

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

a. Kondisi Geografis Jalan Gerilya

Jalan Gerilya merupakan salah satu jalan yang berada di Kelurahan Tanjung Pagar, Kecamatan Banjarmasin Selatan, Kota Banjarmasin, Provinsi Kalimantan Selatan. Secara geografis Jalan Gerilya memiliki posisi yang strategis karena menjadi salah satu jalur penghubung antara kawasan pemukiman masyarakat dengan berbagai pusat aktivitas ekonomi dan perdagangan di Kota Banjarmasin. Secara geografis, Jalan Gerilya berada dalam wilayah Kelurahan Tanjung Pagar, Kelurahan ini memiliki luas wilayah 3,15 km² atau sekitar 8,23% dari total luas Kecamatan Banjarmasin Selatan. Kawasan ini termasuk wilayah yang memiliki aktivitas masyarakat yang cukup tinggi, mengingat aktivitas ekonomi masyarakat yang sangat beragam, seperti perdagangan, jasa, dan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).

b. Wilayah Administrasi Jalan Gerilya

Secara Administratif, Jalan Gerilya termasuk dalam wilayah Kelurahan Tanjung Pagar dan termasuk dalam pemerintahan Kecamatan Banjarmasin Selatan yang terdiri dari sejumlah desa dan kelurahan. kelurahan ini memiliki struktur wilayah yang terbagi menjadi beberapa rukun tetangga (RT) dan rukun warga (RW).

Berdasarkan data Kelurahan Tanjung Pagar Tahun 2023, wilayah kelurahan ini terbagi ke dalam 22 Rukun Tetangga dan 2 Rukun Warga (Tanjung Pagar 2023). Jumlah RT dan RW tersebut menggambarkan bahwa Kelurahan Tanjung Pagar memiliki wilayah pemukiman yang cukup luas dan padat. Selain itu penetapan batas wilayah Kelurahan Tanjung Pagar dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.1 Batas Wilayah Kelurahan Tanjung Pagar

No.	Batasan	Wilayah
1.	Sebelah Utara	Kelurahan Murung Raya
2.	Sebelah Selatan	Kabupaten Banjar
3.	Sebelah Timur	Kelurahan Pemurus Dalam
4.	Sebelah Barat	Kelurahan Kelayan Timur

Sumber Data: Data Diolah

c. Data Kependudukan Kelurahan Tanjung Pagar

Jumlah penduduk merupakan salah satu indikator yang dapat menggambarkan potensi sumber daya manusia yang dimiliki suatu wilayah. Berdasarkan data Satu Data Kota Banjarmasin Tahun 2025, jumlah penduduk Kelurahan Tanjung Pagar mencapai 11.132 jiwa yang terdiri atas penduduk laki-laki dan perempuan (Selatan 2025). Komposisi penduduk yang demikian mencerminkan dinamika perkembangan wilayah, baik dalam sektor sosial, ekonomi, maupun pembangunan permukiman. Jumlah penduduk Kelurahan Tanjung Pagar menurut jenis kelamin adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2 Jumlah Penduduk Kelurahan Tanjung Pagar
Berdasarkan Jenis Kelamin Tahun 2025

Wilayah Kelurahan Tanjung Pagar		
Jenis	Jiwa	Persentase %
Laki-laki	5.609	50,39%
Perempuan	5.523	49,61%
Jumlah	11.132	100

Sumber Data: Data Diolah

d. Gambaran UMKM di Jalan Gerilya

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat. Keberadaan UMKM tidak hanya berfungsi sebagai sumber pendapatan bagi pelaku usaha, tetapi juga berkontribusi dalam menciptakan lapangan pekerjaan dan meningkatkan perputaran ekonomi di lingkungan sekitar.

Berdasarkan data rekapitulasi pendataan UMKM Kelurahan Tanjung Pagar Tahun 2023 yang diperoleh peneliti, tercatat sebanyak 158 unit UMKM yang tersebar di kawasan Jalan Gerilya. Jumlah tersebut menunjukkan bahwa Jalan Gerilya merupakan salah satu kawasan yang memiliki aktivitas usaha yang cukup tinggi di Kelurahan Tanjung Pagar.

UMKM yang berada di kawasan Jalan Gerilya terdiri atas berbagai jenis usaha, seperti usaha kuliner, perdagangan, jasa, serta

usaha rumah tangga lainnya. Keberagaman jenis usaha tersebut menunjukkan adanya dinamika ekonomi masyarakat yang cukup aktif dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Sebagian besar usaha yang dijalankan merupakan usaha perseorangan atau usaha keluarga dengan skala usaha mikro dan kecil.

Selain itu, perkembangan teknologi informasi telah mendorong sebagian pelaku UMKM untuk mulai memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi dan komunikasi dengan konsumen. Pemanfaatan media sosial dan aplikasi komunikasi menjadi salah satu bentuk adaptasi pelaku usaha terhadap perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen. Kondisi inilah yang menjadi salah satu alasan dipilihnya Jalan Gerilya sebagai lokasi penelitian mengenai kesesuaian praktik pemasaran digital dengan etika bisnis syariah pada pelaku UMKM.

2. Deskripsi Data

a. Deskripsi Subjek Penelitian (Informan)

Informan atau subjek penelitian dalam penelitian ini merupakan pelaku usaha UMKM yang berada di Jalan Gerilya. Pemilihan informan dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti. Adapun kriteria tersebut meliputi pelaku UMKM yang aktif menjalankan usaha, memanfaatkan media digital dalam kegiatan

pemasaran, serta bersedia memberikan informasi yang berkaitan dengan fokus penelitian.

