisnis Islam.

Berdasarkan prinsip kesatuan, kesatuan adalah yang berhubungan dengan konsep tauhid, yang merupakan dimensi vertikal Islam. Tauhid merupakan landasan yang filosofis yang dijadikan sebagai fungsi utama setiap langkah muslim dalam menjalankan fungsi kehidupannya.³

Dalam penerapan prinsip kesatuan ini, seorang pengusaha muslim tidak akan berbuat hal-hal berikut.⁴ *Pertama*, deskriminatif terhadap pekerja, pemasok, maupun pembeli. *Kedua*, dapat dipaksa untuk berbuat tidak etis, karena ia hanya takut dan cinta kepada Allah. *Ketiga*, menimbun kekayaan dengan penuh keserakahan. Promosi yang dilakukan oleh pihak *owner* pada jual beli *preset Lightroom* melalui media *Instagram* dan *WhatsApp* ini terdapat keterangan Biodata, cara order, contoh beberapa preset, adanya testimoni, harga jual baik harga asli maupun saat harga promosi, dan pihak *owner* akan mengirim setelah pembayaran, hal ini sesuai dengan prinsip kesatuan karena tidak adanya perilaku deskriminatif ataupun tindakan yang merugikan baik dari pihak *owner* dan konsumen. Tetapi dengan tidak adanya keterbukaan spesifikasi objek yang dijual, hal ini tidak sesuai dengan perilaku deskriminatif yang tidak menyebutkan kualitas, kuantitas, dan spesifikasi objek dengan alasan menganggap konsumen paham dengan apa yang akan dibeli dan diperoleh ketika membeli.

Berdasarkan prinsip keadilan berarti perdagangan yang tidak menzalimi dan tidak dizalimi dimana transaksi yang terjadi dalam pertukaran barang atau jasa dengan alat tukar uang mampu memberikan keadilan bagi

³ Fauziah, *Etika Bisnis Syariah*, 11.

⁴ Beekun, *Etika Bisnis Islam*, 3.

kedua belah pihak.⁵ Saling menguntungkan dan tidak ada satupun pihak merasa dirugikan atas adanya transaksi tersebut. Berlaku adil sehingga dalam perniagaan, Islam melarang untuk menipu walaupun sekedar menimbulkan keraguan.

Dalam promosi ini, dari pihak *owner* sudah mencantumkan biodata, cara order, contoh beberapa *preset*, adanya testimoni konsumen, harga jual asli maupun saat promosi, dan pengiriman objek dilakukan pihak *owner* setelah pihak konsumen sudah mengirimkan bukti pembayaran, hal ini sudah sesuai dengan prinsip keseimbangan dimana pihak *owner* menyerahkan objek setelah pembeli melakukan transaksi pembayaran. Jadi kedua pihak antara *owner* dan pembeli sama-sama menerima uang dan objek yang diinginkan. Adapun kegiatan promosi dari pihak *owner* pada kurangnya keterbukaan spesifikasi objek *preset* tidak sesuai karena menimbulkan unsur ketidakjelasan dan keraguan pada objek tersebut. dalam kegiatan promosi yang tidak menjelaskan spesifikasi objek ini tidak sesuai karena menimbulkan unsur keraguan keadaan yang sebenarnya, baik dari jumlah pemerolehan, warna kebanyakan yang dipakai maupun keunggulan objek, *owner* berbuat tidak adil dengan tidak menunjukkan objek dari segi warna yang dijadikan dasaran pada efek *preset* dan menganggap konsumen mengerti dengan apa yang mereka dapatkan.

⁵ Kurniawan, *Pengantar Pemasaran Islam*, 126.

Kebebasan merupakan bagian terpenting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif.⁶ Dalam hal ini manusia diberikan kebebasan untuk melakukan segala cara dalam hal jual beli akan tetapi haruslah sesuai dengan ketentuan prinsip etika bisnis Islam yakni kebebasan yang tidak merugikan kepentingan kolektif.

