

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Kebahagiaan merupakan tujuan utama yang ingin dicapai manusia dalam menjalani kehidupan. Manusia akan memperoleh kebahagiaan tersebut ketika seluruh kebutuhan dan keinginannya terpenuhi, baik dalam aspek material maupun spiritual, dalam jangka pendek maupun jangka panjang.<sup>1</sup> Manusia sebagai makhluk sosial tidak dapat memenuhi kebutuhannya sendiri secara individual, ia memerlukan bantuan individu lainnya dalam upaya memenuhi segala kebutuhan hidupnya. Untuk itu manusia bergabung dengan manusia lainnya baik secara *formal* maupun *nonformal*, mereka berkomunikasi satu sama lainnya di dalam memenuhi kebutuhannya, di sinilah kemudian terjadi transaksi atau penukaran barang dan jasa, dari sini pula sejarah bisnis dimulai.<sup>2</sup>

Semakin berkembangnya zaman, semakin banyak pula muncul hal-hal baru di muka bumi ini, termasuk dunia bisnis yang banyak diminati oleh manusia. Seiring hadirnya bisnis-bisnis baru saat ini, maka berbagai cara dilakukan, salah satunya hadir bisnis pakaian muslimah melalui media internet atau dengan cara *online*. Bisnis media internet atau bisnis *online* merupakan sebuah konsep perdagangan baru. Sebelumnya kita mengenal konsep perdagangan secara

---

<sup>1</sup>Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta atas kerja sama dengan Bank Indonesia, *Ekonomi Islam* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hlm. 1.

<sup>2</sup>Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah: Kaya di Dunia Terhormat di Akhirat* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), hlm. 24.

langsung dengan mempertukarkan barang dan jasa dalam skala lokal atau Internasional.

Teknologi informasi internet telah memperluas jangkauan komunikasi yang dilakukan manusia, sehingga perkembangannya tidak hanya di perkotaan besar saja, akan tetapi sampai merambah ke pelosok-pelosok desa. Internet merupakan hubungan komunikasi yang langsung, bebas tanpa hambatan dan tidak mengenal batas wilayah, dapat berlangsung kapan saja.<sup>3</sup>

Awal mula munculnya teknologi internet menurut Hafner dan Lyon. 1996, p. 10, dalam buku *introduction to mass communication media literacy and culture*, internet adalah *product of the gold war. in this version, the air force in 1962, wanting to maintain the military's ability to transfer information around the country even if a gives area was destroyed in an enemy attack, internet was initially built to protect national security in the face of nuclear attack.*<sup>4</sup>

Yang maksudnya, internet merupakan produk perang emas, angkatan udara pada tahun 1962, yang ingin mempertahankan kemampuan militer, dan untuk men-*transfer* informasi di seluruh negeri, internet awalnya dibangun untuk melindungi keamanan nasional dalam menghadapi serangan nuklir.

Munculnya teknologi Internet diawali oleh suatu proyek yang dilakukan oleh departemen pertahanan AS (DOD – *defense of departement*) pada 1969. Ketika itu DOD memberikan semacam pekerjaan kepada kontraktor dan juga beberapa universitas untuk melakukan penelitian dengan dana dari militer AS. Divisi yang menangani proyek ini disebut ARPA (*Advanced Research Projects Agency*). Karena penelitian yang diselenggarakan itu bertujuan untuk menyelidiki

---

<sup>3</sup>Gouzali Saydam, *Teknologi Telekomunikasi Perkembangan dan Aplikasi* (Bandung: Alfabeta, 2005), hlm. 359.

