

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Praktik Bisnis Busana Muslimah didalam *Marketplace*

Marketplace merupakan salah satu bentuk fasilitas yang diberikan oleh teknologi yang dapat diambil manfaatnya oleh para pelaku bisnis melalui internet. *Marketplace* merupakan sebuah sarana yang diberikan untuk mempermudah produsen dan konsumen dalam menjalankan aktifitas jual beli. Jual beli adalah pertukaran sebuah harta yang didasarkan oleh perasaan saling rela atau memindahkan hak milik (Asnawi 2004). Unsur utama dalam jual beli adalah sebuah kerelaan dalam dua belah pihak. Sarat utama dalam berjual beli adalah 1) orang yang melakukan transaksi (penjual dan pembeli atau produsen dan konsumen, 2) ijab (pernyataan pertama yang diucapkan untuk bertransaksi) dan qabul (pernyataan pihak kedua untuk menerima pernyataan pertama, 3) objek transaksi atau barang yang akan diperjual belikan.

Bisnis online yang dilakukan oleh para pengusaha busana muslimah di Yogyakarta ini tidak jauh berbeda dengan melakukan bisnis secara offline. Hal itu terjadi karena *Electroic Marketplace*, *Electronic Marketplace* adalah sebuah pasar virtual yaitu sebuah tempat penghubung antara penjual dan pembeli yang dihubungkan melalui media internet atau elektronik yang dapat diakses secara cepat dan dapat diakses dimanapun berada. Perbedaannya hanya pada lokasi tempat interaksi antara penjual dengan pembeli.

Menurut Islam atau Hukum dalam melakukan transaksi didalam *marketplace* adalah boleh. Hal itu dikarenakan ulama telah menyepakati bahwa melakukan transaksi didalam *marketplace* dijatuhkan hukum transaksi as-salam. Transaksi as-salam adalah pemberian barang yang diserahkan dikemudian hari dengan pembayaran diawal. Dalam transaksi as-salam produk yang dijadikan objek transaksi tidak ada atau tidak dapat

dihadirkan ketika terjadinya transaksi. Menurut ahli fiqih dalam mendefinisikan transaksi assalam berbeda beda hal ini didasari dalam perbedaan persyaratan yang dikemukakan.

Berkembangnya teknologi ini para pengusaha busana muslimah mulai mencoba untuk terjun kedalam pasar online. dari hasil penelitian yang saya lakukan terhadap pengusaha busana muslimah diantara lain adalah luzyscollection, loker hasana, shecha.shop, adabia geray hijab, konveksi zulfa salma dan malika hijab store. Secara garis besar alasan mereka dalam terjun kedalam pasar online atau penggunaan *marketplace* adalah tren masakini, karena konsumen yang suka dengan belanja *online* dan *marketplace* memiliki peluang yang sangat besar dalam pertumbuhan suatu usaha didalamnya.

Luzyscollection awal mulai bisnis tahun 2016, diawali dengan tugas kuliah dengan modal secukupnya dan pemasaran seadanya. Mulai bisnis dari mulut ke mulut sampai tahun 2017, 2017 memulai nyewa kamar atau tempat untuk barang dagangan yang kemudian di awal tahun 2018 para konsumen meminta untuk berjualan menggunakan *marketplace*. Diawal tahun 2017 konsumen mulai pada mengenal *marketplace*. Luzyscollection mencoba untuk mengkaji terlebih dahulu dan akhirnya memulai menggunakan *marketplace* di tahun 2018. Meskipun belum begitu merasakan peningkatan yang signifikan terhadap pendapatan tetapi makin banyak yang tahu terhadap luzyscollection.

Loker hasanah memulai usahanya di tahun 2014 yang mulai dengan bisnis kulinernya, kemudian memulai usaha dibidang fashion atau busana muslimah di tahun 2015, memulai dengan menjual produknya kepada teman-teman dekat dan melalui *instagram* yang kemudian mulai untuk membuka sistem *prea order* . Ditahun 2017 loker hasanah mulai mengenal *marketplace* dan banyak konsumen yang ingin melakukan transaksi didalamnya. Akhirnya loker hasanah mulai mendaftarkan bisnisnya kepada salah satu akun *marketplace*.