Dari penjelasan diatas promosi mengenai harga yang dilakukan pihak *owner* pada transaksi jual beli *preset Llightroom* ini sesuai dengan prinsip kehendak bebas, karena dari pihak *owner* sudah menyertakan harga asli maupun harga saat promosi. Pihak pembeli sendiri tidak merasa keberatan dengan harga segitu untuk mendapatkan *folder preset*, sedangkan objek dikirim setelah melakukan pembayaran, kebanyakan konsumen merasa puas karena murah, *preset* yang didapatkan juga banyak, hasil editan foto yang menggunakan *preset* tersebut juga keren.⁷ Sedangkan dari banyaknya *preset* yang diperoleh pembeli setelah melakukan transaksi mendapatkan hasil editan *preset* yang sama dan kebanyakan mirip-mirip baik dari hasil warna yang ditimbulkan hal ini tidak sesuai dengan prinsip kehendak bebas karena tanpa tidak sengaja pihak *owner* mengandakan *preset* hanya dalam perbedaan pengaturan pencahayaan saja dan hal tersebut membuat banyak *preset*.

Berdasarkan pada prinsip tanggung jawab ini seorang pedagang hendaknya berusaha menjamin barang yang diperdagangkan adalah barang yang baik, halal dan terjamin kualitasnya, serta menjamin baik dalam mencari

⁶ Fauziah, *Etika Bisnis Syariah*, 12.

⁷ Anjas, *Hasil Wawancara*, Ponorogo, 1 Januari 2021.

atau memilih barang yang dijual dan melakukan transaksi yang dilandasi kejujuran karena semua hal akan dimintai pertanggungjawaban kelak nanti.

Dalam penelitian ini, promosi yang dilakukan *owner* dalam penyerahan objek sudah sesuai dengan ketentuan jual beli *online* pada umumnya, yakni pengiriman objek setelah adanya pembayaran transaksi baik melalui transfer rekening Bank BNI, saldo OVO, maupun Shopee. Apabila pihak pembeli tidak sengaja menghilangkan folder *preset* dari pihak *owner* akan mengirim kembali folder *preset* karena pihak *owner* masih menyimpan siapa saja yang membeli *preset*, hal tersebut sesuai dengan prinsip tanggung jawab *owner* pada pembeli.

Pada prinsip kebenaran ini dalam melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut dan berbuat baik seakan-akan melihat Allah, jika tidak mampu, maka yakinlah Allah melihat. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi) proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan.⁸ Dengan adanya prinsip kebenaran ini dapat menjaga kemungkinan kerugian yang akan timbul dari transaksi jual beli *preset* pada akun *Instagram* @ruangterang_id.

Dalam etika bisnis Islam sangat penting menerapkan sikap taqwa (sungkan kepada Allah, untuk selalu taat kepadaNya), dengan adanya sikap

⁸ Fauziah, *Etika Bisnis Syariah*, 13.

taqwa seorang pebisnis akan melakukan usaha-usaha bisnis dengan cara-cara yang legal dan halal serta jauh dari praktik-praktik bisnis yang mengeksploitasi, dan merugikan bagi pihak-pihak lain yang terlibat bisnis dengannya.⁹

Berdasarkan penelitian yang dilakukan peneliti pada jual beli *preset Lightroom* ini sudah sesuai karena untuk penetapan harga ditetapkan berdasarkan survei pihak *owner* pada teman-teman disekitarnya. *Owner* menjual *preset* dengan harga 35 ribu mendapatkan banyak *preset* sekitar 2000 lebih. Sedangkan pada promosi yang tidak mencantumkan spesifikasi warna objek yang banyak digunakan pihak *owner* ini tidak sesuai dengan prinsip kebenaran, karena *owner* tidak jujur menjelaskan secara detail pemerolehan yang akan didapatkan ketika melakukan transaksi, hanya memberikan informasi mendapatkan banyak *preset* dan kenyataan yang didapatkan peneliti di lapangan saat melakukan wawancara pada konsumen mendapatkan komentar berupa *preset* dengan warna yang sama dan mirip-mirip.

B. Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Kepemilikan Barang Yang Dijadikan Sebagai Objek Pada Transaksi Jual Beli *Preset Lightroom* Di Akun *Instagram @Ruangterang_id*

Berdasarkan data yang diperoleh peneliti dari hasil wawancara pada *owner*, peneliti dapat menganalisis bahwa dalam kepemilikan barang yang dijadikan sebagai objek pada transaksi jual beli *preset Lightroom* di akun

⁹ Baidan, *Etika Islam dalam Berbisnis*, 177.

Instagram @ruangterang_id ini bukan sepenuhnya milik pihak *owner*. Jual beli merupakan akad yang umum digunakan oleh masyarakat, karena dalam pemenuhan kebutuhannya masyarakat pada umumnya berprofesi sebagai pedagang. Manusia dalam menjalankan kehidupan sosial membutuhkan orang lain dalam memenuhi segala kebutuhan hidup. Jual beli merupakan suatu transaksi yang dilakukan oleh pihak penjual dengan pihak pembeli terhadap sesuatu barang atau jasa dengan harga yang disepakati bersama. Dapat dipahami bahwa jual beli adalah suatu perjanjian tukar-menukar barang atau benda yang memiliki nilai, secara sukarela diantara dua belah pihak, salah satu pihak menerima benda dan pihak lainnya menerima uang sebagai kompensasi barang, sesuai dengan perjanjian dan ketentuan yang telah dibenarkan dan disepakati untuk memberikan konsekuensi kepemilikan barang atau jasa secara permanen.¹⁰ Jual beli di era modern saat ini beraneka macam dari kebutuhan pokok sampai kebutuhan dalam pemenuhan tambahan dalam sebuah aplikasi.

Objek jual beli pada penelitian ini adalah berupa barang yang tidak dipegang, karena memang tidak berfisik tetapi, objek tersebut dapat dilihat yang berupa fitur tambahan pada aplikasi *Lightroom*. Bisnis jual beli *preset Lightroom* ini melalui media *Instagram* dan *WhatsApp*. *Preset* yang dijadikan sebagai objek jual beli pada akun *Instagram @ruangterang_id* ini diperoleh hasil kerja editan *owner* yang mengacu pada *feed selebgram* dan dari download, *give away YouTobe*, akun *YouTobe* yang sering dikunjungi ada dua yaitu *youtober Jesen Zain* dan *youtober Andy Indrapuri* sedangkan

¹⁰ Tim Laskar Pelangi, *Metodologi Fiqih Muamalah*, 2.

Selebgram sebanyak 123 yang menjadi acuan edit *preset owner* diantaranya adalah, *selebgram @lutfiaa_*, *selebgram Icha Tarisa*, *selebgram Lialuqman*, *selebgram Nabilazirus*, *selebgram Vita Ambar*, *selebgram Adiva Selsa*, *selebgram Adyaasyra*, *selebgram Agiistaa*, *selebgram Aita Christina*, *selebgram Alamandaptrr*, *selebgram Aldiaan*, *selebgram Anisa Dheaa*, *selebgram Awkarin*. Efek *preset Lightroom* ini diperoleh dari hasil mengedit sendiri oleh pemilik akun *@ruangterang_id* dan beberapa dari pihak lain.

“Kan ada banyak akun *Youtuber* yang membuat content tentang cara membuat *preset Lightroom*, nah dari situ saya kan bisa download dan ada juga *preset* yang dibagikan secara cuma-cuma, nah itu saya dapatnya dari melihat *content Youtuber* sama pernah kemarin ada teman dari teman dekat saya yang mengirim file *preset* yang jumlahnya kurang lebih 500, nah itu saya masukkan ke folder *preset* saya tapi tetap saya simpan folder atas namanya walaupun itu secara etika iku nggak apik”.¹¹