<sup>4</sup>Stanley J.Baran, *Introduction To Mass Communication Media Literacy And Culture* (New York: McGraw-Hill Companies, Inc, 2009), hlm. 300.

kemungkinan diciptakannya jaringan berbasis komputer, proyek tersebut disebut dengan ARPANet. Hasil penelitian tersebut kemudian dikembangkan menjadi jaringan komputer yang sekarang telah menjadi tulang punggung bagi informasi global yang disebut dengan Internet.<sup>5</sup>

Selama beberapa tahun terakhir, mayoritas organisasi telah menjadikan internet sebagai bagian dari strategi teknologi informasi mereka, baik organisasi bisnis maupun nonprofit, banyak organisasi dewasa ini terlibat dalam jenis-jenis e-bisnis. Adapun e-bisnis (*e-business*) itu sendiri dapat didefinisikan sebagai semua bisnis yang berjalan lewat proses digital, melalui jejaring bukan di ruangan fisik. Hal yang paling lazim saat ini, e-bisnis berarti tautan elektronik lewat internet dengan konsumen, mitra, pemasok, pegawai, atau konsisten penting lain.<sup>6</sup>

*E-commerce* adalah bagian dari *e-business* yang berhubungan dengan kegiatan jual-beli barang/jasa melalui internet. *E-commerce* juga meliputi aktivitas yang mendukung transaksi tersebut, seperti periklanan, pemasaran, dukungan konsumen, keamanan, pengiriman, dan pembayaran.<sup>7</sup> *E-commerce* adalah istilah lebih sempit yang secara khusus berarti pertukaran atau transaksi bisnis yang terjadi secara elektronik.<sup>8</sup> *E-commerce* atau dikenal sebagai bisnis *online* adalah

---

<sup>5</sup>*Ibid.*, hlm. 360.

<sup>6</sup>Richard L. Daft, *Era Baru Manajemen New Era Of Management*, terj. Tita Maria Kanita (Jakarta: Salemba Empat, 2011), hlm. 263.

<sup>7</sup>Kenneth C. Laudon, Jane P. Laudon, *Sistem Informasi Manajemen Mengelola Perusahaan Digital*, terj. Lukki Sugito, Merry Rindy Antika, Ratna Sarawati (Jakarta: Salemba Empat, 2015), hlm. 59.

<sup>8</sup>*Ibid.*, hlm. 264.

sebuah konsep perdagangan model baru jika dibandingkan dengan model lainnya.<sup>9</sup>

Bisnis *online* adalah bisnis yang dilakukan secara *online* dengan memajang barang dagangan di internet, menggunakan media internet dan layanan komunikasi jarak jauh. Berbagai prosesnya melibatkan sebagian besar layanan internet.<sup>10</sup> Dengan mudahnya seorang pengguna internet menyampaikan aspirasi, minat, hingga kreativitas di dalamnya, maka tidak lain banyak pula penyimpangan yang terjadi, baik itu terlihat maupun tidak karena dalam internet, tidak sedikit pihak yang tidak mengetahui siapa lawan mainnya.

Allah berfirman dalam Q.S. an-Nisā'/4: 29.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا  
أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا (٢٩)

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.<sup>11</sup>

Tafsir dari ayat di atas menjelaskan bahwa pada dasarnya semua jual beli adalah mubah selama dilakukan secara suka sama suka, kecuali jual-beli yang diharamkan oleh Rasulullah Saw. Segala jual-beli yang tergolong dalam larangan Rasulullah Saw. pasti haram untuk dilakukan. Sementara segala bentuk jual-beli

---

<sup>9</sup>Nisrina M, *Bisnis Online Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Keuntungan* (Yogyakarta: Kobis, 2015), hlm. 35.

<sup>10</sup>Feri Sulinta, *Tips Berjualan dan Berpromosi Online Terbaik* (Yogyakarta: Andi Offset, 2015), hlm. 3.