b. Deskripsi Latar Belakang Usaha

- 1) Toko Abdurrahman Store yang telah beroperasi sejak tahun 2022. Usaha ini bergerak di bidang penjualan perlengkapan busana muslim pria, seperti baju muslim, peci, dan sarung. Dalam kegiatan pemasaran, usaha ini memanfaatkan media digital berupa Instagram, WhatsApp, dan Shopee sebagai sarana pemasaran, komunikasi, serta penjualan produk.
- 2) Toko Al Madani Jaya yang berdiri sejak tahun 2022. Usaha ini bergerak di bidang penjualan pakaian anak dan perlengkapan bayi, baik produk lokal maupun impor. Media digital yang digunakan dalam kegiatan pemasaran meliputi Instagram, WhatsApp, dan Shopee.
- 3) Toko Alfarizky Gorden Banjarmasin yang mulai beroperasi pada tahun 2024. Usaha ini bergerak di bidang penjualan berbagai jenis gorden dan perlengkapannya. Dalam kegiatan pemasaran, usaha ini memanfaatkan Instagram dan WhatsApp sebagai media promosi dan komunikasi
- 4) Toko Berkah Rizki Helm yang telah beroperasi sejak tahun 2023. Usaha ini menjual berbagai perlengkapan keselamatan berkendara, seperti helm, kaca helm, dan jas hujan. Pemasaran

produk dilakukan melalui WhatsApp, Instagram, dan Facebook Marketplace.

- 5) Toko Efbeh Speed Shop yang berdiri sejak tahun 2024. Usaha ini bergerak di bidang penjualan suku cadang (Sparepart) dan aksesoris kendaraan bermotor. Dalam kegiatan pemasaran, usaha ini memanfaatkan Instagram, WhatsApp, dan TikTok sebagai media pemasaran dan komunikasi dengan konsumen.

c. Deskripsi Temuan Wawancara

Deskripsi temuan wawancara diperoleh melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*) terhadap lima orang pelaku UMKM yang menjadi informan penelitian. Pelaksanaan wawancara dilakukan secara bertahap menyesuaikan waktu dan kesediaan masing-masing informan. Wawancara dilaksanakan di lokasi usaha masing-masing informan yang berada di Jalan Gerilya, Kelurahan Tanjung Pagar, Kecamatan Banjarmasin Selatan, Kota Banjarmasin selama periode 4 Mei sampai dengan 27 Mei 2026

1) Praktik Pemasaran Digital pada UMKM di Jalan Gerilya

- a) Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Masitah selaku keluarga pemilik Abdurrahman Store yang dilaksanakan pada tanggal 4–6 Mei 2026 di lokasi usaha Abdurrahman Store, diperoleh informasi bahwa toko tersebut memanfaatkan Instagram, WhatsApp, dan Shopee sebagai sarana pemasaran

produk. Pemanfaatan media tersebut membantu usaha dalam memperkenalkan berbagai produk yang dijual, seperti busana muslim pria, peci, sarung, dan beberapa produk lainnya kepada konsumen yang lebih luas. Melalui unggahan foto dan informasi produk pada media sosial, konsumen dapat mengetahui produk yang tersedia tanpa harus datang langsung ke toko. Dalam berinteraksi dengan konsumen, Instagram dan WhatsApp menjadi media yang sering digunakan. Konsumen biasanya menghubungi penjual untuk menanyakan harga, ukuran, ketersediaan barang, maupun informasi lain terkait produk yang akan dibeli. Selain sebagai sarana komunikasi, Instagram, WhatsApp dan Shopee juga dimanfaatkan dalam proses pemesanan dan transaksi penjualan sehingga memudahkan konsumen dalam melakukan pembelian.

- b) Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Nor Syifana selaku pemilik toko Almadani Jaya yang dilaksanakan pada tanggal 11-13 Mei 2026, diperoleh informasi bahwa toko tersebut memanfaatkan Instagram, WhatsApp, dan Shopee. Media tersebut digunakan untuk memperkenalkan berbagai produk yang dijual, seperti pakaian anak-anak, perlengkapan bayi, serta pakaian anak-anak dalam lokal maupun impor. Menurut informan, keberadaan media digital memudahkan konsumen memperoleh informasi mengenai produk yang dibutuhkan

tanpa harus datang langsung ke lokasi usaha. Komunikasi dengan konsumen umumnya dilakukan melalui Instagram dan WhatsApp. Konsumen biasanya menghubungi penjual untuk menanyakan harga, ukuran, maupun ketersediaan barang. Selain digunakan sebagai sarana komunikasi, kedua platform tersebut juga dimanfaatkan dalam proses pemesanan produk. Meskipun Shopee masih digunakan sebagai sarana penjualan, sebagian besar transaksi saat ini lebih sering dilakukan melalui komunikasi langsung dengan konsumen melalui WhatsApp dan Instagram.

- c) Berdasarkan hasil wawancara dengan Rizky selaku pemilik toko Alfarizky Gorden Banjarmasin yang dilaksanakan pada tanggal 18-20 Mei 2026, informan menyampaikan bahwa Instagram dan WhatsApp menjadi media utama yang digunakan dalam kegiatan pemasaran Toko Al Farizky Gorden Banjarmasin. Menurut informan, pemanfaatan Instagram telah dilakukan bahkan sebelum toko fisik mulai beroperasi sehingga produk yang ditawarkan telah lebih dahulu dikenal oleh calon konsumen. Melalui media tersebut, toko memperkenalkan berbagai jenis gorden dengan beragam model, ukuran, dan spesifikasi sesuai kebutuhan konsumen. Dalam praktik pemasarannya, informan secara rutin mengunggah foto produk melalui Instagram, khususnya pada

fitur Instagram Story. Setiap unggahan disertai informasi mengenai bahan, ukuran, serta karakteristik produk yang ditawarkan. Komunikasi dengan konsumen umumnya dilakukan melalui Instagram dan WhatsApp, baik untuk menanyakan harga, ketersediaan barang, maupun berkonsultasi mengenai jenis gordien yang sesuai dengan kebutuhan. Selain itu, kedua media tersebut juga dimanfaatkan dalam proses pemesanan dan transaksi penjualan.