Jadi dalam pemeroleh efek *preset* yang dijual oleh pemilik akun *@ruangterang_id* rasio perbandingan antara hasil karya editan sendiri 40% yang dibuat sendiri oleh *owner* berdasarkan *feed Instagram selebgram*, sedangkan 30% diambil dari *youtobe* yang direbranding dan 30 dari pemerolehan file teman dari teman dekat sebanyak 500 *preset* yang digunakan kembali. Hal itu terlontarkan saat wawancara entah dalam keadaan tidak sengaja atau sengaja karena ternyata kebanyakan *preset* yang di jual merupakan milik orang lain yang digunakan tanpa adanya izin terlebih dahulu untuk menggunakannya kembali sebagai barang atau objek yang diperjualbelikan.

¹¹ Hasan Sukma, *Hasil Wawancara*, 20 Deseember 2020.

Berdasarkan data yang peneliti peroleh dari hasil wawancara, objek jual beli tersebut ditinjau dari prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Pada kesatuan Tauhid (*Unity*) yang berhubungan dengan konsep tauhid, yang merupakan dimensi vertikal Islam. Tauhid merupakan landasan yang filosofis yang dijadikan sebagai fungsi utama setiap langkah muslim dalam menjalankan fungsi kehidupannya.¹²

Dalam penerapan prinsip kesatuan ini, seorang pengusaha muslim tidak akan berbuat hal-hal berikut.¹³ *Pertama*, deskriminatif terhadap pekerja, pemasok, maupun pembeli. *Kedua*, dapat dipaksa untuk berbuat tidak etis, karena ia hanya takut dan cinta kepada Allah. *Ketiga*, menimbun kekayaan dengan penuh keserakahan.

Sedangkan pada transaksi jual beli *preset Lightroom* ini objek yang diperjualbelikan bukan 100% kepemilikan dari pihak *owner* melainkan 40% *preset* hasil editan *owner* yang mengacu pada feed *selebgram* ini sesuai dengan prinsip kesatuan karena tidak adanya perilaku deskriminatif dan merugikan pihak lain. Sedangkan hasil 30% dari *youtobe* yang direbranding juga sudah sesuai dengan prinsip kesatuan dan 30% dari pemerolehan file teman dari teman dekat sebanyak 500 *preset* yang digunakan kembali ini tidak sesuai dengan prinsip kebenaran karena menggunakan *preset* milik orang yang tanpa seizinnya dipakai kembali.

Prinsip keadilan artinya perdagangan yang tidak menzalimi dan tidak dizalimi dimana transaksi yang terjadi dalam pertukaran barang atau jasa

¹² Fauziah, , *Etika Bisnis Syariah*, 11.

¹³ Beekun, *Etika Bisnis Islam*, 3.

dengan alat tukar uang mampu memberikan keadilan bagi kedua belah pihak.¹⁴ Saling menguntungkan dan tidak ada satupun pihak merasa dirugikan atas adanya transaksi tersebut. Berlaku adil sehingga dalam perniagaan, Islam melarang untuk menipu walaupun sekedar menimbulkan keraguan.

Berdasarkan penelitian ini objek yang 100% bukan kepemilikan *owner* 40% dari hasil editan *owner* yang mengacu pada feed *selebgram* dan 30% dari download *Youtube* ini sesuai dengan ketentuan prinsip keseimbangan karena berdasarkan karya sendiri dan untuk pengambilan yang disediakan dari *Youtube*. Sedangkan 30% penggunaan *preset* yang diperoleh dari folder kiriman teman yang digunakan kembali tanpa sepengetahuan pemiliknya, hal ini tentunya melanggar prinsip keadilan dimana pemilik dari *preset* tidak memberikan bagian hasil dari penjualan yang sudah dijual.