<sup>11</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Bandung: Jumānatul 'Alī-Art, 2004), hlm. 83.

yang berbeda dengannya, kami nilai hukumnya mubah dan kami golongkan sebagai jual-beli yang dalam Kitabullah dinyatakan mubah.<sup>12</sup>

Mekanisme suka sama suka adalah panduan dari garis al-Qur'an dalam melakukan kontrol terhadap perniagaan yang dilakukan.<sup>13</sup> Anjuran Islam dalam berusaha mengharuskan manusia mengambil hasil yang halal. Baik itu halal dari segi materi, dari segi perolehannya, serta halal dalam cara pemanfaatan dan penggunaannya. sebagaimana hadis Nabi Saw. berikut:

حَدَّثَنَا آدَمُ حَدَّثَنَا ابْنُ أَبِي ذُنَبٍ حَدَّثَنَا سَعِيدُ الْمَقْبُرِيُّ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: يَأْتِي عَلَى النَّاسِ زَمَانٌ لَا يُبَالَى الْمَرْءُ مَا أَخَذَ مِنْهُ مِنَ الْحَلَالِ أَمْ مِنَ الْحَرَامِ (رواه البخاري).<sup>14</sup>

“Dari Adam dari ibn Abi Ji’bi dari Sa’id Al Maqburi, dari Abu Hurairah RA, dari Nabi Saw, beliau bersabda, “Akan datang kepada mereka manusia suatu masa dimana seseorang tidak peduli apa yang ia ambil; apakah dari yang halal atau dari yang haram.”<sup>15</sup>

Hadis di atas menjelaskan tentang orang yang tidak peduli dari mana dia mendapatkan harta, apakah dari sumber yang halal atau yang haram, dan hadis di atas mengisyaratkan celaan bagi mereka yang tidak selektif dalam mencari harta, menyamakan antara cara yang halal dan yang haram.<sup>16</sup>

<sup>12</sup>Syaikh Ahmad Musthafa al-Farran, *Tafsir Imam Syafi’i Jilid 2: Surah an-Nisā-Surah Ibrahim*, terj. Fedrian Hasmand (Jakarta Timur: Almahira, 2007), hlm. 118.

<sup>13</sup>Faisal Badroen, *et al. Eds. Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Kencana Prenada Group, 2006), hlm. 170.

<sup>14</sup>Imam Abī Abdullah Muhammad Ibn Ismāil Ibn Ibrāhim Ibn Mugīrah Ibn Bardibah Al Bukhari Al Ju’pi, *Shahih Bukhari* (Beirut: Dār al-Fikr, 1895), hlm. 71.

<sup>15</sup>Al Imam Al Hafizh Ibnu Hajar Al Asqalani, *Fathul Baari Syarah Shahih Al Bukhari*, terj. Amiruddin (Jakarta: Pustaka Azzam, 2005), hlm. 32.

<sup>16</sup>*Ibid.*, hlm. 33.

Rasulullah mewariskan tuntunan yang lengkap kepada kita tentang mana-mana saja sumber nafkah yang halal. Oleh karena itu, hendaklah kita termasuk orang-orang yang memperdulikan sumber penghasilan kita, karena hal ini tidak hanya berpengaruh terhadap darah dan daging kita, tetapi juga sangat berpengaruh kepada anak keturunan kita yang dibesarkan dari sumber yang tidak halal.<sup>17</sup>

Salah satu jenis bisnis *online* yang sekarang tengah marak di kalangan masyarakat dan khususnya di kalangan mahasiswi IAIN Antasari Banjarmasin adalah bisnis *online* pakaian muslimah. Pada saat ini pakaian muslimah sudah menjadi *trend fashion*, pakaian untuk ummat muslim memang pada jauh sebelumnya tidak begitu memiliki sebuah gaya yang bernuansa indah dan modern. Sehingga pakaian-pakaian muslim ini kurang diminati oleh masyarakat. Akan tetapi dengan adanya *trend fashion* pakaian muslimah ini yang telah mengalami perubahan mulai dari bahan dasar yang dipakai, warna warna yang dipilih, model busana dan sampai pada *style* ini telah dimodifikasi sedemikian rupa yang menjadikannya sebuah pakaian muslimah wanita yang modern dan indah.<sup>18</sup> Dengan adanya perubahan yang terjadi pada pakaian muslimah sehingga menjadikan peluang bisnis bagi masyarakat terutama bagi mahasiswa IAIN Antasari Banjarmasin, di karenakan kampus IAIN Antasari Banjarmasin memang mewajibkan mahasiswanya untuk mengenakan pakaian muslimah. Jadi, secara tidak langsung konsumen untuk pakaian muslimah akan lebih banyak juga.