- d) Berdasarkan hasil wawancara dengan Mahdianor, selaku pemilik Toko Berkah Rizki Helm yang dilaksanakan pada tanggal 14-16 Mei 2026 diperoleh informasi bahwa toko tersebut memanfaatkan WhatsApp, Instagram, dan Facebook Marketplace sebagai sarana pemasaran produk. Media tersebut digunakan untuk memperkenalkan berbagai perlengkapan keselamatan berkendara yang dijual, seperti helm, kaca helm, dan jas hujan. Menurut informan, penggunaan media digital membantu memperluas jangkauan pemasaran sekaligus memudahkan konsumen memperoleh informasi mengenai produk yang tersedia. Dalam komunikasi dengan konsumen, WhatsApp menjadi media yang paling sering digunakan. Konsumen biasanya menghubungi penjual untuk menanyakan harga, ukuran helm, warna, maupun ketersediaan barang. Selain sebagai sarana komunikasi, media digital juga

dimanfaatkan dalam proses pemesanan dan transaksi penjualan sehingga konsumen dapat melakukan pembelian dengan lebih mudah tanpa harus datang langsung ke toko.

- e) Berdasarkan hasil wawancara dengan Firdaus selaku pemilik Toko Efbeh Speed Shop Helm yang dilaksanakan pada tanggal 25-27 Mei 2026, diperoleh informasi bahwa toko tersebut memanfaatkan Instagram, Tiktok dan WhatsApp sebagai saran pemasaran produk. Media tersebut digunakan untuk memperkenalkan berbagai Sperpart kendaraan bermotor beserta aksesoris. Menurut informan, penggunaan media digital membantu memperkenalkan produk ke konsumen secara lebih luas dan memberikan kemudahan kepada konsumen untuk memperoleh informasi produk yang di jual. Dalam komunikasi dengan konsumen, Instagram WhatsApp menjadi media paling sering digunakan. konsumen biasanya menghubungi penjual untuk menanyakan ketersediaan sperpart atau ketersediaan aksesoris yang diperlukan oleh konsumen. Selain sebagai sarana komunikasi media digital ini juga di manfaatkan dalam proses pemesanan dan transaksi penjualan sehingga konsumen dapat melakukan pembelian dengan lebih mudah tanpa harus datang langsung ke toko.

Berdasarkan hasil wawancara, seluruh informan telah memanfaatkan media digital sebagai bagian dari kegiatan pemasaran

usahnya. WhatsApp, dan Instagram menjadi platform yang paling banyak digunakan, sedangkan Shopee dan Facebook Marketplace berfungsi sebagai sarana pendukung penjualan. Pemanfaatan media digital tidak hanya digunakan untuk memperkenalkan produk kepada konsumen, tetapi juga mendukung proses komunikasi, pemesanan, dan transaksi penjualan. Temuan ini menunjukkan bahwa media digital telah menjadi bagian penting dalam aktivitas pemasaran UMKM di Jalan Gerilya Banjarmasin Selatan.

2) Penerapan Etika Bisnis Syariah dalam Praktik Pemasaran Digital

a) Kejujuran Informasi Produk

- **Toko Abdurrahman Store**

Informan menjelaskan bahwa produk yang dipasarkan melalui media digital ditampilkan sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Foto dan video yang diunggah pada media sosial menunjukkan kondisi produk secara nyata tanpa pengeditan yang berlebihan. Selain itu, apabila terdapat kekurangan pada suatu produk, informasi tersebut tetap disampaikan kepada konsumen sebelum transaksi dilakukan. Menurut informan, penyampaian informasi yang jujur diperlukan agar konsumen memperoleh gambaran yang sesuai mengenai produk yang akan dibeli.

- Toko Al Madani Jaya

Informan menjelaskan bahwa produk yang dipasarkan melalui media digital ditampilkan sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Foto dan video yang diunggah pada Instagram maupun WhatsApp menggunakan gambar produk asli tanpa pengeditan yang berlebihan. Selain itu, apabila terdapat kekurangan pada suatu produk, pihak toko akan menginformasi kepada konsumen sebelum transaksi dilakukan. Menurut informan, penyampaian informasi yang jujur penting dilakukan agar konsumen dapat memahami kondisi produk secara tepat sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian.

- Toko Al Farizky Gorden Banjarmasin

Informan menjelaskan bahwa produk yang dipasarkan melalui media digital kami ditampilkan sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Foto dan video yang diunggah pada media sosial menunjukkan kondisi produk secara nyata tanpa pengeditan yang berlebihan. Selain itu, apabila terdapat kekurangan pada suatu produk, informasi tersebut tetap disampaikan kepada konsumen sebelum transaksi dilakukan. Menurut informan, penyampaian informasi yang jujur itu sangat penting dilakukan agar konsumen memperoleh

gambaran yang sesuai mengenai produk yang ditawarkan dan dapat terhindar dari kesalahpahaman dalam transaksi.

- Toko Berkah Rizki Helm

Informan menjelaskan bahwa produk yang dipromosikan melalui media digital ditampilkan sesuai dengan kondisi sebenarnya. Foto dan video yang diunggah pada media sosial memperlihatkan produk secara nyata tanpa penggunaan pengeditan yang dapat mengubah tampilan asli barang. Selain itu, apabila terdapat kekurangan atau karakteristik tertentu pada suatu produk, informasi tersebut tetap disampaikan kepada konsumen sebelum transaksi dilakukan

- Toko Efbeh Speed Shop

Informan menjelaskan bahwa informasi mengenai produk yang dipasarkan melalui Instagram, TikTok, dan WhatsApp disampaikan sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Foto produk yang diunggah menampilkan kondisi barang secara nyata tanpa penggunaan penyuntingan yang berlebihan. Selain itu, apabila terdapat kekurangan atau kondisi tertentu pada produk, informasi tersebut tetap disampaikan kepada konsumen sebelum transaksi dilakukan. Informan juga menyatakan bahwa setiap barang yang baru datang diperiksa terlebih dahulu untuk memastikan kesesuaiannya sebelum dipasarkan.

b) Transparansi Harga dan Kualitas

- Toko Abdurrahman Store

Informan menjelaskan bahwa pihak toko memberikan informasi mengenai kualitas produk, seperti bahan, keunggulan, serta perbedaan antara produk lokal dan impor kepada konsumen. Informasi tersebut disampaikan melalui media digital maupun secara langsung di toko. Terkait harga, informan menyampaikan bahwa harga produk tidak dicantumkan pada media sosial karena mempertimbangkan persaingan usaha. Namun, informasi harga tetap diberikan kepada konsumen yang menghubungi penjual melalui WhatsApp atau Instagram sebelum transaksi dilakukan.