Dalam prinsip kebebasan, kebebasan merupakan bagian terpenting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif.¹⁵ Dalam hal ini manusia diberikan kebebasan untuk melakukan segala cara dalam hal jual beli akan tetapi haruslah sesuai dengan ketentuan prinsip etika bisnis Islam yakni kebebasan yang tidak merugikan kepentingan kolektif.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, objek yang diperjualbelikan 40% dari karya *owner* yang mengacu pada feed *selebgram*, 30% dari hasil download yang disediakan di content *Youtober* ini diperbolehkan saja karena tidak melanggar prinsip kebebasan berkehendak

¹⁴ Kurniawan, , *Pengantar Pemasaran Islam*, 126.

¹⁵ Fauziah, *Etika Bisnis Syariah*, 12.

tidak merugikan pihak lain. Sedangkan 30% yang diperoleh dari folder teman yang digunakan kembali tanpa adanya izin hal ini tidak sesuai dengan prinsip kebebasan karena melakukan segala cara untuk mendapatkan barang untuk dijadikan sebagai objek jual beli.

Islam sangat menekankan pada prinsip tanggung jawab, walaupun tidaklah berarti mengabaikan kebebasan individu, ini berarti bahwa yang dikehendaki ajaran Islam adalah kebebasan yang bertanggung jawab. Manusia harus berani mempertanggungjawabkan segala pilihannya tidak saja di hadapan manusia, bahkan yang paling penting adalah di hadapan Allah.¹⁶

Berdasarkan data yang diperoleh peneliti, objek yang dijual bukan 100% sepenuhnya milik pihak *owner*, akan tetapi 40% hasil karya *owner* dengan mengacu pada feed *selebgram*, 30% hasil dari download editan *youtuber*, dan 30% dari file teman dekat teman saya yang digunakan kembali, hal ini tidak sesuai dengan prinsip tanggung jawab karena kepemilikan orang lain yang digunakan tanpa adanya izin dan tidak adanya pembagian hasil penjualan. Dalam hal ini pemilik *owner* tidak bertanggung jawab mengganti kerugian atas penggunaan kembali *preset* yang dijadikan sebagai objek belinya.

Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi) proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih

¹⁶ Djakfar, *Etika Bisnis Islami Tataran Teoritis dan Praktis*, 67-68.

atau menetapkan keuntungan.¹⁷ Dengan prinsip kebenaran tersebut maka etika bisnis Islam akan menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerjasama ataupun perjanjian dalam bisnis.¹⁸

Dalam penelitian ini objek diperoleh dari 40% hasil karya *owner* sendiri yang mengacu pada *feed selebgram* dan 30% dari *download content youtuber hal tersebut* diperbolehkan saja, sedangkan 30% dari milik teman dekat teman saya yang digunakan kembali tanpa adanya izin terlebih dahulu, dengan ini pihak *owner* tidak jujur dalam memperoleh objek yang dijadikan sebagai objek jual beli.

¹⁷ Fauziah, *Etika Bisnis Syariah*, 13.

¹⁸ Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, 45-46.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan, adapun kesimpulan pada promosi jual beli *preset Lightroom* di akun *Instagram @ruangterang_id* adalah berikut:

1. Berdasarkan prinsip kehendak bebas dan prinsip tanggung jawab pada promosi yang dilakukan terdapat keterangan Biodata, cara order, contoh beberapa preset, adanya testimoni, harga jual baik harga asli maupun saat harga promosi, dan pihak *owner* akan mengirim setelah pembayaran, adanya pengantian kembali ketika folder hilang atas kesalahan konsumen hal ini sesuai akan tetapi terdapat unsur keragu-raguan dari pernyataan mendapatkan *preset* banyak banget yang tidak disebut sejumlah angka dan tidak adanya spesifikasi yang mendetail hal ini tidak sesuai dengan prinsip kesatuan, prinsip kejujuran, dan prinsip keadilan.
2. Kepemilikan barang yang dijadikan sebagai objek jual beli *online* bukan sepenuhnya kepemilikan sendiri yang diperoleh dari teman dekat dari teman *owner* yang digunakan kembali tanpa izin terlebih dahulu hal ini tidak sesuai dengan prinsip keadilan, prinsip kejujuran, dan prinsip tanggung jawab.