Shecha.shop memulai usaha sejak tahun 2014, mulai dengan usaha apa yang konsumen cari kita ada dan carikan, awalnya dengan sistem

reseller barang. Shecha.shop telah melewati berbagai macam sistem, dari sistem dropshipping, reseller, sampai produksi sendiri. Di tahun 2016 shescha.shop mulai memberanikan diri untuk memproduksi busana muslimah yang diawali dengan berbagai macam jenis jilbab. Respon yang diterima oleh shecha.shop dari konsumen sangat bagus akhirnya shecha.shop mulai memproduksi blouse, rok, jilbab, dsb. Pemasaran awal dilakukan menggunakan whatsapp dan instagram. Menginjak ditahun 2017 *marketplace* memiliki banyak nama dan sedang *tranding* akhirnya shecha.shop mulai menggunakan *marketplace* sebagai sarana penjualan.

Adabia geray hijab mulai menganal *marketplace* ditahun 2016. Bentuk usaha dari adabia geray hijab yaitu reseller. Adabia geray hijab melayani pembelian grosiran atau jumlah besar. Awal berdirinya usaha ini dengan cara pembelian offline di toko. Banyak konsumen yang menginginkan adanya secara sistem online akhirnya adabia geray hijab mendaftarkan bisnisnya di tahun 2016. Alasan utamanya yaitu memudahkan konsumen untuk melakukan aktifitas bisnis didalamnya.

Konveksi zulfa salma memulai bisnisnya dengan penjualan busana muslimah yaitu gamis. Konveksi zulfa salma melayani pembelian grosiran, eceran, ataupun seragam. Konveksi zulfa salma awalnya tidak begitu memikirkan dengan kreatif inovatif dalam pemasaran. Tetapi konveksi zulfa salma awalnya melakukan pemasaran dengan cara mulut ke mulut atau dari teman ke teman. Sumber daya manusia juga didukung oleh tetangga sekitar, akhirnya memang tidak pusing dengan mencari sumberdaya manusia dan pemasaran lainnya. Mulai menginjak tahun 2017 konsumen mulai turun. Konveksi zulfa salma mencari titik permasalahan. Permasalahan utamanya yaitu banyak pengusana busana muslimah yang menjualkan produknya di *marketplace*. Karena hal tersebut konveksi zulfa salma mulai untuk menggunakan *marketplace* sebagai sarana penjualan.

Malika hijab store memulai bisnisnya ditahun 2016, disaat itu malika hijab store merancang konsep pemasarannya dengan jelas dan baik. Di tahun itu berdirilah toko dengan dibantu pemasaran melalui online yaitu menggunakan *instgram*, *marketplace* dan whatsapp. Banyak konsumen

yang langsung datang ke toko untuk memastikan produk yang ada dan juga ada konsumen yang melakukan transaksi didalam *marketplace* karena jarak yang memisahkan konsumen dan produser. Dengan seiring jalannya waktu dan cara pemasaran offline maupun online malika hijab store bisa menyikapi persaingan terhadap produser lain dengan cara persaingan sehat.

