

## ABSTRAK

### ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM PADA PENGUSAHA BUSANA MUSLIMAH YOGYAKARTA YANG MENJUAL PRODUKNYA DI *MARKETPLACE*

( STUDI KASUS SHOPEE, TOKOPEDIA, DAN BUKALAPAK)

ZULFA HUSNAYAIN

15423038

Perkembangan industri online di Yogyakarta mengalami sebuah peningkatan pada beberapa tahun terakhir ini. Karena hal tersebut para pengusaha busana muslimah memanfaatkannya dalam bentuk melakukan aktifitas bisnis didalamnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kesesuaian penjualan produk pengusaha busana muslimah di *marketplace* dengan etika bisnis Islam. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan metode deskriptif yang dapat disebut penelitian deskriptif kualitatif. Data penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara secara langsung pada pengusaha busana muslimah di Yogyakarta dengan jumlah sebanyak 6 responden. Data yang sudah terkumpul dianalisis secara deskriptif kualitatif guna mengambil kesimpulan dari penelitian ini. Aktifitas bisnis didalam *marketplace* adalah sebuah kegiatan aktifitas bisnis yang dilakukan oleh pelaku bisnis didalam sistem yang disediakan oleh *marketplace*. Aktifitas ini dapat dikatakan memenuhi rukun dan syarat sahnya jual beli menurut Islam karena akad yang jelas dan penerapan yang dilakukan oleh produsen sesuai dengan syariah Islam. Aktifitas bisnis online yang sesuai dengan syariah Islam atau Etika Bisnis Islam adalah jujur dan amanah. Responden melakukan aktifitas bisnis dengan jujur dan amanah diantaranya adalah dengan menjual produk yang diperbolehkan Islam dan memposting gambar yang sesuai barang aslinya. Dilihat dari sudut pandang etika bisnis Islam responden melaksanakan sesuai dengan landasan ketauhidan, keadilan, keseimbangan dan pertanggung jawaban.

Kata Kunci: *Marketplace* , Etika Bisnis Islam, Busana Muslimah

## ***ABSTRACT***

### **ANALYSIS ON ISLAMIC BUSINESS ETHICS AMONG THE YOGYAKARTA MUSLIM FASHION ENTREPRENEURS SELLING THEIR PRODUCTS IN *MARKETPLACE* (CASE STUDY OF SHOPEE, TOKOPEDIA, AND BUKALAPAK)**

**ZULFA HUSNAYAIN  
15423038**

The development of online industry in Yogyakarta has been increasing since the recent years and, as a response, the entrepreneurs of Muslim fashion use it in the form of their business activities. This research aimed to analyse the conformity between the product sales of Muslim fashion entrepreneurs in the marketplace and Islamic business ethics. This is a qualitative research with descriptive method called as a qualitative-descriptive research. The data of this research were obtained from direct interviews with a total of 6 respondents as the Muslim fashion entrepreneurs in Yogyakarta. The collected data were analyzed in the descriptive and qualitative manner to draw conclusions from this research. Business activity in a marketplace refers to a business activity among business people in a system provided by the market place. This activity is viewed to fulfil the pillars and the legal terms of trade in Islam as the agreement is clear and the implementation by producer has been in line with the Islamic Sharia. The online business activities that are in line with Islamic sharia or Islamic business ethics are those honest and trustful. The respondents did the business activities honestly and trustfully such as by selling the products allowed in Islam and posting the picture similar with its originality. As seen from the perspective of Islamic business ethics, the respondents have done it in harmony with the base of monotheism, justice, balance and accountability

**Keywords:** *Marketplace*, Islamic Business Ethics, Muslim fashion

January 11, 2020

TRANSLATOR STATEMENT  
The information appearing herein has been translated  
by a Center for International Language and Cultural Studies of  
Islamic University of Indonesia  
CILACS UII Jl. DEMANGAN BARU NO 24  
YOGYAKARTA, INDONESIA.  
Phone/Fax: 0274 540 255