B. Saran

Adapaun dengan adanya penelitian ini, peneliti mencoba mengemukakan saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi peneliti sendiri maupun bagi pihak *owner* dan konsumen adalah berikut:

1. Diharapkan pihak *owner* dapat menjelaskan mengenai spesifikasi *preset* yang dijual agar ketika konsumen membeli tidak merasa dirugikan karena kebanyakan warna *preset* yang digunakan hampir sama. Adapun dalam promosi mengenai berapa banyaknya *preset* yang akan didapatkan pihak konsumen dapat diterterakan berapa banyaknya dalam sebuah angka bilangan, dari situ dapat dikelompokkan file *preset* yang sama dengan penggunaan nama file yang jelas dan berbeda agar tidak membingungkan pihak konsumen saat menggunakan *preset* tersebut. Sedangkan pihak konsumen lebih teliti kembali ketika ingin membeli sesuatu objek yang hanya dapat dilihat berupa tambahan fitur pada sebuah aplikasi dan lebih bertanya kepada penjual untuk mendapatkan informasi mengenai objek tersebut.
2. Diharapkan pihak *owner* dapat lebih jujur dalam menjalankan bisnis dengan bertindak jujur dan meminta izin terlebih dahulu dalam hal penggunaan objek yang akan dijadikan sebagai objek jual beli agar tidak adanya kesalahan yang dapat merugikan pihak *owner* sendiri dalam menjalankan bisnisnya.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'ān:

Hidayatulloh, Agus. *Al-Qur'an Tajwid Warna, Terjemah Per Kata, Terjemah Inggris*. Bekasi: Cipta Bagus Segara, 2012.

Referensi Buku:

Anggito, Albi. *Metode Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak, 2018.

Aziz, Abdul. *Etika Bisnis Prespektif Islam*. Bandung: Alfabeta, 2013.

Badroen, Faisal. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Prenamedia Grup, 2006.

Baidan, Nasharudin. *Etika Islam dalam Berbisnis*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014.

Bashori, Ahmad D. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Prenamedia Grup, 2006.

Beekun, Rafik Isa. *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: Pustaka pelajar, 2007.

Departemen Pendidikan Dan Kebudayaan. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 2001.

Djakfar, Muhammad. *Etika Bisnis Islami Tataran Teoritis dan Praktis*. Malang: UIN Malang Press, 2008.

Fauziah, Ika Yunia. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: KENCANA, 2013.

Fauziah, Nur Dinah. *Etika Bisnis Syariah*. Malang: Literasi Nusantara, 2019.

Harahap, Sofyan S. *Etika Bisnis dalam Prespektif Islam*. Jakarta: Salemba Empat, 2011.

Hadi, Sutisno. *Metodologi Reseach Jilid 1*. Yogyakarta: Andi Publiser, 2004.

Hidayat, Enang. *Fiqih Jual Beli*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015.

Iskandar, Yenny. *Buku Ajar Pengantar Aplikasi Komputer*. Yogyakarta: CV BUDI UTAMA, 2018.

Kartono, Kartini. *Pengantar Metodologi Riset Sosial*. Bandung: Mandar Maju, 1996.

