

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN LAPORAN PENELITIAN

A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Institut Agama Islam Negeri Antasari Banjarmasin atau bisa disebut IAIN Antasari merupakan sebuah perguruan tinggi yang ada di kota Banjarmasin. IAIN Antasari merupakan kampus di bawah naungan Kementerian Agama, diresmikan dengan surat keputusan Menteri Agama No. 89 Tahun 1964.

Nama IAIN Antasari diambil dan diabadikan dari nama Pangeran Kerajaan Banjar yang gigih melawan penjajah Belanda antara tahun 1869-1862, karena jasa-jasanya kemudian Pemerintah RI resmi menjadikan sebagai pahlawan Nasional.

IAIN Antasari merupakan perguruan tinggi yang berdiri dari tahun 1960 dengan lokasi lebih tepatnya berada di Jln. Ahmad Yani Km. 4,5 Banjarmasin. Kita bisa mengetahui tentang berita yang ada IAIN Antasari dengan mengunjungi alamat web di <http://www.iain-antasari.ac.id/>.

Adapun visi, misi, dan tujuan dari IAIN Antasari Banjarmasin adalah:

a. Visi IAIN Antasari

Menjadi pusat pengembangan ilmu keislaman interdisipliner yang unggul, berakhlak dan kompetitif.

b. Misi IAIN Antasari

- 1) Menyelenggarakan pendidikan ilmu-ilmu keislaman interdisipliner yang memiliki keunggulan, kekhasan, dan berdaya saing internasional;
- 2) Melaksanakan pendidikan akhlak dan spritualitas Islam di lingkungan kampus secara komprehensif dan berkesinambungan;
- 3) Melaksanakan penelitian yang memiliki manfaat bagi pengembangan keilmuan dan masyarakat;
- 4) Melaksanakan dan mengembangkan pola pemberdayaan masyarakat berbasis riset yang memiliki manfaat jangka panjang bagi masyarakat;
- 5) Membangun kepercayaan dan kerjasama dengan lembaga regional, nasional, dan internasional;
- 6) Mengembangkan tata kelola berdasarkan manajemen professional dalam rangka mencapai kepuasan sivitas akademika dan stakholder.

c. Tujuan IAIN Antasari

- 1) Menghasilkan lulusan yang professional pada bidangnya, berakhlak karimah, dan memiliki daya saing internasional;
- 2) Menghasilkn riset yang berdaya saing internasional dan mendukung integrasi ilmu;
- 3) Menghasilkan produk pengabdian kepada masyarakat berbasis riset yang mendorong perubahan sikap, munculnya perilaku moderat dan islami sehingga berdampak pada peningkatan produktifitas dan kesejahteraan masyarakat serta kelestarian lingkungan hidup.

IAIN Antasari Banjarmasin memiliki 4 fakultas, yaitu:

a. Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam,

Fakultas Syariah berdiri pda tahun 1964, bertujuan untuk melahirkan sarjana yang bertakwa kepada Allah Swt. yang mengetahui agama Islam dan memiliki kemampun akademik dan/atau profesional dalam bidang Syariah/hukum. Sekarang Fakultas Syariah berubah nama menjadi Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, dengan program studi:

- 1) Hukum Keluarga (Ahwal Al-Syakhasiyyah)
- 2) Hukum Ekonomi Syariah
- 3) Perbandingan Hukum Dan Mazhab
- 4) Hukum Tata Negara (Siyasah)
- 5) Ekonomi Syariah
- 6) Perbankan Syariah
- 7) Asuransi Syariah
- 8) D3 Perbankan Syariah

b. Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Fakultas Dakwah IAIN Antasari berdiri pada tahun 1970. Bertujuan untuk melahirkan sarjana yang bertakwa kepada Allah Swt. yang menguasai pengetahuan agama Islam dan memiliki kemampuan akademik dan/atau professional dalam bidang dakwah. Sekarang Fakultas dakwah berubah nama menjadi Fakultas Dakwah dan Komunikasi, dengan program studi:

- 1) Bimbingan dan Konseling Islam
- 2) Komunikasi dan Penyiaran Islam
- 3) Manajemen Dakwah

c. Fakultas Tarbiyah dan Keguruan

Fakultas Tarbiyah IAIN Antasari berdiri pada tahun 1970, bertujuan untuk melahirkan sarjana yang bertakwa kepada Allah Swt. yang menguasai pengetahuan agama Islam dan memiliki kemampuan akademik dan/atau profesional dalam bidang ketarbiyahan. Fakultas Tarbiyah berubah nama menjadi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, dengan program studi:

- 1) Pendidikan Agama Islam
- 2) Pendidikan Bahasa Arab
- 3) Tadris Bahasa Inggris
- 4) Pendidikan Matematika
- 5) Pendidikan Guru MI
- 6) Pendidikan Guru RA
- 7) Manajemen Pendidikan Islam
- 8) Bimbingan Konseling Islam
- 9) D3 Ilmu Perpustakaan

d. Fakultas Ushuluddin dan Humoniora

Fakultas Ushuluddin IAIN Antasari berdiri ada tahun 1964. Bertujuan untuk melahirkan sarjana yang bertakwa kepada Allah Swt. yang menguasai pengetahuan agama Islam dan memiliki kemampuan akademik dan atau profesional dalam bidang keushuluddinan. Fakultas Ushuluddin

sekarang berubah nama menjadi Fakultas Ushuluddin Dan Humoniora, dengan program studi:

- 1) Perbandingan Agama
- 2) Tafsir Hadits
- 3) Aqidah Filsafat
- 4) Psikologi Islam

2. Deskriptif Data Mekanisme dan Permasalahan Bisnis *Online*

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan dengan cara melakukan wawancara langsung dan wawancara pribadi kepada informan, maka dapat diuraikan hasil penelitian dalam beberapa gambaran bisnis sebagai berikut:

a. Informan I (Penjual)

1) Identitas Informan

Nama : AW

Umur : 22 Tahun

Pendidikan : SMA

Pekerjaan : Mahasisiwi

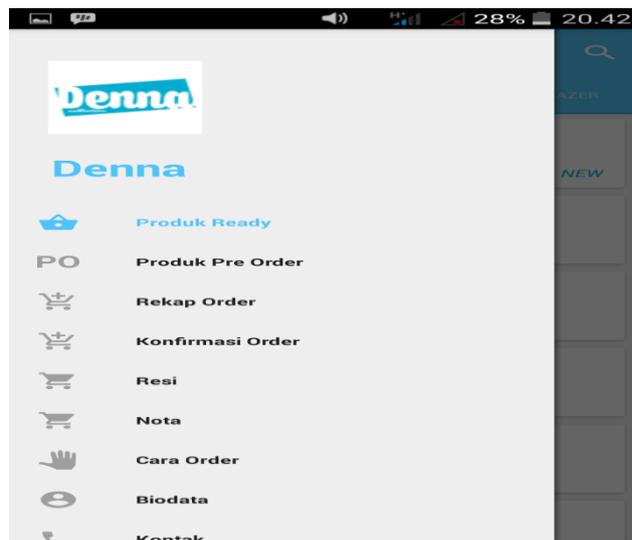
Alamat : Jln. Ahmad Yani Km. 10,8 Kertak Hanyar