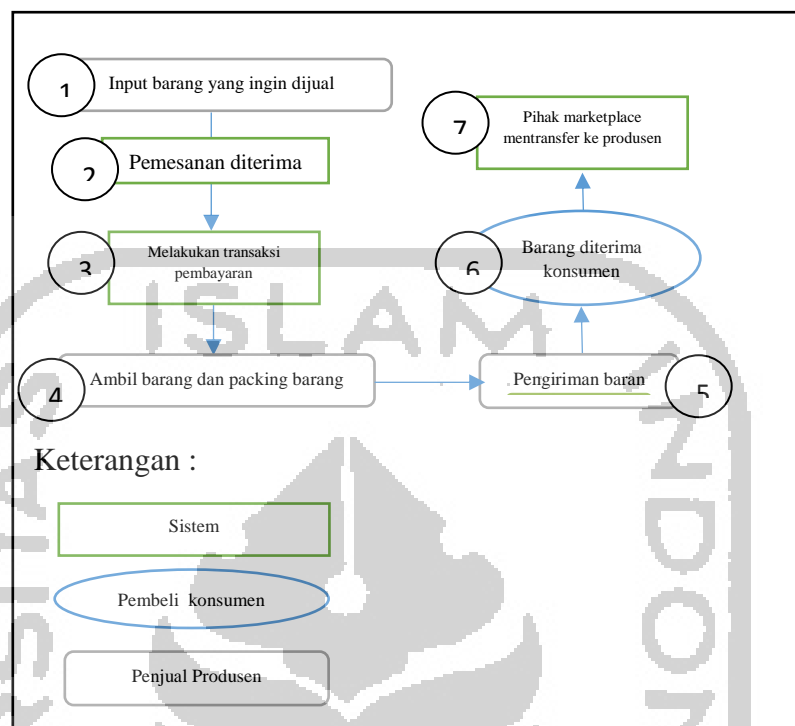
Tabel 4.1 Profil Singkat Pengusaha Busana Muslimah di Marketplace

Nama Usaha	Memulai bisnis	Bergabung <i>marketplace</i>	Bentuk usaha	Produksi
Luzyscollection	2016	2017	reseller	Jilbab dan gamis
Loker Hasanah	2015	2017	produsen	Jilbab, bluse, dan gamis
Shecha.Shop	2014	2018	Reseller dan produsen	Jilbab, bluse, tunik, kemeja, rok dan gamis
Adabia Geray Hijab	2004	2017	distributor	Jilbab
Konveksi Zulfa Salma	2007	2017	produsen	Gamis dan Jilbab
Malika Hijab Store	2016	2016	reseller	Jilbab, bluse, tunik, kemeja, rok dan gamis

B. Proses Penjualan Produk Busana Muslimah di *Marketplace*

Menurut Amit didalam jurnalnya menjelaskan mengenai alur bagan transaksi didalam *marketplace* sebagai berikut : (Amit Bhosle 2015)

Gambar 4.2 Alur Bagan Transaksi Marketplace Shopee, Tokopedia dan Bukalapak



1. Input catalog didalam *marketplace* yang dipilih
2. Produsen menerima pesanan dari konsumen melalui *marketplace*
3. Konsumen melakukan pembayaran yang dibayarkan kepada *marketplace* sesuai dengan kesepakatan
4. Produsen menyiapkan atau mengirim barang yang dipesan
5. Pengiriman barang sesuai dengan pilihan konsumen
6. Barang diterima oleh pihak konsumen dan melakukan verifikasi penerimaan barang
7. Pihak *marketplace* mengirim uang yang ditangguhkan kepada pihak *marketplace*

Tabel 4.2 Persamaan dan Perbedaan Marketplace

<i>marketplace</i>	persamaan	Perbedaan

		Masa tangguhan konsumen ketika tidak konvirmasi	Pengingat dari pihak marketplace
Shopee	Memiliki alur bagan transaksi didalam marketplace seperti diatas	1 kali 24 jam	Selalu ada tiap waktu
Bukalapak		2 kali 24 jam	Sehari sekali
Tokopedia		1 kali 24 jam	Jarang diadakannya peeingatan untuk produsen

Dapat disimpulkan dari tabel diatas bahwasanya adalah alur bagan transaksi didalam *marketplace* (shopee, tokopedia dan bukalapak memiliki alur yang sama. Yang membedakan adalah masa penanguhan ketika konsumen tidak melakukan verifikasi dan pengingat yang dilakukan oleh *marketplace* terhadap produsen (pengingat dalam hal penguploadtan catalog).

