PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA BISNIS ONLINE PERLENGKAPAN ALAT SHALAT DI SANAYA KIDS PONOROGO

SKRIPSI

Oleh:

ROSI KUSUMA WARDANI

NIM: 210716052

Pembimbing:

UNUN ROUDLOTUL JANAH, M.Ag

NIP. 197507162005012004

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI

PONOROGO

2021

ABSTRAK

Wardani, Rosi Kusuma. 2021. *Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Bisnis Online Perlengkapan Alat Shalat Di Sanaya Kids Ponorogo*. Skripsi. Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. Pembimbing Unun Roudlotul Janah, M.Ag.

Kata Kunci : Etika Bisnis Islam, Bisnis Islam.

Sanaya Kids adalah *brand* dari sebuah produk mukena anak dan sarung anak, yang diluncurkan pertama kali pada tanggal 1 Maret 2013. Ide pendirian usaha ini berawal dari belajar konsep *titles marketing* (judul pemasaran) berbasis *online* selama dua tahun. Dalam menjalankan usahanya secara *online* Sanaya Kids belum sepenuhnya jujur atas kualitas produk yang dijualnya. Saat melakukan pengecekan kerap ditemukan ada cacat barang seperti jaitan tidak rapi, ada noda akibat proses produksi dan ukuran yang tidak sesuai. Dengan adanya cacat barang tersebut tentu pelaku usaha melakukan berbagai cara supaya kekurangan dari barang tersebut bisa diatasi dan tidak sampai ke tangan konsumen dengan kondisi yang demikian. Pemilik usaha juga menetapkan harga yang sama, meski kualitas produk yang di jual belikan terdapat cacat pada produk. Oleh karena itu, penelitian ini merumuskan masalah untuk mengetahui: (1) perspektif ekonomi bisnis Islam pada praktik jual beli *online* perlengkapan alat shalat di Sanaya Kids Ponorogo. (2) cara penetapan harga pada bisnis *online* perlengkapan alat shalat di Sanaya Kids Ponorogo dan

(3) dampak jual beli *online* perlengkapan alat shalat di Sanaya Kids Ponorogo.

Metode dalam penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian langsung yang dilakukan di lapangan atau kepada responden. Penelitian dilakukan pada Bisnis *Online* Sanaya Kids Ponorogo dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa (1) praktik jual beli *online* perlengkapan alat shalat di Sanaya Kids Ponorogo belum sepenuhnya menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Beberapa prinsip yang telah diterapkan yaitu prinsip kebebasan, prinsip tanggungjawab dan prinsip ihsan. Sedngkan prinsip kestuan, prinsip keseimbangan dan prinsip kebenaran, kbajikan dan kejujuran belum diterapkan oleh Sanaya Kids Ponorogo (2) cara penetapan harga pada bisnis *online* perlengkapan alat shalat di Sanaya Kids Ponorogo belum sepenuhnya menerapkan cara penetapan harga. Beberapa yang telah diterapkan yaitu keterjangkauan harga, daya saing harga dan kesesuaian harga dengan manfaat. Sedangkan kesesuaian harga dengan kualitas produk belum diterapkan oleh Sanaya Kids Ponorogo dan (3) jual beli secara *online* memberikan dampak yang positif pada bisnis *online* perlengkapan alat shalat di Sanaya Kids Ponorogo. Beberapa dampaknya yaitu, meningkatkan pangsa pasar, menurunkan biaya opersaional, melebarkan jangkauan dan meningkatkan *customer loyalty*.

PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Rosi Kusuma Wardani

NIM : 210716052

Jurusan : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Bisnis Online Perlengkapan Alat Shalat di Sanaya Kids Ponorogo

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

Ponorogo, 29 Maret 2021
Pembuat Pernyataan,

METERAI TEMPEL
DF02BAHF941314652
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Rosi Kusuma Wardani
NIM: 210716052

PONOROGO

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

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

No.	Nama	NIM	Jurusan	Judul Skripsi
1	Rosi Kusuma Wardani	210716052	Ekonomi Syariah	PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA BISNIS ONLINE PERLENGKAPAN ALAT SHALAT DI SANAYA KIDS PONOROGO

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

Ponorogo, 29 Maret 2021

Mengetahui,	Menyetujui,
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah	Dosen Pembimbing
Dr. Luhur Prasetiyo, M.E.I	Unun Roudlotul Janah, M.Ag
NIP. 197801122006041002	NIP. 197507162005012004

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

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NASKAH SKRIPSI BERIKUT INI:

Judul	:	Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Bisnis Online Perlengkapan Alat Shalat di Sanaya Kids Ponorogo
Nama	:	Rosi Kusuma Wardani
NIM	:	210716052
JURUSAN	:	Ekonomi Syariah

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

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang :
Ika Susilawati, S.E., M.M.
NIP. 197906142009012005 (.....)

Penguji I :
Iza Hanifuddin, Ph.D.
NIP. 196906241998031002 (.....)

Penguji II :
Unun Roudlotul Jannah, M.Ag.
NIP. 197507162005012004 (.....)

Ponorogo, 12 April 2021
Mengesahkan,
Dekan FEBI IAIN Ponorogo

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

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rosi Kusuma Wardani

NIM : 210716052

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul : Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Bisnis Online Perlengkapan Alat Shalat Di Sanaya Kids Ponorogo

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini telah diperiksa oleh dosen pembimbing. Selanjutnya naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses melalui ethesis.iainponorogo.ac.id. adapun ini dari keseluruhan penulisan tersebut sepenuhnya menjadi tanggungjawab dari penulis.

Demikian peryataan saya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ponorogo, 04 Mei 2021

Yang Membuat Pernyataan

Rosi Kusuma Wardani

NIM: 210716052

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era bisnis saat ini, pelaku bisnis diarahkan untuk mencapai sebuah tujuan untuk mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin. Namun untuk mencapai tujuan tersebut perlaku bisnis kerap menghalalkan berbagai cara tanpa mempedulikan apakah tindakan yang telah ia lakukan melanggar etika dalam berbisinis atau tidak. Untuk memulai dan menjalankan sebuah bisnis tentu tidak boleh lepas dari etika, karena mengimplementasikan etika dalam bisnis akan mengarahkan kehidupan manusia untuk mencapai kebahagiaan dunia dalam bentuk memperoleh keuntungan materil dan kebahagiaan akhirat dengan memperoleh ridha Allah SWT. Dengan berkembangnya zaman yang semakin modern dunia bisnis semakin cenderung mengabaikan etika. Sekalipun mendatangkan banyak perdebatan, gagasan perdagangan bebas dan persaingan bebas terus bergulir sebagai akibat bangkitnya kegairahan organisasi-organisasi bisnis dan perdagangan dunia. Faktanya, persaingan berkembang mengarah pada praktik-praktik persaingan liar yang menghalalkan segala cara.

Agama Islam sangat menganjurkan dan mendorong umatnya untuk berjuang dalam mendapatkan materi dengan berbagai cara. Selama cara yang dilakukan tidak keluar dari rambu-rambu yang telah ditetapkan, diantara rambu-rambu itu adalah carilah yang halal lagi baik, tidak berlebih-lebihan atau melampaui batas, tidak dizalimi dan menzalimi, menjauhkan unsur riba dan gharar

(ketidakjelasan). Etika dibutuhkan dalam bisnis ketika manusia mulai menyadari bahwa dibidang bisnis justru telah menyebabkan manusia semakin tersisih dari nilai-nilai kemanusiaan dan mendorong munculnya egoism dan praktek monopoli, sifat ingin menguasai apa saja tanpa pernah merasa puas.[1] Dalam etika jual beli yang terpenting adalah kejujuran. Ia merupakan puncak moralitas iman dan karakteristik yang paling menonjol dari orang-orang beriman. Bahkan, kejujuran merupakan karakteristik para Nabi. Tanpa kejujuran kehidupan agama tidak akan berdiri tegak dan kehidupan dunia tidak berjalan dengan baik. Sebaliknya kebohongan adalah pangkal cabang kemunafikan. Cacat pasar yang paling banyak dan memperburuk citra perdagangan adalah kebohongan, manipulasi, dan mencampur aduk kebenaran dengan kebathilan, baik secara dusta atau menerangkan spesifikasi barang dagangan dan mengunggulkan atas yang lainnya.[2]

Padahal dalam Islam telah diajarkan kode etik bagi muslim yang terlibat bisnis global yaitu harus bertindak jujur dan benar, menjaga ucapan dan tidak bertindak curang dan menipu dalam melakukan bisnis.[3] Etika bisnis Islam merupakan suatu kebiasaan atau budaya moral yang berkaitan dengan kegiatan bisnis suatu perusahaan atau dengan kata lain etika bisnis Islam adalah seperangkat nilai

---

[1] Rafik Issa Beekun, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), 3.

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

[3] Veithzal Rivai dan Antoni Nizar Usman, *Islamic Economic and Finance Ekonomi dan Keuangan Islam Bukan Alternatif Tetapi Solusi* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2007), 221.

tentang baik, buruk, benar, salah dan halal haram dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas yang sesuai dengan syariah.[4] Praktik bisnis syariah menekankan bahwa pebisnis tidak boleh melaksanakan kegiatan bisnis semata untuk mencari laba semaksimal mungkin. Dalam praktik bisnis syariah, keuntungan yang diperoleh harus proposional dengan tidak memberikan kerugian kepada orang lain. Penekanan etika bisnis dalam bisnis syariah menjadi penting sebagai pagar agar pebisnis syariah tidak terjerumus pada keserakahan. Pebisnis pada intinya melaksanakan jual dan beli, yang artinya saling menukar atau tukar-menukar. Jual (*al-bai'*) dan beli (*asy-syiraa*) adalah dua kata yang dipergunakan dalam pengertian yang sama tapi sebenarnya berbeda. Menurut syariat jual-beli adalah pertukaran harta, memindahkan hak milik dengan ganti atas dasar saling rela-ikhlas, bukan berarti rasa kesal-menyesal, ataupun rasa saling tidak puas.[5]

Etika bisnis Islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah, yang selanjutnya tentu melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan.[6]

Sejumlah aksioma dasar (hal yang sudah menjadi umum dan jelas kebenarannya), aksioma-aksioma ini

---

[4] Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam* (Bandung: Alfabeta, 2013), 35.

[5] Buchari Alma, *Manajemen Bisnis Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2014), 112-113.

[6] Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, 32.

merupakan turunan dari hasil penerjemahan kontemporer akan konsep-konsep fundamental dari nilai moral islami. Rumusan aksioma ini diharapkan menjadi rujukan bagi moral *awareness* para pebisnis muslim untuk menentukan prinsip-prinsip yang dianut dalam menjalankan bisnisnya untuk membangun kultur bisnis yang sehat, idealnya dimulai dari perumusan etika yang akan digunakan sebagai norma perilaku sebelum aturan perilaku dibuat dan dilaksanakan.

Maka dari itu, Islam menawarkan nilai-nilai dasar atau prinsip-prinsip umum yang penerapannya dalam bisnis disesuaikan dengan perkembangan zaman dan mempertimbangkan dimensi ruang dan waktu. Prinsip-prinsip tersebut tersebut adalah sebagai berikut :

1) *Unity* (kesatuan)

   Individu-individu memiliki kesamaan dalam harga dirinya sebagai manusia. Diskriminasi tidak bisa diterapkan atau dituntut hanya berdasarkan warna kulit, ras, kebangsaan, agama, jenis kelamin atau umur. Hak-hak dan kewajiban-kewajiban ekonomik setiap individu disesuaikan dengan kapabilitas dan kapasitas yang dimiliki dan sinkronisasi pada setiap peranan normatif masing-masing dalam struktur sosial. Berdasarkan hal inilah, beberapa perbedaan peranan muncul antara orang-orang dewasa, disatu pihak, dan orang jompo atau remaja. Atau antara laki-laki dan perempuan.[7]

[7] Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Kencana, 2007), 89-90.

Maka dalam penelitian ini, bisnis *online* Sanaya Kids dalam prakik jual beli dilakukan dengan cara melakukan penawaran atau promosi kepada masyarakat yang kebanyakan mereka menggunakan media sosial untuk berbelanja tanpa memandang atau mengkhususkan promosinya kepada beberapa orang saja. mereka membuka lebih luas promosinya untuk semua orang, tidak mendeskriminasikan pembeli mereka berdasarkan warna kulit, ras, kebangsaan, agama, jenis kelamin ataupun umur.[8]

2) *Equilibrium* (keseimbangan)

Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai. Pengertian adil dalam Islam diarahkan agar hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta dan hak Allah dan Rasulnya berlaku sebagai *stakeholder* dari perilaku adil seseorang. Semua hak-hak tersebut harus ditempatkan sebagaimana mestinya (sesuai aturan syariah). Tidak mengakomodir salah satu hak diatas, dapat menempatkan seseorang tersebut pada kezaliman. Karenanya orang yang adil akan lebih dekat kepada ketakwaan.[9]

Maka dalam penelitian ini, bisnis *online* Sanaya Kids dalam praktek jual beli terdapat kecurangan dalam kualitas barang yang dijual yaitu penyembunyian kecacatan pada barang, yang dimana

[8] Nia Anggita, *Wawancara*, 20 Februari 2020.
[9] Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*, 91-92.

dalam berbisnis Islam telah mengajarkan kepada seluruh umatnya untuk berlaku secara adil dan menyempurnakan takaran dan timbangan.[10]

3) *Free Will* (kebebasan)

Aktivitas ekonomi dalam konsep ini diarahkan kepada kebaikan setiap kepentingan untuk seluruh komunitas Islam, baik sektor pertanian, perindustrian, perdagangan dan lainnya. Larangan adanya bentuk monopoli, kecurangan dan praktik riba adalah jaminan terhadap terciptanya suatu mekanisme pasar untuk berusaha tanpa adanya keistimewaan-keistimewaan pada pihak-pihak tertentu.[11]

Maka dalam penelitian ini, bisnis *online* Sanaya Kids dalam praktek jual beli pembeli melaksanakan transaksi atas dasar suka sama suka dan rela sama rela. Dalam setiap transaksi jual beli yang dilakukan, pedagang selalu membebaskan pembelinya dalam melanjutkan atau membatalkan transaksi jual beli[12]

4) *Responsibility* (tanggungjawab)

Tidak ada seorangpun 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

[10] Observasi, 16 Oktober 2019.
[11] Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*, 96.
[12] Nana Ervina, *Wawancara*, 20 Februari 2020.

landasan untuk melaksanakan tanggung jawabnya kepada Allah.[13]

Maka dalam penelitian ini, bisnis *online* Sanaya Kids dalam praktek jual beli pelaku bisnis ini bersedia untuk mempertanggung jawabkan atas barang yang dijualnya apabila terdapat kerusakan barang yang telah dibeli oleh konsumen.[14].

5) *Benevolence* (ihsan)

Ihsan artinya melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut atau dengan kata lain beribadah dan berbuat baik seakan-akan melihat Allah, jika tidak mampu, maka yakinlah Allah melihat.[15]

Maka dalam penelitian ini, bisnis *online* Sanaya Kids dalam praktek jual beli pengelola bisnis ini melayani pembelinya dengan sikap ramah tamah dengan merespon baik pembeli yang telah menghubunginya melalui media sosial seperti pesan melalui *whatsapp, instagram, facebook* bahkan dapat juga melakukan pembelian dengan mudah melalui *web* resmi di https://www.ordersanaya.com melalui *web* tersebut pembeli dapat melakukan pembelian maupun pemesanan barang yang dijual belikan oleh bisnis ini.[16]

---

[13] Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*, 100-101.
[14] Nana Ervina, *Wawancara*, 20 Februari 2020.
[15] Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*, 102-103.
[16] Nia Anggita, *Wawancara*, 20 Februari 2020.

6) Kebenaran, kebajikan dan kejujuran

Pengejawantahan prinsip kebenaran dengan dua makna kebajikan dan kejujuran secara jelas telah diteladankan oleh Nabi Muhammad Saw, yang juga merupakan pelaku bisnis yang sukses pada masanya. Dalam menjalankan bisnisnya, Nabi tidak pernah sekalipun melakukan kebohongan, penipuan, atau menyembunyikan kecacatan barang. Sebaliknya Nabi mengharuskan agar bisnis dilakukan dengan kebenaran dan kejujuran.[17]

Salah satu pengelola bisnis Sanaya Kids ini mengungkapkan bahwa barang yang mereka pasarkan merupakan barang dengan kualitas yang baik serta menjelaskan keunggulan kualitas barang kepada pembeli agar tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan. Namun, dari salah satu pembeli mengungkapkan bahwasannya pernah mendapatkan kualitas yang bercampur atau cacat dalam produk yang mereka beli sehingga barang tersebut dikembalikan dan minta untuk ditukar dengan barang yang baru.[18]

Dalam penggunaan sosial media untuk kegiatan jual beli, pengguna banyak menggunakan aplikasi sosial media seperti *Instragam*, *Facebook*, dan lain sebagainya. *Instragam* dan *Facebook* merupakan dua diantara beberapa aplikasi *online* yang digunakan untuk berbisnis dalam media sosial. Saat penjual mulai melakukan bisnis pada

---

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

[18] Nia Anggita, *Wawancara*, 20 Februari 2020.

beberapa aplikasi *online* tersebut, penjual diharapkan juga memperhatikan etika bisnis Islam dalam pemasaran produk atau menyampaian mengenai kualitas produk dalam proses promosi. Salah satu teknologi yang sedang populer saat ini adalah teknologi informasi. Teknologi ini tidak hanya dimanfaatkan untuk lalu-lintas informasi akan tetapi juga sudah banyak dimanfaatkan untuk berbisnis. Bisnis *online* secara sederhana dapat diartikan sebagai proses jual beli, pertukaran produk, jasa dan informasi melalui internet.[19]

Jual beli yang melalui internet disebut jual beli *online*. Jual beli *online* diartikan sebagai jual beli barang dan jasa melalui media elektronik, khususnya melalui internet atau secara *online*. Jual beli via internet adalah jual beli yang terjadi di media elektronik, yang mana transaksi jual beli tidak mengharuskan penjual dan pembeli bertemu secara langsung atau saling menatap muka secara langsung, dengan menentukan ciri-ciri, jenis barang, sedangakan untuk harganya dibayar terlebih dahulu baru diserahkan barangnya.[20]

Dalam jual beli *online*, penjual dituntut bersikap tidak kontradiksi secara disengaja antara ucapan dan perbuatan dalam bisnisnya. Mereka dituntut tepat janji, tepat waktu, mengakui kelemahan dan kekurangan, selalu memperbaiki kualitas barang atau jasa secara

---

[19] Arip Purkon, *Bisnis Online Syariah* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014), 19.

[20] Tira Nur Fitria, Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) dalam Hukum Islam dan Hukum Negara, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 03, No. 01 (2017), 52.

berkesinambungan serta tidak boleh menipu dan berbohong. Penjual harus memiliki amanah dengan menampilkan sikap keterbukaan, kejujuran, pelayanan yang optimal, dan berbuat baik dengan segala hal, apalagi berhubungan dengan pelayanan masyarakat. Dengan sifat amanah, pelaku usaha memiliki tanggung jawab untuk mengamalkan kewajiban-kewajibannya.[21]

Strategi penetapan harga yang mempengaruhi psikologis konsumen juga sering digunakan para pengusaha untuk meningkatkan penjualan, misalnya dengan menetapkan harga yang cukup tinggi untuk membentuk image kualitas produk yang tinggi. Selain itu bisa juga dengan menetapkan harga ganjil yang sedikit lebih murah dari harga yang ditentukan agar konsumen mengira produk yang dibeli lebih murah. Pemberian potongan harga tertentu apabila konsumen membeli produk dalam jumlah banyak, juga dapat dijadikan strategi khusus untuk menarik minat beli konsumen.[22]

Seperti halnya yang terjadi pada Bisnis Online Perlengkapan Alat Shalat di Sanaya Kids Ponorogo. Sanaya Kids merupakan usaha yang menyediakan peralatan alat shalat yang kebanyakan produknya terdiri atas peralatan shalat anak. Sebelum usaha ini berdiri pemilik usaha mencari informasi terlebih dahulu tentang produk apa yang sekiranya banyak diminati, pesaing sedikit, dan bisa diproduksi sendiri dengan mudah. Proses *research* mengenai produk dilakukan selama tiga bulan

[21] Veithzal Rivai, *Islamic Business and Economic Ethics*, 237.