Nama *Online Shop* : *AW Collection*

2) Gambaran Bisnis

Kegiatan bisnis *online* pakaian muslimah yang dijalankan AW pada grup *online shop* di *BBM (Blackberry Messenger)* yang bernama *AW Collection* , bermula dari ketertarikan dan rasa ingin tahu AW

terhadap bisnis *online* ini, karena melihat dari teman-temannya yang sudah menjalankan bisnis pakaian muslimah secara *online* cara pemasaran yang mereka lakukan sangatlah mudah, sehingga membuat dia tertarik untuk menjalankan bisnis pakaian muslimah secara *online*, menurutnya berbisnis pakaian muslimah secara *online* tidak terlalu menyita waktu, dan juga berbisnis pakaian muslimah secara *online* ini tidak memerlukan toko seperti berbisnis secara *offline*, dengan memasarkan pakaian muslimah secara *online* jangkauan pemasarannya sangat luas, sehingga untuk mendapatkan konsumen jauh lebih mudah, baik itu konsumen dalam satu kota maupun luar kota, selain itu juga berbisnis pakaian muslimah secara *online* ini bisa kapan dan dimana saja untuk memasarkan pakaian muslimah asalkan tersambung dengan jaringan internet. Tujuan AW menjalankan bisnis pakaian muslimah secara *online* ini adalah untuk menambah uang saku, dan untuk membantu meringankan pengeluaran orang tuanya untuk biaya kuliah. Tidak banyak ketentuan untuk menjalankan bisnis pakaian muslimah secara *online* ini, AW hanya perlu mengisi formulir yang sudah tersedia di *website supplier* pakaian muslimah, seperti Nama, Alamat, dan pin *BBM*.



Gambar 1. Kolom formulir pendaftaran reseller

Kemudian menunggu konfirmasi dari pemilik situs atau biasa disebut *admin* melalui *BBM*. Setelah diterima, AW resmi sebagai *reseller* di situs tersebut.

Cara menjalankan bisnis *online* pakaian muslimah dengan bertindak sebagai *reseller* hanya dengan memasarkan produk dari *supplier* tanpa *stock* barang, apabila ada pemesanan dari konsumen *reseller* tinggal melakukan pemesanan kepada pihak *supplier*, AW memasarkan pakaian muslimah tersebut hanya dengan melakukan promosi melalui media sosial, yaitu dengan memajang atau mem-*posting* foto pakaian muslimah melalui *BBM*, *Facebook*, dan *Instagram*, dengan mencantumkan informasi barang, seperti warna, ukuran, nama barang, dan bahannya, akan tetapi tidak semua barang AW berikan informasi secara lengkap ketika pelanggan bertanya baru AW memberikan informasi yang tidak tertera pada barang tersebut, karena kapasitas untuk memberikan informasi pada *BBM* tidak terlalu banyak. Untuk promosi

yang dilakukan AW melalui *BBM*, dia terlebih dahulu membuat grup *online shop* selanjutnya membagikan pin *BBM* tersebut kepada calon konsumen, dengan menuliskan pin *BBM* di jejaring sosial lain seperti *Facebook*, dan *Instagram*, dan untuk promosi melalui *Facebook* AW hanya mem-*posting* foto pakaian muslimah dan mencantumkan informasi barangnya saja, tidak menggunakan layanan *Fanpage* yang ada pada aplikasi *Facebook* tersebut, dan untuk promosi pakaian muslimah melalui *Instagram*, AW mem-*posting* foto-foto pakaian muslimah yang dia pasarkan dengan mengunggah foto tersebut menggunakan fitur edit foto yang ada di *Instagram* dan untuk memudahkan pengguna lain mencari produk yang di pasarkan AW menggunakan tanda pagar atau tagar (#).

Cara pembayaran pada bisnis *online* pakaian muslimah, apabila konsumen berada pada satu kota dengan penjual hanya dengan melakukan *COD (Cash On Delivery)*, yaitu bayar di tempat pada saat barang diterima, namun apabila konsumen tidak berada berada satu kota dengan penjual cara pembayarannya dengan men-*transfer* terlebih dahulu ke rekening AW dengan menggunakan bank BRI atau BNI, kemudian AW men-*transfer* lagi kepada pihak *supplier*, kemudian barang dikirimkan langsung oleh *supplier* kepada konsumen atau bisa juga disebut dengan sistem *dropship*, jadi dari pakatnya sudah di atas namakan *online shop* AW, bukan dari *supplier* AW lagi, untuk pengiriman ke luar dari daerah Banjarmasin biasanya menggunakan jasa pengiriman TIKI karena lebih cepat dan terpercaya.

Alasan AW memasarkan pakaian muslimah karena menurut AW sekarang ini pakaian muslimah sudah menjadi *trend fashion*, dan menurut AW untuk mendapatkan keuntungan dari bisnis yang dia jalankan dia harus mengikuti *trend fashion* sekarang karena kebanyakan kaum perempuan selalu berkaca pada *trend fashion*, yang dimana *style* dan gayanya dijadikan acuan untuk meniru gaya berbusana.

Dalam setiap perjalanan bisnis tidak pernah luput dengan adanya permasalahan di dalamnya, tidak terkecuali bisnis *online* ini, komplain dari pelanggan tentang barang yang dipasarkan dan pengiriman barang yang tidak tepat waktu. AW juga pernah mengalami komplain dari pelanggan selama dia menjalankan bisnis *online* pakaian muslimah ini, seperti warna barang yang ada pada foto tidak sesuai dengan barang aslinya, pengiriman barang yang tidak tepat waktu. Cara AW mengatasi komplain dari pelanggan tersebut dia menjelaskan kembali informasi dari barang yang dia pajang kepada konsumen dan meminta maaf atas permasalahan yang terjadi pada barang tersebut, dan apabila barang yang dikirimkan oleh *supplier* itu rusak AW menjualnya dengan harga modal awal saja.

Menghindari agar tidak terulang kembali permasalahan-permasalahan tersebut untuk mengambil *supplier* dia mengambil yang satu kota dengan AW yaitu daerah Banjarmasin, dan mencari *supplier* yang terpercaya dan memiliki toko *offline* walaupun tidak memiliki toko yang berdiri sendiri hanya mengandalkan rumah saja tetapi memiliki

stock barang banyak, yang bisa disebut *supplier* tangan pertama. Keuntungan mengambil di *supplier* tangan pertama, yaitu bisa mendapatkan harga yang lebih murah dan keuntungan memiliki *supplier* yang memiliki toko *offline* penjual bisa mengetahui kualitas barang yang dia pasarkan, agar tidak mengecewakan pelanggan nantinya.¹

b. Informan II (Penjual)