Luzyscollection awal mulanya ia mendaftarkan akun tokonya kepada bukalapak. Setelah melalui proses penginputan data luzyscollection memulai mengupload catalog dagangan yang ia ingin jual didalam *marketplace* . setelah penginputan barang, luzyscollection menunggu pesan masuk dari konsumen. Ketika ada pesan masuk luzyscollection mulai menyiapkan barang pesanan dan menyiapkan barang untuk dikirimkan. Setelah barang dikirimkan kepada konsumen luzyscollection menunggu barang sampai ke konsumen dan akan mendapatkan uang jualannya dari tokopedia setelah barang pesananya sampai kepada konsumen. Luzyscollection memilih bukalapak dibanding *marketplace* lain karena masalah prosedur setelah mendaftarkan akun didalamnya tidak susah di *marketplace* lain.

Konveksi zulfa salma juga tidak begitu jauh berbeda melakukan hal yang dilakukan oleh luzyscollection. Ia memilih menggunakan tokopedia. Tahap tahap yang dilakukan tidak jauh berbeda yaitu mendaftarkan akun ke *marketplace*. Kemudian menginput catalog dagangan dengan *continue*. Menunggu pesanan masuk dari pihak bukalapak, sambil menunggu pesanan masuk pihak konveksi zulfa salma selalu memproduksi barang, sehingga produk yang dijual sesuai kebutuhan konsumen. Setelah mendapatkan pesanan dari pihak *marketplace* konveksi zulfa salma mulai menyiapkan barang yang diinginkan oleh konsumen lalu mengirimkannya ke pihak konsumen. Setelah barang sampai dan terverifikasi pihak *marketplace* mengirimkan uang yang ditangguhkan kepada produsen.

Loker hasanah mulai menjual produknya di shopee awal tahun 2018. Loker hasanah mulai menjual produk didalam *marketplace* dengan cara mendaftarkan akun loker hasanah kepada shopee. Setelah melalui proses penginputan data-data yang panjang pihak shopee baru memberikan ruangan untuk menjual produknya didalam *marketplace*. Setelah melalui proses yang panjang penginputan catalog dagangan, pesan masuk diterima oleh loker hasanah dengan tanda konsumen ada yang membeli produk. Konsumen akan melakukan transaksi terlebih dahulu kepada pihak shopee yang kemudian pihak shopee akan memberikan pesanan kepada pihak loker hasanah. Setelah itu kami menyiapkan barang pesanan untuk dikirimkan kepada konsumen. Setelah barang diterima oleh konsumen pihak shopee akan membayarkan transaksi yang dilakukan oleh konsumen kepada pihak loker hasanah.

Shecha.shop lebih memilih menggunakan shopee untuk menjual barang dagangannya, karena mayoritas masyarakat maupun mahasiswa lebih memilih shopee dibandingkan dengan *marketplace* lain. Hal yang dilakukan oleh shecha.shop tidak jauh berbeda

dengan apa yang dilakukan oleh loker hasanah. Iya memulai dengan pendaftaran akun yang dilanjut dengan penginputan barang dagangan dan pengubdetan barang dagangan didalam *marketplace*. Shecha.shop menunggu pesanan dari pihak konsumen dengan terus melakan produksi barang sehingga mencukupi permintaan dari pihak konsumen. Ketika dapat pesanan dari pihak shopee, shecha.shop menyiapkan barang pesanan dan mengirimkannya kepada konsumen. Ketika barang dagangan sudah ditangan konsumen, pihak shecha.shop akan menerima pembayaran yang dilakukan oleh konsumen dari shopee. Semakin banyak rating yang diberikan oleh konsumen untuk produsen akan meningkatkan jumlah konsumen dan dapat mengajukan promosi-promosi yang diberikan oleh shopee.

