



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

ETIKA JUAL BELI ONLINE MAHASISWA DAN ALUMNI IAIN SYEKH NURJATI CIREBON PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM

SKRIPSI

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Hukum (S.H)
Jurusan Hukum Ekonomi Syariah (*Muamalah*)
Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam**

Disusun oleh :

ANJAS NIDA'UL KHASANAH

NIM. 14112210018



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
SYEKH NURJATI CIREBON
2017/1438H**



ABSTRAK

ANJAS NIDA'UL KHASANAH NIM:14112210018 "ETIKA JUAL BELI ONLINE MAHASISWA DAN ALUMNI IAIN SYEKH NURJATI CIREBON PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM".

Perkembangan teknologi, memaksa manusia selalu melakukan inovasi, termasuk dalam hal jual-beli, saat ini, sering dengan menjamurnya penggunaan internet berimplikasi pada lahirnya model jual-beli baru. Salah satu bentuk jual-beli yang lahir akibat munculnya jaringan internet diantaranya adalah jual-beli secara online. Mulai dengan "online-nisasi" toko konvensional, hingga yang murni jual beli-online.

Secara metodologi, penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*Field research*). Penyusun menggunakan analisis kualitatif yang berlangsung selama dan setelah pengumpulan data dengan metode wawancara terstruktur. Analisis data digunakan menggunakan teori jual beli dan etika bisnis. Sedangkan pengambilan data untuk sample dilakukan dengan metode purposive sampling, yakni responden diambil dari para pelaku bisnis online dari kalangan mahasiswa dan alumni IAIN Cirebon.

Hasil dari penelitian ini Berdasarkan rumusan masalah dapat diketahui bahwa etika bisnis Islam terhadap jual beli online mahasiswa dan Alumni IAIN Syekh Nurjati Cirebon pada umumnya telah sesuai dengan etika bisnis Islam yang diajarkan dalam Islam yang meliputi, Amanah, Jujur, menjual barang yang halal, menjual barang yang baik mutunya, tidak menyembunyikan cacat barang, tidak melakukan sumpah palsu. longgar dan murah hati, tidak menyaingi pedagang lain, mencatat jika ada yang berhutang, mengeluarkan zakat apabila sampai nisab, tidak lalai dalam menjalankan perintah Allah. Namun, sebagian masih ada yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam yaitu bersumpah agar pembeli percaya dan yakin untuk membeli barangnya, tidak ramah pada saat ada calon pembeli yang tidak jadi membeli barang dagangannya, tidak menepati janji dalam perkiraan barang datang.

KATA KUNCI : *Etika, Jual Beli Online, Etika Bisnis Islam.*



ABSTRACT

ANJAS NIDA'UL REPERTOIRE NIM: 14112210018 "ETHICS SELL BUY ONLINE STUDENTS AND ALUMNI IAIN SHEIKH NURJATI ISLAMIC CIREBON PERSPECTIVE BUSINESS ETHICS"

Technological development, forcing humanity constantly innovate, including in terms of buying and selling, at this time, often with the proliferation of Internet usage implications for the birth of a new model of buying and selling. One form of buying and selling that was born from the advent of the Internet network including the buying and selling online. Starting with "online-ization" conventional stores, to pure-online purchase.

In methodology, this study used field research (field research). Composer uses qualitative analysis that took place during and after the collection of data by the method of structured interview. Analysis of the data used to use the theory of trading and business ethics. While data collection to sample conducted with a purposive sampling method, ie, respondents drawn from online businesses from students and alumni IAIN Cirebon

The results of this study Based on the formulation of the problem can be seen that the business ethics of Islam against selling online students and Alumni IAIN Sheikh Nurjati Cirebon in general compliance with business ethics of Islam taught in Islamic covering, trustful, honest, selling goods halal, menjual goods the better the quality, do not hide the defects of goods, not perjured himself. loose and generous, does not compete with other traders, noting if any is owed, if the charity issued until nisab, not negligent in carrying out God's command. However, some still do not correspond with the Business Ethics in Islam, the vow that buyers trust and confidence to buy goods, not friendly when there are prospective buyers are not buying goods daganganya, not menemapati promise in the estimates of the goods come.