1) Identitas informan

Nama : MM

Umur : 22 Tahun

Pendidikan : SMA

Pekerjaan : Mahasisiwi

Alamat : Sungai Tabuk Ds. Gudang Hiranng

Nama *Online Shop* : Rajut HM *Shop*

2) Gambaran Bisnis

Bisnis pakaian muslimah secara *online* yang dijalankan oleh MM dari semester empat (4) yang bernama HM *Shop* pada grup *BBM* (*Blackberry Messenger*) yang merupakan salah satu aplikasi atau media sosial yang sering digunakan oleh pelaku bisnis *online* untuk memasarkan dan mempromosikan pakaian muslimah yang mereka jual. Awal mula MM mengetahui bisnis *online* ini ketika melihat banyak dari teman-temannya menjalankan bisnis yang dilakukan secara *online*, MM tertarik untuk mencoba bisnis pakaian muslimah secara *online* tersebut,

¹AW, Penjual/Pemilik *Online shop*, *Wawancara Langsung*, Banjarmasin, 5 mei 2016.

karena menurutnya jaman sekarang mahasiswa sudah banyak yang menggunakan *android* jadi untuk mencari pelanggan sangatlah mudah hanya dengan memperbanyak kontak maka akan banyak juga kemungkinan pelanggan yang ingin membeli barang yang dia jual, dan karena berbisnis secara *online* mudah tidak memerlukan toko seperti berbisnis secara *offline*, dengan memasarkan barang secara *online* jangkauan pemasarannya sangat luas, sehingga untuk mendapatkan konsumen jauh lebih mudah, baik itu konsumen dalam satu kota maupun luar kota, selain itu juga berbisnis pakaian muslimah secara *online* ini bisa kapan dan dimana saja untuk memasarkan pakaian muslimah asalkan tersambung dengan jaringan internet. Tujuan MM menjalankan bisnis *online* ini untuk menambah uang saku dan membantu orang tua mengurangi biaya kuliah dan belajar untuk mandiri. Tidak banyak ketentuan untuk menjalankan bisnis pakaian muslimah secara *online* ini, MM hanya mencari *supplier* pakaian muslimah melalui jasa promosi iklan produk *online* di *Facebook*, MM hanya tinggal memberitahukan melalui pesan pada *online shop* yang dia jadikan *supplier* bahwa dia ingin menjadi *reseller* di *online shop* tersebut, dengan mencantumkan, Nama, dan Alamat .



Gambar 2. Kolom pendaftaran reseller

Kemudian menunggu konfirmasi dari pemilik *online shop* melalui *Facebook*. Setelah diterima, AW resmi sebagai *reseller* pada *online shop* tersebut.

Cara menjalankan bisnis *online* pakaian muslimah dengan bertindak sebagai *reseller* hanya dengan memasarkan produk dari *supplier* tanpa *stock* barang, apabila ada pemesanan dari konsumen *reseller* tinggal melakukan pemesanan kembali kepada pihak *supplier*. MM memasarkan pakaian muslimah tersebut hanya dengan melakukan promosi melalui media sosial, yaitu dengan memajang atau mem-*posting* foto pakaian muslimah melalui *BBM*, *Facebook*, *Line*, dan *Instagram*, dengan mencantumkan informasi barang, seperti warna, ukuran, nama barang, dan bahannya, akan tetapi tidak semua barang MM cantumkan informasinya secara lengkap ketika pelanggan bertanya baru MM memberikan informasi yang tidak tertera pada barang tersebut, karena

kapasitas untuk memberikan informasi pada *BBM* tidak terlalu banyak. Untuk promosi yang dilakukan MM melalui *BBM*, dia terlebih dahulu membuat grup *online shop* selanjutnya membagikan pin *BBM* tersebut kepada calon konsumen, dengan menuliskan pin *BBM* di jejaring sosial lain seperti *Facebook*, *Line*, dan *Instagram*, dan untuk promosi melalui *Facebook* dan *Line* MM hanya mem-*posting* foto pakaian muslimah dan mencantumkan informasi barangnya saja, tidak menggunakan layanan *Fanpage* yang ada pada aplikasi *Facebook* tersebut, dan untuk promosi pakaian muslimah melalui *Instagram*, MM mem-*posting* foto-foto pakaian muslimah yang dia pasarkan dengan mengunggah foto tersebut menggunakan fitur edit foto yang ada di *Instagram* dan untuk memudahkan pengguna lain mencari produk yang di pasarkan MM menggunakan tanda pagar atau tagar (#).

Cara pembayaran pada bisnis *online* pakaian muslimah, apabila konsumen berada pada satu kota dengan penjual hanya dengan melakukan *COD (Cash On Delivery)*, yaitu bayar di tempat pada saat barang diterima, namun apabila konsumen tidak berada berada satu kota dengan penjual cara pembayarannya dengan men-*transfer* terlebih dahulu ke rekening MM dengan menggunakan bank BCA, kemudian MM men-*transfer* lagi kepada pihak *supplier*, kemudian barang dikirimkan langsung oleh *supplier* kepada konsumen atau bisa juga disebut dengan sistem *dropship*, jadi dari paketnya sudah di atas namakan *online shop*

MM, bukan dari *supplier* MM lagi, untuk pengiriman ke luar dari daerah Banjarmasin biasanya menggunakan jasa pengiriman JNE.

Alasan MM memasarkan pakaian muslimah karena memasarkan pakaian muslimah dikalangan mahasisiwi IAIN sangat lah cocok karena pakaian untuk kuliah di kampus IAIN para mahasisiwinya diwajibkan untuk menggunakan pakaian muslimah, dan dengan begitu secara tidak langsung pakaian muslimah akan sangat diminati dan kemungkinan untuk mendapatkan pelanggan akan jauh lebih banyak, karena sekarang ini pakaian muslimah sudah menjadi *trend fashion*, pakaian muslimah sekarang ini sudah mengalami perubahan seperti dari bahan dasar yang dipakai, warna-warni yang dipilih, model busana dan sampai pada *style* ini telah dimodifikasi sedemikian rupa yang menjadikannya sebuah pakaian muslim wanita yang modern dan indah.

Dalam setiap perjalanan bisnis pasti akan terdapat permasalahan yang terjadi apalagi untuk bisnis *online* ini karena barang yang dijual belum terlihat di depan mata baik itu konsumen maupun *reseller* itu sendiri, begitu juga bisnis *online* yang dijalankan oleh MM ini, dia pernah mendapatkan komplain dari pelanggan karena barang yang sudah sampai kepada pelanggan tersebut tidak sesuai dengan foto barang yang dia panjang di grup *BBM* dan juga tentang pengiriman barang yang tidak tepat waktu, untuk mengatasi hal tersebut MM menjelaskan menjelaskan kembali informasi dari barang yang sudah dia berikan informasi ketika memajang foto barang tersebut dan yang pasti untuk keluhan tersebut

MM tidak bisa membatalkan pemesanan karena sudah ada perjanjian barang tidak bisa dikembalikan lagi apabila barang sudah sampai ke tangan konsumen, dan biasanya para pelanggan mengerti ketika sudah dijelaskan secara rinci oleh MM, dan biasanya untuk harga MM tidak banyak mengambil keuntungan dan dari segi harga barang relatif lebih murah.²

c. Informan III (Konsumen)

1) Identitas Informan

Nama : LK

Umur : 22 Tahun

Pendidikan : SMA

Pekerjaan : Mahasisiwi

Alamat : Jln. Rantauan Darat Gang, Pembangunan Rt 10.

