

## ABSTRAK

**Juwita Amilia.** 2016, *Bisnis Online Pakaian Muslimah Di kalangan Mahasiswi IAIN Antasari Banjarmasin (Perspektif Etika Bisnis Islam)*. Skripsi, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam. Pembimbing: (I) Dr. Mahmud Yusuf, M.S.I., (II) Farihatni Mulyati, S. Ag., M.H.I.

**Kata Kunci:** Mekanisme bisnis *online*, permasalahan konsumen, perspektif etika bisnis Islam.

Penelitian ini dilatarbelakangi adanya keluhan-keluhan dari para konsumen mengenai kualitas barang yang ditawarkan oleh pelaku bisnis *online*, seperti warna pada foto pakaian muslimah berbeda dengan aslinya, informasi bahan dari pakain berbeda dengan aslinga, dan ukuran yang dicantumkan berbeda dengan aslinya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui mekanisme bisnis *online* pakaian muslimah di kalangan mahasiswi IAIN Antasari Banjarmasin, dan untuk mengetahui permasalahan konsumen ketika melakukan pembelian pakaian muslimah melalui *online*. Di samping itu untuk mengetahui bisnis *online* pakaian muslimah dalam perspektif etika bisnis Islam.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat deskriptif kualitatif, dengan mengambil lokasi penelitian di IAIN Antasari Banjarmasin. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, kemudian penulis analisis secara kualitatif.

Penelitian ini menghasilkan: *Pertama:* Mekanisme Bisnis *online* pakaian muslimah yang dilakukan oleh penjual dan konsumen. Cara promosi yang dilakukan melalui media sosial, seperti *BBM*, *Line*, *Facebook*, dan *Instagram*. Untuk cara pembayaran dengan COD (*Cash On Delivery*) dan dengan *transfer via bank*, dan pengiriman barangnya melalui jasa layanan pengiriman barang. *Kedua:* Permasalahan-permasalahan yang dialami: ketidaksesuaian warna baju yang asli dengan warna baju yang ada pada foto, ketidaksesuaian bahan kain yang di informasikan dengan aslinya, dan ketidaksesuaian perkiraan model pakaian muslimah dari konsumen dengan kenyataannya. *Ketiga,* Perspektif etika bisnis Islam terhadap bisnis *online* pakaian muslimah dikalangan mahasiswi IAIN Antasari Banjarmasin: 1) untuk mekanisme dari bisnis *online* yang dijalankan sudah sesuai dengan konsep etika bisnis Islam; 2) pelaku bisnis *online* dari sudut pandang konsumen, yaitu dilihat dari permasalahan yang konsumen alami. Untuk ketidaksesuaian warna dan ketidaksesuaian perkiraan konsumen tentang model pakaian muslimah, bisnis yang dijalankan kurang etis atau kurang sesuai dengan konsep etika bisnis Islam, dan untuk permasalahan ketidaksesuaian bahan kain yang diinformasikan dengan aslinya, bisnis yang dijalankan oleh pelaku bisnis *online* tersebut tidak sesuai dengan konsep etika bisnis Islam.