[22] Sudaryono, *Pengantar Bisnis Teori dan Praktek* (Yogyakarta: Andi, 2015), 230.

untuk memutuskan produk apa yang akan dipasarkan, opsi produk pada saat itu diantaranya, mukena anak, tas laptop, dan sprei susun. Akhirnya pada tahun 2013 memutuskan untuk membuka bisnis *online* mukena anak. Seiring dengan perkembangan zaman, pemilik usaha terus meng-*update* desain mukena anak, selain itu juga menambah produk baru seperti mukena dewasa, mukena *couple*, mukena katun jepang, sarung anak instan, sajadah anak dan dewasa, serta dress santai *syar'i*.[23] Ditinjau dari praktik jual beli dalam memasarkan produknya secara *online* usaha ini sangat mengedepankan atas kualitas barang yang ia produksi dengan berbagai cara yang telah mereka tentukan seperti melakukan *quality control* atau pengecekan barang terlebih dahulu sebelum barang itu dipasarkan. Produk yang dijual dan diproduksi oleh usaha ini cukup bagus karena usaha tersebut sangat mengedepankan akan kualitas barang yang diproduksinya sebelum sampai ketangan konsumen.[24]

Namun dengan melakukan pengecekan tersebut kerap ditemukan ada cacat barang seperti jaitan tidak rapi, ada noda akibat proses produksi dan ukuran yang tidak sesuai. Dengan adanya cacat barang tersebut tentu pelaku usaha melakukan berbagai cara supaya kekurangan dari barang tersebut bisa diatasi dan tidak sampai ke tangan konsumen dengan kondisi yang demikian.[25] Dengan adanya kejadian tersebut pelaku usaha belum melaksanakan etika secara murni sehingga mereka masih

[23] Sabrina Teduh Alami, *Wawancara*, 20 Februari 2020.
[24] Luluk Nurdiana, *Wawancara*, 20 Februari 2020.
[25] Observasi, 16 Oktober 2019.

melanggar perjanjian, memanipulasi, kurang memahami etika bisnis Islam yang sebenarnya. Berbisnis pada hakekatnya adalah profesi yang luhur yang melayani berbagai masyarakat, karena usaha bisnis berada ditengah-tengah masyarakat seharusnya menjaga kelangsungan bisnisnya dengan menerapkan etika bisnis Islam.

Dalam praktik jual beli pelaku bisnis diarahkan untuk mencapai sebuah tujuan untuk mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin. Namun untuk mencapai tujuan tersebut perlaku bisnis harus melakukan penetapan harga yang tepat. Dalam menentukan harga, setiap perusahaan memiliki strategi yang berbeda-beda. Namun dari strategi yang dijalankan masih memiliki tujuan yang sama. Pada dasarnya tujuan penetapan harga memiliki empat orientasi, yaitu: tujuan berorientasi pada laba, tujuan berorientasi pada volume penjualan, tujuan berorientasi pada *image* dan tujuan berorientasi pada stabilitas harga.

Sedangkan yang terjadi di bisnis *online* tersebut menetapkan harga yang sama, meski kualitas produk yang di jual belikan terdapat cacat pada produk. Adanya cara penetapan harga yang digunakan, sangat berpengaruh terhadap penjualan suatu produk yang diperjual belikan oleh bisnis *online* tersebut.[26]

Bertitik tolak dari hal di atas, maka penerapan etika bisnis Islam dalam berdagang sangatlah penting, karena dalam suatu perusahaan bisnis khususnya perdagangan pasti memerlukan pelaku-pelaku bisnis yang jujur, adil dan objektif, tidak curang, tidak khianat serta dapat

[26] Ibid.,

menghindari sifat-sifat yang tercela lainnya, sehingga keberadaan bisnis bisa saling menguntungkan bukan keberuntungan sepihak melainkan keduanya dalam hal ini yaitu antara penjual dan pembeli saling membutuhkan.

Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik mengangkat tema tersebut kedalam tulisan (skripsi) dengan judul **"Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Bisnis Online Perlengkapan Alat Shalat Di Sanaya Kids Ponorogo."** Penelitian ini baru dan layak untuk diterbitkan.

B. Rumusan Masalah

Berpijak dari latar belakang masalah, maka peneliti menentukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perspektif ekonomi bisnis Islam pada praktik jual beli *online* perlengkapan alat shalat di Sanaya Kids Ponorogo?
2. Bagaimana analisis cara penetapan harga pada bisnis *online* perlengkapan alat shalat di Sanaya Kids Ponorogo?
3. Bagaimana dampak jual beli *online* perlengkapan alat shalat di Sanaya Kids Ponorogo?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis perspektif ekonomi bisnis Islam pada praktik jual beli *online* perlengkapan alat shalat di Sanaya Kids Ponorogo

2. Untuk mengetahui dan menganalisis cara penetapan harga pada bisnis *online* perlengkapan alat shalat di Sanaya Kids Ponorogo
3. Untuk mengetahui dan menganalisis dampak jual beli *online* perlengkapan alat shalat di Sanaya Kids Ponorogo

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi penelitian sejenis dan pengembangan studi pemasaran.
2. Manfaat Praktis
   a. Bagi Peneliti

      Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi serta dapat menjadi wahana pengembangan ide-ide ilmiah dan pengembangan ilmu pengetahuan di bidang etika bisnis Islam.

   b. Bagi Pemilik Usaha

      Sebagai bahan evaluasi bagi pihak pemilik usaha dalam pemahaman tentang pentingnya etika bisnis Islam dalam sebuah bisnis.
   c. Bagi Institut Agama Islam Negeri Ponorogo

      Untuk menambah referensi perpustakaan sehingga dapat digunakan sebagai bahan-bahan bagi mahasiswa Ekonomi Syariah khususnya dan pihak yang berkepentingan untuk bahan penelitian sejenis.

E. Sistematika Pembahasan

Bab I adalah Pendahuluan. Ada bagian ini berisi tentang latar belakang masalah yang menguraikan alasan akademis penelitian ini dilakukan. Pembahasan setelahnya adalah rumusan masalah yang memaparkan pertanyaan penelitian dan kemudian dilanjutkan dengan tujuan dan manfaat yang diharapkan dari penelitian ini.

Bab II adalah Kajian teori dan penelitian terdahulu. Pada bagian ini berisi tentang pengertian etika bisnis Islam, prinsip dasar etika bisnis Islam, pengertian jual beli *online*, cara penetapan harga dan dampak jual beli *online* pada bisnis *online* perlengkapan alat shalat di Sanaya Kids Ponorogo. Selain itu pada bab ini juga menjelaskan mengenai studi penelitian terdahulu yang menjelaskan posisi penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yang sudah ada.

Bab III adalah Metode Penelitian. Pada bab ini berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian yaitu menggunakan penelitian kualitatif, tempat penelitian yang dilakukan di Sanaya Kids Ponorogo, data dan sumber data mengenai penerapan etika bisnis Islam pada bisnis *online* perlengkapan alat shalat di Sanaya Kids Ponorogo, teknik pengumpulan data yang menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik pengolahan data yaitu dengan reduksi data, display data, dan penarikan kesimpulan. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan metode induktif. Serta teknik pengecekan keabsahan data dengan menggunakan triangulasi.

Bab IV adalah Data dan Analisis Data. Pada bab ini akan memaparkan data yang diperoleh peneliti kemudian

dianalisis berdasarkan rumusan masalah yang sudah dirumuskan sebelumnya. Bab ini berisi tentang data gambaran umum Sanaya Kids Ponorogo, data tentang praktik jual beli *online* perlengkapan alat shalat di Sanaya Kids Ponorogo, data mengenai cara penetapan harga pada bisnis *online* perlengkapan alat shalat di Sanaya Kids Ponorogo, dan data mengenai dampak jual beli *online* perlengkapan alat shalat di Sanaya Kids Ponorogo. Kemudian peneliti melakukan analisis berdasarkan rumusan masalah yang telah dirumuskan sebelumnya.

Bab V adalah Penutup. Pada bab ini merupakan akhir dari penulisan skripsi yang merupakan jawaban dari rumusan masalah yang berupa kesimpulan berdasarkan analisis yang dilakukan penulis dan saran yang diajukan penulis baik kepada objek penelitian maupun pada peneliti berikutnya.

IAIN PONOROGO

BAB II
TEORI ETIKA BISNIS ISLAM

A. Deskripsi Teori

1. Pengertian Etika Bisnis Islam

Etika berasal dari bahasa Yunani, *ethos* yang dalam bentuk jamaknya *ta etha*, berarti adat istiadat atau kebiasaan. Dalam pengertian ini etika berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik, baik pada diri seseorang maupun pada suatu masyarakat. Beberapa pengertian etika adalah sebagai berikut:

a. Etika adalah perbuatan standar yang memimpin individu dalam membuat keputusan.
b. Etika adalah suatu studi mengenai yang benar dan yang salah serta pilihan moral yang dilakukan seseorang.
c. Keputusan etis adalah suatu hal yang benar mengenai perilaku standar.[1]

Etika mencakup analisis dan penerapan konsep seperti benar dan salah, baik dan buruk dan tanggung jawab. Etika adalah ilmu berkenaan tentang yang baik buruk dan tentang hak kewajiban moral. Etika adalah ilmu yang bersifat normatif, karena ia berperan menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak dilakukan oleh seorang individu.[2]

---

[1] Sudaryono, *Pengantar Bisnis Teori dan Contoh Kasus* (Yogyakarta: Andi, 2015), 288.

[2] Veithzal Rivai dan Antoni Nizar Usman, *Islamic Economic and Finance Ekonomi dan Keuangan Islam Bukan Alternatif Tetapi Solusi* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2007), 2-3.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia etika adalah ilmu tentang asas-asas akhlak.[3] Dalam Islam, istilah yang paling dekat hubungannya dengan etika adalah *khuluq*. *Khuluq* berasal dari kata dasar *khalaqa-khuluqan* yang berarti *tabi'at*, budi pekerti, kebiasaan, dan kesatriaan. Dalam Islam, istilah yang paling dekat dengan etika adalah *khuluq*. Namun, jika ditelusuri lebih dalam, ternyata al-Qur'an juga mempergunakan sejumlah istilah lain untuk menggambarkan konsep tentang kebaikan, yakni *khayr* (kebaikan), *birr* (kebenaran), *qist* (persamaan), *adl* (kesetaraan dan keadilan), *haqq* (ketakwaan). Tindakan yang terpuji disebut sebagai *salihat*, sedangkan tindakan yang tercela disebut sebagai *sayyi'at*.[4]

Secara umum etika sering disamakan dengan moral. Padahal etika dan moral adalah dua hal yang berbeda, walaupun keduanya menyangkut baik dan buruk. Etika dalam bahasa Inggris berasal dari kata *Ethics* yang berarti tata susila. Sedangkan moral berasal dari kata *mores* yang artinya kebiasaan (*habits).*[5]

Kata bisnis berasal dari bahasa Inggris *business*. Bisnis dapat didefinisikan sebagai segala aktivitas dari berbagai institusi yang menghasilkan barang dan jasa

---

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

[4] Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi* (Depok: Penebar Swadaya, 2012), 13.

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

yang diperlukan dalam kehidupan masyarakat sehari-hari.[6]

Bisnis menurut Hughes dan Kapoor ialah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Secara umum kegiatan ini ada dalam masyarakat dan ada dalam industri. Lebih lanjut lagi Brown dan Petrello menyatakan bahwa bisnis merupakan suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat, termasuk jasa dari pihak pemerintah dan swasta yang disediakan untuk melayani anggota masyarakat.[7]

Praktik bisnis syariah menekankan bahwa pebisnis tidak boleh melaksanakan kegiatan bisnis semata untuk mencari laba semaksimal mungkin. Dalam praktik bisnis syariah, keuntungan yang diperoleh harus proposional dengan tidak memberikan kerugian kepada orang lain. Penekanan etika bisnis dalam bisnis syariah menjadi penting sebagai pagar agar pebisnis syariah tidak terjerumus pada keserakahan.

PONOROGO

Pebisnis pada intinya melaksanakan jual dan beli, yang artinya saling menukar atau tukar-menukar. Jual (*al-bai'*) dan beli (*asy-syiraa*) adalah dua kata yang dipergunakan dalam pengertian yang sama tapi sebenarnya berbeda. Menurut syariat jual-beli adalah

---

[6] Sudaryono, *Pengantar Bisnis Teori dan Praktek*, 5.

[7] Buchari Alma, *Manajemen Bisnis Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2014), 111-112.

pertukaran harta, memindahkan hak milik dengan ganti atas dasar saling rela-ikhlas, bukan berarti rasa kesal-menyesal, ataupun rasa saling tidak puas.[8]

Etika bisnis berfungsi sebagai seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis bedasarkan pada prinsip prinsip moralitas. Kajian etika bisnis terkadang merujuk kepada *management ethics* atau *organizational ethics*. Etika bisnis dapat berarti pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis. Moralitas disini yaitu refleksi tentang perbuatan baik, buruk, terpuji, tercela, benar, salah, wajar, tidak wajar, pantas, tidak pantas dari perilaku seseorang dalam berbisnis atau bekerja.[9]

Etika bisnis kadang-kadang disebut pula dengan etika manajemen, yaitu penerapan standar moral ke dalam kegiatan bisnis. Etika bisnis dapat dipahami sebagai aturan main yang tidak mengikat karena bukan hukum, namun perlu diperhatikan dengan baik karena menjadi batasan bagi aktivitas bisnis yang dijalankan.[10]

Etika bisnis Islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah, yang selanjutnya tentu melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan

---

[8] Ibid., 111-113.

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

[10] Buchari Alma, *Manajemen Bisnis Syariah*, 377-379.

dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan.[11]

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwa etika bisnis Islam adalah seperangkat prinsip dan norma di mana para pelaku bisnis harus komit padanya dalam berinteraksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat.[12] Kejujuran salah satu inti dalam etika bisnis syariah. Salah satu inti dalam etika bisnis adalah kejujuran. Kejujuran merupakan modal untuk hidup.[13]

2. Prinsip Dasar Etika Bisnis Islam

Sejumlah aksioma dasar (hal yang sudah menjadi umum dan jelas kebenarannya), aksioma-aksioma ini merupakan turunan dari hasil penerjemahan kontemporer akan konsep-konsep fundamental dari nilai moral islami. Rumusan aksioma ini diharapkan menjadi rujukan bagi moral *awareness* para pebisnis muslim untuk menentukan prinsip-prinsip yang dianut dalam menjalankan bisnisnya untuk membangun kultur bisnis yang sehat, idealnya dimulai dari perumusan etika yang akan digunakan sebagai norma perilaku sebelum aturan perilaku dibuat dan dilaksanakan.

Maka dari itu, Islam menawarkan nilai-nilai dasar atau prinsip-prinsip umum yang penerapannya dalam bisnis disesuaikan dengan perkembangan

---

[11] Abdul Aziz, *Etika Bisnis Prespektif Islam* (Bandung: Alfabeta, 2013), 32.

[12] Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*, 15.

[13] Buchari Alma, *Manajemen Bisnis Syariah*, 397.

zaman dan mempertimbangkan dimensi ruang dan waktu. Prinsip-prinsip tersebut tersebut adalah sebagai berikut :

a. *Unity* (kesatuan)

Alam semesta, termasuk manusia, adalah milik Allah yang memiliki kemahakuasaan (kedaulatan) sempurna atas makhluk-makhluk Nya. Konsep tauhid (dimensi vertikal) berarti Allah sebagai tuhan yang maha esa menetapkan batas-batas tertentu atas perilaku manusia sebagai khalifah, untuk memberikan manfaat pada individu tanpa mengorbankan hak-hak individu lainnya.

Individu-individu memiliki kesamaan dalam harga dirinya sebagai manusia. Diskriminasi tidak bisa diterapkan atau dituntut hanya berdasarkan warna kulit, ras, kebangsaan, agama, jenis kelamin atau umur. Hak-hak dan kewajiban-kewajiban ekonomik setiap individu disesuaikan dengan kapabilitas dan kapasitas yang dimiliki dan sinkronisasi pada setiap peranan normatif masing-masing dalam struktur sosial. Berdasarkan hal inilah, beberapa perbedaan peranan muncul antara orang-orang dewasa, disatu pihak, dan orang jompo atau remaja. Atau antara laki-laki dan perempuan.

Kapan saja terdapat perbedaan seperti ini, maka hak-hak dan kewajiban-kewajiban mereka harus diatur sedemikian rupa sehingga terciptanya keseimbangan. Islam tidak mengakui adanya kelas-kelas sosio ekonomis sebagai sesuatu yang bertentangan dengan prinsip-prinsip persaudaraan

(*Ukhuwah*). Karena mematuhi ajaran-ajaran Islam dalam aspeknya, dianggap sebagai sarana untuk mendapatkan ridha Allah.[14]

b. *Equilibrium* (keseimbangan)

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

Berlaku adil akan dekat dengan takwa, karena itu dalam perniagaan (tijarah), Islam melarang untuk menipu walaupun hanya sekedar membawa sesuatu pada kondisi yang menimbulkan keraguan sekalipun. Kondisi ini dapat terjadi seperti adanya informasi penting mengenai transaksi yang tidak diketahui oleh salah satu pihak. Islam mengharuskan penganutnya untuk berlaku adil dan berbuat kebajikan. Dan bahkan berlaku adil harus didahulukan dari berbuat kebajikan.

---

[14] Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*, 89-90.

Konsep *equilibrium* juga dapat dipahami bahwa keseimbangan hidup di dunia dan akhirat harus diusung oleh seorang pebisnis muslim. Oleh karenanya, konsep keseimbangan berarti menyerukan kepada para pengusaha muslim untuk bisa merealisasikan tindakan-tindakan (dalam bisnis) yang dapat menempatkan dirinya dan orang lain dalam kesejahteraan duniawi dan keselamatan akhirat.[15]

c. *Free Will* (kebebasan)

Konsep Islam memahami bahwa institusi ekonomi seperti pasar dapat berperan efektif dalam kehidupan ekonomi. Hal ini dapat berlaku secara efektif, dimana pasar tidak mengharapkan adanya intervensi dari pihak mana pun, tak terkecuali negara dengan otoritas penentuan harga atau *private* sektor dengan kegiatan monopolistik. Berdasarkan prinsip kehendak bebas ini manusia dalam berbisnis mempunyai kebebasan untuk membuat suatu perjanjian, termasuk menepati janji atau mengingkarinya.

Manusia memiliki kecenderungan untuk berkompetensi dalam segala hal, tak terkecuali kebebasan dalam melakukan kontrak di pasar. Oleh sebab itu, pasar seharusnya menjadi cerminan dari berlakunya hukum penawaran dan permintaan yang dipresentasikan oleh harga, pasar tidak terdistorsi

[15] Ibid., 91-92.

oleh tangan-tangan yang sengaja mempermainkannya.[16]

Aktivitas ekonomi dalam konsep ini diarahkan kepada kebaikan setiap kepentingan untuk seluruh komunitas Islam, baik sektor pertanian, perindustrian, perdagangan dan lainnya. Larangan adanya bentuk monopoli, kecurangan dan praktik riba adalah jaminan terhadap terciptanya suatu mekanisme pasar untuk berusaha tanpa adanya keistimewaan-keistimewaan pada pihak-pihak tertentu.[17]

d. *Responsibility* (tanggungjawab)

Tanggung jawab individu begitu mendasar dalam ajaran-ajaran Islam. Terutama jika dikaitkan dengan kebebasan ekonomi. Penerimaan pada prinsip tanggung jawab individu ini berarti setiap orang akan diadili secara personal di hari kiamat kelak. Setiap individu mempunyai hubungan langsung dengan Allah. Ampunan harus diminta secara langsung dari Allah.

Tidak ada seorangpun 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

[16] Ibid., 94.
[17] Ibid., 96.

hal ini merupakan landasan untuk melaksanakan tanggung jawabnya kepada Allah.[18]

Penerapan konsep tanggung jawab dalam etika bisnis Islam misalnya jika seorang pengusaha muslim berperilaku secara tidak etis, ia tidak dapat menyalahkan tindakannya pada persoalan tekanan bisnis ataupun pada kenyataan bahwa setiap orang juga berperilaku tidak etis. Ia harus memikul tanggung jawab tertinggi atas tindakannya sendiri.[19]

e. *Benevolence* (ihsan)

Ihsan artinya melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut atau dengan kata lain beribadah dan berbuat baik seakan-akan melihat Allah, jika tidak mampu, maka yakinlah Allah melihat. Dalam sebuah bisnis, sejumlah perbuatan yang dapat men-*support* pelaksanaan ihsan dalam bisnis, yaitu :

1) Kemurahan hati
2) Motif pelayanan
3) Kesadaran akan adanya Allah dan aturan yang berkaitan dengan pelaksanaan yang menjadi prioritas.

Walaupun Al-Qur'an mendeklarasikan bahwa bisnis adalah halal, namun demikian setiap

[18] Ibid., 100-101.
[19] Rafik Issa Beekun, *Etika Bisnis Islami*, 42.

perikatan ekonomi yang dilakukannya dengan orang lain, tidak membenamkan dirinya dari ingatan kepada Allah dan pelaksanaan setiap perintah-Nya. Seorang muslim diperintahkan untuk selalu ingat kepada Allah SWT baik dalam kondisi bisnis yang sukses atau dalam kegagalan bisnis. Aktivitas bisnis harus sesuai dengan sistem moral yang terkandung didalam Al-Qur'an.[20]

f. Kebenaran, kebajikan dan kejujuran

Dalam Al-Qur'an memuat prinsip kebenaran, kebajikan, dan kejujuran maka suatu bisnis itu secara otomatis akan melahirkan suatu persaudaraan. Persaudaraan, kemitraan antara pihak yang berkepentingan dalam bisnis yang saling menguntungkan, tanpa adanya kerugian dan penyesalan sedikitpun. Dengan demikian, dalam semua proses bisnis akan dilakukan pula secara transparan dan tidak ada rekayasa.