2) Gambaran Bisnis Menurut Konsumen dan Permasalahan Di Dalamnya

Kegiatan pembelian pakaian muslimah secara *online* yang dilakukan oleh LK, diawali dengan ketertarikannya pada foto-foto pakaian muslimah yang di-*upload* oleh penjual dan tertarik dengan harga pakaian muslimah tersebut yang jauh lebih murah dari harga di pasaran. Pakaian muslimah yang pernah di beli oleh LK seperti, gamis, *maxi dress*, jilbab dan lain-lain. LK melakukan pembelian pakaian muslimah tersebut melalui beberapa media sosial seperti ikut grup *online shop* di *BBM (Blackberry Messenger)* dan *Instagram*.

²MM, Penjual/ Pemilik *Online Shop*, Wawancara Langsung, Banjarmasin, 6 Mei 2016.

Cara pembelian yang dilakukan LK melalui grup *online shop* yang ada pada *BBM*, LK terlebih dahulu memilih pakaian muslimah yang ada di katalog grup *online shop* tersebut, setelah mengetahui pakaian muslimah yang mana yang ingin dibeli, dan memberikan komentar pada foto pakaian muslimah tersebut, kemudian penjual memberikan informasi kapan dan tanggal berapa pakaian muslimah tersebut akan datang, dan melakukan perjanjian untuk bertemu melakukan serah terima barang, dan untuk pembelian melalui *Instagram* biasanya LK harus meng-*invite* dulu pin *BBM* atau *Line* admin, *screenshot* barang yang ingin dibeli, kemudian melakukan perjanjian seperti pembelian pada *BBM*.

Cara pembayaran pada bisnis *online* pakaian muslimah yang dilakukan LK, ada yang dengan melakukan *COD (Cash On Delivery)*, yaitu bayar di tempat pada saat barang diterima. Sistem pembayaran dengan *COD* biasanya dilakukan apabila *online shop* tersebut berada di Banjarmasin, apabila *online shop* berada di luar dari daerah Banjarmasin cara pembayarannya dengan men-*transfer via* bank *BRI*, dan untuk pengiriman pakaian muslimah yang dibeli oleh LK, biasanya melalui jasa pengiriman barang, yaitu melalui *JNE*.

LK mengaku sudah sering melakukan pembelian pakaian muslimah melalui *online*, yaitu sudah lebih dari 6 kali dia melakukan pembelian tersebut, dan menurutnya semua pakaian muslimah yang dia beli melalui *online* semuanya mengalami permasalahan, seperti warna

pakaian yang terdapat pada foto berbeda dengan warna pakaian aslinya, yaitu pada foto warna pakaian tersebut adalah warna ungu cerah ternyata ketika sudah sampai ketangan LK warna dari pakaian tersebut ternyata warna ungu gelap, informasi bahan kain yang dicantumkan oleh penjual berbeda dengan aslinya, yaitu pada informasi yang dicantumkan oleh penjual pada foto pakaian tersebut bahan kainnya adalah katun, dan ternyata bahan kain pakaian tersebut adalah spandek. Ketika LK mengalami permasalahan tersebut dia melakukan komplain dengan penjual akan tetapi karena pakaian yang LK pesan sudah datang atau sampai ketangannya dia harus tetap membayar sesuai harga pakaian tersebut.³

d. Informan IV (Konsumen)

1) Identitas Informan

Nama : FZ
Umur : 22 Tahun
Pendidikan : SMA
Pekerjaan : Mahasisiwi
Alamat : Jln. Kemiri

2) Gambaran Bisnis Menurut Konsumen dan Permasalahan Di Dalamnya

FZ memilih membeli pakaian muslimah melalui *online* karena menurutnya pakaian-pakaian yang dijual melalui *online* lebih menarik perhatiannya dan harga yang ditawarkan relatif lebih murah, model-

³LK, Konsumen, *Wawancara Pribadi*, Banjarmasin, 9 Mei 2016.

model pakaiannya juga beraneka ragam, biasanya jarang di jual di pasaran. Pakaian-pakaian yang pernah dia beli seperti baju, gamis, rok, jilbab dll. FZ membeli pakaian-pakaian tersebut melalui grup *online shop* pada *BBM (Blackberry Messenger)* yang dia ikuti.

Cara pembelian yang dilakukan FZ melalui grup *online shop* yang ada pada *BBM*, FZ terlebih dahulu memilih pakaian muslimah yang ada di katalog grup *online shop* tersebut, setelah mengetahui pakaian muslimah yang mana yang ingin dibeli, dan memberikan komentar pada foto pakaian muslimah tersebut, kemudian penjual memberikan informasi kapan dan tanggal berapa pakaian muslimah tersebut akan datang, dan melakukan perjanjian untuk bertemu melakukan serah terima barang.

Cara pembayaran pada bisnis *online* pakaian muslimah yang dilakukan FZ, ada yang dengan melakukan *COD (Cash On Delivery)*, yaitu bayar di tempat pada saat barang diterima. Sistem pembayaran dengan COD biasanya dilakukan apabila *online shop* tersebut berada di Banjarmasin. FZ biasanya memilih grup *online shop* yang hanya ada di daerah Banjarmasin karena menurutnya lebih terpercaya kalau *online shop* dari luar FZ tidak begitu yakin karena harus *transfer* uang terlebih dahulu, dan biasanya rentan dengan penipuan.

FZ melakukan pembelian pakaian muslimah melalui *online* sudah lebih dari 8 kali, akan tetapi hanya beberapa pembelian saja yang mengalami permasalahan pada pakaian muslimah tersebut, yaitu seperti

ketika FZ membeli pakaian muslimah pada foto yang di pajang oleh penjual lengan dari baju tersebut lurus ternyata ketika sudah tiba ketangannya pakaian muslimah tersebut model lengannya lebar, dan juga pernah dia membeli pakaian muslimah terlihat pada foto pakaian muslimah tersebut adalah modelnya *maxi dress* ternyata ketika sudah tiba ketangannya pakaian muslimah tersebut atasan dengan bawahannya terpisah, dan juga pernah dia membeli pakaian muslimah pada informasi yang dicantumkan oleh penjual kain tersebut bahannya katun akan tetapi ketika sudah tiba ketangannya ternyata bahan dari kanya spandek. ketika FZ mengalami permasalahan terhadap barang yang dia beli dia tidak melakukan komplain kepada penjual hanya lebih berhati-hati ketika memilih barang yang dia ingin beli dan ketika informasi yang di catumkan oleh penjual tidak lengkap dia langsung menanyakannya kepada penjual tentang informasi yang lebih lengkap tentang barang tersebut.⁴

e. Informan V (Konsumen)

1) Identitas Informan

Nama : FE
Umur : 22 Tahun
Pendidikan : SMA
Pekerjaan : Mahasisiwi
Alamat : Jln. Pramuka Km 6

⁴FZ, Konsumen, *Wawancara Langsung*, Banjarmasin, 11 Mei 2016.