KEYWORDS: *Ethics, Buy Sell Online, Islamic Business Ethics.*



الملخص

انجاس النداء 'أول حسنة نيم': 14112210018 " الأخلاق بيع شراء عبر الإنترنت طالبات وخريجات
IAIN الشيخ NURJATI سيريبون الإسلامية منظور أخلاقيات
العمل

التطور التكنولوجي، مما اضطر الإنسانية تبتكر باستمرار، بما في ذلك من حيث البيع والشراء، في هذا الوقت، في كثير من الأحيان مع انتشار آثار استخدام الإنترنت لولادة نموذج جديد للشراء والبيع. شكل واحد من البيع والشراء التي ولدت من ظهور شبكة الإنترنت بما في ذلك شراء وبيع على الانترنت. بدءا من "الإنترنت-سعودة" محلات التقليدية، إلى محض شراء عبر الإنترنت.

في منهجية، استخدمت هذه الدراسة البحث الميداني (بحث ميداني). يستخدم الملحن التحليل النوعي التي جرت أثناء وبعد جمع البيانات عن طريق أسلوب المقابلة منظم. تحليل البيانات المستخدمة لاستخدام نظرية التداول وأخلاقيات الأعمال التجارية. في حين جمع البيانات لعينة أجريت مع طريقة أخذ العينات هادف، أي المستطلعين وضعت من الأعمال التجارية عبر الإنترنت من الطلاب والخريجين IAIN سيريبون.

نتائج هذه الدراسة بناء على صياغة المشكلة يمكن أن ينظر إلى أن أخلاقيات العمل للإسلام ضد بيع الطلاب عبر الإنترنت وخريجي IAIN الشيخ Nurjati سيريبون في الامتثال العام مع أخلاقيات العمل للإسلام التي تدرس في تغطية الإسلامي، موثوق، صادقة، بيع السلع الحلال، بيع السلع وأفضل نوعية، لا يخفون عيوب السلع، وليس حنث باليمين. فضفاضة وسخية، لا تتنافس مع غيره من التجار، مشيرا إلى إن وجدت هو مستحق، وإذا كانت الصدقة أصدرت حتى نصاب، لا المقصرين في تنفيذ أمر الله. ومع ذلك، لا يزال البعض لا تتوافق مع أخلاقيات العمل في الإسلام، ونذر أن المشتريين الثقة والثقة لشراء السلع، وليس صديقة في هذه اللحظة هناك المشتريين المحتملين الذين لم يكن لشراء بضاعته، لا تشغل وعد في تقديرات البضائع القادمة.

الكلمات الرئيسية: الأخلاق، شراء بيع على الانترنت، الإسلامية أخلاقيات العمل



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "ETIKA JUAL BELI ONLINE MAHASISWA DAN ALUMNI IAIN SYEKH NURJATI CIREBON PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM" oleh Anjas Nida'ul Khasanah, NIM 14112210018, telah diujikan dalam sidang *Munaqosyah* di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon pada tanggal 08 Februari 2017

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum(S.H) pada Jurusan Hukum Ekonomi Syariah/ Muamalah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam pada Institut Agama Islam (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.

Cirebon. Senin, 27 Februari 2017

Sidang *Munaqosyah*

Ketua

H. Juju Jumena, SH., MH.
NIP. 19720514 200312 1 003

Sekretaris

Eef Saefulloh, M.Ag
NIP. 19760312 200312 1 003

Penguji I,

H. Juju Jumena, SH., MH.
NIP. 19720514 200312 1 003

Penguji II,

Eef Saefulloh, M.Ag
NIP. 19760312 200312 1 003



BAB 1 PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di zaman modern ini, tampak sebuah kecenderungan baru yang positif, setidaknya menurut kacamata Ummat Islam, yakni semakin menguatnya kembali himbauan dan usaha untuk menghidupkan kembali nilai-nilai Islam dalam segala bentuk aspek kehidupan manusia. Dari sekian banyaknya aspek kehidupan manusia, yang tampak paling menonjol adalah aspek ekonomi dalam hal Jual beli. Apalagi didunia modern ini jual beli sudah dijalankan dalam dunia maya atau biasa disebut dengan “*Online*” yang lebih praktis dan dapat mudah memenuhi kebutuhan yang kita inginkan, tanpa harus pergi dari rumah ke toko satu ke toko lainnya.

Manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya lebih cenderung mengarah kepada kebutuhan yang tidak terbatas. Masyarakat khususnya dalam rangka memenuhi kebutuhan yang beraneka ragam, salah satunya adalah dengan akad. Akad adalah suatu perikatan antara *ijab* dan *qobul*¹ dengan cara yang dibenarkan syara’ yang menetapkan adanya akibat-akibat hukum pada obyeknya Seperti akad jual beli, sewa-menyewa, pinjam-meminjam dan lain sebagainya.² Fiqih Muamalah telah mengatur khusus tentang jual beli pada bab *Ba’I*, seperti yang tercantum dalam firman Allah:

إِنَّ الَّذِينَ يَتْلُونَ كِتَابَ اللَّهِ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَنفَقُوا مِمَّا رَزَقْنَاهُمْ سِرًّا وَعَلَانِيَةً يَرْجُونَ تِجَارَةً لَّن تَبُورَ ﴿٣﴾

Artinya: “Sesungguhnya orang-orang yang selalu membaca kitab Allah dan mendirikan shalat dan menafkahkan sebagian dari rezki yang Kami

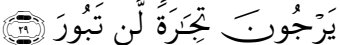
¹ *Ijab* diucapkan oleh orang yang dituju dalam *qobul* atau perkataan penjual kepada pembeli, misalkan “saya menjual kepada Ahmad, “sedangkan *Qobul* adalah diucapkan oleh orang yang dituju dalam ijan atau pembeli. Lihat Rachmat Syafe’I, *Fiqih Muamalah*, cet. 1, (Bandung: Pustaka Setia, 2001), 82.

² Ahmad Azhar Basyir, *Asas-Asas hukum Muamalat (Hukum Perdata Islam)* cet. II, (Yogyakarta: UII Press, 2004), 65.

³ Q.S Faathir(35) : 29, *Al-Qur’an Al-Karim dan Terjemahnya*, (Semarang : PT Toha Putra, 1996), 437.

anuge-rahkan kepada mereka dengan diam-diam dan terang-terangan, mereka itu mengharapkan perniagaan yang tidak akan merugi”

Setiap orang yang Beragama muslim wajib menjalankan perintah Allah SWT dengan baik, agar dia tidak merugi dan mendapatkan pahala untuk jual belinya. Tafsir QS.Faathir ayat 29 Allah Ta’ala mengabarkan tentang hamba-hamba-Nya kaum mukminin yang membaca Kitab-Nya, mengimani dan mengamalkan isinya, dengan mendirikan shalat serta menafkahkan rizki yang diberikan Allah Ta’ala pada waktu-waktu yang disyari’atkan, baik malam maupun siang, baik secara rahasia maupun terang-terangan.

4 

“Mereka itu mengaharapkan perniagaan yang tidak akan merugi,”

yaitu mengharapkan pahala dari sisi Allah yang pasti diraih, sebagaimana telah kami bahas dalam awal penafsiran tentang keutamaan-keutamaan al-Qur’an, dimana dikatakan kepada pembacanya, sesungguhnya setiap pedagang berada dibelakang perdagangannya, dan sesungguhnya engkau pada hari ini berada dibelakang setiap perdagangan.⁵

Allah menghalalkan jual-beli dan mengharamkan riba karena jual beli adalah sepenting-pentingnya muamalah yang diperlukan masyarakat dan sangat dibutuhkan untuk keperluan hidup, hingga bias dikatakan dalam hidup bermasyarakat berkisar selain jual-beli dari jual-beli ini pula manusia dapat saling berinteraksi antara satu dengan yang lainnya, secara umum hubungan yang humanis akan tercipta pada saat proses transaksi jual beli.⁶

Dalam jual-beli, Islam telah menentukan aturan-aturan seperti yang telah diungkapkan oleh para ulama fiqih baik mengenai rukun, syarat maupun bentuk-bentuk jual beli yang diperbolehkan. Semua itu dapat kita jumpai

⁴ Q.S Faathir(35) : 29, *Al-Qur’an Al-Karim dan Terjemahnya*.