Pengejawantahan prinsip kebenaran dengan dua makna kebajikan dan kejujuran secara jelas telah diteladankan oleh Nabi Muhammad Saw, yang juga merupakan pelaku bisnis yang sukses pada masanya. Dalam menjalankan bisnisnya, Nabi tidak pernah sekalipun melakukan kebohongan, penipuan, atau menyembunyikan kecacatan barang. Sebaliknya Nabi mengharuskan agar bisnis dilakukan dengan kebenaran dan kejujuran.[21]

---

[20] Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*, 102-103.

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

3. Pengertian Jual Beli *Online*

Jual beli *online* sedang digandrungi oleh masyarakat sehingga masyarakat lebih memilih untuk berbelanja melalui media *online* karena terdapat kemudahan dalam bertransaksi sehingga perkembangan dunia bisnis kini semakin berkembang pesat salah satunya berbisnis dengan menggunakan teknologi melalui media internet atau *online*.[22] Salah satu teknologi yang sedang populer saat ini adalah teknologi informasi. Teknologi ini tidak hanya dimanfaatkan untuk lalu-lintas informasi akan tetapi juga sudah banyak dimanfaatkan untuk berbisnis. Bisnis *online* secara sederhana dapat diartikan sebagai proses jual beli, pertukaran produk, jasa dan informasi melalui internet.[23]

Transaksi jual beli di dunia maya atau *e-commerce* merupakan sebuah produk internet yang berupa jaringan komputer yang salin terhubung antara satu dengan yang lainnya, dalam satu jaringan tersebut terdapat satu rangkaian banyak terminal komputer yang bekerja dalam satu sistem komunikasi elektronik.[24] Jual beli *online* disebut juga dengan *e-commerce* adalah satu set teknologi dinamis, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen serta

---

[22] Aditiya Ayu Hakiki, Asri Wijayanti, dan Rizania Kharisma Sari, Perlindungan Hukum Bagi Pembeli dalam Sengketa Jual Beli Online, *Justitia Jurnal Hukum*, Vol. 01, No. 01 (2017), 119.

[23] Arip Purkon, *Bisnis Online Syariah* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014), 19.

[24] Imam Mustofa, *Fiqih Muamallah Kontemporer* (Jakarta: PT Grafindo Persada, 2014), 30.

komunitas tertentu melalui transaksi elektronik berupa perdagangan jasa maupun informasi yang dilakukan melalui media elektronik.[25] Pengertian lainnya, *e-commerce* adalah pembelian, penjualan, dan permasaran barang serta jasa melalui sistem elektronik. *E-commerce* meliputi *transfer* dana elektronik, pertukaran dan pengumpulan data. semua diatur dalam manajemen inventori otomatis.[26]

Jual beli yang melalui internet disebut jual beli *online*. Jual beli *online* diartikan sebagai jual beli barang dan jasa melalui media elektronik, khususnya melalui internet atau secara *online*. Jual beli via internet adalah jual beli yang terjadi di media elektronik, yang mana transaksi jual beli tidak mengharuskan penjual dan pembeli bertemu secara langsung atau saling menatap muka secara langsung, dengan menentukan ciri-ciri, jenis barang, sedangakan untuk harganya dibayar terlebih dahulu baru diserahkan barangnya.[27] Dalam jual beli *online*, penjual dituntut bersikap tidak kontradiksi secara disengaja antara ucapan dan perbuatan dalam bisnisnya. Mereka dituntut tepat janji, tepat waktu, mengakui kelemahan dan kekurangan, selalu memperbaiki kualitas barang atau jasa secara berkesinambungan serta tidak boleh menipu dan

---

[25] Onno W Purbo dan Anang Arif Wahyudi, *Mengenal E-Commerce* (Jakarta: Alex Media Computendo, 2001), 2.

[26] Jony Wong, *Internet Marketing For The Beginer* (Jakarta: Kompas Gramedia, 2010), 23.

[27] Tira Nur Fitria, Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) dalam Hukum Islam dan Hukum Negara, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 03, No. 01 (2017), 52.

berbohong. Penjual harus memiliki amanah dengan menampilkan sikap keterbukaan, kejujuran, pelayanan yang optimal, dan berbuat baik dengan segala hal, apalagi berhubungan dengan pelayanan masyarakat. Dengan sifat amanah, pelaku usaha memiliki tanggung jawab untuk mengamalkan kewajiban-kewajibannya.[28]

Jual beli *online* atau bisnis *online* merupakan bisnis yang dalam proses produksinya, distribusinya, pemasarannya dan pengiriman produk menggunakan teknologi informasi yang terintegrasi. Menurut kotler, bisnis *online* dapat diartikan bisnis yang dilakukan melalui sistem komputer atau daring (dalam jaringan) interaktif yang menghubungkan konsumen dan penjual secara elektornik. Jasa daring komersial adalah jasa yang menawarkan jasa informasi dan pemasaran *online* kepada pelanggan yang membayar iuran bulanan.[29]

Jual beli ialah perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara ridha di antara kedua belah pihak, yang satu menerima benda-benda dan pihak lain menerimannya sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang telah dibenarkan syara' dan disepakati.[30] Jual beli adalah suatu perjanjian tukar-menukar benda (barang) yang mempunyai nilai, atas dasar kerelaan (kesepakatan) antara dua belah pihak

[28] Veithzal Rivai, *Islamic Business and Economic Ethics*, 237.

[29] Yeni Susilowati, *Modul E-Commerce* (Blitar: Mutiara, 2019), 8.

[30] Tira Nur Fitria, Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) dalam Hukum Islam dan Hukum Negara, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 03, No. 01 (2017), 53.

sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang dibenarkan oleh syara'.[31]

a. Akad dalam transaksi jual beli *online*

Akad dalam transaksi jual beli *online* berbeda dengan akad secara langsung. Transaksi elektronik biasanya menggunakan akad secara tertulis. Jual beli melalui media elektronik adalah transaksi jual beli dilakukan via teknologi modern yang keabsahannya tergantung pada terpenuhi atau tidaknya rukun atau syarat yang berlaku dalam jual beli. Umumnya transaksi elektronik dilakukan melalui tulisan. Barang dipajang di laman internet dengan dilabeli harga. kemudian bagi konsumen atau pembeli yang menghendaki maka mentransfer uang sesuai harga yang tertera dan ditambah biaya pengiriman.[32]

b. Karakteristik jual beli *online* yaitu:

1) Terjadinya transaksi antara penjual dan pembeli.
2) Adanya pertukaran barang, jasa, atau informasi.
3) Internet merupakan media utama dalam proses atau mekanisme akad tersebut.[33]

4. Cara Penetapan Harga

Harga adalah nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang

---

[31] Qomarul Huda, *Fiqh Muamalah* (Yogyakarta: Teras, 2011), 52.

[32] Imam Mustofa, *Fiqih Muamallah Kontemporer* (Jakarta: PT Grafindo Persada, 2016), 14.

[33] Tira Nur Fitria, Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) dalam Hukum Islam dan Hukum Negara, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 03, No. 01 (2017), 55.

diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Harga berinteraksi dengan seluruh elemen lain dalam bauran pemasaran untuk menentukan efektivitas setiap elemen dan keseluruhan elemen. Penetapan harga harus dilakukan dengan mempertimbangkan tiga elemen penting biaya, margin atau kenaikan harga, dan kompetisi.[34]

a. Indikator Harga

Menurut Stanton, ada empat indikator yang mencirikan harga yaitu, keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga dan kesesuaian harga dengan manfaat.

1) Keterjangkauan harga, yaitu aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen/penjual yang sesuai dengan kemampuan beli konsumen.
2) Daya saing harga, yaitu penawaran harga yang diberikan oleh produsen/penjual berbeda dan bersaing dengan yang diberikan oleh produsen lain, pada satu jenis produk yang sama.
3) Kesesuaian harga dengan kualitas produk, yaitu aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen/penjual yang sesuai dengan kualitas produk yang dapat diperoleh konsumen.
4) Kesesuaian harga dengan manfaat produk, yaitu aspek penetapan harga yang dilakukan

[34] Sudaryono, *Pengantar Bisnis Teori dan Praktek*, 229.

oleh produsen/penjual yang sesuai dengan manfaat yang dapat diperoleh konsumen dari produk yang dibeli.[35]

b. Konsep dan Peranan Harga

Penetapan harga merupakan salah satu keputusan terpenting dalam pemasaran. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang mendatangkan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur pokok lainnya (produk, distribusi dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya (pengeluaran). Di samping itu, harga merupakan unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya dapat dirubah dengan cepat. Beda dengan karakteristik produk atau komitmen terhadap saluran distribusi. Kedua hal terakhir tidak dapat dirubah/disesuaikan dengan mudah dan cepat, karena biasanya menyangkut keputusan jangka panjang.[36]

Harga dapat dinyatakan dalam berbagai istilah, misalnya iuran, tarif, sewa, bunga, premium, komisi, upah, gaji, honorium, SPP dan sebagainya. Dari sudut pandang pemasaran, harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Pengertian ini

---

[35] Meithana Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (Surabaya: Unitomo Press, 2019), 45.

[36] Fandy Tjiptono, *Pemasaran Esensi dan Aplikasi* (Yogyakarta: Andi, 2016), 218.

sejalan dengan konsep pertukaran (*exchange*) dalam pemasaran. Grewal dan Levy merumuskan definisi harga sebagai pengorbanan keseluruhan yang bersedia dilakukan konsumen dalam rangka mendapatkan produk atau jasa spesifik. Pengorbanan tersebut biasanya mencangkup uang yang harus dibayarkan kepada pemasar agar bisa mendapatkan produk, serta pengorbanan lainnya, baik dalam bentuk non moneter (seperti nilai waktu yang dibutuhkan untuk mendapatkan produk atau jasa) maupun moneter (seperti biaya transportasi, pajak, biaya pengiriman dan seterusnya).

Harga merupakan komponen yang berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan. Tingkat harga yang ditetapkan mempengaruhi kuantitas yang terjual. Selain itu, secara tidak langsung, harga juga mempengaruhi biaya, karena kuantitas yang terjual berpengaruh pada biaya yang ditimbulkan dalam kaitannya dengan efisiensi produksi. Oleh karena itu penetapan harga mempengaruhi pendapatan total dan biaya total, maka keputusan dan strategi penetapan harga memegang peran penting dalam setiap perusahaan.[37]

Sementara itu, dari sudut pandang konsumen, harga sering kali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas

[37] Ibid., 219.

suatu barang atau jasa. Nilai (*value*) dapat didefinisikan sebagai perbandingan antara manfaat yang didapatkan dari sebuah produk dengan harga yang dibayarkan. Pada tingkat harga tertentu, bila manfaat yang didapatkan konsumen meningkat, maka nilainya akan meningkat pula.

Demikian pula sebaliknya, pada tingkat harga tertentu, nilai suatu barang atau jasa akan meningkat seiring dengan meningkatnya manfaat yang didapatkan. Seringkali pula dalam penentuan nilai sebuah barang atau jasa, konsumen membandingkan kemampuan barang atau jasa bersangkutan dalam memenuhi kebutuhan dengan kemampuan barang atau jasa subtitusi. Secara garis besar, peranan harga dapat dijabarkan sebagai berikut:

1) Harga yang dipilih berpengaruh langsung terhadap tingkat permintaan dan menentukan tingkat aktivitas. Harga yang terlampau mahal atau sebaliknya terlalu murah berpotensi menghambat pengembangan produk. Oleh sebab itu, pengukuran sensivitas harga amat penting dilakukan.
2) Harga jual secara langsung menentukan profitabilitas operasi.
3) Harga yang ditetapkan oleh perusahaan mempengaruhi persepsi umum terhadap produk atu merek dan berkontribusi pada *positioning* merek dalam *evoked set* konsumen potensial. Konsumen seringkali menjadikan

harga sebagai indikator kualitas, khususnya dalam pasar produk konsumen.

4) Harga merupakan alat atau wahana langsung untuk melakukan perbandingan atar produk atau merek yang saling bersaing. Dengan kata lain, harga adalah *"ferced point of contact between competitiors"*.
5) Stategi penetapan harga harus selaras dengan komponen bauran pemasaran lainnya. Harga harus dapat menutup biaya pengembangan, promosi dan distribusi produk.
6) Akselerasi perkembangan teknologi dan semakin singkatnya siklus hidup produk menuntut penetapan harga yang akurat sejak awal.
7) Proliferasi merek dan produk yang sering kali tanpa dibarengi diferensiasi memadai berimlikasi pada pentingnya positioning harga yang tepat.
8) Peraturan pemerintah, etika dan pertimbangan sosial (seperti pengendalian harga, penetapan margin laba maksimum, otoritas kenaikan harga dan seterusnya) membatasi otonomi dan fleksibelitas perusahaan dalam menetapkan harga.
9) Berkurangnya daya beli sejumlah kawasan dunia berdampak pada semakin tingginya sensivitas harga, yang pada gilirannya

memperkuan peranan harga sebagai instrumen pendorong penjualan dan pangsa pasar.[38]

c. Strategi penentuan harga

Strategi penentuan harga yang dapat mempengaruhi psikologi konsumen adalah:

1) *Prestige pricing* (harga prestis): menetapkan harga yang tinggi untuk membentuk image kualitas produk yang tinggi yang umumnya dipakai untuk produk *shopping* dan *specially*.
2) *Odd pricing* (harga ganjil): menetapkan harga ganjil atau sedikit dibawah harga yang telah ditentukan agar pembeli mengira produk itu lebih murah.
3) *Multiple-Unit Pricing* (harga rabat): memberikan potongan harga tertentu apabila konsumen membeli produk dalam jumlah banyak.
4) *Price Lini* (Harga lini): memberikan cakupan harga yang berbeda-beda pada lini produk yang berbeda.[39]

Fandy Tjiptono mengatakan bahwa agar dapat sukses dalam memasarkan suatu barang atau jasa, setiap perusahaan harus menetapkan harganya secara tepat. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya (produk, distribusi

[38] Ibid., 220.
[39] Sudaryono, *Pengantar Bisnis Teori dan Praktek*, 230.

dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya (pengeluaran).[40]

5. Dampak Jual Beli *Online*

Menurut Onno W. Purbo ada beberapa manfaat atau dampak dalam jual beli *online*, diantaranya sebagai berikut:

a. Meningkatkan pangsa pasar

Transaksi *online* yang membuat orang di seluruh dunia dapat memesan dan membeli produk yang dijual hanya dengan melalui media komputer dan tidak terbatas jarak dan waktu.

b. Menurunkan biaya operasional

Transaksi yang sebagian besar operasionalnya diprogram di dalam komputer sehingga biaya-biaya seperti beban gaji yang berlebih dan lainnya tidak perlu terjadi.

c. Melebarkan jangkauan

Transaksi *online* yang dapat diakses oleh semua orang di dunia tidak terbatas tempat dan waktu karena semua orang dapat mengaksesnya hanya dengan menggunakan media perantara komputer.

d. Meningkatkan *customer loyalty*

Menyediakan informasi secara lengkap dan informasi tersebut dapat diakses setiap waktu selain itu dalam hal pembelian juga dapat dilakukan setiap

[40] Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* , 151.

waktu bahkan konsumen dapat memilih sendiri produk yang diinginkan.[41]

B. Kajian Pustaka

Pertama, skripsi yang ditulis oleh Muhammad Arif Rahmat dengan judul "Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Bisnis Elektronik Di Bone Trade Center (Btc) Kabupaten Bone." Masalah yang diangkat adalah tentang bagaimana pemahaman para penjual elektronik di Bone Trade Center Kabupaten Bone mengenai Etika Bisnis Islam dalam bisnis Elektonik dan Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam bisnis Elektronik Pada Penjual Elektronik Di Bone Trade Center (BTC) Kabupaten Bone. Bahwa mengenai pemahaman etika bisnis Islam sebagian besar penjual belum memahami apa itu etika bisnis Islam, dan mengenai penerapan etika bisnis Islam ada beberapa penjual sudah menerapkan etika bisnis Islam, seperti apa yang dicontohkan Nabi Saw dan sifat-sifatnya dengan berlaku jujur (*siddiq*), bertanggungjawab (*amanah*), cerdas (*fathanah*), serta *tabligh* (*komunikatif promotif*) dan takut kepada Allah swt., dan ada juga yang belum menerapkan etika bisnis Islam dalam bisnis Elektronik dengan berlaku curang, tidak sopan, menyembunyikan cacatnya dan bahkan bersumpah dengan mengatas namakan Allah swt.[42] Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu sama-sama membahas penerapan etika bisnis Islam.

---

[41] Onno W Purbo dan Anang Arif Wahyudi, *Mengenal E-Commerce* (Jakarta: Alex Media Computendo, 2001), 13.

[42] Muhammad Arif Rahmat, "Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Bisnis Elektronik di Bone Trade Center (Btc) Kabupaten Bone," *Skripsi* (Makassar: UIN Alauddin Makassar, 2017), 12.

Adapun perbedaannya yaitu jika penelitian sebelumnya terfokus pada penerapan etika bisnis Islam terhadap bisnis elektronik sedangkan yang penulis teliti terfokus pada penerapan etika bisnis Islam pada bisnis *online* mengenai praktik jual beli *online* dan penetapan harga.

Kedua, skripsi yang ditulis oleh Nani Utami dengan Judul "Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Sistem Dropshipping Di Ritel Wilayah Ponorogo." Masalah yang diangkat adalah jual beli sistem dropshipping melakukan dikriminasi dengan melakukan kebohongan memposting gambar yang tidak sesuai dengan aslinya melainkan foto barang yang telah melalui proses *editing* yang sangat bagus, sehingga bisa menyembunyikan kekurangannya agar banyak yang berminat membeli. Pihak dropshipper juga tidak mau menerima komplin dalam bentuk apapun, meskipun terjadi ketidaksesuaian barang yang telah dikirimkan, gambar barang yang diposting bukan foto aslinya. Dari pembahasan ini dapat disimpulkan bahwa praktik jual beli sistem dropshipping ini tidak sesuai dengan prinsip dasar etika bisnis Islam, karena telah melanggar prinsip keseimbangan, kesatuan, tanggung jawab, dan kebenaran.[43] Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu sama-sama membahas mengenai etika bisnis Islam. Adapun perbedaannya yaitu jika penelitian sebelumnya terfokus pada penerapan etika bisnis Islam terhadap jual beli sistem dropshipping sedangkan yang penulis teliti terfokus pada penerapan

[43] Nani Utami, "Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Sistem Dropshipping di Ritel Wilayah Ponorogo," *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2018), 6.

etika bisnis Islam pada bisnis *online* mengenai praktik jual beli *online* dan penetapan harga.

Ketiga, skripsi yang ditulis oleh Heri Irawan dengan judul "Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako Di Pasar Sentral Sinjai." Masalah yang diangkat adalah tentang bagaimana pemahaman dan bagaimana penerapan Etika bisnis Islam pada pedagang sembako di pasar sentral Sinjai. Mayoritas pedagang sembako di pasar Sentral Sinjai telah memahami etika bisnis Islam seperti yang dicontohkan oleh rasulullah dalam berdagang. Namun, masih ada yang tidak mengetahui tentang etika bisnis dan masih ada yang kurang paham tentang etika bisnis. Ternyata dalam penelitian ini etika bisnis Islam seperti yang dicontohkan oleh rasulullah saw., sudah dilaksanakan atau diterapkan oleh mayoritas pedagang sembako yang ada di pasar Sentral Sinjai.[44] Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu sama-sama membahas penerapan etika bisnis Islam. Adapun perbedaannya yaitu jika penelitian sebelumnya terfokus pada penerapan etika bisnis Islam pada pedagang sembako di pasar sedangkan yang penulis teliti terfokus pada penerapan etika bisnis Islam pada bisnis *online* mengenai praktik jual beli *online* dan penetapan harga.