- Toko Al Madani Jaya

Informan menjelaskan bahwa informasi mengenai kualitas produk disampaikan secara terbuka kepada konsumen melalui Instagram dan WhatsApp. Informasi tersebut meliputi kualitas produk, ukuran, ketersediaan stok, serta kondisi barang yang ditawarkan. Terkait harga, informan menyampaikan bahwa harga produk tidak dicantumkan secara langsung pada media sosial karena mempertimbangkan persaingan usaha dengan toko sejenis. Namun, informasi harga tetap diberikan secara rinci kepada konsumen melalui komunikasi langsung sebelum transaksi dilakukan.

- Toko Al Farizky Gorden Banjarmasin

Informan menjelaskan bahwa setiap unggahan produk pada media sosial disertai informasi mengenai kualitas dan kondisi produk, seperti jenis bahan, ukuran, panjang, lebar, tinggi, serta ketebalan gorden. Informasi tersebut diberikan agar konsumen dapat memahami karakteristik produk kami sebelum melakukan pembelian. Terkait harga, informan menyampaikan bahwa toko menerapkan dua kategori harga, yaitu harga partai dan harga eceran. Namun, harga produk tidak dicantumkan secara langsung pada media sosial karena mempertimbangkan persaingan pasar serta perbedaan harga berdasarkan jumlah pembelian. Oleh karena itu, informasi harga disampaikan secara langsung kepada konsumen melalui Instagram atau WhatsApp sesuai dengan kebutuhan dan jumlah pembelian yang diinginkan.

- Toko Berkah Rizki Helm

Informan menjelaskan bahwa media sosial dimanfaatkan untuk memperkenalkan produk helm yang baru tersedia maupun produk keluaran terbaru yang masuk ke toko. Informasi mengenai spesifikasi produk, seperti ukuran, ketersediaan stok, dan karakteristik helm, disampaikan kepada konsumen melalui komunikasi langsung menggunakan Instagram atau WhatsApp. Terkait harga, informan

menyampaikan bahwa harga produk tidak dicantumkan secara terbuka pada media sosial karena mempertimbangkan persaingan usaha dengan toko lain yang menjual produk sejenis. Oleh karena itu, informasi harga diberikan secara langsung kepada konsumen yang melakukan konsultasi atau menanyakan produk tertentu. Menurut informan, keterbukaan informasi mengenai produk diperlukan agar konsumen dapat memahami kondisi dan spesifikasi barang sebelum mengambil keputusan pembelian.

- Toko Efbeh Speed Shop

Informan menjelaskan bahwa media digital digunakan untuk memberikan informasi mengenai berbagai jenis suku cadang dan aksesoris kendaraan bermotor yang tersedia di toko. Informasi yang disampaikan kepada konsumen mencakup jenis produk, kualitas, ketersediaan stok, serta kondisi barang. Namun, harga produk tidak dicantumkan secara langsung pada unggahan media sosial maupun Instagram Story. Konsumen yang membutuhkan informasi harga diarahkan untuk menghubungi penjual melalui Instagram atau WhatsApp. Menurut informan, cara tersebut diterapkan untuk menjaga stabilitas harga di tengah persaingan pasar, sementara informasi harga tetap diberikan secara terbuka kepada konsumen sebelum transaksi dilakukan.

c) Keadilan terhadap Konsumen

- Toko Abdurrahman Store

Informan menjelaskan bahwa setiap konsumen yang ingin melakukan pembelian akan memperoleh penjelasan mengenai produk yang ditawarkan, baik terkait harga, kualitas bahan, maupun perbedaan karakteristik antar produk. Menurut informan, penyampaian informasi tersebut dilakukan agar konsumen dapat memahami secara jelas produk yang akan dibeli dan menentukan pilihan sesuai dengan kebutuhan mereka.

Terkait penanganan keluhan, informan menjelaskan bahwa toko berupaya memberikan pelayanan yang responsif terhadap setiap permasalahan yang dialami konsumen. Apabila terjadi kesalahan dalam pengiriman atau terdapat ketidaksesuaian produk, konsumen diberikan kesempatan untuk melakukan penukaran barang. Selain itu, konsumen yang masih ragu terhadap produk yang ditawarkan dari pihak toko akan membuatkan video mengenai barang tersebut atau disarankan untuk melihat langsung produk di toko sebelum melakukan pembelian secara online. Informan menuturkan bahwa kejujuran merupakan prinsip penting dalam menjalankan usaha. Menurutnya, sikap jujur dapat mendapatkan keberkahan dalam usaha dan membangun

kepercayaan konsumen kepada toko yang pada akhirnya mendorong loyalitas pelanggan dan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

- Toko Al Madani Jaya

Informan menjelaskan bahwa setiap konsumen yang ingin melakukan pembelian akan memperoleh penjelasan mengenai produk yang ditawarkan, baik melalui komunikasi secara online maupun secara langsung di toko. Informasi yang disampaikan meliputi harga, bahan, ukuran, serta karakteristik produk lainnya. Dalam pemasaran secara online, informan juga memberikan video produk kepada konsumen agar kondisi barang dapat dilihat dengan lebih jelas sehingga memudahkan konsumen dalam mempertimbangkan pembelian.

Terkait penanganan keluhan, informan menyampaikan bahwa toko berupaya menyelesaikan permasalahan melalui komunikasi dan negosiasi dengan konsumen. Apabila terjadi ketidaksesuaian produk, konsumen diberikan kesempatan untuk melakukan penukaran barang sesuai dengan kebutuhan mereka. Informan menuturkan bahwa kejujuran merupakan hal yang sangat penting dalam menjalankan usaha karena dapat menumbuhkan kepercayaan konsumen kepada toko mereka. Kepercayaan tersebut dinilai menjadi faktor yang mendorong konsumen untuk kembali melakukan pembelian

serta mendukung keberlangsungan usaha dalam jangka panjang.