Adabia geray hijab memilih untuk menggunakan ketiga akun *marketplace* yaitu shopee, tokopedia dan juga bukalapak hal itu dikarenakan sistem yang diterapkan berbeda-beda dan menjangring konsumen secara luas. Di skripsi ini adabia geray hijab menerangkan proses penjualan didalam tokopedia. Adabia geray hijab mendaftarkan akun tokonya, yang kemudian diisi dengan menginput catalog yang ingin dijual didalam tokopedia. Setelah itu adabia geray hijab selalu mengupdate stok barang yang ada di toko ke dalam *marketplace* . Pesanan datang dari pihak tokopedia yang kemudian pihak adabia geray hijab menyipkan barang pesanan konsumen yang akan dikirm. Setelah pengiriman pihak produsen menunggu barang diterima oleh konsumen. Kemudian ketika barang sudah diterima oleh konsumen pihak tokopedia mentransfer uang hasil pembelian ke pihak adabia geray hijab. Semakin banyak konsumen beli maka semakin banyak orang yang mengunjungi akun *marketplace* yang memberikan dampak positif kepada pihak produsen.

Malika Hijab store melakukan hal yang sama yaitu menjual produknya didalam tokopedia. Malika hijab store mengikuti alur proses yang diberikan oleh tokopedia. Meliputi penginputan catalog yang kemudian mendeskripsikan barang dagangan yang ingin dijual didalam tokopedia. Setelah penginputan data selesai pihak malika hijab mulai mengupload gambar yang ingin ia pasarkan didalam tokopedia. Setelah selesai diupload catalog kedalam *marketplace*, pihak malika hijab store menunggu pesanan dari tokopedia sambil mengupdate data barang yang tersedia di toko didalam *marketplace*. Pesanan datang dari pihak tokopedia yang kemudian pihak malika hijab store memproses pesanan tersebut sampai kepengiriman barang ke konsumen. Setelah barang sampai ke konsumen pihak malika hijab store baru mendapatkan uang dari pesanan tersebut dari pihak tokopeida.

Masing-masing marketplace memiliki sistem yang berbeda-beda terhadap produsen. Langkah awal selalu diikuti oleh pendaftaran akun terlebih dahulu, yang kemudian diikuti oleh penginputan data catalog yang ingin mereka jual didalam *marketplace*. Setelah mereka menginput catalog, mereka akan menunggu pesanan dari *marketplace*. Kemudian pihak produsen memproses pesanan sampai pengiriman. Setelah barang diterima oleh konsumen *marketplace* baru memberikan uang jualan kepada pihak produsen. pengiriman uang diakhir bertujuan untuk mengurangi presentase penipuan didalam *marketplace*. Yang membedakan disetiap *marketplace* adalah teguran-teguran yang diberikan oleh pihak *marketplace* kepada pihak produsen. Yang paling aktif dalam menegur produsen adalah shopee, iya selalu menegur tiap harinya kepada produsen yang belum mengupdate data dagangannya.

Didalam proses ini diperbolehkan oleh Agama Islam, Ulama sepakat bahwasannya melakukan transaksi didalam *marketplaace*

diperbolehkan karena memiliki unsur yang sama dengan akad salam dan istisna, yaitu membayar diawal dan barang diakhir.

Tabel 4.3 Marketplace yang Digunakan Oleh Pengusaha

Nama Usaha	Marketplace yang digunakan
Luzyscollection	Shopee dan Bukalapak
Loker Hasanah	Shopee
Shecha.shop	Shopee
Konveksi Zulfa Salma	Bukalapak
Adabia geray Hijab	Shopee, Tokopedia dan Bukalapak
Malika Hijab Store	Tokopedia

C. Kesesuaian Penjualan Produk Pengusaha Busana Muslimah di Marketplace dengan Etika Bisnis Islam.

Etika Islam sangat penting sekali diterapkan didalam sebuah aktifitas bisnis. Dalam teori Beekun (1997) yang dikutip oleh Muhammad dalam bukunya, etika bisnis Islam memiliki empat elemen landasan normatif yaitu :

1. Landasan tauhid : di jelaskan di dalam QS: Al An'am (6) : 126 127
2. Landasan keseimbangan (keadilan) : dijelaskan didalam QS Al-Araf (7) : 29
3. Landasan kehendak bebas : dijelaskan didalam QS An-Nisa (4) : 85
4. Landasan pertanggungjawaban: QS Al-Muddasir (74) : 38