Keempat, skripsi yang ditulis oleh Mariati dengan judul "Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako Di Pasar Mardika Ambon." Masalah yang

---

[44] Heri Irawan, "Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako di Pasar Sentral Sinjai," *Tesis* (Makassar: UIN Alauddin Makassar, 2017), 11.

diangkat adalah tentang bagaimana sistem perdagangan sembako dipasar Mardika Ambon dan untuk mengetahui penerapan etika bisnis Islam pada pedagang sembako di pasar Mardika Ambon. Bahwa penerapan etika bisnis secara umum apabila dilihat dari ke-lima indikator yang dijadikan tolak ukur, yaitu prinsip otonomi, prinsip kejujuran, prinsip keadilan, prinsip saling menguntungkan dan prinsip integritas moral belum diterapkap dengan baik oleh sebagian pedagang sembako di pasar Mardika (arumbae). Karena hanya prinsip keadilan yang sudah dijalankan oleh para pedagang sembako di pasar Mardika. Hasil penelitian menunjukkan bahwa apabila dilihat dari prinsip-prinsip etika bisnis Islam yaitu *shiddiq*, *amanah*, *tabligh*, dan *fatanah* yang dijadikan tolak ukur. Penerapan etika bisnis Islam di pasar Mardika (arumbae) belum diterapkan dengan baik oleh sebagian pedagang karena hanya prinsip amanah saja yang sudah diterapkan dengan baik oleh para pedagang di pasar Mardika (arumbae).[45] Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu sama-sama membahas penerapan etika bisnis Islam. Adapun perbedaannya yaitu jika penelitian sebelumnya terfokus pada penerapan etika bisnis Islam pada pedagang sembako di pasar sedangkan yang penulis teliti terfokus pada penerapan etika bisnis Islam pada bisnis *online* mengenai praktik jual beli *online* dan penetapan harga.

[45] Mariati, "Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako di Pasar Mardika Ambon," *Skripsi* (Ambon: IAIN Ambon, 2019), 4.

BAB III
METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai dan jenis data yang diperlukan maka penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian langsung yang dilakukan di lapangan atau kepada responden. Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penellitian yang datanya dinyatakan dalam bentuk verbal dan dianalisis tanpa teknik statistik.[1]

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menekankan kealamiahan data, sehingga tidak ada pengkondisian tertentu pada objek, peneliti bertindak sebagai instrumen kunci dalam mendapatkan data. Datanya berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang atau perilaku yang dapat diamati, pendekatan yang digunakan bersifat induktif dan hasil lebih menekankan makna.[2]

Tujuan utama dari penelitian kualitatif adalah untuk memahami fenomena atau gejala sosial dengan cara memberikan pemaparan berupa penggambaran yang jelas tentang fenomena atau gejala sosial tersebut dalam bentuk rangkaian kata yang pada akhirnya akan menghasilkan

---

[1] Etta Mamang dan Sopiah, *Metode Penelitian: Pendekatan Praktis dalam Penelitian* (Yogyakarta: Andi Publisher, 2010), 26.

[2] Djamal, *Paradigma Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), 10.

sebuah teori.[3] Alasan peneliti menggunakan metode kualitatif adalah untuk mengetahui kondisi, karakteristik, maupun definisi tertentu. Dalam penelitian ini, penulis berusaha untuk mencari informasi terkait bagaimana penerapan etika bisnis Islam pada bisnis *online* perlengkapan alat shalat di Sanaya Kids Ponorogo mengenai praktik jual beli *online*, cara penetapan harga dan dampak jual beli *online*.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi merupakan tempat dimana peneliti melakukan penelitiaan untuk memperoleh data-data yang diperlukan. Penentuan lokasi penelitian adalah dengan jalan mempertimbangkan teori substansif dan dengan mempelajari serta mendalami fokus rumusan masalah penelitian. Dalam penentuan lokasi penelitian perlu untuk mempertimbangkan waktu, biaya, tenaga yang dimiliki peneliti kualitatif.[4] Adapun lokasi penelitian ini adalah di Sanaya Kids yang terletak di Jl. Terusan Grisimai Perum Bukit Asri no 36 blok 2 Ronowijayan Kecamatan Siman Kabupaten Ponorogo. Peneliti memilih Sanaya Kids sebagai objek dalam penelitiannya dengan alasan karena penulis melihat fenomena adanya etika bisnis yang tidak sesuai dengan apa yang telah dijelaskan dalam etika bisnis Islam seperti ditemukan ada cacat barang seperti jaitan

[3] V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 21-22.

[4] Umar Sidiq dan Moh. Miftachul Choiri, *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan* (Ponorogo: CV. Nata Karya, 2019), 24.

tidak rapi, ada noda akibat proses produksi dan ukuran yang tidak sesuai.

C. Data dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data tentang praktik jual beli, cara penetapan harga dan dampak jual beli *online* di bisnis *online* perlengkapan alat shalat di Sanaya Kids Ponorogo. Sedangkan sumber data dalam penelitian ini berasal dari hasil wawancara dengan pemilik usaha, karyawan dan pembeli.

Sumber data adalah segala keterangan atau informasi yang berkaitan dengan penelitian yang akan dibahas. Dengan demikian, sumber data utama atau primer dalam penelitian ini adalah informasi yang diperoleh melalui wawancara dengan pemilik usaha serta dari karyawan dan pembeli. Sedangkan sumber data sekunder diperoleh dari literatur atau data tertulis terkait dengan penelitian seperti dokumentasi, buku-buku, dan karya ilmiah lain.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.[5] Dilihat dari segi teknik pengumpulan data maka dalam penelitian ini dapat dilakukan dengan observasi (pengamatan), wawancara (*interview*), dan dokumentasi. Sebab, dalam penelitian

[5] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: CV Alfabeta, 2016), 224.

kualitatif berupaya mengungkapkan kondisi perilaku masyarakat yang diteliti, menjelaskan momen dan nilai-nilai rutinitas serta problematika individu yang terlibat di dalam penelitian.[6]

1. Observasi

Nasution menyatakan bahwa observasi merupakan dasar semua ilmu pengetahuan. Observasi merupakan suatu kegiatan mendapatkan informasi yang diperlukan untuk menyajikan gambaran riil suatu peristiwa atau kejadian untuk menjawab pertanyaan penelitian, untuk membantu mengerti perilaku manusia, dan untuk evaluasi yaitu melakukan pengukuran terhadap aspek tertentu melakukan umpan balik terhadap pengukuran tersebut. Hasil observasi berupa aktivitas kejadian, peristiwa, objek, kondisi atau suasana tertentu. Beberapa bentuk observasi yaitu observasi partisipasi, observasi tidak terstuktur, dan observasi kelompok.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan model observasi tidak terstruktur karena fokus penelitian akan tetap berkembang selama kegiatan observasi berlangsung. Dalam hal ini, peneliti datang langsung ke toko Sanaya Kids Ponorogo namun tidak terlibat langsung dalam kegiatan keseharian toko melainkan dengan mengamati dan mencatat kegiatan sehari-hari dari karyawan Sanaya Kids Ponorogo.

[6] Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kulaitatif Teori dan Praktek* (Jakarta: Bumi Aksara, 2015), 141.

2. Wawancara

Wawancara adalah bentuk komunikasi antar dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan berdasarkan tujuan tertentu.[7] Secara garis besar ada dua pedoman wawancara yaitu:

a. Wawancara terstruktur

Wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data, bila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Oleh karena itu dalam melakukan wawancara, peneliti telah menyiapkan instrument penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan alternatif beserta jawabannya pun telah disiapkan.

b. Wawancara tak terstruktur

Wawancara tak terstruktur merupakan wawancara bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan. Dalam wawancara tak terstruktur peneliti belum mengetahui secara pasti data apa yang akan diperoleh sehingga peneliti lebih banyak

---

[7] Deddy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003), 180.

mendengarkan apa yang diceritakan oleh responden.

Dalam penelitian ini, teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam (wawancara tidak terstruktur) yaitu dengan mengajukan berbagai pertanyaan secara mendalam sehingga data-data yang diperlukan terkumpul.[8] Sedangkan dalam penelitian ini, informan yang akan diwawancara adalah pemilik usaha dan karyawan.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life histories*), cerita, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa, dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni yang dapat berupa gambar, patung, film, dan lain-lain. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.[9]Adapun dokumen yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah dokumen terkait dengan Sanaya Kids Ponorogo berupa aktivitas perusahaan

---

[8] Afrizal, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), 21.

[9] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 240.

dalam kesehariannya berupa praktik jual beli, proses pengecekan barang dan sebagainya.

E. Teknik Pengolahan Data

Pada penelitian ini, teknik pengolahan data yang digunakan adalah triangulasi. Teknik triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.

Teknik triangulasi data yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber data dan triangulasi metode. Triangulasi sumber data dilakukan dengan cara membandingkan data hasil wawancara antar informan. Sedangkan triangulasi metode dilakukan dengan cara membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan serta membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara. Data dapat dikatakan absah apabila terdapat kesamaan atau kecocokan antara jawaban informan yang satu dengan informan yang lain.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi, wawancara, dan lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan bagi orang lain.[10] Selain itu analisis data

[10] Neong Muhajir, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Rake Sarasin, 1998), 104.

diawali dengan proses penghimpunan atau pengumpulan data dengan tujuan memperoleh informasi, saran serta mendukung dalam pembuatan keputusan.[11] Menurut Miles dan Huberman yang dikutip oleh Emzir dalam bukunya metodologi penelitian Kualitatif disebutkan ada tiga macam kegiatan dalam data kualitatif yaitu:[12]

1. Reduksi data

   Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, mencari tema dan polanya serta membuang yang tidak perlu. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan memudahkan penulis melakukan pengumpulan selanjutnya dan mencarinya bila diperlukan.[13]

2. Penyajian Data (*Data Display*)

   Penyajian data dalam bentuk uraian singkat, bagan hubungan antar kategori dan sejenisnya. Dalam hal ini, Miles dan Huberman menyatakan: yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Dengan mendisplay data, maka akan mempermudah memahami apa yang terjadi dan

---

[11] Restu Kartiko Widi, *Asas Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), 253.

[12] Enzir, *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010) 129.

[13] Sugiyono, *Metodologi Penelitian Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2006), 338.

merencanakan kerja selanjutnya dan berdasarkan yang dipahami tersebut.[14]

3. *Verification/ Conclusion Drawing*

Conclution/ verification yaitu penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan dalam penelitian mengungkap temuan berupa hasil deskripsi yang sebelumnya masih kurang jelas kemudian diteliti menjadi lebih jelas dan diambil kesimpulan.[15]

G. Teknik Pengesahan Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif, temuan atau data dapat dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Penelitian kualitatif dinyatakan absah apabila memiliki derajat kepercayaan dan lain-lain.[16]

Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi uji *credibility* atau kredibilitas data (validitas internal), *transferbility* (validitas eksternal), *dependability* (reliabilitas), dan *comfirmability* (obyektivitas).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji keabsahan kredibilitas antara lain:

1. Triangulasi

Triangulasi dalam pengujian kredibilitas diartikan sebagai pengecekan data yang berasal dari berbagai sumber, dengan berbagai cara dan waktu.

PONOROGO

---

[14] Ibid, 339.

[15] Mallew B. Miles and A Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif* (Jakarta : UI Press, 1992), 16.

[16] Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2016), 120.

Dalam penelitian ini memakai triangulasi sumber. Triangulasi sumber adalah pengujian kredibilitas data dengan cara mengecek data yang telah diperoleh dari berbagai sumber. Data yang diperoleh dari berbagai sumber tersebut dideskripsikan, dikategorikan mana pandangan yang sama, yang berbeda, dan yang spesifik dari berbagai sumber tersebut. Data yang telah dianalisis peneliti menghasilkan kesimpulan, selanjutnya dimintakan kesepakatan dari berbagai sumber tersebut.

2. Menggunakan bahan referensi

Bahan referensi adalah pendukung untuk membuktikan data yang telah ditemukan oleh peneliti. Data hasil wawancara perlu didukung dengan adanya rekaman wawancara. Alat bantu perekam data juga sangat diperlukan untuk mendukung kredibilitas data yang telah ditemukan oleh peneliti. Data-data yang telah dikemukakan disertakan dengan foto-foto atau dokumen autentik sehingga menjadi lebih dapat dipercaya kebenarannya.

PONOROGO

BAB IV
DATA DAN ANALISIS DATA

A. Data

1. Gambaran Umum Sanaya Kids Ponorogo

a. Sejarah Berdirinya Sanaya Kids Ponorogo

Sanaya Kids adalah *brand* dari sebuah produk mukena anak dan sarung anak, yang diluncurkan pertama kali pada tanggal 1 Maret 2013. Usaha ini didirikan oleh seorang ibu muda lulusan Arsitektur sebuah universitas negeri, yang memiliki *passion* di bidang *fashion* dan dunia anak-anak. Berawal dari keinginannya mendidik ibadah shalat bagi putri kecilnya sejak usia dini, akhirnya tercetuslah ide untuk membuat sebuah *brand* mukena anak yang akhirnya diberi nama Sanaya Kids. Nama *Sanaya* sendiri berarti "unggul". Kata tersebut diambil dari bahasa Indian Kuno. Karena nama adalah doa maka diharapkan mukena anak Sanaya Kids dapat menjadi yang terdepan dalam inovasi dan pengembangan produk mukena anak. Produk mukena anak ini juga diharapkan akan berkembang ke arah *fashion* anak muslimah dan aneka perlengkapan ibadah anak muslim. Sanaya Kids ini berlokasi di jalan Terusan Grisimai Perum Bukit Asri nomor 36 Kecamatan Siman Kabupaten Ponorogo.[1]

Ide pendirian usaha ini berawal dari belajar konsep *titles marketing* (judul pemasaran) berbasis

[1] Sabrina Teduh Alami, *Wawancara*, 20 Februari 2020.

online selama dua tahun. Sebelum usaha ini berdiri, pemilik usaha mencari informasi terlebih dahulu tentang produk apa yang sekiranya banyak diminati, pesaing sedikit, dan bisa diproduksi sendiri dengan mudah. Proses *research* mengenai produk dilakukan selama tiga bulan untuk memutuskan produk apa yang akan dipasarkan, opsi produk pada saat itu diantaranya, mukena anak, tas laptop, dan sprei susun. Akhirnya pada tahun 2013 memutuskan untuk membuka bisnis *online* mukena anak. Seiring dengan perkembangan zaman, pemilik usaha terus meng-*update* desain mukena anak, selain itu juga menambah produk baru seperti mukena dewasa, mukena *couple*, mukena katun jepang, sarung anak instan, sajadah anak dan dewasa, serta dress santai *syar'i*.

Mengenai modal usaha yang digunakan untuk mendirikan usaha ini, awalnya pemilik usaha memakai uang pribadi senilai dua juta rupiah, kemudian melakukan kerjasama dengan beberapa investor dengan sistem bagi hasil. Namun hal ini tidak berlangsung lama karena suatu hal dan akhirnya memutuskan untuk menggunakan modal pribadi ditambah uang dari suami.

Selanjutnya untuk produksi bekerjasama dengan perusahaan konveksi di Solo, hal ini didasarkan pada *skill* yang dimiliki perusahaan konveksi yang cukup memuaskan. Desain mukena ditentukan oleh Bu Sabrina sendiri kemudian bahan baku dan penjahitan dikerjakan oleh konveksi di

Solo. Barang setengah jadi dikirim ke Ponorogo untuk dilakukan bordir, *packing*, dan sebagainya. Barang jadi disimpan dirumah produksi/kantor untuk kemudian dipasarkan melalui situs *online*.[2]

b. Visi dan Misi

1) Visi

Menjadi *brand* alat sholat anak terbesar di Indonesia.

2) Misi

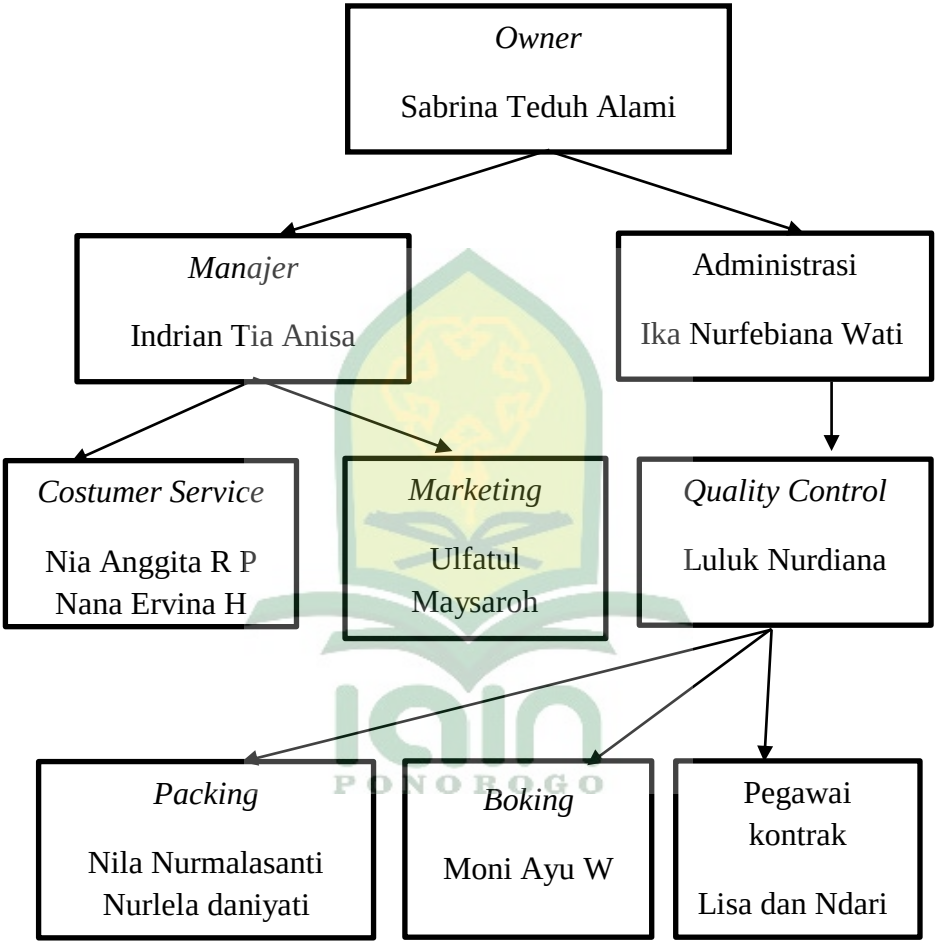
Membuat varian produk terlengkap di Indonesia untuk kategori alat shalat anak dan meningkatkan jumlah agen Sanaya Kids hingga setiap kota diseluruh Indonesia

c. Struktur Organisasi Sanaya Kids Ponorogo

Pembagian kerja pada usaha Sanaya Kids ini dilakukan oleh pemilik usaha dengan mempertimbangkan *skill* atau kemampuan yang dimiliki setiap karyawan. Setiap karyawan memiliki keahlian berbeda, selain itu pemilik usaha juga mempertimbangkan perilaku atau etika karyawan, sehingga tingkat kepercayaan pemilik usaha kepada setiap karyawan berbeda-beda.

[2] Ibid.,

Adapun struktur organisasi pada usaha ini adalah sebagai berikut:



d. Job Deskripsi

1) *Owner*/Pemilik usaha ini adalah Sabrina Teduh Alami. Beliau pendiri usaha Sanaya Kids. Tugas dan tanggung jawab pemilik ialah memberi arahan serta informasi penting berkaitan dengan usahanya serta mengambil keputusan penting untuk kemajuan usahanya seperti pemberian motivasi dan evaluasi.[3]
2) *Manajer* dalam usaha ini adalah Indrian Tia Anisa yang bertugas mengendalikan dan mengatur organisasi dalam suatu perusahaan, membangun kepercayaan antar karyawan, mengembangkan kualitas perusahaan, dan membangun kerjasama yang lebih luas.
3) *Quality Control* dalam usaha ini adalah Luluk Nurdiana bertugas meneliti produk dan proses produksi perusahaan untuk memperoleh standar kualitas yang diperlukan, monitoring, uji tes dan memeriksa proses produksi yang terlibat dalam produksi suatu produk.
4) *Costumer Service* usaha ini adalah Nia Anggita R P dan Nana Ervina H yang bertugas untuk memberikan informasi, memasarkan produk, memproses pengiriman, menerima keluhan dan mempertahankan pelanggan.
5) Administrasi dalam usaha ini adalah Ika Nurfebiana Wati yang bertugas melakukan input atau pemasukan data penjualan yang telah

[3] Ibid.,

dilakuakan, membuat laporan rutin mengenai persediaan barang, membuat laporan berkala, melakukan pemeriksaan terhadap daftar absensi rutin karyawan serta melakukan evaluasi mengenai besar gaji yang harus dibayarkan kepada karyawan, merancang dan membuat neraca keuangan dan neraca perpajakan usaha.