- Toko Al Farizky Gorden Banjarmasin

Informan menjelaskan bahwa setiap konsumen yang ingin melakukan pembelian di toko mereka akan memperoleh penjelasan mengenai produk yang ditawarkan secara jelas dan mudah di pahami oleh konsumen, baik terkait harga, kualitas, ketebalan bahan, maupun kelebihan dan kekurangan produk. Setelah memperoleh informasi tersebut, konsumen diberikan kebebasan untuk menentukan pilihan sesuai kebutuhan dan pertimbangannya masing-masing.

Terkait penanganan keluhan, informan menyampaikan bahwa toko berupaya memberikan solusi sesuai dengan permasalahan yang dialami konsumen. Apabila terdapat ketidaksesuaian produk, konsumen diberikan kesempatan untuk melakukan penukaran barang maupun menunda pembelian. Informan juga menuturkan bahwa kejujuran merupakan prinsip penting dalam menjalankan usaha karena dapat membangun kepercayaan konsumen, yang pada akhirnya mendorong loyalitas pelanggan dan keberlangsungan usaha mereka dalam jangka panjang.

- Toko Berkah Rizki Helm

Informan menyampaikan bahwa sebelum melakukan pembelian, konsumen diberikan penjelasan mengenai spesifikasi produk yang tersedia, seperti jenis helm, ukuran, harga, serta kelengkapan produk lainnya, termasuk kaca helm dan jas hujan. Penyampaian informasi tersebut bertujuan agar konsumen dapat memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan dan kenyamanan saat digunakan.

Terkait penanganan keluhan, informan menjelaskan bahwa konsumen dapat mengajukan penukaran barang apabila terjadi ketidaksesuaian ukuran atau kesalahan produk yang berasal dari pihak toko. Informan juga menuturkan bahwa pelayanan yang baik dan sikap jujur merupakan hal penting dalam menjalankan usaha karena dapat membangun dan menjaga kepercayaan konsumen kepada toko kami dalam jangka panjang.

- Toko Efbeh Speed Shop

Informan menjelaskan bahwa dalam proses penjualan, baik secara online maupun offline, setiap konsumen dilayani sesuai dengan kebutuhan dan produk yang mereka cari. Sebelum transaksi dilakukan, pihak toko memberikan penjelasan mengenai produk yang ditawarkan, meliputi harga, perbedaan kualitas barang, serta kelengkapan produk Sperpart

yang akan dibeli. Menurut informan, penyampaian informasi tersebut diperlukan agar konsumen dapat memahami perbedaan produk Sperpart dan menentukan pilihan sesuai dengan kebutuhan mereka .

Terkait penanganan keluhan, informan menyampaikan bahwa pihak toko tetap melayani setiap konsumen yang menyampaikan komplain terhadap produk yang telah dibeli. Dalam prosesnya, konsumen diminta untuk memberikan bukti yang berkaitan dengan keluhan yang disampaikan sehingga permasalahan dapat ditelusuri secara jelas. Apabila kesalahan atau ketidaksesuaian produk berasal dari pihak toko, maka pihak toko akan bertanggung jawab dan berupaya memberikan penyelesaian yang sesuai. Sebaliknya, apabila permasalahan terjadi karena faktor yang berasal dari konsumen, maka penyelesaiannya akan disesuaikan dengan kondisi yang terjadi.

Selain itu, informan menjelaskan bahwa apabila terdapat permintaan penukaran barang, pihak toko membuka ruang negosiasi dengan konsumen untuk mencari solusi yang dapat diterima oleh kedua belah pihak. Menurut informan, upaya tersebut dilakukan sebagai bentuk tanggung jawab kepada konsumen sekaligus untuk menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Oleh karena itu, sebelum produk dibeli,

pihak toko berusaha memberikan informasi yang jelas mengenai kondisi dan spesifikasi barang agar potensi kesalahpahaman dalam transaksi dapat diminimalkan.

d) Penghindaran Gharar dan Tadlis

- Toko Abdurrahman Store

Informan menjelaskan bahwa upaya untuk menghindari kesalahpahaman konsumen dilakukan dengan memberikan penjelasan yang rinci dan jelas mengenai produk dan ketersediaan barang sebelum transaksi berlangsung. Selain itu, informan menyampaikan bahwa dalam kegiatan pemasaran digital tidak pernah menggunakan informasi maupun kata-kata yang berlebihan untuk menarik minat konsumen. Produk diunggah sesuai dengan kualitas dan kondisi sebenarnya, baik untuk produk lokal maupun impor. Menurut informan, penyampaian informasi yang sesuai dengan kondisi produk penting dilakukan agar tidak menimbulkan perbedaan antara informasi yang diterima konsumen dengan barang yang diperoleh setelah transaksi.

- Toko Al Madani Jaya

Informan menjelaskan bahwa upaya untuk menghindari kesalahpahaman konsumen pihak toko akan memberikan penjelasan mengenai produk yang ingin konsumen beli. Selain memberikan deskripsi produk, pihak

toko juga mengirimkan foto maupun video produk kepada konsumen agar kondisi barang dapat dipahami secara lebih jelas. Menurut informan, langkah tersebut dilakukan untuk meminimalkan terjadinya perbedaan persepsi antara penjual dan konsumen terkait produk yang ditawarkan.

Selain itu, informan menyatakan bahwa dalam kegiatan pemasaran digital tidak pernah menggunakan informasi maupun kata-kata yang berlebihan untuk menarik minat konsumen. Produk dipasarkan sesuai dengan kondisi sebenarnya, termasuk menjelaskan apakah produk tersebut merupakan produk lokal atau impor beserta kualitas yang dimiliki. Menurut informan, penyampaian informasi yang sesuai dengan kondisi produk penting dilakukan agar konsumen memperoleh gambaran yang jelas dan tidak merasa dirugikan setelah melakukan pembelian.