2) Gambaran Bisnis Menurut Konsumen dan Permasalahan Di Dalamnya

FE tertarik untuk melakukan pembelian pakaian muslimah melalui *online* karena menurut dia di tempatnya belum pernah ada model pakaian yang dijual oleh penjual yang ada di *online shop* tersebut. FE melakukan pembelian tersebut melalui beberapa media sosial seperti di *BBM (Blackberry Messenger)* dan *Instagram*.

Cara pembelian yang dilakukan FE melalui grup *online shop* yang ada pada *BBM*, FE terlebih dahulu memilih pakaian muslimah yang ada pada katalog grup *online shop* tersebut, setelah mengetahui pakaian muslimah yang mana yang ingin dibeli, dan memberikan komentar pada foto pakaian muslimah tersebut, kemudian penjual memberikan informasi kapan dan tanggal berapa pakaian muslimah tersebut akan datang, dan melakukan perjanjian untuk bertemu melakukan serah terima barang, dan untuk pembelian melalui *Instagram* biasanya FE harus meng-*invite* dulu pin *BBM* atau *Line* admin, *screenshot* barang yang ingin dibeli, kemudian melakukan perjanjian seperti pembelian pada *BBM*.

Cara pembayaran pada bisnis *online* pakaian muslimah yang dilakukan FE, ada yang dengan melakukan *COD (Cash On Delivery)*, yaitu bayar di tempat pada saat barang diterima. Sistem pembayaran dengan *COD* biasanya dilakukan apabila *online shop* tersebut berada di Banjarmasin, apabila *online shop* berada di luar dari daerah Banjarmasin

cara pembayarannya dengan men-*transfer via* bank Mandiri, dan untuk pengiriman pakaian muslimah yang dibeli oleh FE, biasanya melalui jasa pengiriman barang, yaitu melalui JNE.

Permasalahan dari pakaian muslimah yang FE beli, dari foto yang ditampilkan oleh *online shop* tersebut baju yang FE ingin beli adalah atasan baju yang bahannya kaos yang panjangnya sampai lutut, akan tetapi ketika sudah sampai ketangan FE ternyata panjangnya hanya sepinggang dan tidak sesuai dengan perkiraan FE. FE sudah lima kali melakukan pembelian pakaian muslimah melalui *online* akan tetapi hanya pembelian yang pertama yang terdapat permasalahan dari barang yang dia beli. Menurut FE kita sering tertipu atau barang asli dan barang yang ada pada foto tidak sesuai ketika kita membeli baju atau pakaian lainnya di *online* karena tergoda dengan harga murah tetapi kualitas barang tersebut rendah, maksudnya harga ramah tapi berharap kualitas bagus. Ketika FE mengalami permasalahan tersebut dia tidak melakukan tindakan apapun atau komplain dengan penjual, hanya tidak melakukan pemesanan kembali di tempat yang sama.⁵

f. Informan VI (Konsumen)

1) Identitas Informan

Nama : SR

Umur : 21 Tahun

Pendidikan : SMA

⁵FE, Konsumen, *Wawancara Pribadi*, Banjarmasin, 12 Mei 2016.

Pekerjaan : Mahasiswi
Alamat : Jl. Veteran Km, 5,5 Rt. 3 Gg. Ar-Raudah No. 50.
Kel. Sungai Lulut Bjm

2) Gambaran Bisnis Menurut Konsumen dan Permasalahan Di Dalamnya

SR mengatakan dia sering membeli Pakaian Muslimah secara *online*, karena menurut SR pakaian-pakaian yang dijual di *online* kebanyakannya tidak diperjual belikan dipasaran biasa, dan mengapa SR membeli pakaian muslimah tersebut melalui *online* karena menurutnya untuk memilih pakaian yang ingin dibeli dia harus mengikuti *trend fashion* sekarang dan kalau dia membeli melalui *online* biasanya akan terlihat pakaian muslimah yang seperti apa yang sedang *trend*, dan untuk pembelian melalui *online* sangatlah mudah karena hanya dengan mencari barang yang ingin dibeli dari barang-barang yang ada dikatalog grup *online shop*, kemudian langsung melakukan pemesanan. SR melakukan pembelian pakaian muslimah melalui *online shop* di grup *BBM (Blackberry Messenger), Instagram, Facebook*. Untuk memilih *online shop* sebagai tempat pembelian SR memilih *online shop* dari orang-orang terdekat misalnya teman karena bisa bertanya langsung tentang informasi dari barang yang ingin SR beli, dan *online shop* yang terpercaya yang memiliki banyak testimoni-testimoni dari pelanggannya.

Cara pembelian yang dilakukan SR melalui *BBM* dia terlebih dahulu mengikuti grup *online shop* yang ada di *BBM*, kemudian SR melakukan pemesanan dengan memberikan komentar pada foto barang

yang ingin SR beli, kemudian penjual memberikan informasi kapan dan tanggal berapa baju tersebut akan datang, dan melakukan perjanjian untuk bertemu untuk melakukan serah terima barang. Untuk pembelian melalui *Facebook* dan *Instagram* dia harus *invite* pin *BBM online shop* tersebut terlebih dahulu karena menurut SR kebanyakan *Facebook* dan *Instagram* hanya untuk mempromosikan grup *online shop* yang ada di *BBM* saja.

Cara pembayaran pada bisnis *online* pakaian muslimah yang dilakukan SR, ada yang dengan melakukan *COD (Cash On Delivery)*, yaitu bayar di tempat pada saat barang diterima. Sistem pembayaran dengan *COD* biasanya dilakukan apabila *online shop* tersebut berada di Banjarmasin, apabila *online shop* berada di luar dari daerah Banjarmasin cara pembayarannya dengan *men-transfer via* bank *BRI*, dan untuk pengiriman pakaian muslimah yang dibeli oleh SR, biasanya melalui jasa pengiriman barang, yaitu melalui *JNE*.

SR mengaku sudah sering melakukan pembelian pakaian muslimah melalui *online* mungkin sudah lebih dari 7 kali pembelian, dari beberapa kali pembelian tersebut hanya beberapa kali pembelian yang mengalami permasalahan, untuk permasalahan terhadap barang yang dia beli, yaitu seperti warna barang aslinya berbeda dengan foto yang dipajang oleh pemilik *online shop*, ukuran pakaian yang di informasikan oleh penjual tidak sesuai dengan perkiraan SR, ketika sudah tiba

ketangan SR ternyata kependekan. SR tidak melakukan komplain dengan penjual hanya tidak melakukan pembelian di tempat yang sama.⁶

B. Laporan Penelitian

1. Gambaran Mekanisme Bisnis *Online* Pakaian Muslimah Di Kalangan Mahasiswi IAIN Antasari Banjarmasin

Perkembangan zaman yang telah mengubah seluruh aspek kehidupan menjadi lebih canggih dan modern, karena perubahan kualitas saat ini tidak hanya terjadi pada teknologi telekomunikasi saja, perubahan kualitas saat ini juga terjadi pada *trend fashion* pakaian muslimah, pakaian juga merupakan suatu kebutuhan utama kehidupan manusia. Pakaian untuk umat muslim memang jauh sebelumnya tidak begitu memiliki gaya yang bernuansa indah dan modern, sehingga pakaian-pakaian muslim kurang diminati oleh masyarakat. Akan tetapi, dengan adanya *trend fashion* pakaian muslim yang mengalami perubahan mulai dari bahan dasar yang dipakai, warna-warna yang dipilih, model busana dan sampai pada *style* yang telah dimodifikasi sedemikian rupa sehingga menjadikannya sebuah pakaian muslimah yang modern dan indah. Dengan adanya perubahan yang terjadi pada pakaian muslimah sehingga menjadikan peluang bisnis bagi masyarakat begitu juga bagi mahasiswi IAIN Antasari Banjarmasin.