⁵ M.Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah*, (Jakarta: Lentera hati, 2004), 259.

⁶ M. Hasbi Ash Shidiq, *Filsafat Hukum Islam*, cet. Ke-4 (Jakarta: Bulan Bintang, 1990),



dalam kitab-kitab fiqih. Oleh karena itu prakteknya harus ditentukan secara konsekuen dan ada manfaat bagi yang bersangkutan.

Jual beli merupakan kegiatan bertemunya penjual dan pembeli, didalamnya terdapat barang yang diperdagangkan dengan melalui akad (Ijab dan qobul). Dengan demikian, keabsahan jual beli juga dapat ditinjau dari beberapa segi : Pertama, tentang keadaan barang yang dijual. Kedua, tentang tanggungan pada barang yang dijual yaitu kapan terjadinya peralihan dari milik penjual kepada pembeli. Ketiga, tentang sesuatu yang menyertai barang saat terjadi jual beli.⁷ Selain itu akad jual beli, obyek jual beli, dan orang mengadakan akad menjadi bagian terpenting yang harus pula dipenuhi dalam jual beli.

Islam tidak membatasi kegiatan jual beli hanya untuk memenuhi kebutuhan pribadi semata, melainkan juga untuk mendapatkan keuntungan yang berkah agar nantinya hasil dari keuntungan itu dapat dikeluarkan sebagai sedekah atau zakat untuk masyarakat yang membutuhkan. Dengan demikian, jual beli menurut islam pada hakekatnya tidak hanya bersifat konsumtif dan hanya mengundang unsur material untuk memperoleh keuntungan didunia, tetapi juga keuntungan hakiki diakhirat tentu dengan memperhatikan prinsip-prinsip jual beli yang dibolehkan menurut syari'i.

Dalam era globalisasi saat ini, banyak bermunculan model-model bisnis dengan menggunakan kecanggihan teknologi modern. Hal ini ditandai dengan berkembangnya media elektronik yang mempengaruhi kehidupan manusia, khususnya dalam bertransaksi jual beli melalui media online, yakni internet. Peran internet saat ini bukan hanya untuk aktivitas komunikasi, namun juga sebagai alat untuk pencarian informasi. Alat-alat komunikasi seperti komputer, laptop, smartphone sangat memudahkan masyarakat untuk melakukan koneksi dengan internet untuk melakukan transaksi jual beli

Internet telah mengubah pola hidup masyarakat indoneisa. Bahkan dizaman era modern ini anak kecil sudah bisa menggunakan internet dan

⁷ Ibnu Rusyid, *Bidayatul Mujtahid*, Alth Bahasa Abdurahman dan Abd. Haris, cet. I. (Semarang: Asy-Syifa',1990), III: 101.



mempunyai gadget canggih digenggaman tangan. Dan hampir setiap orang baik muda maupun tua sudah bisa mengakses Internet dengan alat canggih seperti computer dan handphone yang telah terhubung dengan internet.

Salah satu keuntungan menggunakan internet adalah dapat digunakan sebagai media perdagangan. Keuntungan ini mendapat respon positif dari masyarakat dan pelaku bisnis online khususnya untuk bertransaksi jual beli via internet atau online. Bertransaksi online ini dianggap praktis, cepat, dan mudah. Selain itu juga dapat menimalisir pengeluaran dan memaksimalkan dalam meraih keuntungan. Alasan tersebut yang membuat banyak masyarakat dan kaum muslim mulai mencoba bisnis via online.

Transaksi secara online merupakan transaksi pesanan dalam model bisnis era global yang non face, dengan hanya melakukan transfer data lewat via internet, yang mana kedua belah pihak, antara penjual dan pembeli menggunakan system pemasaran, atau menembus batas system pemasaran dan Bisnis-Online dengan menggunakan Sentral shop. Sentral Shop merupakan sebuah rancangan *Web E-commerce smart* dan sekaligus sebagai *Bussiness Intelligent* yang sangat stabil untuk digunakan dalam memulai, menjalankan, mengembangkan, dan mengontrol Bisnis.⁸

Perkembangan teknologi inilah yang bisa memudahkan transaksi jarak jauh, dimana manusia bisa dapat berinteraksi secara singkat walaupun tanpa bertatap muka, akan tetapi didalam bisnis adalah yang terpenting memberikan informasi dan mencari keuntungan.