---

<sup>17</sup>Ali Hasan, *op. cit.*, hlm. 197.

<sup>18</sup>Model pakaian muslimah wanita modern, <http://contoh.baju.muslim.blogspot.com/2015/03/model-pakaian-muslim-wanita-modern-2015.html> (27 April 2016).

Bisnis *online* pakaian muslimah banyak dilakukan melalui dunia maya, oleh karena itu calon pembeli hanya mengetahui ciri-ciri dari pakaian, ukuran, jenis bahan, warna, serta penjelasan berbagai hal tentang pakaian muslimah yang ditawarkan melalui dunia maya juga.

Penawaran pakaian muslimah melalui dunia maya, memang tidak terlihat secara kasat mata, namun calon pembeli sudah bisa memprakirakan atau memiliki bayangan seperti apa pakaian muslimah tersebut, serta memprakirakan kemungkinan cocok atau tidaknya.

Mekanisme/sistem ini mudah dilakukan tanpa harus bertatap muka langsung dengan pembeli, promosi yang sangat mudah yaitu bisa melalui *website* atau blog sendiri, promosi di web orang lain dengan komentar, lewat jejaring sosial seperti *BBM*, *Facebook*, *Instagram* dan lain-lain. transaksinya bisa dilakukan dengan pembayaran langsung saat barang telah tiba dihadapan pembeli atau transaksi melalui *transfer* antar bank dan lain-lain.

Akan tetapi, dengan penjualan pakaian muslimah melalui sistem *online* ini banyak keluhan-keluhan dari para konsumen mengenai kualitas barang yang ditawarkan tersebut, yakni dari segi harga yang tidak sesuai dengan kualitas barang, dan ketidaksesuaian bahan kain yang di informasikan penjual dengan aslinya, serta ketidaksesuaian warna barang yang ada pada foto dengan barang aslinya, ukuran barang yang dijelaskan oleh penjual tidak sesuai dengan ukuran aslinya ketika sudah tiba ke tangan konsumen.

Setiap pelaku bisnis muslim hendaknya perlu berhati-hati dalam menjalankan usahanya, apakah di dalam menjalankan usahanya sesuai dengan

etika bisnis Islam, baik berkaitan dengan cara atau proses, objek yang diperdagangkan, dan lain sebagainya. Apakah cara yang dilakukan sesuai dengan perspektif etika bisnis Islam ataukah tidak.<sup>19</sup>

Oleh karena itu, apabila etika tersebut dikaitkan dengan masalah bisnis, maka dapat digambarkan bahwa etika bisnis Islam adalah norma-norma etika yang berbasiskan al-Qur'an dan Hadits yang harus dijadikan acuan oleh siapa pun dalam aktivitas bisnis,<sup>20</sup> tidak terkecuali berbisnis melalui media internet/*online* ini.

Berangkat dari permasalahan di atas, penulis merasa tertarik mengangkat penelitian yang berhubungan dengan bisnis *online* pakaian muslimah. Penulis ingin mengetahui tentang pandangan etika bisnis Islam terhadap permasalahan yang di alami oleh konsumen dalam bertransaksi di bisnis *online* pakaian muslimah tersebut. Dalam konteks ini, maka penelitian ini diberi judul **“Bisnis Online Pakaian Muslimah Di Kalangan Mahasisiwi IAIN Antasari Banjarmasin (Perspektif Etika Bisnis Islam)”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka dapat dirumuskan permasalahan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana mekanisme bisnis *online* pakaian muslimah di kalangan mahasisiwi IAIN Antasari Banjarmasin?

---

<sup>19</sup>Sofyan S. Harahap, *Etika Bisnis dalam Persepektif Islam* (Jakarta: Salemba Empat, 2011), hlm. 27.

<sup>20</sup>Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam* (Malang: UIN-Malang Press, 2007), hlm. 20.