Seperti yang penulis uraikan dalam kegiatan informan diatas yaitu pada informan I, yaitu AW dan bisnis online pakaian muslimah yang dijalankan oleh

⁶SR, Konsumen, *Wawancara langsung*, Banjarmasin, 13 Mei 2016.

AW yang bernama *AW Collection* pada grup *BBM* dengan melakukan kerjasama terlebih dahulu dengan pihak *supplier* untuk memasarkan pakaian muslimah tersebut, dan bertindak sebagai *reseller* dan bisa juga sebagai *dropshipper*. Selanjutnya melakukan promosi melalui *BBM*, *Line*, *Instagram*, dan *Facebook*, dengan mencantumkan informasi barang, seperti warna, ukuran, nama barang, dan bahannya. Untuk promosi yang dilakukan AW melalui *BBM*, dia terlebih dahulu membuat grup *online shop* selanjutnya membagikan pin *BBM* tersebut kepada calon konsumen, dengan menuliskan pin *BBM* di jejaring sosial lain seperti *Facebook*, dan *Instagram*, dan untuk promosi melalui *Facebook* AW hanya mem-*posting* foto pakaian muslimah dan mencantumkan informasi barangnya saja, tidak menggunakan layanan *Fanpage* yang ada pada aplikasi *Facebook* tersebut, dan untuk promosi pakaian muslimah melalui *Instagram*, AW mem-*posting* foto-foto pakaian muslimah yang dia pasarkan dengan mengunggah foto tersebut menggunakan fitur edit foto yang ada di *Instagram* dan untuk memudahkan pengguna lain mencari produk yang di pasarkan AW menggunakan tanda pagar atau tagar (#).

Cara pembayaran yang dilakukan konsumen ketika melakukan pembelian pada *AW Collection*, untuk cara pembayarannya apabila konsumen berada satu kota dengan penjual maka dengan melakukan COD (*Cash On Delivery*), dengan melakukan perjanjian terlebih dahulu dengan konsumen dimana dan kapan pertemuan tersebut dilakukan. Akan tetapi apabila konsumen bukan satu kota konsumen terlebih dahulu men-*transfer* uang kepada AW kemudian setelah itu AW men-*transfer* kembali ke *supplier*

biasanya AW men-*transfer* melalui bank BRI dan BNI, dan untuk pengiriman barangnya AW menggunakan jasa layanan pengiriman barang, yaitu TIKI. Apabila terdapat komplain dari pelanggan atau konsumen Cara AW mengatasi komplain tersebut dia menjelaskan kembali informasi dari barang yang dia pajang kepada konsumen dan meminta maaf atas permasalahan yang terjadi pada barang tersebut, dan apabila barang yang dikirimkan oleh *supplier* itu rusak AW menjualnya dengan harga modal awal.

Begitu juga dengan kegiatan informan II, yaitu MM. Bisnis *online* yang dijalankan oleh MM yang bernama Rajut HM *Shop* pada grup *BBM*. Promosi dan cara pembayaran yang dilakukan oleh MM sama dengan yang dilakukan informan I yang berbeda hanya pada jasa bank dan jasa pengiriman barang yang digunakan, yaitu MM menggunakan bank BCA dan untuk jasa pengiriman barang MM menggunakan JNE. Apabila terdapat komplain dari konsumen MM menjelaskan menjelaskan kembali informasi dari barang yang sudah dia berikan informasi ketika memajang foto barang tersebut dan yang pasti untuk keluhan tersebut MM tidak bisa membatalkan pemesanan karena sudah ada perjanjian barang tidak bisa dikembalikan lagi apabila barang sudah sampai ke tangan konsumen, dan biasanya para pelanggan mengerti ketika sudah dijelaskan secara rinci oleh MM, dan biasanya untuk harga MM tidak banyak mengambil keuntungan dan dari segi harga barang relatif lebih murah.

Kegiatan pembelian pakaian muslimah yang dilakukan oleh para konsumen, yaitu informan III (LK), IV (FZ), V (FE) dan VI (SR) ketika melakukan pembelian melalui bisnis *online* ini. Pertama-tama mereka terlebih

dahulu mengikuti grup *online shop* yang ada pada *BBM*, *Facebook*, *Line* dan *Instagram*. Untuk pembelian melalui *BBM* mereka langsung memberikan komentar pada foto pakaian yang ingin mereka beli, apabila ada informasi yang kurang mereka menanyakan kembali kepada penjual, begitu juga pada pembelian melalui *Line* dan *Facebook*, terkecuali pada *Instagram*. Biasanya apabila melalui *Instagram* mereka memberikan komentar pada foto pakaian yang ingin dibeli tetapi untuk proses lebih lanjutnya mereka terlebih dahulu invite pin *BBM* penjual. Setelah itu penjual memberikan informasi kapan dan di mana mereka bertemu untuk melakukan serah terima barang begitu pula pada *BBM*, *Line* dan *Facebook*.

Cara pembayaran pada bisnis *online* pakaian muslimah yang dilakukan mereka, ada yang dengan melakukan COD (*Cash On Delivery*), yaitu bayar di tempat pada saat barang diterima. Sistem pembayaran dengan COD biasanya dilakukan apabila *online shop* tersebut berada di Banjarmasin, apabila *online shop* berada di luar dari daerah Banjarmasin cara pembayarannya dengan *transfer* melalui bank BRI dan Mandiri, dan untuk pengiriman pakaian muslimah yang mereka beli dikirim melalui jasa pengiriman barang, yaitu JNE dan TIKI.

Pelaksanaan transaksi bisnis *online* pakaian muslimah, secara sekilas hampir serupa dengan transaksi *as-salam* dalam hal pembayaran dan penyerahan komoditi/produk yang dijadikan sebagai obyek transaksi. Pengiriman melalui jasa pengiriman barang sesuai dengan kesepakatan spesifikasi komoditi, waktu dan tempat penyerahan, dengan demikian,

penyerahan komoditi pada bisnis *online* pakaian muslimah telah memenuhi salah satu ketentuan yang ada dalam transaksi *as-salam*, yaitu mengenai penangguhan penyerahan komoditi.

2. Gambaran Permasalahan Konsumen Dalam Bertransaksi Di Bisnis *Online* Pakaian Muslimah Di Kalangan Mahasiswi IAIN Antasari Banjarmasin

Pesatnya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi merupakan salah satu faktor perkembangan bisnis secara *online* yang dapat mempengaruhi kondisi perekonomian agar terus meningkat. Banyaknya pelaku usaha yang tertarik mengembangkan bisnis secara *online* dikarenakan bisnis semacam ini memiliki kemudahan dan keunggulan dibandingkan dari bisnis di dunia nyata (*offline*).