- Toko Al Farizky Gorden Banjarmasin

Informan menjelaskan bahwa upaya untuk menghindari kesalahpahaman konsumen dilakukan dengan memberikan penjelasan yang jelas, rinci dan mudah dipahami konsumen mengenai produk sebelum transaksi berlangsung. Meskipun konsumen telah melihat foto atau informasi produk melalui media sosial, pihak toko tetap memberikan penjelasan tambahan mengenai spesifikasi Gorden dan perlengkapannya,

kualitas, serta kondisi produk agar informasi yang diterima konsumen lebih jelas dan lengkap.

Selain itu, informan menyatakan bahwa dalam kegiatan pemasaran digital tidak pernah menggunakan informasi maupun kata-kata yang berlebihan untuk menarik minat konsumen. Produk Gorden dan Perlengkapannya dipasarkan sesuai dengan kondisi sebenarnya agar tidak menimbulkan perbedaan antara informasi yang disampaikan dengan produk yang diterima oleh konsumen. Informan menilai bahwa penyampaian informasi secara lengkap sangat penting dilakukan karena dapat mengurangi kesalahpahaman dalam transaksi dan membantu konsumen memahami produk yang kami tawarkan sebelum mengambil keputusan pembelian.

- Toko Berkah Rizki Helm

Informan menjelaskan bahwa upaya untuk menghindari kesalahpahaman konsumen dilakukan dengan memberikan penjelasan yang jelas mengenai harga, ukuran, ketersediaan, serta kondisi produk sebelum transaksi berlangsung. Menurut informan, penyampaian informasi diperlukan agar konsumen memperoleh gambaran yang jelas mengenai produk yang akan dibeli.

Selain itu, produk yang dipasarkan melalui media digital ditampilkan sesuai dengan kondisi sebenarnya tanpa menggunakan informasi atau keterangan yang berlebihan. Apabila terdapat kekurangan pada suatu produk, informasi tersebut tetap disampaikan kepada konsumen sebelum transaksi dilakukan.

- Toko Efbeh Speed Shop

Informan menjelaskan bahwa untuk menghindari kesalahpahaman kepada konsumen, pihak toko selalu memberikan penjelasan mengenai harga, kualitas produk (Sperpart) atau aksesoris, ketersediaan, serta kondisi produk sebelum transaksi dilakukan. Informan menyampaikan, informasi produk secara lengkap diperlukan agar konsumen memperoleh gambaran yang jelas mengenai produk yang akan dibeli sehingga dapat meminimalkan terjadinya kesalahpahaman dalam transaksi.

Selain itu, informan menyampaikan bahwa produk yang dipasarkan melalui media digital ditampilkan sesuai dengan kondisi sebenarnya tanpa menggunakan informasi maupun keterangan yang berlebihan. Apabila terdapat kekurangan pada suatu produk, informasi tersebut pihak toko tetap disampaikan kepada konsumen sebelum transaksi dilakukan. Menurut informan, keterbukaan informasi

mengenai kondisi produk penting dilakukan agar konsumen dapat mempertimbangkan keputusan pembelian secara tepat sesuai dengan kebutuhan dan kondisi produk yang ditawarkan.

Tabel 1.3 Tabulasi Hasil Wawancara

Nama Toko	Kejujuran Informasi Produk	Transparansi Kualitas dan Harga	Keadilan Terhadap Konsumen	Penghindaran <i>Gharar</i> dan <i>Tadlis</i>
Abdurrahman Store	Menyampaikan kualitas produk lokal dan impor sesuai kondisi sebenarnya serta menjelaskan kelebihan dan kekurangan produk kepada konsumen.	Informasi harga tidak dicantumkan pada media sosial, tetapi dijelaskan melalui WhatsApp atau Instagram sesuai kebutuhan konsumen.	Memberikan penjelasan produk sebelum pembelian, melayani penukaran barang apabila terjadi kesalahan dari pihak toko.	Menjelaskan spesifikasi produk secara rinci dan memasarkan produk sesuai kondisi sebenarnya tanpa melebih-lebihkan kualitas produk.
Al Madani Jaya	Menjelaskan kualitas produk, ukuran, ketersediaan stok, serta kondisi produk secara terbuka	Informasi harga disampaikan melalui komunikasi langsung dengan konsumen	Memberikan penjelasan produk secara rinci, termasuk melalui video produk, serta melayani penukaran	Memberikan penjelasan dan video produk untuk menghindari kesalahpahaman serta tidak

	kepada konsumen.	melalui WhatsApp dan Instagram.	barang apabila terdapat keluhan dari konsumen.	menggunakan promosi yang berlebihan.
Al Farizky Gorden Banjarmasin	Menyampaikan informasi mengenai bahan, ukuran, ketebalan, kualitas, serta kondisi produk secara jelas kepada konsumen.	Menerapkan harga partai dan eceran sehingga informasi harga diberikan secara langsung melalui Instagram dan WhatsApp.	Memberikan kebebasan kepada konsumen untuk memilih, menukar, atau membatalkan pembelian apabila produk tidak sesuai dengan informasi yang diberikan.	Menjelaskan spesifikasi produk secara detail, menghindari penggunaan informasi yang berlebihan, serta memberikan hak khiyar kepada konsumen.
Berkah Rizki Helm	Menyampaikan informasi mengenai kondisi, ukuran, dan ketersediaan produk sesuai dengan keadaan sebenarnya.	Informasi harga diberikan melalui komunikasi langsung dengan konsumen karena tidak dicantumkan pada media sosial.	Memberikan penjelasan mengenai spesifikasi produk dan melayani penukaran barang apabila terjadi kesalahan dari pihak toko.	Menjelaskan produk secara rinci sebelum transaksi dan menghindari penyampaian informasi yang dapat menyesatkan konsumen.