2. Bagaimana permasalahan konsumen dalam bertransaksi di bisnis *online* pakaian muslimah di kalangan mahasiswa IAIN Antasari Banjarmasin?
3. Bagaimana bisnis *online* pakaian muslimah di kalangan mahasiswa IAIN Antasari Banjarmasin dalam perspektif etika bisnis Islam?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana mekanisme bisnis *online* pakaian muslimah di kalangan mahasiswa IAIN Antasari Banjarmasin.
2. Untuk mengetahui bagaimana permasalahan konsumen dalam bertransaksi di bisnis *online* pakaian muslimah di kalangan mahasiswa IAIN Antasari Banjarmasin.
3. Untuk mengetahui bisnis *online* pakaian muslimah di kalangan mahasiswa IAIN Antasari Banjarmasin dalam perspektif etika bisnis Islam.

### **D. Kegunaan Penelitian**

Setelah penelitian dilaksanakan, diharapkan nantinya dapat memberikan pemikiran dan berguna sebagai berikut :

1. Bahan informasi atau bahan acuan untuk mereka yang ingin mengadakan penelitian lebih mendalam tentang masalah ini dari sudut pandang yang berbeda

2. Sebagai kontribusi pengetahuan dalam memperkaya khazanah perpustakaan IAIN Antasari pada umumnya dan khususnya Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam serta pihak-pihak yang berkepentingan.
3. Untuk menambah wawasan pengetahuan khususnya bagi penulis dan umumnya bagi pembaca.

### **E. Definisi Operasional**

Untuk menghindari kesalah pahaman dan kekeliruan yang mungkin terjadi dalam memahami judul serta permasalahan yang akan diteliti, maka penulis memberikan penjelasan sebagai berikut :

1. Pemilihan pakaian muslimah dalam penelitian ini karena menurut penulis pakaian muslimah sekarang ini sangat banyak diperjual-belikan melalui media internet/*online*.
2. Perspektif adalah sudut pandang atau pandangan.<sup>21</sup> Sudut pandang dalam penelitian ini yaitu sudut pandang dalam etika bisnis Islam terhadap bisnis *online* pakaian muslimah.
3. Etika bisnis adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas.<sup>22</sup> Etika bisnis yang dibahas dalam penelitian ini adalah penerapan etika bisnis

---

<sup>21</sup>Pusat Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1997), hlm. 760.

<sup>22</sup>Faisal Badroen, *et al.* Eds. *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Kencana Prenada Group, 2006), hlm. 15.

pada bisnis *online* pakaian muslimah yang sesuai dengan aturan etika bisnis Islam.

## **F. Kajian Pustaka**

Dari hasil penelusuran penulis, kajian mengenai penelitian terhadap etika bisnis Islam memang sudah pernah dilakukan beberapa kali sebelumnya oleh peneliti yang berbeda, diantaranya :

Penelitian yang dilakukan oleh Nurul Huda NIM 1001140111 Institut Agama Islam Negeri Antasari Banjarmasin, berupa skripsi dengan judul “Bisnis Investasi Uang Secara *Online* (Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah)”. Skripsi ini membahas mengenai bagaimana gambaran proses kegiatan bisnis investasi uang secara *online* (dari proses pendaftaran, sistem kerja, hingga mendapat keuntungan) dan membahas tentang bagaimana tinjauan ekonomi syariah terhadap bisnis tersebut.

Dalam penelitian tersebut memiliki persamaan dan perbedaan dengan penelitian penulis yang akan diteliti. Persamaannya yaitu sama-sama menggunakan transaksi melalui media internet, dan berbeda pada objek transaksinya, dimana Nurul Huda telah meneliti investasi uang secara *online* dengan tinjauan hukum Ekonomi Syariah, sedangkan penulis akan meneliti bisnis *online* pakaian muslimah di kalangan mahasisiwi IAIN Antasari Banjarmasin dalam perspektif Etika Bisnis Islam.