Adanya bisnis *online* yang menawarkan berbagai macam kemudahan akses bagi setiap pengguna internet, membuat manusia sebagai pelaku tujuan seringkali menempuh modus menghalalkan segala macam cara. Salah satu tujuan terakhir yang mendorong sikap kehendak ini yaitu meraih keuntungan yang sebanyak banyaknya untuk kekayaan pribadi.⁷ Beberapa penjual *online* sering kali mengesampingkan ketidaklayakan barang, berpikir bahwa barang harus laku terjual.

Seperti yang penulis uraikan dalam beberapa pernyataan konsumen tentang permasalahan yang mereka alami ketika bertransaksi atau membeli pakaian muslimah melalui *online*. Pada informan III permasalahan yang LK

⁷Muhammad Djakfar, *Hukum Bisnis* (Yogyakarta: Press, 2009), hlm. 122.

alami ketika membeli pakaian muslimah melalui *online*, yaitu pada foto warna pakaian tersebut adalah warna ungu cerah ternyata ketika sudah sampai ketangan LK warna dari pakaian tersebut ternyata warna ungu gelap, pada informasi yang dicantumkan oleh penjual pada foto pakaian tersebut bahan kainnya adalah katun, dan ternyata bahan kain pakaian tersebut adalah spandek. Informan IV yaitu FZ permasalahan yang dia alami, yaitu pada foto yang di pajang oleh penjual lengan dari baju tersebut lurus ternyata ketika sudah tiba ketangannya ternyata baju tersebut model lengannya lebar, dan juga pernah dia membeli baju terlihat pada fotonya baju tersebut adalah *maxi dress* ternyata ketika sudah tiba ketangannya baju tersebut atasan dengan bawahan terpisah, dan juga pernah di membeli baju di informasi yang dicantumkan oleh penjual kain tersebut bahannya katun akan tetapi ketika sudah tiba ketangannya ternyata bahannya spandek.

Pada informan V, yaitu FE untuk permasalahan dari barang yang FE beli, dari foto yang ditampilkan oleh *online shop* tersebut baju yang FE ingin beli adalah baju kaos yang panjangnya sampai lutut, akan tetapi ketika sudah sampai ketangan FE ternyata panjangnya hanya sepinggang dan tidak sesuai dengan perkiraan FE.

Pada informan VI, yaitu SR permasalahan yang dia alami seperti warna barang aslinya berbeda dengan foto yang dipajang oleh pemilik *online shop*, ukuran pakaian yang di informasikan oleh penjual tidak sesuai dengan perkiraan SR, ketika sudah tiba ketangan SR ternyata kependekan.

Pembeli seharusnya menerima barang dalam kondisi baik dan dengan harga yang wajar. Mereka juga harus diberitahu bila terdapat kekurangan-kekurangan pada suatu barang.⁸

Orang yang sadar sepenuhnya apa yang akan menjadi kewajibannya dalam dunia bisnis. Dia tahu mengenai bidang kegiatannya, situasi yang dihadapinya, apa yang diharapkan darinya, tutunan dan aturan yang berlaku bagi bidang kegiatannya, sadar dan tahu akan keputusan dan tindakan yang akan diambilnya serta resiko yang akan timbul baik bagi dirinya ataupun bagi orang lain. Dia juga tahu bahwa keputusan dan tindakan yang akan diambilnya akan sesuai atau sebaliknya, bertentangan dengan nilai dan norma tertentu. Jika seandainya bertentangan, dia sadar dan tahu mengapa keputusan dan tindakan itu tetap diambilnya walaupun bertentangan dengan norma moral dan nilai tertentu.

Karena itu orang yang memiliki perilaku atau sikap dan kemampuan untuk mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan kesadaran sendiri tentang apa yang dianggapnya baik untuk dilakukan tidak akan begitu saja mengikuti nilai dan moral yang ada, melainkan dia tahu dan sadar bahwa hal itu baik.⁹

⁸Muhammad, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: UPP-AMP YKPN, 2002), hlm. 143.

⁹Muhaimin, *Perbandingan Praktik Etika Bisnis Islam Etnik Cina & Pebisnis Lokal* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011), hlm. 22.

3. Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Mekanisme dan Permasalahan Bisnis *Online* Pakaian Muslimah Di Kalangan Mahasisiwi IAIN Antasari Banjarmasin

Etika bisnis merupakan cara untuk melakukan kegiatan bisnis yang mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu juga masyarakat, etika bisnis dapat membentuk nilai, norma dan perilaku yang baik. Prinsip bisnis yang baik adalah bisnis yang beretika yakni bisnis dengan kinerja unggul dan berkesinambungan yang dijalankan dengan mentaati kaidah-kaidah etika sejalan dengan hukum dan peraturan yang berlaku.

Pebisnis muslim harus berpegang teguh pada etika Islam karena mampu membuat pebisnis sukses dan maju agar selalu melakukan perbuatan sesuai dengan kapasitasnya. Dalam melaksanakan segala hal manusia tentunya memiliki tujuan hidup, dalam konsep dasar ekonomi Islam tujuan hidup adalah falah cara manusia mencapai falah sangat tergantung pada perilaku dan keadaan manusia di dunia.

Berikut ini analisis mengenai gambaran kegiatan bisnis yang dilakukan pelaku bisnis *online* pakaian muslimah dan pelaku bisnis *online* pakaian muslimah dari sudut pandang konsumen, yang berkaitan dengan transaksi bisnis *online* yang ada di kalangan mahasisiwi IAIN Antasari Banjarmasin:

- a. Cara menawarkan barang atau promosi pada bisnis *online* pakaian muslimah

Pelaku bisnis *online* memasarkan pakaian muslimah tersebut hanya dengan melakukan promosi melalui media sosial, yaitu dengan memajang

atau mem-*posting* foto pakaian muslimah melalui *BBM*, *Facebook*, dan *Instagram*, dengan mencantumkan informasi barang, seperti warna, ukuran, nama barang, dan bahannya. Akan tetapi, tidak semua barang dapat di berikan informasi secara lengkap ketika pelanggan bertanya para pelaku bisnis akan memberikan informasi yang tidak tertera pada barang tersebut, Cara promosi yang dilakukan oleh para pelaku bisnis *online* di kalangan mahasisiwi IAIN Antasari Banjarmasin tidak termasuk dalam unsur *tadlis*, karena para pelaku bisnis akan menjelaskan dan memberikan informasi kepada pembeli tentang pakaian muslimah yang mereka pajang pada media sosial apabila ada informasi dari pakaian tersebut yang tidak tercantum pada foto. Sedangkan *tadlis* adalah sesuatu yang tidak jelas dan dapat merugikan salah satu pihak dan *gharar* ini bertentangan dengan etika bisnis Islam.

Cara promosi yang dilakukan pelaku bisnis *online* pakaian muslimah dari sudut pandangan konsumen dapat dilihat dari permasalahan yang konsumen alami, untuk permasalahan pada pakaian muslimah pada *online shop* yang dipaparkan oleh informan III, IV, V dan VI dapat dikelompokkan menjadi: 1) ketidaksesuaian warna pakaian muslimah yang ada di foto dengan aslinya; 2) ketidaksesuaian informasi bahan kain yang di informasikan oleh penjual dengan kenyataannya; 3) ketidaksesuaian perkiraan konsumen tentang model pakaian yang ada pada foto dengan aslinya.