6) *Marketing* dalam usaha ini adalah Ulfatul Maysaroh yang bertugas memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, merencanakan produk apa yang akan dipasarkan, menetapkan harga produk, merencanakan dan mengenalkan produk melalui promosi, dan melayani konsumen untuk membangun citra produk di hati konsumen.
7) *Packing* dalam usaha ini adalah Nila Nurmalasanti dan Nurlela daniyati yang bertugas melakukan pengepakan barang yang akan dikirim, membuat *list stock opname* persediaan, melakukan penataan persediaan digudang
8) *Boking* dalam usaha ini adalah Moni Ayu W yang bertugas memilah produk pesanan konsumen dengan mencantumkan nama dan kode transaksi.
9) Pegawai kontrak dalam usaha ini terdiri dari 2 orang Mbak Lisa yang bertugas pada bagian menjahit bordir nama dan Mbak Ndari bertugas sebagai revisi produk yang cacat.

e. Portofolio Usaha (Produk)

1) Produk Perusahaan Sanaya Kids

Dalam pengembangannya usaha ini mempunyai berbagai macam produk yang ditawarkan kepada konsumen, varian produknya yaitu sebagai berikut:

a) Mukena kaos
b) Mukena rayon premium
c) Mukena katun premium
d) Mukena satin velvet
e) Mukena katun jepang original
f) Sarung koko set cares
g) Sajadah balita[4]

2) Produk UMKM yang kerjasama dengan Sanaya Kids

Usaha Sanaya Kids ini selain menawarkan produknya sendiri, juga menawarkan berbagai macam produk lain yang diperoleh dari kerjasama dengan UMKM (usaha mikro, kecil, dan menegah) yang ada di Ponorogo varian produknya sebagai berikut:

a) Salmenta merupakan mukena anak terdiri dari beberapa model rayon cantik, pom-pom, polka rayon.
b) Ayuda merupakan mukena dewasa terdiri dari beberapa model rana dan raisa, emira, fadila, falona, dan clara.

[4] Ibid.,

c) Kulila merupakan baju anak dengan model *chic baby*.
d) Toska merupakan produk pelengkap penutup aurat yang terdiri dari kaos kaki anak, kaos kaki dewasa dan bandana rajut.
e) Profit merupakan produk pelengkap penutup aurat yang terdiri dari kaos kaki anak, kaos kaki dewasa dan bandana rajut.
f) Ahza merupakan gamis anak yang terdiri berbagai model aiza *series*, affia *series*, amelia *series*, raihana *series*, naura *series*, ayudia *series*, adelia polka besar, faiha *series*.
g) Alifni terdiri dari beberapa produk seperti bergo anak, rok *kids*, kaos kaki sholeha.
h) Bidaraku terdiri dari beberapa produk seperti deodoron, minyak telon, serbuk rukyah, sabun, sampo dan teh.
i) Inhaler Herbal[5]

2. Praktik Jual Beli *Online* Perlengkapan Alat Shalat di Sanaya Kids Ponorogo

Penelitian ini ditulis berdasarkan keadaan atau fenomena yang ada di Sanaya Kids Ponorogo dalam melakukan praktik jual beli yang dilakukan secara *online*. Dimana dalam menawarkan produknya kepada konsumen pelaku usaha kerap melakukan kecurangan dalam kualitas produk yang ditawarkannya tidak sesuai dengan aslinya. Menutupi kekurangan dari

[5] Ibid.,

sebuah produk yang ditawarkan dengan memberikan spesifikasi yang bagus pada setiap postingan. Dari kejadian tersebut penulis melakukan penelitian mengenai praktik jual beli *online* yang dilakukan oleh Sanaya Kids. Penulis mengambil tema mengenai etika bisnis Islam yang terfokus pada praktik jual beli *online* yang akan dilihat dari prinsip-prinsip etika bisnis Islam seperti prinsip kesatuan, keseimbangan, kebebasan, tanggungjawab, ihsan, kebenaran, kebajikan dan kejujuran.

Berdasarkan penelusuran data yang sudah dilakukan oleh penulis dari wawancara dan observasi, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

a. *Unity* (kersatuan)

Individu-individu memiliki kesamaan dalam harga dirinya sebagai manusia. Diskriminasi tidak bisa diterapkan atau dituntut hanya berdasarkan warna kulit, ras, kebangsaan, agama, jenis kelamin atau umur. Hak-hak dan kewajiban-kewajiban ekonomik setiap individu disesuaikan dengan kapabilitas dan kapasitas yang dimiliki dan sinkronisasi pada setiap peranan normatif masing-masing dalam struktur sosial. Berdasarkan hal inilah, beberapa perbedaan peranan muncul antara orang-orang dewasa, disatu pihak, dan orang jompo atau remaja atau antara laki-laki dan perempuan.

Pelaku usaha melakukan jual beli dengan menawarkan produknya kepada semua calon pembelinya yang menggunakan media sosialnya

untuk berbelanja, menawarkan semua produk yang dijual dengan mencantumkan semua spesifikasi dari berbagai macam produk yang dijualnya. Karena pemasaran yang dilakukan secara *online* tentu semua orang dapat mengetahuinya dengan mudah. Melakukan promosi mengenai keunggulan produk yang dijualnya tentu akan berakibat baik pada omset penjualannya, tanpa memikirkan kualitas produk yang dipromosikan sesuai atau tidaknya dengan spesifikasi yang telah dicantumkannya.

Sebagaimana disampaikan oleh Sabrina Teduh Alami selaku *Owner* Sanaya Kids Ponorogo:[6]

> Gini mbak, praktik jual beli di Sanaya Kids ini sebenarnya ada dua mbk, bisa secara *online* maupun *offline* namun kami sangat mengandalkan *online* ya mbk, karena dengan memasarkan produk secara *online* dengan menawarkan barang dagangan utamanya kepada pengguna sosial media itu lebih cepat diketahui oleh konsumen, karena sekarang sangat banyak orang yang suka cari barang tanpa ribet keluar rumah, jadi kami sangat memanfaatkan sosial media kami seperti *instagram*, *facebook* dan *whatsapp* untuk menawarkan barang ke konsumen. Untuk pembelian secara *offline* bisa datang langsung

[6] Ibid.,

> ke lokasi bisnis kami mbak, tetap kami layani, bahkan konsumen bisa lebih leluasa untuk memilih produk yang mereka inginkan.

Hal ini juga disampaikan oleh Nia Anggita selaku *Costumer Service* di Sanaya Kids Ponorogo:[7]

> Di bisnis *online* Sanaya Kids ini dalam prakek jual beli dilakukan dengan cara melakukan penawaran atau promosi kepada masyarakat yang kebanyakan mereka menggunakan media sosial untuk berbelanja mbak, tanpa memandang atau mengkhususkan promosinya kepada beberapa orang saja. Kami membuka lebih luas promosi untuk semua orang agar produk yang kami tawarkan di ketahui oleh orang banyak mbak.

Jadi praktik jual beli yang diterapkan di Sanaya Kids ini yaitu memasarkan produknya secara *online* dengan melakukan penawaran kepada konsumen dengan cara melakukan promosi maupun iklan di sosial media yang dimiliki oleh bisnis tersebut.

Hal ini juga disampaikan oleh Nana Ervina selaku *Costumer Service* di Sanaya Kids Ponorogo:[8]

---

[7] Nia Anggita, *Wawancara*, 21 Februari 2020.

> Karena sistem yang kami gunakan adalah secara *online* jadi kami melakukan iklan atau promosi produk ini di *instagram* dan *facebook* mbak, dengan menggungah produk-produk yang tersedia maupun yang telah habis, jadi semua produk saya unggah mbak, jika nanti ada yang beli bisa pesan dulu jika barang yang akan dibeli ternyata barangnya telah habis. Dalam proses memasarkan produk kami juga telah mencantumkan mengenai spesifikasi produk yang kami pasarkan dengan menyebutkan jenis bahannya, ukurannya dan warna yang tersedia mbak, jadi konsumen telah mengetahui tentang produk kami meski belum tau kualitas aslinya.

Lebih lanjut disampaikan oleh Luluk Nurdiana selaku *Quality Control* di Sanaya Kids Ponorogo:[9]

> Untuk barang yang dipasarkan tentu telah melalui pengecekan terlebih dahulu mbak, jadi saya yang melakukan pengecekan barang sekaligus menentukan barang mana yang lolos untuk dipasarkan dan yang tidak lolos untuk dipasarkan, nanti hal itu jadi pertimbangan saya yang mengacu SOP yang

---

[8] Nana Ervina, *Wawancara*, 21 Februari 2020.
[9] Luluk Nurdiana, *Wawancara*, 22 Februari 2020.

telah dibuat oleh pemilik usaha mbak. Selain itu saya juga minta pendapat dari Indrian Tia Anisa mengenai produk ini lolos atau tidaknya.

Sebagaimana disampaikan oleh Indrian Tia Anisa selaku *Manajer* di Sanaya Kids Ponorogo:[10]

Untuk lolos atau tidaknya suatu produk ini kami mengacu ke SOP yang telah dibuat oleh pemilik usaha ya mbak, namun kalau ada semacam keraguan seperti hanya ditemukan noda sedikit atau bolong sedikit gitu saja, saya sarankan untuk diloloskan saja barang tersebut untuk dipasarkan.

Lebih jauh mengejar keuntungan dengan menyembunyikan suatu mutu produk identik dengan bersikap diskriminasi atau tidak adil. Bahkan secara tidak langsung bisa dikatakan melakukan penindasan terhadap konsumen. Barang yang diperjual-belikan oleh pelaku bisnis dan pembeli dapat diketahui lebih jelas kualitasnya, bentuknya maupun sifatnya sehingga tidak terjadi kekecewaan diantara kedua belah pihak yang mengadakan jual beli. Dengan demikian transaksi jual beli termaksud tidak menimbulkan kerugian bagi siapapun yang menjadi pembelinya. Mereka dituntut tepat janji, tepat waktu, mengakui

[10] Indrian Tia Anisa, *Wawancara*, 21 Februari 2020.

kelemahan dan kekurangan, selalu memperbaiki kualitas barang atau jasa secara berkesinambungan serta tidak boleh menipu dan berbohong.

Seperti yang disampaikan oleh Indrian Tia Anisa selaku *Manajer* di Sanaya Kids Ponorogo:[11]

> Memang saya sengaja meloloskan produk tersebut karena produk tersebut sangat tidak nampak kecacatannya mbak, semisal hanya terdapat sedikit noda, jaitan kurang rapi. Kecacatan tersebut kemungkinan besar tidak diketahui oleh konsumen mbak, jadi sayang mbak jika barang tersebut dikategorikan tidak lolos seleksi.

b. *Equilibrium* (keseimbangan)

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

[11] Ibid.,

Dalam jual beli secara *online* para pelaku bisnis memiliki berbagai macam strategi dalam memasarkan produk yang di jualnya. Mereka bersaing dengan melakukan berbagai cara, ada yang bersaingan dengan cara sehat, ada pula yang bersaing dengan melakukan kecurangan seperti melakukan penyembunyian cacat dari sebuah produk. Hal ini dilakukan supaya nilai kerugian dapat diminimalisir serta produk tersebut tetap dapat diperjual-belikan.

Seperti yang disampaikan oleh Luluk Nurdiana selaku *Quality Control* di Sanaya Kids Ponorogo:[12]

> Sebenarnya saya terpaksa mbak meloloskan barang yang terdapat sedikit kecacatan tersebut, namun kalau saya revisi maka akan menimbulkan bertambahnya biaya pengeluaran mbak, jadi saya putuskan untuk meloloskan produk tersebut mbak, kan cacatnya juga tidak terlalu nampak. Jadi masih aman lah untuk dipasarkan, kemungkinan konsumen menyadari kecacatan itu juga minim mbak, karena kebanyakan pembeli kalau sudah suka yauda dibeli saja tanpa ngecek secara detail barang yang mereka beli.

[12] Luluk Nurdiana, *Wawancara*, 22 Februari 2020.

Lebih lanjut diungkapkan oleh Nia Anggita selaku *Costumer Service* di Sanaya Kids Ponorogo:[13]

> Seperti yang saya lakukan dengan menawarkan produk kami ke pembeli mbak, dengan memposting gambar yang telah saya edit maka produk itu kan terlihat bagus dan menarik mbak, jadi kami berusaha supaya semua produk yang ada terjual mbk. Saya melakukan ini semua agar dapat meyakinkan pembeli mbak agar mereka percaya atas kualitas barang kami.

Sebagaimana diungkapkan oleh Ulfatul Maysaroh selaku *Marketing* di Sanaya Kids Ponorogo:[14]

> Karena foto yang telah melalui proses edit, maka gambar produk yang kami promosikan ke konsumen akan terlihat menarik mbak, jadi pembeli tidak akan merasa ragu saat akan membeli produk kami. Saya mengenalkan produk melalui promosi dengan posting gambar yang disertai dengan spesifikasinya mbak, lebih mudah lagi pembeli mengetahui produk ini, dengan membangun citra produk di hati konsumen pastinya pembeli tidak akan meneliti lagi kualitas produk yang mereka

[13] Nia Anggita, *Wawancara*, 21 Februari 2020.
[14] Ulfatul Maysaroh, *Wawancara*, 22 Februari 2020.

> beli mbak, meski ada sekidit kekurangan dari produk, pembeli sangat minim untuk menyadarinya.

Bermodal dari memposting gambar yang berkualitas baik dan menarik sering sekali penjual mengatakan bahwa produk yang mereka tawarkan ke pembeli adalah bagus dan sesuai dengan gambar yang telah mereka lihat dipostingan. Padahal penjual mengetahui bahwa diproduk tersebut ada kekurangan dari produk yang telah ia posting. Memilih dan membeli barang secara *online* tentu memiliki kelemahan yaitu tidak dapat melihat produk tersebut secara langsung. Kondisi dari produk tersebut hanya dapat diketahui dari gambar yang di posting dan diberi spesifikasi mengenai produk tersebut oleh pelaku usaha.

Sebagaimana disampaikan oleh Ulfatul Maysaroh selaku *Marketing* di Sanaya Kids Ponorogo:[15]

> Sebenarnya gambar yang saya gunakan tersebut tidak palsu mbak, gambar tersebut merupakan hasil foto dari karyawan disini yang selanjutnya dilakukan proses pengeditan supaya gambar tersebut terlihat menarik oleh konsumen mbak, sehingga mungkin karena proses edit yang canggih tersebut produk

[15] Ibid.,

akan terlihat lebih bagus dan lebih menarik dari aslinya mbak.

c. *Free Will* (kebebasan)

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

Pelaku usaha dalam praktik jual beli *online* yang dilakukannya tentu sangat memberikan kebebasan kepada semua calon pembeli yang akan melakukan pembelian atau bahkan hanya sekedar tanya-tanya mengenai suatu produk. Melayani dengan sebaik mungkin, memberikan pelayanan yang sedemikian rupa supaya calon pembeli dapat tertarik atas produk-produk yang ditawarkan.

Sebagaimana diungkapkan oleh Ulfatul Maysaroh selaku *Marketing* di Sanaya Kids Ponorogo:[16]

> Kami sama sekali tidak pernah memaksa konsumen untuk membeli produk yang kami jual mbak. Kalau ingin beli silahkan, tidak jadi beli juga ngakpapa. Jadi proses

[16] Ibid.,

> pembelian berlangsung tanpa ada paksaan dari kami mbak. Kami hanya menawarkan saja ke semua masyarakat yang mereka menggunakan media sosialnya untuk berbelanja. Jadi semua tergantung keputusan dari konsumen masing-masing mbak.

Hal ini juga diungkapkan oleh Nana Ervina selaku *Costumer Service* di Sanaya Kids Ponorogo:[17]

> Saya tidak pernah memaksakan konsumen untuk membeli produk yang saya posting di sosial media mbak, saya hanya menawarkan ke semua orang yang suka belanja secara *online* dengan cara memposting produk kami agar banyak diketahui oleh semua orang. Jadi jika ada yang melakukan pembelian tentu hal tersebut keputusan dari pembeli mbak tanpa ada unsur paksaan.

Melakukan pembelian secara *online* dalam proses pemilihan produk tentu memiliki kelemahan seperti tidak dapat melihat barang secara langsung kecuali seorang pembeli datang langsung ke lokasi usaha. Pembelian secara *online* dapat mengetahui kualitas produk tersebut melalui gambar dan deskripsi yang dijelaskan oleh pelaku usaha.

---

[17] Nana Ervina, *Wawancara*, 21 Februari 2020.

Sebagaimana disampaikan oleh Nia Anggita selaku *Costumer Service* di Sanaya Kids Ponorogo:[18]

> Tidak mbak, saya tidak pernah memaksa konsumen untuk membeli produk yang kami jual. Tugas saya hanya menawarkan produk-produk yang tersedia di bisnis Sanaya Kids ini. Untuk selanjutnya konsumen mau beli atau tidak itu sudah menjadi wewenang konsumen. Sehingga kami disini hanya melayani keinginan pembeli seperti apa tanpa ada paksaan sedikitpun.

d. *Responsibility* (tanggungjawab)

Tidak ada seorangpun 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.

Prinsip etika atas tanggung jawab yang harus dimiliki oleh pelaku bisnis merupakan sebuah prinsip penting. Bahkan prinsip ini merupakan modal utama bagi pelaku bisnis manakala diinginkan bisnisnya mendapat sebuah kepercayaan dari konsumen dan masyarakat

[18] Nia Anggita, *Wawancara*, 21 Februari 2020.

secara luas. Sikap tanggung jawab sangat penting, karena dapat membuat konsumen yakin dan percaya terhadap produk yang ditawarkan sehingga dapat memungkinkan untuk menjadi pelanggan.

Seperti yang diungkapkan oleh Nila Nurmalasanti selaku *Packing* di Sanaya Kids Ponorogo:[19]

> Barang yang sudah dikirim kepada konsumen tidak boleh dikembalikan mbak dengan alasan apapun kecuali ada kerusakan barang. Jadi jika ada kerusakan barang akibat dari proses pengiriman kami siap untuk mengganti barang tersebut mbak. Jika hanya sekedar dengan alasan tidak suka maka kami tidak berkenan untuk menggantinnya mbak. Karena dalam postingan sudah jelas mengenai spesifikasi produk yang kami tawarkan.

Sebagaimana diungkapkan oleh Ulfatul Maysaroh selaku *Marketing* di Sanaya Kids Ponorogo:[20]

> Kami telah menjelaskan secara detail mengenai spesifikasi produk yang kami tawarkan ke konsumen mbak, jadi konsumen tentu telah mengetahui mengenai kualitas

[19] Nila Nurmalasanti, *Wawancara*, 22 Februari 2020.
[20] Ulfatul Maysaroh, *Wawancara*, 22 Februari 2020.

produk yang kami jual, sehingga jika ada konsumen yang ingin minta ganti dengan alasan tidak suka saja kami tidak bersedia menggantinya, namun jika karena ada kerusakan kami bersedia untuk menggantinya.

Lebih lanjut disampaikan oleh Sabrina Teduh Alami selaku *Owner* Sanaya Kids Ponorogo:[21]

Kami bersedia mengganti barang yang telah dikirim apabila produk tersebut mengalami kerusakan saat proses pengiriman mbak. Namun jika hanya dengan alasan tidak suka, kami tidak bersedia untuk menukar barang tersebut mbak. Menurut saya sudah begitu jelas mengenai spesifikasi yang dicantumkan pada gambar yang kami posting.

e. *Benevolence* (ihsan)

Ihsan artinya melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut atau dengan kata lain beribadah dan berbuat baik seakan-akan melihat Allah, jika tidak mampu, maka yakinlah Allah melihat.

Memberikan pelayanan yang prima kepada konsumen dalam melakukan jual beli *online*

[21] Sabrina Teduh Alami, *Wawancara*, 20 Februari 2020.

merupakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain. Memperlakukan konsumen sebaik mungkin dengan memberikan kemudahan-kemudahan dalam melakukan pembelian produk yang ditawarkan oleh Sanaya Kids hal ini sangat membantu konsumen dalam melakukan pembelian secara *online*.

Sebagaimana diungkapkan oleh Nana Ervina selaku *Costumer Service* di Sanaya Kids Ponorogo:[22]

> Ketika ada pembeli yang berkomentar di postingan produk yang kami tawarkan, saya langsung balas komentar tersebut mbak dan mengarahkan untuk proses pemesanan dan pembelian lebih lanjut bisa menghubungi kami melalui nomer telepon yang tersedia, jadi pembeli tidak kebinggungan saat akan melakukan pembelian maupun pesan produk yang kami tawarkan.

Hal ini juga disampaikan oleh Indrian Tia Anisa selaku *Manajer* di Sanaya Kids Ponorogo:[23]

> Saya sangat mengarahkan teman-teman karyawan disini untuk selalu memberikan pelayanan yang baik, tentu bersikap ramah kepada calon pembeli agar mereka melanjutkan proses pembeliannya dan

[22] Nana Ervina, *Wawancara*, 21 Februari 2020.
[23] Indrian Tia Anisa, *Wawancara*, 21 Februari 2020.

> bahkan bisa jadi menjadi langganan mbak, jadi kami disini semua berusaha untuk bekerjasama dalam melayani permintaan konsumen sesuai yang mereka harapkan.

Memberikan pelayanan yang prima kepada konsumen sama halnya dengan melakukan perbuatan baik yang dapat memberi kemanfaatan kepada orang lain.