- Kurniawan, Dhika Amalia. *Pengantar Pemasaran Islam (Konsep, Etika, Strategi dan Implementasi)*. Ponorogo: UNIDA Gontor Press, 2017.
- Mamik. *Metodologi Penelitian*. Sidoarjo: Zifatama, 2015.
- Mardani. *Fiqh Ekonomi Syariah*. Jakarta: KENCANA, 2013.
- Meleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: ROSDA, 2018.
- Nawawi, Ismail. *Fiqh Muamalah Klasik dan Kontemporer*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2017.
- Nuryanto, Hery. *Sejarah Perkembangan Teknologi Dan Informasi*. Jakarta : PT Balai Pustaka, 2012.
- Purwana, Agung Eko. *Hukum Ekonomi*. Ponorogo: STAIN PO PRESS, 2011.
- Rivai, Veritzal. *Business and Economic Ethics*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012.
- Sabiq, Sayyid. *Fikih Sunnah*. Bandung: PT Al-MA'ARIF, 1988.
- Sarwono, Jonathan. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Ghara Ilmu, 2006.
- Sommerville, Ian. *Software Engineering*. Universitas Gunadharman: Erlangga, 2003.
- Sudarto. *Metodologi Penelitian Filsafat*. Jakarta: PT Raja Grafindo, 1996.
- Sugiyono. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Suhendi, Hendi. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: PT Rajawali Press, 1997.
- Tamimy, Muhammad Fadhol. *Sharing-mu Personal Branding-mu*. Jakarta: Visimedia, 2017.
- Tim Laskar Pelangi. *Metodologi Fiqih Muamalah*. Kediri: Lirboyo Press, 2013.
- Referensi Jurnal:**
- Amalia, Fitri. “Etika Bisnis Islam: Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil”, *Jurnal Etika Bisnis Islam*, 1. Jakarta: FEB UIN Syarif Hidayatullah, 2013.
- Daud, Deny. “Promosi dan Kualitas Layanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Pembiayaan Pada Pt. Bess Finance Manado.” *Jurnal Emba: Manado*, 2013.
- Hulaimi, Ahmad. “Etika Bisnis Islam Dan Dampaknya Terhadap Kesejahteraan Pedagang Sapi.” *JEBI Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam: Mataram*, 2017.
- Ishaq, Fajar Firmansyah. “Analisis Sejarah Perkembangan Adobe Lightroom Dari Versi Beta Sampai Versi 9.0.” *Desain Komunikasi Visual: Makasar*, 2019.

Juansyah, Andi. “Pembangunan Aplikasi *Child Tracker* Berbasis *Assisted-Global Positioning System (A-GPS)* Dengan Platfrom Android,” *Ilmiah Komputer dan Informatika*: Bandung, 2015.

Juliyani, Erly. “Etika Bisnis Dalam Prespektif Islam.” *Jurnal Ummul Qura*: , 2016.

Salim, Munir. , “Jual Beli Secara Online Menurut Pandangan Hukum Islam.” *Al Daulah*: Makasar, 2017.

Referensi Internet:

Apa itu preset lightroom dan jenis preset lightroom <https://lightroomindonesia.com?apa-itu-preset-lightroom-dan-jenis-presetlightroom/#:~:text=Preset%20lightroom%20merupakan%20sebuah%20Okumpulan,dalam%20bentuk%20atau%20format%20tertentu> , (diakses pada tanggal 23 November 2020, pukul 08.10).

Dian, Salama. *Pengertian Aplikasi: Fungsi, Sejarah, Jenis & Contoh Aplikasi*, <https://salamadian.com/pengertian-aplikasi/> (diakses pada tanggal 26 November, pukul 09.56).

Lightroom Indonesia, <https://lightroomindonesia.com/apa-itu-preset>, (diakses pada tanggal 26 November 2020, pukul 10.40).

Pengertian dan Kelebihan Adobe Lightroom dan erbedaanya dengan Photoshop Biasa <https://rondabstudio.blogspot.com/2017/01/pengertian-dan-kelebihan-adobe.html?m=1> , (diakses pada tanggal 23 November 2020, pukul 07.56).

Syah, Abdullah. “Agama Itu Ialah Muamalah (Fiqih Muamalah Bag 1)”, dalam <https://www.muisumut.com/blog/2019/10/01/agama-itu-ialah-muamalah-fiqih-muamalah-bag-1/>, (diakses pada tanggal 19 November 2020, pukul 14.00).

Wikipedia.https://translate.google.com/translate?u=https://en.wikipedia.org/wiki/Adobe_Lightroom&hl=id&sl=en&tl=id&client=srp&prev=search , (diakese pada tanggal 13 Januari 2021, pukul 12.12).

<https://jalantikus.com/tips/cara-menggunakan-adobe-lightroom/>, (diakses pada tanggal 13 Januari 2021, pukul 12.24).