Permasalahan yang terjadi pada konsumen, yaitu pada permasalahan yang pertama (1) dan yang ketiga (3), menurut penulis cara promosi pelaku

bisnis *online* pakaian muslimah tersebut kurang etis, karena pelaku bisnis tidak memberikan penjelasan kepada konsumen tentang warna yang berbeda dengan aslinya, karena menurut penulis foto tersebut biasanya di ambil dengan pencahayaan dan efek kamera yang bagus jadi terlihat lebih cerah dan akan sedikit berbeda dengan aslinya, dan tidak menjelaskan model dari pakaian pada foto yang terpajang pada grup *online shopnya*. Walaupun konsumen tidak bertanya mengenai informasi tersebut seharusnya pelaku bisnis tetap memberikan informasi kepada konsumen agar tidak terjadi perselisihan antara penjual dan pembeli serta agar penjual dan pembeli terjadi saling ridha. Begitu juga dalam hal ini konsumen harus jeli dan harus lebih mengetahui model dari pakaian muslimah yang dipajang oleh penjual dengan menanyakan informasi yang lebih lengkap apabila penjual tidak mencantumkan pada foto pakaian muslimah tersebut. Karena, Islam tidak mengenal sebuah istilah kapitalisme klasik yang berbunyi pembelilah yang harus berhati-hati, tidak pula pelaku usahalah yang harus berhati-hati. Tetapi dalam Islam yang berlaku adalah keseimbangan dimana pembeli dan penjual harus berhati-hati.¹⁰

Permasalahan yang terjadi pada konsumen, yaitu pada permasalahan yang kedua (2), menurut penulis hal ini bertentangan dengan prinsip keseimbangan yang ada pada etika bisnis Islam, karena ketidakjujuran penjual terhadap konsumen.

¹⁰Muhammad dan Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam* (Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta, 2004), hlm 198.

Islam menuntut keseimbangan/kesejajaran antara kepentingan diri sendiri dan kepentingan orang lain, antara kepentingan si kaya dan si miskin, antara hak pembeli dan hak penjual dan lain sebagainya. Pembeli seharusnya menerima barang dalam kondisi baik dan dengan harga yang wajar. Mereka juga harus diberitahu bila terdapat kekurangan-kekurangan pada suatu barang.¹¹

Firman Allah Q.S. al-Isrā‘/17 : 35.

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزَنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا (٣٥)

“Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya”¹².

Makna lain dari kata ‘*adl* adalah keadilan dan kesetaraan. Seperti yang kita lihat pada ayat di atas, sebuah transaksi yang seimbang adalah juga setara dan adil.¹³ Allah Swt. telah menganjurkan kepada semua umat manusia pada umumnya, dan kepada para pebisnis pada khususnya untuk berlaku jujur dalam menimbang, menakar dan mengukur barang dagangan. Penyimpangan dalam menimbang, menakar dan mengukur merupakan wujud kecurangan dalam bisnis.¹⁴

Dalam hal ini konsumen seharusnya mendapatkan hak *khiyâr al ru'yah*, yaitu hak *khiyâr* terhadap pembeli ketika melihat barang yang akan

¹¹Muhammad, *op. cit.*, hlm. 143.

¹²Nandang Burhanudin, *Mushaf Al-Burhan* (Bandung: Media Fitrah Rabbani, 2010), hlm. 285.

¹³Muhammad, *op. cit.*, hlm. 64.

¹⁴Muhammad Djakfar, *op. cit.*, hlm. 41.

dibeli karena ketika akad berlangsung ia tidak menyaksikan barang tersebut, dan konsumen mendapatkan hak ganti rugi terhadap barang yang tidak sesuai dengan aslinya tersebut dengan barang yang sesuai dengan yang di informasikan oleh penjual.

b. Cara pembelian pada bisnis *online* pakaian muslimah

Cara pembelian pakaian muslimah yang dilakukan oleh para konsumen, yaitu mahasisiwi IAIN Antasari Banjarmasin melalui *online* merupakan cara transaksi jual beli yang memberikan kemudahan kepada para konsumen untuk melakukan pembelian karena hanya dengan mengikuti grup *online shop* penjual yang ada pada *BBM*, *Facebook*, *Line*, dan *Instagram*, konsumen dapat langsung melakukan pembelian apabila konsumen merasa tertarik dengan foto pakaian muslimah yang dipajang oleh para penjual. Memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi jual beli merupakan bagian dari etika bisnis Islam,

c. Cara pembayaran dan pengiriman barang pada bisnis *online* pakaian muslimah

Cara pembayaran dan pengiriman barang pada bisnis *online* pakaian muslimah di kalangan mahasisiwi IAIN Antasari Banjarmasin tidak termasuk dalam unsur *gharar*, karena pembayaran dan pengiriman melalui jasa bank dan jasa pengiriman barang sesuai dengan kesepakatan antara penjual dan pembeli dan terdapat kejelasan waktu dan tempat penyerahan barang, dan tidak bertentangan dengan konsep *kehedak bebas* dan tanggung jawab pada etika bisnis Islam, karena para pelaku bisnis *online* menepati

dan melaksanakan semua perjanjian yang mereka lakukan dengan para konsumen, yaitu melakukan pengiriman dan pengantaran barang kepada para konsumen.

Firman Allah Swt. Q.S. al-Mā'idah/5: 1.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُتْلَى عَلَيْكُمْ غَيْرَ
مُحَلِّي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ (١)

“Hai orang-orang yang beriman, penuhi serta sempurnakanlah perjanjian-perjanjian. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya”.¹⁵

Tafsir dari ayat di atas menjelaskan, “Perintah menepati janji dan nazar, baik dengan sumpah atau tidak, termaktub dalam ayat (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا) (أَوْفُوا بِالْعُقُودِ) ‘Hai orang-orang beriman, penuhilah perjanjian-perjanjian itu.’” Ayat ini berlaku umum pada setiap perjanjian. Allah menghendaki kita agar melaksanakan seluruh perjanjian, baik dengan sumpah atau tidak. Setiap perjanjian itu nazar, jika perjanjian tersebut mengandung perbuatan taat kepada Allah.¹⁶

Kata ‘*uqud*’ merupakan konsep beraneka dimensi yang meliputi, kewajiban ilahi, yang mengarah dari spritual dan hubungan sesama kepada Allah, kewajiban sosial, kewajiban politi, dan kewajiban bisnis kita seperti,

¹⁵Syaikh Ahmad Bin Musthafa Al-Farran, *Tafsir Imam Syafi'i*, terj. Fedrian Hasmand (Jakarta Timur: Almahira, 2007), hlm. 275.

¹⁶*Ibid.*, hlm. 276.

kontrak formal mengenai tugas-tugas tertentu yang harus dilakukan ataupun kontrak-kontrak kerja sama atau kepegawaian.¹⁷

¹⁷Muhammad Djakfar, *op. cit.*, hlm. 49.