Lebih lanjut disampaikan oleh Sabrina Teduh Alami selaku *Owner* Sanaya Kids Ponorogo:[24]

> Jadi gini mbak, saya mengarahkan kepada teman-teman semua untuk memberikan pelayanan yang prima kepada semua calon pembeli, baik itu yang akan beli maupun hanya orang yang sekedar tanya-tanya saja. Jadi dengan memberikan pelayanan yang baik kepada calon konsumen tersebut saya harapkan dapat memberikan dampak positif untuk bisnis yang kami jalankan mbak. Seperti jikalau mereka lanjut melakukan pembelian bisa jadi mereka jadi langganan bahkan mereka tertarik untuk menjadi agen produk kami mbak.

Hal ini juga disampaikan oleh Nia Anggita selaku *Costumer Service* di Sanaya Kids Ponorogo:[25]

---

[24] Sabrina Teduh Alami, *Wawancara*, 20 Februari 2020.

Ketika ada pembeli yang menghubungi kami, saya memberikan arahan kepada calon pembeli untuk mengisi formulir pembelian seperti mencantumkan nama, produk yang dibeli serta alamat pengiriman, jadi kami mengarahkan mereka agar mempermudah melakukan proses pembelian mbak. Kami juga menyarankan kepada calon pembeli untuk melakukan pembelian ke agen-agen terdekat atau bisa lagi melalui web yang tersedia yaitu https://www.ordersanaya.com melalui web tersebut pembeli dapat melakukan pembelian maupun pemesanan barang yang dijual belikan oleh bisnis ini.

f. Kebenaran, Kebajikan dan Kejujuran

Pengejawantahan prinsip kebenaran dengan dua makna kebajikan dan kejujuran secara jelas telah diteladankan oleh Nabi Muhammad Saw, yang juga merupakan pelaku bisnis yang sukses pada masanya. Dalam menjalankan bisnisnya, Nabi tidak pernah sekalipun melakukan kebohongan, penipuan, atau menyembunyikan kecacatan barang. Sebaliknya Nabi mengharuskan agar bisnis dilakukan dengan kebenaran dan kejujuran.

Dalam jual beli secara *online* menyebutkan spesifikasi dari produk itu sangatlah penting, seperti jenis produk, bahan, ukuran dan warna

[25] Nia Anggita, *Wawancara*, 21 Februari 2020.

produk. Hal ini sangat penting untuk disampaikan karena dalam jual beli *online* pembeli tidak dapat mengetahui wujud asli dari barang yang akan mereka beli.

Sebagaimana disampaikan oleh Nana Ervina selaku *Costumer Service* di Sanaya Kids Ponorogo:[26]

> Iya saya menjelaskan spesifikasi produk yang kami posting di sosial media mbak, disitu sudah tercantum mengenai bahan, ukuran dan warna, jadi menurut saya sudah jelas mengenai spesifikasi yang kami cantumkan, untuk harganya di akun facebook dan instagram kami tidak mencantumkan mbak, namun jika ada yang bertanya nanti akan saya jawab.

Hal ini juga disampaikan oleh Nia Anggita selaku *Costumer Service* di Sanaya Kids Ponorogo:[27]

> Jadi gini mbak saya memasarkan produk ini dengan posting gambar di akun sosial media kami, sebelum posting tentu kami melalukukan edit gambar agar terlihat bagus dengan menyertakan spesifikasinya mbak, jadi konsumen tentu telah mengetahuinya secara jelas. Namun jika barang tersebut telah dibeli bahkan sudah sampai ke tangan

[26] Nana Ervina, *Wawancara*, 21 Februari 2020.
[27] Nia Anggita, *Wawancara*, 21 Februari 2020.

> konsumen jika ada komplain mengenai barang kami tidak bersedia menggantinya mbak, karena di awal sudah jelas spesifikasinya.

Lebih lanjut disampaikan oleh Ulfatul Maysaroh selaku *Marketing* di Sanaya Kids Ponorogo:[28]

> Iya mbak pernah ada yang komplain mengenai produk yang telah dibeli oleh konsumen bahwa terdapat kecacatan pada produk yang kami jual, katanya produknya bolong dan jaitannya tidak rapi. Kami tidak bersedia menggantinya mbak karena produk tersebut telah lolos proses seleksi bahkan sudah dibeli dan sampai ke tangan konsumen.

Salah satu pengelola bisnis Sanaya Kids ini mengungkapkan bahwa barang yang mereka pasarkan merupakan barang dengan kualitas yang baik serta menjelaskan keunggulan kualitas barang kepada pembeli agar tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan. Namun, dari salah satu pembeli mengungkapkan bahwasannya pernah mendapatkan kualitas yang bercampur atau cacat dalam produk yang mereka beli sehingga barang tersebut dikembalikan dan minta untuk ditukar dengan barang yang baru.

---

[28] Ulfatul Maysaroh, *Wawancara*, 22 Februari 2020.

Sebagaimana disampaikan oleh Luluk Nurdiana selaku *Quality Control* di Sanaya Kids Ponorogo:[29]

> Jadi gini ya mbak untuk barang yang kami jual tentu telah melalui pengecekan terlebih dahulu mbak, jadi saya yang melakukan pengecekan barang sekaligus menentukan barang mana yang lolos untuk dipasarkan dan yang tidak lolos untuk dipasarkan, nanti untuk selanjutnya hal itu jadi pertimbangan saya yang mengacu SOP yang telah dibuat oleh pemilik usaha mbak. Selain itu saya juga minta pendapat dari Indrian Tia Anisa mengenai produk ini lolos atau tidaknya.

Hal ini juga disampaikan oleh Indrian Tia Anisa selaku *Manajer* di Sanaya Kids Ponorogo:[30]

> Memang saya sengaja meloloskan produk tersebut karena produk tersebut sangat tidak nampak kecacatannya mbak, semisal hanya terdapat sedikit noda, jaitan kurang rapi. Kecacatan tersebut kemungkinan besar tidak diketahui oleh konsumen mbak, jadi sayang mbak jika barang tersebut dikategorikan tidak lolos seleksi.

[29] Luluk Nurdiana, *Wawancara*, 22 Februari 2020.
[30] Indrian Tia Anisa, *Wawancara*, 21 Februari 2020.

Lebih lanjut disampaikan oleh Nurlela daniyat selaku bagian *Packing* di Sanaya Kids Ponorogo:[31]

> Ya kalau saya tinggal bungkus aja mbak, tugas saya kan mengemas barang, barang yang telah dinyatakan lolos seleksi meski saya tau kalo ada sedikit noda bekas produksi yang gak bisa dihilangin. Nodanya juga cuma sedikit mbak pembeli ya tidak bakalan seteliti itu. jadi ya sudah saya bungkus aja produk itu dan siap untuk dikirim ke pembeli.

Paparan diatas telah menjelaskan bahwa postingan gambar yang bagus tidak menjamin atas kualitas barang yang akan diterima konsumen sesuai dengan spesifikasi yang tertera pada gambar. Hal ini dapat menyesatkan dan bahkan menyebabkan kerugian pada pembeli dalam melakukan pembelian secara *online*. Pengelola sebuah usaha harus jujur mengenai gambar yang telah diposting di akun sosial media yang dimilikinya. Selain itu, pembeli juga harus berhati-hati dan lebih teliti dalam memilih produk yang akan mereka beli agar setelah membeli produk tidak kecewa setelah barang tersebut diterima.

Berdasarkan data lapangan yang telah diperoleh, maka dapat diambil kesimpulan bahwa dalam praktik jual beli *online* di Sanaya Kids

[31] Nurlela daniyat, *Wawancara*, 22 Februari 2020.

Ponorogo hanya menerapkan beberapa prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Prinsip yang diterapkan oleh bisnis *online* ini diantaranya prinsip kebebasan, prinsip tanggungjawab, dan prinsip ihsan sedangkan prinsip kesatuan, prinsip keseimbangan, prinsip kebenaran, kebajikan, dan kejujuran belum diterapkan di bisnis *online* Sanaya Kids Ponorogo.

3. Cara Penetapan Harga Pada Bisnis *Online* Perlengkapan Alat Shalat di Sanaya Kids Ponorogo

Harga merupakan salah satu unsur yang sangat penting dalam praktik jual beli. Ketepatan dalam penetapan harga untuk suatu barang akan menghasilkan sebuah keuntungan. Penetapan harga yang baik tidak hanya menghasilkan keuntungan bagi penjual akan tetapi juga memberikan keuntungan bagi pembeli. Sebaliknya, jika penetapan harga dilakukan secara tidak tepat dapat berakibat buruk bagi penjual atau pemilik usaha. Maka dari itu bisnis *online* Sanaya Kids ini memiliki beberapa cara penetapan harga yang diterapkan agar usahanya dapat terus berkembang.

Berdasarkan kegiatan yang sudah dilakukan oleh penulis dari data wawancara dan observasi, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

a. Keterjangkauan Harga

Keterjangkauan harga merupakan aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen/penjual yang sesuai dengan kemampuan

beli konsumen. Penetapan harga yang dilakukan oleh bisnis *online* ini tentu dilakukan secara tepat agar sesuai dengan kemampuan beli dari calon konsumen Sanaya Kids sehingga akan menimbulkan produk yang ditawarkan laku dipasaran.

Sebagaimana yang disampaikan oleh Sabrina Teduh Alami selaku *Owner* Sanaya Kids Ponorogo:[32]

> Jadi gini mbak, saya itu menetapkan harganya ya saya hitung dulu harga pokoknya terus saya lihat harga di pasar. Kemudian kita ambil harga rata-rata pasar. Namun harga yang kami berikan disini sedikit mahal bukan lebih murah ya, karena kualitas barang yang kami berikan berbeda. Misalnya rata-rata pasar menjual mukena katun jepang seharga 250 ribu ya, karena produk saya menggunakan sajadah, sehingga saya jual 300 ribu ngambil atasnya.

PONOROGO

Lebih lanjut disampaikan oleh Indrian Tia Anisa selaku *Manajer* di Sanaya Kids Ponorogo:[33]

> Produk yang kami jual berbeda dari produk yang dipasaran, jadi kami

[32] Sabrina Teduh Alami, *Wawancara*, 20 Februari 2020.
[33] Indrian Tia Anisa, *Wawancara*, 21 Februari 2020.

> memberikan harga yang lebih mahal dari yang lainnya mbak. Bahkan ngak ada kok yang sama dengan produk yang kami pasarkan ini. Misalnya ya kalo produk lain itu hanya bikin mukena polosan saja sedangkan produk kami ini ditambahkan hiasan mbak biar tambah cantik.

Penetapan harga yang tepat tidak hanya menghasilkan sebuah keuntungan bagi penjual tetapi juga memberikan suatu keuntungan bagi pembeli. Begitu juga sebaliknya, jika penetapan harga yang dilakukan kurang tepat dapat berakibat buruk pada penjual. Penetapan harga yang rendah juga dapat berdampak terhadap sebuah pandangan konsumen mengenai produk yang dijual. Oleh karena itu penetapan harga harus dilakukan secara efektif.

Sebagaimana disampaikan oleh oleh Nia Anggita selaku *Costumer Service* di Sanaya Kids Ponorogo:[34]

> Ya kami menetapkan harganya sesuai dengan keunikan dari produk yang kami tawarkan ya mbak, karena barangnya unik jadi kami memberikan harga diatas rata-rata pasar, kan beda produk yang kami jual lebih ada hiasannya bahkan bisa juga ditambahi nama sesuai pesanan dari

[34] Nia Anggita, *Wawancara*, 21 Februari 2020.

konsumen. Sehingga proses produksinya lebih detail dibanding mukena- mukena yang lain.

Dalam menetapkan harga jual harus memperhatikan daya beli masyarakat, sehingga penetapan harga didasarkan pada tingkat golongan ekonomi masyarakat.

Sebagaimana yang disampaikan oleh Sabrina Teduh Alami selaku *Owner* Sanaya Kids Ponorogo:[35]

> Ya mbak, dalam penetapan harga kami melihat dari ukuran produk, produk kami tersedia mulai ukuran XS sampai XXL, jadi harga yang kami tetapkan itu bervariasi. Misalnya harga mukena ukuran S itu lebih murah dari pada ukuran L. Dengan adanya variasi harga ini maka pembeli lebih mudah menyesuaikan dengan kemampuan beli.

Lebih lanjut diungkapkan oleh Indrian Tia Anisa selaku *Manajer* di Sanaya Kids Ponorogo:[36]

> Kebanyakan konsumen kami dari golongan menegah ke atas mbak, jadi terkait harga yang kami berikan tidak

[35] Sabrina Teduh Alami, *Wawancara*, 20 Februari 2020.
[36] Indrian Tia Anisa, *Wawancara*, 21 Februari 2020.

> terlalu dipermasalahkan, karena kami pemasarannya secara online maka kami harus pandai-pandai meyakinkan konsumen mengenai produk yang kami tawarkan dengan harga yang sedemikian.

b. Daya Saing Harga

Daya saing harga merupakan penawaran harga yang diberikan oleh produsen/penjual dimana harga tersebut berbeda dan bersaing dengan yang diberikan oleh produsen lain pada satu jenis produk yang sama. Menetapkan harga dengan memperhatikan harga yang telah ada dipasaran sangatlah penting untuk dilakukan oleh bisnis *online* ini namun karena produk yang ditawarkan memiliki sebuah keunggulan tersendiri maka harga yang ditetapkan relatif lebih tinggi dari pada harga yang ada dipasaran.

Sebagaimana disampaikan oleh Sabrina Teduh Alami selaku *Owner* Sanaya Kids Ponorogo:[37]

> Ya meski produk yang kami tawarkan itu ada yang mirip dengan penjual yang lain, kami tetap memberikan harga diatas rata-rata pasar mbak karena produk kami ada keunggulan tersendiri dari yang lainnya itu mbak, dan produk kami kan sudah memiliki brand atau merek pribadi. Agen

[37] Sabrina Teduh Alami, *Wawancara*, 20 Februari 2020.

> juga tidak pernah komplain mengenai harga yang telah saya tetapkan mbak.

Lebih lanjut diungkapkan oleh Ulfatul Maysaroh selaku *Marketing* di Sanaya Kids Ponorogo:[38]

> Memang benar mbak harga yang kami tetapkan lebih mahal dari barang yang sejenis yang ada dipasaran. Hal ini karena kami memiliki keunggulan produk tersendiri, selain sudah tercantumnya merek kami juga memproduksi produk dengan semenarik dan sedetail mungkin mbak, ini menunjukkan keunggulan produk kami dengan produk sejenis yang ada dipasaran.

Menetapkan harga yang tepat dengan memperhatikan harga yang sudah ada dipasaran sangat penting untuk diterapkan, namun apabila produk tersebut memiliki keunggulan tersendiri maka harga yang ditetapkan akan lebih tinggi dengan harga yang sudah ada dipasaran.

Banyak konsumen yang beranggapan bahwa harga barang yang tinggi identik dengan mutu yang tinggi dan cenderung diikuti dengan harga yang mahal. Dalam menetapkan harga tinggi atau mahal, para pengecer biasanya

[38] Ulfatul Maysaroh, *Wawancara*, 22 Februari 2020.

menonjolkan reputasi produk, nama merek, dan perwujudan fisik dari produk.

Dalam penetapan harga barang yang murah, perbedaan harga dengan pesaing harga harus ditonjolkan. Dengan demikian, berarti ada hubungan antara suatu barang dengan kualitas barang tersebut. Sehingga penetapan harga suatu barang sesuai dengan mutu barang tersebut.

c. Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk

Kesesuaian harga dengan kualitas produk merupakan aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen/penjual yang sesuai dengan kualitas produk yang dapat diperoleh konsumen. Pelaku bisnis *online* ini berupaya memberikan kualitas yang baik atas produk yang ditawarkan dengan mencantumkan spesifikasi produk pada setiap postingan yang dilakukan, sehingga calon pembeli akan lebih mudah mengetahui kualitas produk yang akan dibelinya.

Sebagaimana disampaikan oleh Sabrina Teduh Alami selaku *Owner* Sanaya Kids Ponorogo:[39]

> Iya pernah konsumen itu komplain mengenai produk yang mereka terima, katanya barangnya cacat tidak sesuai yang mereka inginkan, mereka minta ganti rugi atas barang yang mereka terima. Ya kami

[39] Sabrina Teduh Alami, *Wawancara*, 20 Februari 2020.

> tidak bersedia mbak barang kan sudah sampai ke pembeli masa kami harus ngirim barang lagi ke mereka kan menambah beban ongkos kirim. Jadi ya karena produk itu telah lolos dari pengecekan jadi barang itu saya anggap sudah sesuai dengan harga yang kami tetapkan dan bukan termasuk barang yang cacat.

Lebih lanjut diungkapkan oleh Luluk Nurdiana selaku *Quality Control* di Sanaya Kids Ponorogo:[40]

> Barang yang kami pasarkan semua sudah melalui pengecekan dulu mbak, jadi kami sudah pastikan barang itu sesuai dengan spesifikasi yang ada, jadi kalau konsumen komplain setelah barang itu dikirim ya mau gimana lagi kami tidak bersedia jika harus menggantinya.

Sebagaimana disampaikan oleh oleh Nia Anggita selaku *Costumer Service* di Sanaya Kids Ponorogo:[41]

> Kami menawarkan produk di sosial media juga sudah mencantumkan spesifikasi produk, jadi sudah jelas disitu tertulis

[40] Luluk Nurdiana, *Wawancara*, 22 Februari 2020.
[41] Nia Anggita, *Wawancara*, 21 Februari 2020.

> secara detailnya mbak, jadi pembeli tentunya sudah membacanya sebelum mereka melakukan proses pembelian. Jadi kalau ditemukan cacat setelah barang sampai ditangan konsumen ya mereka harus terima itu namanya juga beli secara *online* hanya bisa sebatas tau gambarnya saja jadi harus bisa terima risiko yang ada.

Lebih mengutamakan kepentingan organisasi dengan mengoptimalkan keuntungan yang akan mereka peroleh, tanpa memikirkan kualitas produk yang diterima oleh konsumen dalam melakukan sebuah pembelian.

Sebagaimana disampaikan oleh Indrian Tia Anisa selaku *Manajer* di Sanaya Kids Ponorogo:[42]

> Kami menetapkan harga yang sama mbak, karena produk itu kan telah lolos seleksi jadi tidak termasuk barang yang cacat. Jadi kalau konsumen komplain dan minta ganti atau potongan harga ya kami tidak bersedia mbak karena ya barang juga sudah terkirim sampai ke tangan konsumen.

[42] Indrian Tia Anisa, *Wawancara*, 21 Februari 2020.

d. Kesesuaian Harga dengan Manfaat Produk

Kesesuaian harga dengan manfaat produk merupakan aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen/penjual yang sesuai dengan manfaat yang dapat diperoleh konsumen dari produk yang dibeli. Pemilihan bahan baku yang berkualitas sangat didepankan oleh bisnis *online* ini, agar barang yang diproduksi memiliki kualitas yang tinggi tentu sangat diminati oleh calon pembeli.

Sebagaimana disampaikan oleh Sabrina Teduh Alami selaku *Owner* Sanaya Kids Ponorogo:[43]

> Gini mbak, dalam kegiatan memproduksi produk, kami menggunakan bahan baku dengan kualitas baik. Misalnya dalam pemilihan kain saya memilih kain yang bergrade lebih bagus sehingga produk yang kami produksi nyaman digunakan. Hal ini dibuktikan dengan hasil produksi kami yang nyaman digunakan konsumen seperti tidak nerawang, tidak tipis, kainnya tidak luntur dan tidak panas mbak, jadi nyaman dipakai.

Hal ini juga disampaikan oleh Indrian Tia Anisa selaku *Manajer* di Sanaya Kids Ponorogo:[44]

---

[43] Sabrina Teduh Alami, *Wawancara*, 20 Februari 2020.

> Karena kami sangat mengedepankan kualitas barang yang kami produksi mbak, jadi kami benar-benar memilih bahan itu dengan kualitas yang bagus dan tentunya tidak luntur saat dicuci sehingga konsumen nantinya tidak kecewa dengan produk yang kami pasarkan. Meski harga bahan baku lebih mahal dari kain yang lain namun kami lebih memilih bahan baku tersebut ya karena kami memilih dengan kualitas yang tinggi.

Pelaku usaha lebih mengutamakan kualitas bahan baku untuk barang yang akan diproduksi agar mendapatkan barang yang berkualitas tinggi dan nyaman dipakai saat melaksanakan ibadah. Karena dalam melaksakan ibadah sangat diperlukan kenyamanan atas apa yang mereka pakai supaya shalatnya khusuk, yang dimana produk yang ditawarkan mayoritas adalah mukena anak kecil, sehingga sangat diperhatikan bahan baku yang dipilih supaya cocok dengan kebutuhan anak-anak. Orang tua tentu akan bangga dengan putrinya jika dapat melaksakan shalat sebagaimana yang mereka ajarkan, tanpa memikirkan produk tersebut mahal atau tidaknya yang terpenting tentu manfaat yang diperoleh dari barang tersebut.

---

[44] Indrian Tia Anisa, *Wawancara*, 21 Februari 2020.