Dalam penerapan landasan normatif tersebut dapat diturunkan atau diimplementasikan kedalam etika bisnis Islam dalam beberapa golongan. Yaitu (Abdurrahman 2013) :

1. Dalam konteks produk (Landasan Tuhid) :

- a. Produk yang halal dan *thoyyiban* sesuai dengan yang disyariahkan
 - b. Produk yang dapat memberikan kepuasan bagi masyarakat dan yang dibutuhkan oleh masyarakat.
2. Dalam konteks harga (Landasan Keseimbangan/ Keadilan):
 - a. Memberikan beban biaya yang sewajarnya dipasaran
 - b. Diukur dari kemampuan masyarakat dalam membeli
 - c. Sebagai alat yang menarik bagi konsumen atau masyarakat
 3. Dalam konteks barang dan pelayanan (Landasan Kehendak bebas):
 - a. Keamanan dan keutuhan dari produk jasa maupun barang
 - b. Ketepatan waktu
 - c. Konsumen mendapatkan pelayanan yang cepat. Tepat dan bagus
 - d. Bebas untuk memilih produk yang diinginkan maupun memilih keberlangsungan akad setelahnya.
 4. Dalam konteks promosi atau pemasaran (Landasan Pertanggung Jawaban) :
 - a. Memberikan informasi kegunaan dan kualitas barang
 - b. Informasi fakta yang dilandaskan dari prinsip kejujuran
 - c. Sebagai media dalam memperkenalkan produk barang atau jasa dengan cara jujur.

Didalam praktiknya para pengusaha busana muslimah menerapkan dari keempat elemen tersebut didalam bidang usahanya . dalam prakteknya Luzyscollection mengimplementasikan dalam landasan tauhid dengan memulai bisnis ini dengan mengutamakan prinsip syariahnya dalam penjualan. Landasan keseimbangan (keadilan) dengan tidak membedakan penetapan harga konsumen. Landasan kehendek bebas dengan menerapkan prinsip kebebasan memilih dan menentukan lanjut tidaknya transaksi kepada konsumen. Sedangkan landasan pertanggungjawaban luzyscolletion selalu bertanggung jawab atas kesalahan dalam aktifitas bisnis.

Loker hasanah mengimplementasikan keempat elemen tersebut dengan : Landasan Tauhid, setiap kali *launching* produk baru berusaha selalu memberikan giveaway kepada para muslimah, seperti ketika kemarin mengeluarkan produk gamis baru loker hasanah memberikan bros cantik kepada mahasiswi-mahasiswi yang sedang mengikuti kajian di kampus. Landasan keseimbangan (keadilan), tidak hanya konsumen saja yang diberikan fasilitas tetapi masyarakat sekitar juga dapat merasakan dampak baik dari loker hasanah dengan menciptakan lapangan pekerjaan. Landasan kebebasan, memiliki prinsip bahwa konsumen atau pembeli adalah raja maka bebas untuk memilih tidak ada unsur paksaan didalamnya. Landasan tanggung jawab, memiliki prinsip bahwa kesalahan produksi atau kesalahan dalam aktifitas bisnis merupakan kesalahan manajemen bersama dan harus bertanggung jawab atas hal tersebut.

Secha.shop mengimplementasikan keempat elemen tersebut dengan : landasan tauhid dengan mengikuti prinsip syariah yaitu kejelasan produk yang dijual. Landasan keseimbangan (keadilan), dari landasan ini mencoba untuk selalu istiqomah dalam memberikan shadaqah kepada yang membutuhkan, karena ada hak yang ditunaikan didalamnya. Landasan kebebasan, memiliki prinsip bahwa konsumen bebas memilih bebas bertanya dan bebas memutuskan dalam aktifitas bisnis. landasan tanggung jawab, selalu bertanggung jawab atas apa yang terjadi dalam aktifitas bisnis.