Penelitian yang dilakukan oleh Rahimah NIM 1001150155 Institut Agama Islam Negeri Antasari Banjarmasin, berupa skripsi dengan judul “Perilaku

Pengusaha Jasa Penyeberangan Feri di Kecamatan Tamban dalam Perspektif Etika Bisnis Islam”. Skripsi ini membahas bagaimana perilaku pengusaha jasa penyeberangan Feri di Kecamatan Tamban dan bagaimana tinjauan etika bisnis Islam terhadap perilaku pengusaha jasa penyeberangan Feri di Kecamatan Tamban.

Dalam penelitian tersebut memiliki persamaan dan perbedaan dengan penelitian penulis yang akan diteliti. persamaannya yaitu sama-sama menggunakan tinjauan etika bisnis Islam, dan berbeda pada objek yang akan diteliti, dimana Rahimah telah meneliti perilaku pengusaha jasa penyeberangan Feri dalam perspektif Etika Bisnis Islam, sedangkan penulis akan meneliti bisnis *online* Pakaian Muslimah di kalangan mahasiswi IAIN Antasari Banjarmasin dalam perspektif Etika Bisnis Islam.

Penelitian yang dilakukan oleh Said Rachaman Noor NIM 0601157357 Institut Agama Islam Negeri Antasari Banjarmasin, berupa skripsi dengan judul “Transaksi Jual Beli Melalui Media Internet Pada Toko Buku *Online* Bukumurah.Net Banjarmasin Menurut Pandangan Ekonomi Islam”. Skripsi ini membahas bagaimana transaksi jual beli secara *online* (*e-commerce*) pada toko bukumurah.net, kendala transaksi jual beli secara *online* pada toko bukumurah.net, kemudian bagaimanakah tinjauan hukum Islam terhadap transaksi jual beli secara *online* (*e-commerce*) pada toko bukumurah.net.

Dalam penelitian tersebut memiliki persamaan dan perbedaan dengan penelitian penulis yang akan diteliti. Persamaannya yaitu sama-sama menggunakan transaksi melalui media internet, dan berbeda pada objek

transaksinya, dimana Said Rachman Noor telah meneliti toko *online* buku bukumurah.net menurut pandangan ekonomi Islam, sedangkan penulis akan meneliti bisnis *online* pakaian muslimah di kalangan mahasiswa IAIN Antasari Banjarmasin dalam perspektif Etika Bisnis Islam.

Melihat penelitian di atas, penelitian yang akan penulis lakukan jelas sangat berbeda. Penelitian ini menitikberatkan pokok permasalahan yang dibahas adalah pandangan etika bisnis Islam terhadap permasalahan konsumen yang terjadi dalam bisnis *online* Pakaian Muslimah, yaitu lebih khusus membahas mekanisme bisnis *online* tersebut dan bagaimana permasalahan konsumennya dan bagaimana pandangan etika bisnis Islamnya.

## **G. Sistematika Penulisan**

Penyusunan skripsi ini terdiri dari lima bab. Kemudian agar mempermudah memahami pembahasan ini, maka penulis membuat sistematika penulisan sebagai berikut:

**Bab I Pendahuluan**, merupakan bab yang akan menguraikan mengenai latar belakang masalah yang melatar belakangi masalah yang akan diteliti dan dirumuskan dalam rumusan masalah, setelah itu dari rumusan masalah ditetapkan tujuan penelitian dan signifikansi penelitian yang merupakan kegunaan hasil penelitian. Definisi operasional dirumuskan untuk membatasi istilah-istilah yang bermakna luas, dan pada bagian berikutnya yaitu sistematika penulisan.

**Bab II Landasan Teori**, yang menjadi acuan untuk menganalisis data yang diperoleh. Membahas tentang Bisnis, Bisnis melalui media internet atau *online*, dan Etika Bisnis Islam.

**Bab III Metode Penelitian**, yang terdiri dari jenis, sifat dan lokasi penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan analisis data.

**Bab IV Penyajian Data dan Laporan Penelitian**, yang memuat gambaran umum lokasi penelitian, penyajian data dan laporan penelitian.

**Bab V Penutup**, disini akhirnya penulis membuat kesimpulan atau hasil penelitian dan memberikan saran berdasarkan hasil penelitian.