Sebagaimana disampaikan oleh Luluk Nurdiana selaku *Quality Control* di Sanaya Kids Ponorogo:[45]

> Iya mbak, jadi kami saat memproduksi barang, kami sangat memperhatikan mutu atau kualitas produk kami, ya meski bahan baku sedikit mahal namun produk ini bisa dijamin bahwa bahannya nyaman untuk dipakai si kecil saat beribadah, ya karena sasaran kami adalah anak kecil sehingga sebisa mungkin memberikan kualitas yang baik.

Berdasarkan data lapangan yang telah diperoleh, maka dapat diambil kesimpulan bahwa cara penetapan harga di bisnis *online* Sanaya Kids telah menerapkan beberapa cara penetapan harga, seperti memberikan harga yang terjangkau, memperhatikan daya saing harga, dan menerapkan kesesuaian harga dengan manfaat produk yang akan diterima oleh konsumen. Namun bisnis *online* ini belum sepenuhnya menerapkan kesesuaian harga dengan kualitas produk yang akan diterima oleh konsumen.

[45] Luluk Nurdiana, *Wawancara*, 22 Februari 2020.

4. Dampak Jual Beli *Online* Perlengkapan Alat Shalat Di Sanaya Kids Ponorogo

Salah satu teknologi yang sedang populer saat ini adalah teknologi informasi. Teknologi ini tidak hanya dimanfaatkan untuk lalu-lintas informasi, akan tetapi juga sudah banyak dimanfaatkan untuk berbisnis. Bisnis *online* atau *e-commerce* secara sederhana dapat diartikan sebagai proses jual beli, pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan internet. Maka dari itu bisnis *online* Sanaya Kids ini tentu merasakan dampak dari bisnis *online* yang dijalankannya.

Berdasarkan kegiatan yang sudah dilakukan oleh penulis dari data wawancara dan observasi, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

a. Dapat Meningkatkan Pangsa Pasar

Transaksi *online* yang membuat orang di seluruh dunia dapat memesan dan membeli produk yang dijual hanya dengan melalui media komputer dan tidak terbatas jarak dan waktu.

Sebagaimana disampaikan oleh Sabrina Teduh Alami selaku *Owner* Sanaya Kids Ponorogo:[46]

> Selain memberikan layanan yang baik tentu kami juga harus bisa menarik perhatian konsumen agar tertarik dengan produk kami mbak, dengan produk yang

[46] Sabrina Teduh Alami, *Wawancara*, 16 April 2021.

> kami jual memiliki bermacam-macam jenis, jadi konsumen akan tertarik dengan produk yang kami pasarkan. Konsumen bisa leluasa memilih produk mana yang mereka cari atau yang mereka sukai. Konsumen juga bisa melakukan pemesanan terlebih dahulu mbak mengenai produk yang di inginkannya.

Lebih lanjut diungkapkan oleh Ulfatul Maysaroh selaku *Marketing* di Sanaya Kids Ponorogo:[47]

> Ya dengan memberikan informasi kepada seluruh agen mengenai semua produk-produk baru dan yang tersedia mbak. Jadi agen akan menjual atau menawarkan produk yang kami produksi ke akun sosial media yang mereka punya. Keberadaan agen disini sangat membantu usaha ini mbak agar produk kami diketahui oleh masyarakat lebih luas.

Memperluas pangsa pasar bisa memperbesar suatu bisnis. Hal ini dikarenakan jika pangsa pasar meningkat, jumlah produk yang dihasilkan juga harus meningkat, termasuk juga tenaga produksi akan meningkat.

[47] Ulfatul Maysaroh, *Wawancara*, 16 April 2021.

Sebagaimana disampaikan oleh Nia Anggita selaku *Costumer Service* di Sanaya Kids Ponorogo:[48]

> Kami berupaya untuk memperbanyak agen disetiap daerah mbak, bahkan saat ini sudah terdapat beberapa agen yang ada di Ponorogo, namun sebagian besar agen yang ada malah kebanyakan dari luar kota mbak, seperti dari Bekasi, Jakarta, Serang, Depok, dan masih banyak agen yang lain mbak. Alhamdulillah dengan tersebarnya agen diberbagai kota dapat memperluas pemasaran usaha ini mbak.

b. Menurunkan Biaya Operasional

Transaksi yang sebagian besar operasionalnya diprogram didalam komputer sehingga biaya-biaya seperti beban gaji yang berlebih dan lainnya tidak perlu terjadi.

Sebagaimana disampaikan oleh Sabrina Teduh Alami selaku *Owner* Sanaya Kids Ponorogo:[49]

> Usaha kami kan memproduksi barang sendiri mbak, jadi meski usaha yang kami jalankan secara *online* namun kami tetap menggunakan karyawan untuk mengelola usaha yang saya dirikan ini, ya tentu saya

[48] Nia Anggita, *Wawancara*, 16 April 2021.
[49] Sabrina Teduh Alami, *Wawancara*, 16 April 2021.

> berkewajiban untuk memberi gaji kepada mereka namun biaya operasionalnya tidak sebesar usaha toko *offline* mbak.

Lebih lanjut disampaikan oleh Sabrina Teduh Alami selaku *Owner* Sanaya Kids Ponorogo:[50]

> Selain itu saya juga berupaya untuk tidak terlalu banyak stok barang di kantor produksi. Jadi kami menggunakan cara memproduksi barang sesuai pesanan konsumen jadi dengan cara itu jelas produk yang kami produksi akan cepat habis mbak, tanpa harus menumpuk stok yang banyak. Ya menyedikan stok namun hanya beberapa saja. Semisal ada yang datang ke kantor langsung untuk melakukan pembelian saya sarankan untuk langsung datang ke agen terdekat mbak. Dengan demikian juga memberikan dampak positif juga untuk para agen yang ada mbak.

Menghemat atau menurunkan biaya operasional merupakan salah satu keinginan terbesar dari setiap perusahaan, terutama perusahaan yang memproduksi barangnya sendiri tentu memakan banyak biaya dalam proses

[50] Ibid.,

produksinya. Pelaku usaha tentu berharap untuk sedemikian rupa bisa mengurangi biaya pengeluaran tanpa harus mengurangi kuantitas dan kualitas dari produk.

c. Melebarkan Jangkauan

Transaksi *online* yang dapat diakses oleh semua orang di dunia tidak terbatas tempat dan waktu karena semua orang dapat mengaksesnya hanya dengan menggunakan media perantara komputer.

Sebagaimana disampaikan oleh Sabrina Teduh Alami selaku *Owner* Sanaya Kids Ponorogo:[51]

> Ya dengan cara menawarkan produk secara *online* ini tentu memberikan kemudahan mbak, baik itu kemudahan untuk konsumen atau kemudahan untuk usaha kami. Dengan cara ini konsumen juga lebih mudah untuk mengetahui produk yang kami jual mbak. Bahkan semua orang yang menggunakan sosial media dapat mengetahui postingan produk yang kami jual.

Lebih lanjut diungkapkan oleh Nia Anggita selaku *Costumer Service* di Sanaya Kids Ponorogo:[52]

[51] Ibid.,

> Dengan memanfaatkan sosial media yang kami punya, sangat memberikan dampak positif untuk usaha kami mbak, produk kami dengan mudah diketahui oleh banyak orang diseluruh Indonesia, bahkan banyak yang tertarik untuk gabung menjadi agen ataupun *reseller* setelah mengetahui produk yang kami posting di akun sosial media Sanaya.

Teknologi membuka banyak peluang untuk mendapatkan penghasilan melalui internet. Salah satunya dengan menawarkan jasa atau produk yang diproduksi sendiri. Kegiatan pemasaran secara *online* bisa dilakukan kapan saja dan dimana saja, hanya dengan menggunakan internet. Sosial media atau *website* yang aktif juga akan mempermudah untuk memasarkan produk yang ditawarkan oleh sebuah perusahaan.

Sebagaimana disampaikan oleh Ulfatul Maysaroh selaku *Marketing* di Sanaya Kids Ponorogo:[53]

> Iya mbak, kami memaksimalkan pemasaran melalui media sosial, agar semua orang bisa mengetahui berbagai macam produk yang kami tawarkan. Kami juga berupaya untuk selalu mengupdate

[52] Nia Anggita, *Wawancara*, 16 April 2021.
[53] Ulfatul Maysaroh, *Wawancara*, 16 April 2021.

postingan di akun kami. Setiap hari kami selalu posting gambar di *facebook* dan *instagram* mbak kecuali hari minggu kami libur, tidak ada aktivitas penjualan pada hari itu.

d. Meningkatkan *Customer Loyalty*

Menyediakan informasi secara lengkap dan informasi tersebut dapat diakses setiap waktu selain itu dalam hal pembelian juga dapat dilakukan setiap waktu bahkan konsumen dapat memilih sendiri produk yang diinginkan.

Sebagaimana disampaikan oleh Sabrina Teduh Alami selaku *Owner* Sanaya Kids Ponorogo:[54]

> Ya dengan memanfaatkan akun sosial media kami untuk penjualan produk kami, alhamdulillah memberikan kemudahan kami untuk promosi produk yang kami produksi sendiri dan kami pasarkan mbak. Melakukan iklan melalui sosial media ini memberikan kemudahan pada kami untuk menawarkan produk kami ke semua masyarakat dengan cara posting gambar dari produk kami serta tidak lupa kami selalu mencantumkan spesifikasi dari produk tersebut mbak.

[54] Sabrina Teduh Alami, *Wawancara*, 16 April 2021.

Lebih lanjut diungkapkan oleh Ulfatul Maysaroh selaku *Marketing* di Sanaya Kids Ponorogo:[55]

> Kami memasarkan produk ini kan sangat mengandalkan akun sosial media kami mbak, hal ini sangat memudahkan kami untuk melakukan promosi mengenai produk yang kami jual. Calon pembeli dengan mudah untuk mengetahui produk kami. Bahkan order secara *online* sangat diminati oleh semua orang pada saat ini. Lebih mudah lagi kami menyedikan nomer telepon yang dapat dihubungi jika pembeli kebinggungan saat order secara *online* mbak.

Loyalitas pelanggan dapat dijadikan sebagai suatu ukuran untuk memprediksi pertumbuhan penjualan. Oleh sebab itu suatu bisnis berlomba-lomba meningkatkan loyalitas pelanggan. Dengan memiliki pelanggan yang loyal, maka suatu bisnis akan tetap kuat dalam menghadapi setiap kondisi. Di dalam dunia bisnis menjaga loyalitas pelanggan merupakan tanggungjawab yang besar.

Sebagaimana disampaikan oleh Sabrina Teduh Alami selaku *Owner* Sanaya Kids Ponorogo:[56]

---

[55] Ulfatul Maysaroh, *Wawancara*, 16 April 2021.

Iya mbak, alhamdulillah dengan memberikan layanan semaksimal mungkin ke konsumen sangat memberikan dampak yang positif untuk bisnis kami. Konsumen tertarik pada produk yang kami tawarkan di sosial media dan untuk melakukan pembelian ulang bahkan juga tertarik untuk ikut memasarkan produk yang kami produksi ini.

B. Alisan Data

1. Analisis Praktik Jual Beli *Online* Perlengkapan Alat Shalat di Sanaya Kids Ponorogo

Berdasarkan pemaparan data yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa penerapan etika bisnis Islam yang terjadi pada praktik jual beli *online* perlengkapan alat shalat di Sanaya Kids Ponorogo yaitu prinsip kesatuan, prinsip keseimbangan, prinsip kebebasan, prinsip tanggungjawab, prinsip ihsan, prinsip kebenaran, kebajikan dan kejujuran. Sehingga dapat diketahui bahwa prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang ada di Sanaya Kids Ponorogo yaitu:

PONOROGO

a. *Unity* (kesatuan)

Individu-individu memiliki kesamaan dalam harga dirinya sebagai manusia. Diskriminasi tidak bisa diterapkan atau dituntut hanya berdasarkan warna kulit, ras, kebangsaan, agama, jenis kelamin atau umur. Hak-hak dan kewajiban-

[56] Sabrina Teduh Alami, *Wawancara*, 16 April 2021.

kewajiban ekonomik setiap individu disesuaikan dengan kapabilitas dan kapasitas yang dimiliki dan sinkronisasi pada setiap peranan normatif masing-masing dalam struktur sosial. Berdasarkan hal inilah, beberapa perbedaan peranan muncul antara orang-orang dewasa, disatu pihak, dan orang jompo atau remaja. Atau antara laki-laki dan perempuan.

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

Berdasarkan kenyataan yang ada di Sanaya Kids Ponorogo, dalam melakukan praktik jual beli dilakukan secara *online* dengan melakukan penawaran kepada konsumen dengan cara melakukan promosi maupun iklan di sosial media yang telah dimiliki oleh pelaku bisnis online tersebut. Namun dalam menawarkan produknya pelaku usaha lebih mengejar keuntungan dengan menyembunyikan suatu mutu produk identik dengan bersikap diskriminasi atau tidak adil. Bahkan secara tidak langsung bisa dikatakan melakukan penindasan terhadap konsumen. Karena dalam memasarkan produknya pelaku usaha melakukan penyembunyian suatu kekurangan, selalu memperbaiki kualitas barang atau jasa secara

berkesinambungan serta tidak boleh menipu dan berbohong.

b. *Equilibrium* (keseimbangan)

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

Berlaku adil akan dekat dengan takwa, karena itu dalam perniagaan (tijarah), Islam melarang untuk menipu walaupun hanya sekedar membawa sesuatu pada kondisi yang menimbulkan keraguan sekalipun. Kondisi ini dapat terjadi seperti adanya informasi penting mengenai transaksi yang tidak diketahui oleh salah satu pihak. Islam mengharuskan penganutnya untuk berlaku adil dan berbuat kebajikan. Bahkan berlaku adil harus didahulukan dari berbuat kebajikan

Berdasarkan kenyataan yang ada di Sanaya Kids Ponorogo, dalam pelaksanaan jual beli yang

terdapat di Sanaya Kids Ponorogo, masih terdapat kecurangan dalam hal kualitas barang yang dijual. Hal tersebut terbukti dari adanya barang cacat yang tetap ditawarkan ke konsumen. Bermodal dari memposting gambar yang berkualitas baik dan menarik sering sekali penjual mengatakan bahwa produk yang ditawarkan ke pembeli adalah bagus dan sesuai dengan gambar yang telah mereka lihat atau posting. Padahal penjual mengetahui bahwa diproduk tersebut terdapat kekurangan dari produk yang ia posting.

Hal tersebut menunjukkan masih ada kecurangan yang dilakukan oleh pemilik usaha dalam hal kualitas produk yang dipasarkan. Berlaku adil akan dekat dengan takwa, karena itu dalam perniagaan (tijarah), Islam melarang untuk menipu walaupun hanya sekedar membawa sesuatu pada kondisi yang menimbulkan keraguan sekalipun. Islam mengharuskan penganutnya untuk berlaku adil dan berbuat kebajikan, bahkan berbuat adil harus didahulukan dari berbuat kebajikan

PONOROGO

c. *Free Will* (kebebasan)

Konsep Islam memahami bahwa institusi ekonomi seperti pasar dapat berperan efektif dalam kehidupan ekonomi. Hal ini dapat berlaku secara efektif, dimana pasar tidak mengharapkan adanya intervensi dari pihak mana pun, tak terkecuali negara dengan otoritas penentuan harga atau private sektor dengan kegiatan monopolistik.

Berdasarkan prinsip kehendak bebas ini manusia dalam berbisnis mempunyai kebebasan untuk membuat suatu perjanjian, termasuk menepati janji atau mengingkarinya.

Manusia memiliki kecenderungan untuk berkompetensi dalam segala hal, tak terkecuali kebebasan dalam melakukan kontrak di pasar. Oleh sebab itu, pasar seharusnya menjadi cerminan dari berlakunya hukum penawaran dan permintaan yang dipresentasikan oleh harga.

Berdasarkan kenyataan yang ada di Sanaya Kids Ponorogo, dalam praktiknya antara pedagang dan pembeli melaksanakan transaksi jual beli atas dasar suka sama suka serta rela sama rela. Dalam setiap transaksi jual beli yang dilakukan, pedagang selalu memberikan kebebasan kepada pembelinya dalam melanjutkan atau bahkan membatalkan transaksi jual beli yang dilakukannya. Selain itu, pedagang juga memberikan kesempatan kepada pembeli untuk memilih produk yang akan mereka beli. Hal tersebut sesuai dengan prinsip kebebasan. Berdasarkan prinsip kehendak bebas ini manusia dalam berbisnis mempunyai kehendak bebas untuk membuat suatu perjanjian,termasuk menepati janji atau mengingkarinya.

d. *Responsibility* (tanggungjawab)

Tanggung jawab individu begitu mendasar dalam ajaran-ajaran Islam. Terutama jika dikaitkan dengan kebebasan ekonomi. Penerimaan pada

prinsip tanggung jawab individu ini berarti setiap orang akan diadili secara personal di hari kiamat kelak. Setiap individu mempunyai hubungan langsung dengan Allah. Ampunan harus diminta secara langsung dari Allah.

Tidak ada seorangpun 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.

Berdasarkan kenyataan yang ada di Sanaya Kids Ponorogo, pelaku usaha telah menerapkan prinsip *responsibility* (tanggungjawab) yaitu bersedia untuk mengganti barang jika ada kerusakan akibat dari proses pengiriman. Telah diketahui sebelumnya bahwa pelaku usaha dalam menawarkan produknya telah mencantumkan spesifikasi produk pada masing-masing postingan, sehingga sudah diketahui secara jelas produk tersebut seperti apa kualitasnya.

e. *Benevolence* (ihsan)

Ihsan artinya melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut atau dengan kata lain beribadah dan berbuat baik seakan-akan

melihat Allah, jika tidak mampu, maka yakinlah Allah melihat. Dalam sebuah bisnis, sejumlah perbuatan yang dapat men-*support* pelaksanaan ihsan dalam bisnis, yaitu kemurahan hati, motif pelayanan, kesadaran akan adanya Allah dan aturan yang berkaitan dengan pelaksanaan yang menjadi prioritas.

Berdasarkan kenyataan yang ada di Sanaya Kids Ponorogo, pelaku usaha telah menerapkan prinsip *benevolence* (ihsan) yaitu dengan memberikan tanggapan yang baik kepada konsumen serta memberikan kemudahan kepada konsumen dalam proses pembelian barang secara *online* dengan memberikan pengarahan untuk menghubungi langsung di nomer telepon yang telah dicantumkan pada postingan produk yang dijual. Memberikan pelayanan yang baik dengan bersikap ramah kepada konsumen meski belum ada kejelasan melanjutkan pembeliannya atau hanya sekedar bertanya-tanya. Sebagaimana yang terdapat didalam prinsip ihsan memberikan pelayanan yang prima kepada konsumen sama halnya dengan melakukan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain. Pemilik usaha mengarahkan ke semua karyawannya untuk memberikan pelayanan yang prima kepada semua calon pembeli dengan harapan memberikan dampak positif untuk bisnis yang dijalankan.

f. Kebenaran, Kebajikan dan Kejujuran

Dalam Al-Qur'an memuat prinsip kebenaran, kebajikan, dan kejujuran maka suatu bisnis itu secara otomatis akan melahirkan suatu persaudaraan. Persaudaraan, kemitraan antara pihak yang berkepentingan dalam bisnis yang saling menguntungkan, tanpa adanya kerugian dan penyesalan sedikitpun. Dengan demikian, dalam semua proses bisnis akan dilakukan pula secara transparan dan tidak ada rekayasa.

Pengejawantahan prinsip kebenaran dengan dua makna kebajikan dan kejujuran secara jelas telah diteladankan oleh Nabi Muhammad Saw, yang juga merupakan pelaku bisnis yang sukses pada masanya. Dalam menjalankan bisnisnya, Nabi tidak pernah sekalipun melakukan kebohongan, penipuan, atau menyembunyikan kecacatan barang. Sebaliknya Nabi mengharuskan agar bisnis dilakukan dengan kebenaran dan kejujuran.

Berdasarkan kenyataan yang ada di Sanaya Kids Ponorogo, pelaku usaha belum sepenuhnya menerapkan prinsip kebenaran, kebajikan dan kejujuran dalam bisnis yang dijalankannya. Seperti dari hasil penelitian bahwa pelaku usaha belum jujur atas kualitas produk yang mereka pasarkan. Salah satu dari pengelola bisnis *online* tersebut mengungkapkan bahwa barang yang dipasarkan merupakan barang dengan kualitas yang baik. Namun dari salah satu pembeli mengungkapkan bahwasanya mendapatkan barang dengan yang

terdapat cacat dalam produk yang telah dibeli. Dari penjelasan dari salah satu pembeli tersebut dapat disimpulkan bahwa masih ada pengusaha yang hanya mengejar keuntungan saja dengan menyembunyikan mutu barang yang sebenarnya. Secara tidak langsung hal tersebut dapat merugikan konsumen serta tidak dapat memenuhi apa yang menjadi kepuasan pembeli.

