

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

1. Mekanisme Bisnis *online* pakaian muslimah yang dilakukan oleh penjual dan konsumen merupakan kegiatan bisnis yang dilakukan melalui media internet dengan mempromosikan pakaian muslimah melalui *BBM*, *Line*, *Facebook* dan *Instagram*. Sistem pembelian pada bisnis *online* harus dengan ketentuan, yaitu terlebih dahulu konsumen mengikuti grup *online shop* penjual kemudian baru bisa melakukan pemesanan terhadap pakaian muslimah yang ingin konsumen beli, dengan ketentuan apabila konsumen berada satu kota dengan penjual maka cara pembayarannya dengan COD (*Cash On Delivery*), dan untuk konsumen yang berada tidak satu kota cara pembayarannya dengan melakukan transfer *via* bank yang sudah ditentukan oleh penjual, dan pengiriman barangnya melalui jasa layanan pengiriman barang seperti TIKI dan JNE. Transaksi bisnis *online* pakaian muslimah ini tidak bertentangan dengan ketentuan transaksi dalam *salam*.
2. Permasalahan-permasalahan yang di alami konsumen ketika bertransaksi melalui bisnis *online* pakaian muslimah berkisar pada:
 - a. Ketidaksesuaian warna pakaian yang asli dengan warna pakaian yang ada di foto
 - b. Ketidaksesuaian bahan kain yang di informasikan oleh penjual dengan aslinya

- c. Ketidaksesuaian perkiraan konsumen tentang model pakaian muslimah dengan kenyataannya
3. Perspektif etika bisnis Islam terhadap bisnis *online* pakaian muslimah di kalangan mahasisiwi IAIN Antasari:
 - a. Cara menawarkan barang atau promosi pada bisnis *online* pakaian muslimah yang dilakukan oleh pelaku bisnis *online* pakaian muslimah di kalangan mahasisiwi IAIN Antasari Banjarmasin tidak mengandung unsur gharar, 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 cara promosi yang dilakukan pelaku bisnis *online* pakaian muslimah dari sudut pandangan konsumen yang dilihat dari permasalahan yang konsumen alami dari tiga kelompok permasalahan di atas pada permasalahan a dan c pelaku bisnis tersebut kurang etis, karena tidak memberikan penjelasan kepada konsumen walaupun konsumen tidak melakukan pertanyaan, dan untuk kelompok permasalahan b bisnis tersebut menurut penulis hal ini bertentangan dengan prinsip keseimbangan yang ada pada etika bisnis Islam, karena ketidakjujuran penjual terhadap konsumen.
 - b. Cara pembelian pada bisnis *online* pakaian muslimah tidak bertentangan dengan etika bisnis Islam, karena bisnis *online* memberikan kemudahan transaksi jual beli kepada pihak konsumen.

c. Cara pembayaran dan pengiriman barang pada bisnis *online* pakaian muslimah tidak bertentangan dengan etika bisnis Islam, karena tidak mengandung unsur gharar, dan sesuai dengan konsep kehendak bebas dan tanggung jawab dalam proses pengiriman barang kepada konsumen.

B. Saran-Saran

1. Bagi para pelaku bisnis khususnya pelaku bisnis *online* hendaknya dalam melakukan kegiatan bisnis lebih memperhatikan kejelasan informasi yang dicantumkan pada foto atau katalog barang yang diperjualbelikannya.
2. Bagi para konsumen sebaiknya lebih berhati-hati dalam memilih *online shop*, pilihlah yang sudah terpercaya dan memang sudah banyak pelanggannya, dan untuk konsumen dalam memilih barang yang ingin dibeli harus lebih jeli lagi dengan harga yang ditawarkan oleh penjual karena tingkat harga berpengaruh dengan kualitas barang.
3. Bagi para pembaca diharapkan dapat memahami bagaimana berbisnis *online* yang diperbolehkan oleh Islam dan bagaimana permasalahan-permasalahan dalam bertransaksinya agar nantinya apabila dia menggunakan media *online* baik sebagai pembeli atau penjual sudah mengetahui aturan-aturan dan akan lebih berhati-hati.
4. Bagi para peneliti selanjutnya bisa dilihat dengan seksama dikarenakan masih terdapat kekurangan dalam penelitian ini sekiranya ingin menjadikan bahan informasi atau bahan acuan untuk mengadakan penelitian lebih mendalam tentang masalah ini dari sudut pandang yang berbeda.