Konveksi zulfa salma mengimplementasikan keempat elemen tersebut dengan: landasan tauhid, mengikuti aturan islam dan prinsip syarih didalamnya yaitu tidak adanya unsur penipuan didalam aktifitas bisnis. Landasan keseimbangan (keadilan), memberikan peluang kerja bagi masyarakat sekitar gerai / toko. Landasan Kebebasan, memberikan kebebasan dalam memberikan argumen atau dalam aktifitas bisnis. Landsan tanggung jawab, memiliki sikap tanggung jawab atas apa yang terjadi dalam aktifitas bisnis yang dilakukan oleh produsen.

Adabia geray hijab mengimplementasikan keempat elemen tersebut dengan: Landasan tauhid, menerapkan landasan ini dengan adanya sebuah kejelasan yang dijual oleh produsen, jelas dalam produksinya maupun alur keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah. Landasan keseimbangan (keadilan) memiliki kesamaan dalam hal pelayanan tidak ada membedakan konsumen. Landasan kebebasan, menerapkan dengan memberikan kebebasan bagi konsumen dalam hal memilih atau menentukan lanjut tidaknya sebuah transaksi. Landasan tanggung jawab, memiliki tanggung jawab yang tinggi atas apa yang dilakukan oleh produsen dalam aktifitas bisnis.

Malika hijab store mengimplementasikan keempat elemen tersebut dengan : Landasan tauhid, menerapkan aktifitas bisnisnya sesuai dengan prinsip syariah yaitu adanya transparansi barang terhadap konsumen atau tidak adanya unsur penipuan didalam aktifitas bisnis. Landasan keseimbangan (keadilan), tidak adanya unsur pemilah konsumen yang diterapkan oleh malika hijab store. Landasan kebebasan, memberikan kebebasan bagi konsumen dalam aktifitas bisnis dalam lingkup prinsip syariah. Landasan tanggung jawab, selalu bertanggung jawab atas setiap aktifitas bisnis.

Tabel 4.4 Kesesuaian Aktifitas Bisnis dengan Etika Bisnis Islam

No	Landasan	Indikator	Nama Usaha					
			Luzyscollection	Loker Hasanah	Shecha.shop	Konveksi Zulfa Salma	Adabia Geray Hijab	Malika Hijab Store
1	Landasan Tauhid	Produk yang halal dan <i>thoyyiban</i> sesuai dengan yang disyariahkan	v	v	v	v	v	v
2		Produk yang memberikan kepuasan bagi masyarakat dan yang dibutuhkan oleh masyarakat	v	v	v	v	v	v
3	Landasan Keseimbangan atau Keadilan	Memberikan beban biaya yang sewajarnya dipasaran	v	-	v	v	v	v
4		Diukur dari kemampuan masyarakat dalam membeli	v	-	v	v	v	v
5		Sebagai alat yang menarik bagi konsumen atau masyarakat	v	v	v	v	v	v

6	Landasan Kehendak Bebas	Keamanan dan keutuhan dari produk jasa maupun barang	v	v	v	v	-	v
7		Ketepatan waktu	v	v	v	-	-	v
8		Konsumen mendapatkan pelayanan yang cepat, tepat dan bagus	v	v	v	v	v	v
9		Bebas untuk memilih produk yang diinginkan maupun memilih keberlangsungan akad setelahnya	v	v	v	v	v	v
10	Landasan pertanggung jawaban	Memberi informasi kegunaan dan kualitas barang	v	v	v	v	v	v
11		Informasi fakta yang dilandaskan dari prinsip kejujuran	v	v	v	v	v	v
12		Sebagai media dalam memperkenalkan produk barang atau jasa harus dengan cara jujur.	v	v	v	v	v	v