Dari analisa di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa praktik jual beli *online* perlengkapan alat shalat di Sanaya Kids Ponorogo belum sepenuhnya menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Beberapa prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang telah diterapkan yaitu prinsip kebebasan dengan melalukakan transaksi jual beli atas dasar suka sama suka serta rela sama rela. Memberikan kebebasan kepada pembeli untuk melanjutkan atau membatalkan traksaksi jual beli yang dilakukannya. Prinsip tanggungjawab dengan bersedia untuk menganti barang jika ada kerusakan akibat dari proses pengiriman. Prinsip ihsan dengan memberikan tanggapan yang baik kepada konsumen serta memberikan kemudahan kepada konsumen dalam proses pembelian barang secara online.

Sedangkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang belum diterapkan yaitu prinsip kesatuan pada bisnis *online* ini pelaku usaha lebih mengejar keuntungan dengan menyembunyikan suatu mutu produk indentik dengan bersikap deskriminan atau tidak adil. Prinsip keseimbangan pada bisnis *online* ini masih terdapat kecurangan dalam hal kualitas barang yang dijual,

terbukti dengan adanya barang cacat yang tetap ditawarkan ke konsumen. Prinsip kebenaran, kebajikan, dan kejujuran. Pada prinsip ini pelaku usaha belum jujur atas kualitas produk yang dipasarkan, dengan melakukan penyembunyian cacat pada barang.

2. Analisis Cara Penetapan Harga Pada Bisnis *Online* Perlengkapan Alat Shalat di Sanaya Kids Ponorogo

a. Keterjangkaun Harga

Keterjangkauan harga merupakan aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen/penjual yang sesuai dengan kemampuan beli konsumen.

Berdasarkan kenyataan yang ada di Sanaya Kids Ponorogo, pelaku usaha dalam menetapkan harga produk yang dijual termasuk terjangkau karena mereka menjual kualitas produk bukan semata-mata menetapkan harga mahal, namun pelaku usaha berusaha memberikan produk dengan kualitas yang baik kepada konsumen sehingga pemberian harga sesuai dengan apa yang konsumen dapatkan. Dengan itu antara kualitas produk dengan harga yang ditetapkan telah sesuai dengan kemampuan beli konsumen.

Penetapan harga yang tepat tidak hanya menghasilkan sebuah keuntungan bagi penjual tetapi juga memberikan keuntungan kepada pembeli. Begitupun sebaliknya, jika penetapan

harga dilakukan secara kurang tepat dapat memberikan akibat buruk pada penjual. Penetapan harga yang rendah juga menimbulkan dampak terhadap sebuah pandangan dari konsumen mengenai kualitas produk yang dijual. Oleh karena itu, penetapan harga harus dilakukan secara efektif. Dalam penetapan harga pelaku usaha juga sangat memperhatikan daya beli masyarakat, sehingga penetapan harga didasarkan pada tingat golongan ekonomi masyarakat.

b. Daya Saing Harga

Daya saing harga merupakan penawaran harga yang diberikan oleh produsen/penjual berbeda dan bersaing dengan yang diberikan oleh produsen lain, pada satu jenis produk yang sama.

Berdasarkan kenyataan yang ada di Sanaya Kids Ponorogo, pemilik usaha dalam menetapkan harga produk yang dijual sangat memperhatikan harga yang sudah ada dipasaran. Namun karena produk yang ditawarkan di Sanaya Kids ini memiliki keunggulan tersendiri maka pemilik usaha menetapkan harga yang lebih tinggi dengan yang sudah ada di pasar. Karena dalam praktiknya banyak konsumen yang beranggapan bahwa harga barang yang tinggi identik dengan mutu yang tinggi dan cenderung diikuti dengan harga yang mahal. Dengan memberikan harga yang sedemikian rupa pemilik usaa berusaha menonjolkan reputasi produk, nama merek, dan perwujudan fisik dari

produk tersebut, sehingga antara harga yang telah ditetapkan sesuai dengan kualitas yang akan diterima oleh pembeli.

c. Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk

Kesesuaian harga dengan kualitas produk merupakan aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen/penjual yang sesuai dengan kualitas produk yang dapat diperoleh konsumen.

Berdasarkan kenyataan yang ada di Sanaya Kids Ponorogo, pemilik usaha berusaha untuk menyesuaikan antara harga yang telah ditetapkan dengan kualitas yang akan diterima oleh pembeli, namun dalam praktinya masih kerap ditemukan komplain dari pembeli bahwa mereka mendapatkan produk yang cacat dimana dalam produk tersebut tidak sesuai dengan spesifikasi yang tertera. Dengan adanya kejadian tersebut pemilik usaha tidak bersedia untuk menggantinya karena barang tersebut tidak termasuk cacat karena telah lolos seleksi serta telah sampai ke tangan konsumen. Adanya kejadian tersebut dapat disimpulkan bahwa bisnis tersebut belum menerapkan kesesuaian harga dengan kualitas produk. Lebih mengutamakan kepentingan organisasi dengan mengoptimalkan keuntungan yang akan mereka peroleh, tanpa memikirkan kualitas produk yang akan diterima oleh konsumen.

d. Kesesuaian Harga dengan Manfaat Produk

Kesesuaian harga dengan manfaat produk merupakan aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen/penjual yang sesuai dengan manfaat yang dapat diperoleh konsumen dari produk yang dibeli.

Berdasarkan kenyataan yang ada di Sanaya Kids Ponorogo, pemilik usaha berupaya agar penetapan harga yang diterapkannya sesuai dengan manfaat dari produk yang ditawarkan. Mengutamakan kualitas bahan baku untuk barang yang akan diproduksi agar mendapatkan produk yang berkualitas tinggi dan nyaman dipakai saat melaksanakan ibadah. Karena dalam melaksanakan ibadah sangat diperlukan kenyamanan atas apa yang mereka pakai sehingga ibadah yang dilaksanakan bisa khusuk sebagaimana mestinya. Karena produk yang ditawarkan oleh bisnis *online* ini mayoritas adalah mukena anak kecil, sehingga sangat diperhatikan bahan baku yang dipilih supaya cocok dengan kebutuhan anak-anak. Orang tua tentunya akan bangga jika melihat anaknya dapat melaksanakan ibadah secara khusuk, tanpa memikirkan produk tersebut mahal atau tidaknya yang terpenting tentu manfaat yang diperoleh dari produk tersebut.

Dari analisa di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa strategi penetapan harga pada bisnis *online* perlengkapan alat shalat di Sanaya Kids Ponorogo belum sepenuhnya menerapkan strategi penetapan harga.

Beberapa strategi penetapan harga yang telah diterapkan adalah strategi keterjangkauan harga, yaitu memberikan harga yang terjangkau karena pelaku usaha menjual kualitas produk bukan semata-mata menetapkan harga mahal namun pemberian harga sesuai dengan kualitas produk yang akan diterima oleh konsumen. Strategi daya saing harga yaitu pelaku usaha dalam menetapkan harga produk yang dijual sangat memperhatikan harga yang sudah ada di pasar, namun pelaku usaha menetapkan harga yang lebih tinggi karena produk yang dijual memiliki keunggulan tersendiri. Strategi kesesuaian harga dengan manfaat produk yaitu pelaku usaha mengutamakan kualitas bahan baku produknya, agar mendapatkan produk yang berkualitas tinggi dan nyaman saat dipakai.

Sedangkan strategi penetapan harga yang belum diterapkan oleh bisnis *online* perlengkapan alat shalat di Sanaya Kids Ponorogo adalah strategi kesesuaian harga dengan kualitas produk, karena masih terdapat kompain dari pembeli bahwa mereka mendapatkan produk yang cacat dan tidak sesuai dengan spesifikasi yang telah dicantumkan, lebih mengutamakan keuntungan yang akan diperoleh tanpa memikirkan kualitas produk yang akan diterima oleh konsumen.

3. Analisis Dampak Jual Beli *Online* Perlengkapan Alat Shalat di Sanaya Kids Ponorogo

a. Meningkatkan Pangsa Pasar

Transaksi *online* yang membuat orang di seluruh dunia dapat memesan dan membeli produk yang dijual hanya dengan melalui media komputer

dan tidak terbatas jarak dan waktu. Pangsa pasar merupakan bagian dari seluruh permintaan atas barang yang menggambarkan golongan konsumen berdasarkan segmentasi pasar.

Berdasarkan kenyataan yang ada di Sanaya Kids Ponorogo, pelaku usaha menggungkapkan bahwa memasarkan produk Sanaya secara online memberikan dampak yang positif bagi usahanya. Jual beli secara *online* memberikan kemudahan pelaku usaha dalam memasarkan produknya tanpa harus membuka sebuah kios, cukup dengan memposting produk di sosial media yang dimiliki, informasi mengenai produk yang dijualnya dengan cepat diketahui oleh semua masyarakat yang menggunakan sosial media. Jual beli secara *online* juga memudahkan si calon pembeli untuk mengetahui produk yang di jual.

Memperluas pangsa pasar bisa memperbesar suatu bisnis. Hal ini dikarenakan jika pangsa pasar meningkat, jumlah produk yang dihasilkan juga harus meningkat, termasuk juga tenaga produksi akan meningkat. Pelaku usaha dengan memanfaatkan sosial media dengan sangat mudah untuk memperluas pangsa pasar, semua orang akan dengan mudah untuk melakukan pembelian atau bahkan menjadi agen maupun *reseller*, dengan hal ini produk yang dijual oleh pemilik usaha tidak hanya dipasarkan sendiri namun orang lain juga ikut gabung untuk memasarkan produk Sanaya. Hal ini memberikan

pengaruh yang positif untuk bisnis Sanaya karena produknya dipasarkan oleh banyak orang, dengan ini produk akan diketahui oleh masyarakat secara luas.

b. Menurunkan Biaya Operasional

Transaksi yang sebagian besar operasionalnya diprogram di dalam komputer sehingga biaya-biaya seperti beban gaji yang berlebih dan lainnya tidak perlu terjadi. Biaya operasional merupakan biaya yang terkait dengan menjalankan dan mengelola bisnis. Biaya ini kadang-kadang disebut juga sebagai biaya dalam mengoperasikan perangkat, mesin atau peralatan. Biaya operasional merupakan sumber daya dalam organisasi untuk mempertahankan suatu bisnis, karena biaya ini merupakan biaya sehari-hari yang dikeluarkan dalam kegiatan bisnis.

Berdasarkan kenyataan yang ada di Sanaya Kids Ponorogo, pemilik usaha berupaya untuk meminimalkan biaya operasional. Dengan memilih membuka usaha secara *online* ini pemilik usaha merasakan dampak yang positif untuk usahanya yaitu dalam bisnis *online* tidak memerlukan biaya yang besar dalam operasionalnya. Bisnis *online* ini meski melakukan penjualan produk secara *online* pelaku usaha tetap menggunkan jasa orang lain atau karyawan untuk mengoperasionalkan bisnis yang dijalankannya. Karena usaha ini memproduksi produk sendiri dan melakukan penjualan sendiri

tentu sangat memerlukan tenaga dari orang lain. Namun karena bisnisnya secara *online* biaya operasional yang dikeluarkan oleh bisnis ini tidak terlalu besar.

Menghemat atau menurunkan biaya operasional merupakan salah satu keinginan terbesar dari setiap perusahaan, terutama perusahaan yang memproduksi barangnya sendiri tentu memakan banyak biaya dalam proses produksinya. Pelaku usaha tentu berharap untuk sedemikian rupa bisa mengurangi biaya pengeluaran tanpa harus mengurangi kuantitas dan kualitas dari produk.

c. Melebarkan Jangkauan

Transaksi *online* yang dapat diakses oleh semua orang di dunia, tidak terbatas tempat dan waktu karena semua orang dapat mengaksesnya hanya dengan menggunakan media perantara komputer. Hal ini mengacu pada inisiatif bisnis untuk meningkatkan akses antara perusahaan dan pelanggan saat ini dan calon pelanggan melalui penggunaan internet. Internet memungkinkan suatu bisnis untuk memasarkan produknya dan menarik pelanggan baru ke situs *web* yang dimiliki oleh suatu bisnis. Memberikan informasi sebuah produk dan melayani pelanggan dengan baik. Pelanggan bisa memesan secara *online*.

Berdasarkan kenyataan yang ada di Sanaya Kids Ponorogo, pemilik bisnis berusaha untuk

memperluas jangkauan pemasaran atas produk-produk yang diproduksinya, dengan memanfaatkan sosial media dalam memasarkan produknya, memberikan kemudahan dan dampak yang positif bagi bisnis *online* Sanaya Kids ini. Dengan memasarkan produk secara *online* memberikan kemudahan bagi calon konsumen dan kemudahan untuk usaha ini. Dengan melakukan jual beli secara *online* konsumen lebih mudah untuk mengetahui produk yang dijual oleh bisnis *online* Sanaya Kids. Bahkan semua orang yang memiliki akun sosial media dapat mengetahui informasi mengenai produk Sanaya ini. Selain itu juga memberikan manfaat yang baik yaitu konsumen banyak yang tertarik untuk bergabung menjadi agen maupun *reseller* Sanaya Kids setelah mereka mengetahui macam produk yang telah di posting diberbagai macam sosial media yang dimiliki oleh perusahaan tersebut.

Teknologi membuka banyak peluang untuk mendapatkan penghasilan melalui internet. Salah satunya dengan menawarkan jasa atau produk yang yang diproduksi sendiri. Kegiatan pemasaran secara online bisa dilakukan kapan saja dan dimana saja, hanya dengan menggunakan internet. Sosial media atau *website* yang aktif juga akan mempermudah untuk memasarkan produk yang ditawarkan oleh sebuah perusahaan.

d. Meningkatkan *Customer Loyalty*

Menyediakan informasi secara lengkap dan informasi tersebut dapat diakses setiap waktu. Selain itu dalam hal pembelian juga dapat dilakukan setiap waktu bahkan konsumen dapat memilih sendiri produk yang diinginkannya. *Customer loyalty* atau kesetiaan pelanggan dalam menikmati produk dan layanan yang digunakan, *customer loyal* akan setia pada *brand*, serta produk dan layanan yang digunakan. Kesetiaan pelanggan akan memberikan dampak peningkatan profit perusahaan.

Berdasarkan kenyataan yang ada di Sanaya Kids Ponorogo, pemilik bisnis berusaha untuk semaksimal mungkin memberikan pelayanan yang baik kepada semua pembeli. Salah satunya memberikan kemudahan pada saat proses pembelian. Konsumen dapat melakukan pembelian barang secara *online* tanpa harus ribet datang ke kantor produksi atau toko persediaan. Media utama pemasaran usaha ini yaitu menggunakan sosial media. Sosial media memberikan kemudahan, baik kemudahan bagi pembeli maupun kemudahan bagi pelaku usaha. Dengan memanfaatkan sosial media pelaku usaha merasakan kemudahan akan hal promosi mengenai produk yang dijual, dapat melakukan penjualan sepanjang waktu dan dapat melayani pembeli kapan saja dan dimana saja.

Loyalitas pelanggan dapat dijadikan sebagai suatu ukuran untuk memprediksi pertumbuhan

penjualan. Oleh sebab itu suatu bisnis perlomba lomba meningkatkan loyalitas pelanggan. Dengan memiliki pelanggan yang loyal, maka suatu bisnis akan tetap kuat dalam menghadapi setiap kondisi. Di dalam dunia bisnis menjaga loyalitas pelanggan merupakan tanggungan yang besar.

Dari analisa di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa jual beli secara *online* memberikan dampak yang positif pada bisnis *online* perlengkapan alat shalat di Sanaya Kids Ponorogo. Beberapa dampaknya yaitu, meningkatkan pangsa pasar, menurunkan biaya operasional, melebarkan jangkauan dan meningkatkan *customer loyalty*.

IAIN PONOROGO

BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang mengacu pada masalah dan tujuan penelitian, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Praktik jual beli *online* perlengkapan alat shalat di Sanaya Kids Ponorogo belum sepenuhnya menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Beberapa prinsip yang telah diterapkan yaitu prinsip kebebasan, prinsip tanggungjawab dan prinsip ihsan. Sedngkan prinsip kestuan, prinsip keseimbangan dan prinsip kebenaran, kbajikan dan kejujuran belum diterapkan oleh Sanaya Kids Ponorogo.
2. Cara penetapan harga pada bisnis *online* perlengkapan alat shalat di Sanaya Kids Ponorogo belum sepenuhnya menerapkan cara penetapan harga. Beberapa yang telah diterapkan yaitu keterjangkauan harga, daya saing harga dan kesesuaian harga dengan manfaat. Sedangkan kesesuaian harga dengan kualitas produk belum diterapkan oleh Sanaya Kids Ponorogo.
3. Jual beli secara *online* memberikan dampak yang positif pada bisnis *online* perlengkapan alat shalat di Sanaya Kids Ponorogo. Beberapa dampaknya yaitu, meningkatkan pangsa pasar, menurunkan biaya opersaional, melebarkan jangkauan dan meningkatkan *customer loyalty*.

B. Saran

1. Bagi Pemilik Bisnis *Online* Sanaya Kids Ponorogo
   a. Pemilik bisnis *online* diharapkan mampu menerapkan etika bisnis Islam dalam bisnis yang dijalankannya.
   b. Memperhatikan kinerja karyawan telah menerapkan SOP yang ditentukan perusahan secara sepenuhnya atau belum.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
   a. Melakukan pengembangan teori etika bisnis Islam agar dapat membantu diri sendiri maupun masyarakat dalam melakukan suatu bisnis dengan sangat memperhatikan etika bisnis yang telah di atur oleh agama Islam
   b. Lebih meningkatkan ketekunan diri dalam mencari, mengolah, dan menganalisis data penelitian dengan harapan lebih baik dari penelitian sebelumnya.

IAIN PONOROGO

DAFTAR PUSTAKA

Daftar Buku

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

Afrizal. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014.

Alma, Buchari. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2014.

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

Badroen, Faisal. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Kencana, 2007.

Beekun, Rafik Issa. *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007.

Djamal. *Paradigma Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015.

Djakfar, Muhammad. *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*. Depok: Penebar Swadaya, 2012.

Enzir. *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010.

Gunawan, Imam. *Metode Penelitian Kulaitatif Teori dan Praktek*. Jakarta: Bumi Aksara, 2015.

Huda, Qomarul. *Fiqh Mu"amalah*. Yogyakarta: Teras, 2011.

Indrasari, Meithana. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press, 2019.

Mamang, Etta dan Sopiah. *Metode Penelitian: Pendekatan Praktis dalam Penelitian.* Yogyakarta: Andi Publisher, 2010.

Miles, Mallew B. and A Michael Huberman. *Analisis Data Kualitatif, tej. Tjetjep Rohidi*. Jakarta : UI Press, 1992.

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

Muhajir, Neong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Rake Sarasin, 1998.

Mulyana, Deddy. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003.

Mustofa, Imam. *Fiqih Muamallah Kontemporer*. Jakarta: PT Grafindo Persada, 2014.

Mustofa, Imam. *Fiqih Muamallah Kontemporer*. Jakarta: PT Grafindo Persada, 2016.

Purbo, Onno W. dan Anang Arif Wahyudi. *Mengenal E-Commerce*. Jakarta: Alex Media Computendo, 2001.

Purkon, Arip. *Bisnis Online Syariah*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014.

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

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

Rivai, Veithzal. dkk. *Islamic Business And Economic Ethics*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2012.

Sidiq, Umar dan Moh. Miftachul Choiri. *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan*. Ponorogo: CV. Nata Karya. 2019.

Sudaryono. *Pengantar Bisnis Teori dan Contoh Kasus*. Yogyakarta: Andi, 2015.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Alfabeta, 2008.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta, 2016.

Sugiyono. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta, 2006.

Sujarweni, V. Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015.

Susilowati, Yeni. *Modul E-Commerce*. Blitar: Mutiara, 2019.

Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi, 1997.

Widi, Restu Kartiko. *Asas Metodologi Penelitian.* Yogyakarta: Graha Ilmu. 2010.

Wong, Jony. *Internet Marketing For The Beginer*. Jakarta: Kompas Gramedia, 2010.

PONOROGO

Daftar Jurnal dan Skripsi

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

Hakiki, Aditiya Ayu. Asri Wijayanti dan Rizania Kharisma Sari. Perlindungan Hukum Bagi Pembeli dalam

Sengketa Jual Beli Online. *Justitia Jurnal Hukum.* Vol. 01, No. 01 2017.

Irawan, Heri. "Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako Di Pasar Sentral Sinjai," *Tesis*. Makassar: UIN Alauddin Makassar, 2017.

Mariati. "Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako Di Pasar Mardika Ambon," *Skripsi*. Ambon: IAIN Ambon, 2019.

Rahmat, Muhammad Arif. "Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Bisnis Elektronik Di Bone Trade Center (Btc) Kabupaten Bone," *Skripsi*. Makassar: UIN Alauddin Makassar, 2017.

Utami, Nani. "Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Sistem Dropshipping di Ritel Wilayah Ponorogo," *Skripsi*. Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2018.

PONOROGO