Toko Efbeh Speed Shop	Menyampaikan kondisi produk sesuai keadaan sebenarnya, menggunakan foto produk asli, serta memeriksa kondisi barang sebelum dijual kepada konsumen	Informasi harga tidak dicantumkan pada media sosial, namun dijelaskan secara langsung melalui WhatsApp atau Instagram. Kondisi dan ketersediaan produk juga disampaikan kepada konsumen sebelum transaksi.	Memberikan penjelasan mengenai harga, kualitas, dan kelengkapan Sparepart kepada konsumen serta melayani keluhan dan penukaran barang apabila terdapat kesalahan dari pihak toko.	Menjelaskan harga, kualitas produk (Sperpart) atau aksesoris ketersediaan, dan kondisi produk secara rinci sebelum transaksi serta menghindari penggunaan informasi atau promosi yang berlebihan dalam pemasaran digital.
-----------------------	--	--	---	---

Sumber Data: Data Diolah

B. Analisis Data

1. Analisis Praktik Pemasaran Digital pada UMKM di Jalan Gerilya Banjarmasin Selatan

Analisis pada bagian ini bertujuan untuk memahami bagaimana pelaku UMKM di Jalan Gerilya Banjarmasin Selatan memanfaatkan media digital dalam kegiatan pemasaran. Berdasarkan hasil penelitian, seluruh informan telah menggunakan media digital sebagai sarana pemasaran,

komunikasi, dan transaksi dengan konsumen. Media yang digunakan meliputi WhatsApp, Instagram, Tiktok, Shopee, dan Facebook Marketplace.

a. Pemanfaatan Media Digital sebagai Sarana Pemasaran Produk

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram menjadi media yang paling banyak digunakan untuk memasarkan produk. Melalui platform tersebut, pelaku usaha mengunggah foto maupun video produk agar dapat dikenal oleh calon konsumen. Selain Instagram, beberapa informan juga memanfaatkan marketplace seperti Shopee dan Facebook Marketplace untuk memperluas jangkauan pemasaran.

Temuan ini menunjukkan bahwa media digital telah menjadi sarana yang membantu UMKM dalam memperkenalkan produk kepada konsumen secara lebih luas. Sebagaimana dijelaskan dalam kajian teori, pemasaran digital memungkinkan pelaku usaha menjangkau konsumen tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu sehingga peluang pemasaran menjadi lebih besar dibandingkan pemasaran secara konvensional.

b. Pemanfaatan Media Digital sebagai Sarana Komunikasi dengan Konsumen

Selain digunakan untuk memasarkan produk, media digital juga dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi antara penjual dan konsumen. Berdasarkan hasil penelitian, WhatsApp dan Instagram menjadi media yang paling sering digunakan untuk memberikan informasi mengenai harga, kualitas, ukuran, maupun ketersediaan produk.

Temuan ini menunjukkan bahwa media digital memudahkan terjadinya komunikasi dua arah antara penjual dan konsumen. Melalui komunikasi tersebut, konsumen dapat memperoleh informasi yang dibutuhkan sebelum melakukan pembelian, sedangkan pelaku usaha dapat memberikan penjelasan tambahan mengenai produk yang ditawarkan.

c. Pemanfaatan Media Digital dalam Proses Pemesanan dan Penjualan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media digital juga digunakan dalam proses pemesanan dan transaksi penjualan. Konsumen dapat melakukan pemesanan melalui WhatsApp, Instagram, maupun marketplace tanpa harus datang langsung ke lokasi usaha.

Kondisi ini menunjukkan bahwa media digital memberikan kemudahan bagi pelaku usaha maupun konsumen dalam proses transaksi. Meskipun demikian, sebagian besar transaksi masih dilakukan melalui komunikasi langsung menggunakan WhatsApp. Hal tersebut menunjukkan bahwa hubungan personal antara penjual dan konsumen masih menjadi bagian penting dalam praktik pemasaran digital UMKM di Jalan Gerilya Banjarmasin Selatan.

2. Analisis Etika Bisnis Syariah dalam Praktik Pemasaran Digital

a. Kejujuran Informasi Produk

Berdasarkan hasil penelitian, pelaku UMKM di Jalan Gerilya Banjarmasin Selatan berupaya menyampaikan informasi produk sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Hal ini terlihat dari

penggunaan foto dan video produk yang menampilkan kondisi barang secara apa adanya tanpa manipulasi visual yang berlebihan. Selain itu, pelaku usaha juga memberikan penjelasan mengenai karakteristik dan kualitas produk sesuai dengan kondisi yang dimiliki.

Temuan tersebut menunjukkan adanya kesadaran pelaku usaha untuk menjaga kesesuaian antara informasi yang disampaikan dengan kondisi produk yang ditawarkan. Dalam pemasaran digital, konsumen tidak dapat melihat produk secara langsung sehingga informasi yang diberikan penjual menjadi dasar utama dalam membentuk persepsi konsumen terhadap produk.

Dalam etika pemasaran syariah, praktik tersebut mencerminkan prinsip *ṣidq* (kejujuran), yaitu menyampaikan informasi sesuai dengan fakta yang sebenarnya tanpa adanya unsur penipuan atau penyembunyian informasi. Kejujuran menjadi penting untuk menjaga kepercayaan konsumen dan menghindari terjadinya kesalahpahaman dalam transaksi.

Dengan demikian, dapat dipahami bahwa pelaku UMKM di Jalan Gerilya Banjarmasin Selatan telah berupaya menerapkan prinsip kejujuran dalam pemasaran digital melalui penyampaian informasi dan representasi produk yang sesuai dengan kondisi sebenarnya. Praktik tersebut menunjukkan kesesuaian dan sejalan dengan prinsip etika pemasaran syariah pada aspek kejujuran informasi produk.

b. Transparansi Harga dan Kualitas

Berdasarkan hasil penelitian, pelaku UMKM di Jalan Gerilya Banjarmasin Selatan telah memberikan informasi mengenai kualitas produk kepada konsumen melalui penjelasan produk, foto, maupun video yang ditampilkan pada media digital. Informasi tersebut membantu konsumen memahami karakteristik produk sebelum melakukan pembelian.

Namun demikian, transparansi pada aspek harga belum sepenuhnya diterapkan. Sebagian besar pelaku usaha tidak mencantumkan harga produk secara terbuka pada media sosial dan lebih memilih menyampaikannya melalui komunikasi pribadi dengan konsumen. Alasan yang dikemukakan antara lain untuk menjaga fleksibilitas harga dan menyesuaikan strategi pemasaran yang digunakan.