Tabel 4.5 Kesesuaian Aktifitas Bisnis dengan Empat Elemen Landasan Normatif

	Landasan Tauhid	Landasan Keseimbangan	Landasan Kehendak Bebas	Landasan Pertanggungjawaban
luzyscolection		Tidak membedakan harga konsumen	Konsumen diberikan pelayanan yang terbaik	Memberi informasi yang jelas
Loker hasanah	Menjual produk busana muslimah seperti	Penetapan harga sesuai dengan kondisi barang	Tepat waktu dalam pengiriman	Barang yang dijual sesuai
Shecha.Shop	jilbab, gamis, rok, bluse dsb yang memberikan manfaat kepada para muslimah	Penetapan harga sesuai dengan kondisi barang	Barang yang dikirim aman dan sesuai	Barang yang dijual sesuai dan jelas
Konveksi Z S		Memberikan peluang kerja bagi masyarakat sekitar	Tepat waktu	Barang catalog sesuai dengan barang yang dikirim ke konsumen

Adabia G H		Tidak membedakan pembeli dalam pelayanan	Konsumen diberikan pelayanan yang terbaik	Barang yang dijual jelas
Malika H S		Tidak membedakan konsumen	Pengiriman tepat waktu	Barang catalog sesuai dengan barang yang dikirim ke konsumen

Dalam penelitian terdahulu perbedaan dalam penelitian ini adalah subjek yang digunakan. Sudah banyak penelitian yang melakukan penelitian didalam bisnis *online*, *e-commerce*, maupun *marketplace*. Didalam penelitian mereka kebanyakan membahas mengenai cara bisnis didalamnya, menyusun atau membuat *e-commerce*. adapuun dalam kesamaannya yaitu dalam meneliti keamanan ataupun kesyariannya melakukan transaksi didalam *marketplace* hanya saja menggunakan *marketplace* yang berbeda.

Tira Nur Fitria (2017) meneliti dengan judul “ Bisnis jual beli online (online shop) dalam hukum islam dan hukum negara” studi kasus olx dan lazada. Didalam penelitian tersebut menjelaskan hukum melakukan bisnis didalamnya yang diperbolehkan ketika tidak ada unsur riba, zalim, monopoli maupun penipuan didalamnya.

Friska Muthi Wulandari (2015) meneliti dengan judul “ jual beli *online* yang aman dan syari (studi terhadap pandangan pelaku bisnis *online* di kalangan mahasiswa dan alumni fakultas syariah dan hukum UIN Sunan Kalijaga”. Didalam jurnal tersebut memiliki permasalahan yang sama yaitu adanya sebuah penipuan yang dilakukan produsen

terhadap konsumen. Didalam penelitian ini sangat menekankan dari perhatian rukun dan syarat jual beli.

Kristianto Dwi Estijayandono, Sirojudin, dan Abd Wahid Haddade (2019) meneliti dengan judul “ Etika Bisnis jual beli *online* dalam prespektif Islam”. Studikasuk mereka kepada tokopedia. Menurut mereka bahwa etika bisnis yang baik yang dapat diterapkan pada tokopedia terkhususnya adalah kejujuran, ketetapan, loyalitas dan kedisiplinan.

Dalam penelitian yang saya lakukan menggunakan 6 subjek pengusaha busana muslimah di Yogyakarta yang menggunakan *marketplace* (shopee, tokopedia dan bukalapak). Dari penelitian ini 6 pengusaha mengimplementasikan kedalam etika bisnis Islam menurut apa yang merasa iya yakini benar dan sesuai dengan syariaah Islam.

Penelitian ini sangat penting dilakukan karena produsen masih banyak yang tidak tahu dengan etika bisnis Islam didalamnya. Hal ini didukung oleh masih banyaknya produsen yang tidak jujur melakukan aktivitas bisnis. hal tersebut dapat meresahkan konsumen karena ketidak percayaan terhadap *marketplace* yang sebagai sistem perantara antara produsen dengan konsumen.

Dalam penelitian ini hanya sekedar batas studi kasus. Semua perbaikan yang terjadi didalam penelitian ini maupun penelitian sebelumnya hanya sebagai sarana dalam membuka wawasan. Pelaku utama dalam perbaikan ini adalah para pelaku bisnis yaitu produsen maupun konsumen.