Temuan ini menunjukkan bahwa keterbukaan informasi telah diterapkan pada aspek kualitas produk, tetapi belum sepenuhnya dilakukan pada aspek harga. Dalam etika pemasaran syariah, transparansi merupakan bagian penting untuk memastikan konsumen memperoleh informasi yang memadai sebelum melakukan transaksi.

Dengan demikian, dapat dipahami bahwa praktik pemasaran digital UMKM di Jalan Gerilya Banjarmasin Selatan telah menunjukkan transparansi yang cukup baik dalam penyampaian kualitas produk. Akan tetapi, keterbukaan informasi harga masih perlu

ditingkatkan agar penerapan prinsip transparansi dalam etika pemasaran syariah dapat terlaksana secara lebih optimal.

c. Keadilan terhadap Konsumen

Berdasarkan hasil penelitian, pelaku UMKM di Jalan Gerilya Banjarmasin Selatan telah berupaya menerapkan prinsip keadilan dalam pemasaran digital. Hal ini terlihat dari penyampaian informasi produk yang cukup jelas kepada konsumen, termasuk penjelasan mengenai perbedaan karakteristik dan kualitas produk yang ditawarkan. Informasi tersebut membantu konsumen dalam menentukan pilihan sesuai dengan kebutuhan dan preferensinya.

Selain itu, prinsip keadilan juga terlihat dari cara pelaku usaha menangani keluhan konsumen. Berdasarkan hasil wawancara, pelaku UMKM bersedia melakukan penukaran barang apabila terjadi kesalahan pengiriman atau ketidaksesuaian produk. Sikap tersebut menunjukkan adanya perhatian terhadap hak-hak konsumen setelah transaksi berlangsung.

Temuan ini menunjukkan bahwa pelaku usaha tidak hanya berorientasi pada penjualan, tetapi juga berupaya memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen. Dalam etika pemasaran syariah, keadilan (*al-'adl*) mencakup pemberian informasi yang seimbang serta perlakuan yang tidak merugikan salah satu pihak dalam transaksi. Oleh karena itu, penyampaian informasi yang jelas

dan penyelesaian keluhan konsumen dapat dipahami sebagai bentuk penerapan prinsip keadilan.

Dengan demikian, dapat dipahami bahwa prinsip keadilan telah diterapkan oleh pelaku UMKM di Jalan Gerilya Banjarmasin Selatan melalui penyampaian informasi yang memadai serta pelayanan yang memperhatikan hak konsumen. Praktik tersebut menunjukkan kesesuaian atau sejalan dengan prinsip keadilan dalam etika pemasaran syariah.

d. Penghindaran *Gharar* dan *Tadlis*

Berdasarkan hasil penelitian, pelaku UMKM di Jalan Gerilya Banjarmasin Selatan telah berupaya mengurangi potensi ketidakjelasan informasi dalam pemasaran digital. Upaya tersebut dilakukan dengan memberikan foto dan video tambahan produk, menjelaskan kondisi barang secara rinci, serta mempersilakan konsumen melihat produk secara langsung apabila masih terdapat keraguan sebelum melakukan pembelian.

Temuan ini menunjukkan adanya kesadaran pelaku usaha bahwa pemasaran digital memiliki keterbatasan karena konsumen tidak dapat memeriksa produk secara langsung. Oleh karena itu, penyampaian informasi yang lebih lengkap dilakukan untuk membantu konsumen memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai produk yang ditawarkan sehingga dapat mengurangi kemungkinan terjadinya kesalahpahaman dalam transaksi.

Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa pelaku UMKM cenderung menghindari penggunaan klaim yang berlebihan dalam pemasaran produk. Informasi yang disampaikan kepada konsumen umumnya disesuaikan dengan kondisi dan kualitas produk yang sebenarnya. Praktik tersebut mencerminkan upaya untuk menghindari unsur *gharar* dan *tadlis* yang dapat menimbulkan kerugian atau kesalahpahaman bagi konsumen.

Dengan demikian, dapat dipahami bahwa pelaku UMKM di Jalan Gerilya Banjarmasin Selatan telah berupaya menerapkan prinsip etika pemasaran syariah melalui penyampaian informasi yang jelas dan jujur kepada konsumen. Meskipun pelaksanaannya masih bergantung pada kebiasaan masing-masing pelaku usaha, praktik tersebut secara umum menunjukkan kesesuaian dengan prinsip penghindaran *gharar* dan *tadlis* dalam pemasaran syariah.

3. Analisis Kesesuaian Praktik Pemasaran Digital dengan Etika Pemasaran Syariah

Berdasarkan hasil penelitian, praktik pemasaran digital yang dilakukan oleh UMKM di Jalan Gerilya Banjarmasin Selatan pada umumnya telah mencerminkan prinsip-prinsip etika pemasaran syariah. Hal ini terlihat dari upaya pelaku usaha dalam menyampaikan informasi produk secara jujur, memberikan penjelasan mengenai kualitas produk sesuai kondisi yang sebenarnya, memenuhi hak-hak konsumen, serta menghindari penyampaian informasi yang dapat menyesatkan. Temuan tersebut

menunjukkan bahwa nilai kejujuran (*ṣidq*), keadilan (*al-'adl*), serta penghindaran unsur *gharar* dan *tadlis* telah diterapkan dalam aktivitas pemasaran digital yang dilakukan.

Meskipun demikian, penerapan prinsip transparansi belum sepenuhnya optimal, khususnya pada aspek keterbukaan informasi harga. Sebagian besar pelaku usaha masih menyampaikan harga melalui komunikasi pribadi dengan konsumen dan belum mencantumkannya secara terbuka pada media pemasaran digital yang digunakan. Kondisi ini menunjukkan bahwa transparansi telah diterapkan pada aspek kualitas produk, namun belum sepenuhnya terlaksana pada aspek harga.

Dengan demikian, dapat dipahami bahwa praktik pemasaran digital UMKM di Jalan Gerilya Banjarmasin Selatan secara umum telah sesuai dengan etika pemasaran syariah. Namun, peningkatan pada aspek keterbukaan informasi harga masih diperlukan agar penerapan prinsip-prinsip syariah dalam pemasaran digital dapat terlaksana secara lebih optimal dan menyeluruh.