Adapun mengenai definisi mengenai *E-Commerce* secara umumnya adalah dengan merujuk pada semua bentuk transaksi komersial, yang menyangkut organisasi dan transmisi data yang digeneralisasikan dalam bentuk teks, suara, dan gambar secara lengkap. Sedangkan pihak-pihak yang terlibat sebagaimana yang telah diungkapkan dalam akad salam diatas, mungkin tidak beda jauh, hanya saja persyaratan tempat yang berbeda.

⁸Haris Faulidi Asnawi, *Transaksi Bisnis E-Commerce Perspektif Islam*, (Yogyakarta : Laskar Press, 2008), 10.



Jual beli secara online ini sejenis dengan jual beli salam (pesanan). Kata salam ataupun salaf memiliki makna satu, yaitu “pesanan”. Adapun secara terminologi ialah menjual suatu barang yang telah ditetapkan dengan sifat dalam suatu tanggungan. akad salam itu pada hakikatnya adalah jual-beli dengan hutang. Tapi bedanya, yang dihutang bukan uang pembayarannya, melainkan barangnya. Sedangkan uang pembayarannya justru diserahkan tunai.⁹

Akad salam di tetapkan kebolehnya di dalam Al-Qur’an, As-Sunnah dan Ijma’. Dalil Al-Qur’an yang memperbolehkan akad salam terdapat dalam surah Al-Baqarah:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَنُم بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ ﴿٢٨٢﴾

Artinya : “*Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya.....*”¹⁰

Proses transaksi secara online pada dasarnya tidak jauh berbeda dengan proses transaksi jual beli secara langsung. Transaksi secara online menggunakan kontrak jual beli yang disebut kontrak elektronik. Kontrak elektronik ini adalah perjanjian para pihak yang dibuat oleh system elektronik.¹¹

Persoalan mengenai transaksi *E-commerce* yakni dikarenakan para pihak tidak bertemu secara fisik, sehingga kesepakatan antar kedua belah pihak dilakukan secara elektronik. Akibatnya prinsip hukum yang berlaku dalam dunia nyata, seperti waktu dan tempat terjadi transaksi, serta kapan suatu transaksi dinyatakan berlaku menjadi sulit ditentukan. Ini juga berpengaruh terhadap etika berbisnis penjual dan pembeli karna keduanya tidak bisa bertemu secara langsung untuk bertransaksi.

Semakin canggihnya teknologi informasi ternyata cukup berpengaruh terhadap gaya belanja masyarakat, salah satunya adalah belanja

⁹ Haris Faulidi Asnawi, *Transaksi Bisnis E-commerce Perspektif Islam*, 12-15.

¹⁰ Q.S Albaqoroh(2) : 282, *Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemahnya*.

¹¹ Menurut Undang-undang Republik Indonesia Nomer 11 tahun 2008 tentang informasi dan transaksi Elektronik pasal 1.



via toko online. Jual beli atau bisnis melalui online memiliki dampak positif karena dianggap praktis, cepat, dan mudah. Kegiatan jual beli online mulai berkembang di dalam forum internet, khususnya forum jual beli. Jual beli dapat dilakukan melalui situs jual beli online, seperti facebook, instagram, blackberry massanger, blog, whatsapp, dan lain lain, atau melalui websait resmi dari toko online yang bersangkutan.

Melalui media social maupun situs-situs belanja online, kebutuhan sehari-hari seperti baju dan peralatan lainnya akan cepat terpenuhi tanpa mencarinya langsung dipasaran, cukup dengan memesan barang yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan, kemudian melakukan pembayaran transfer melalui rekening, maka proses belanja akan menjadi lebih mudah. Namun demikian, bertransaksi secara online ini memiliki kendala terutama dalam hal kepercayaan dari pembeli. Hal ini dapat dimaklumi mengingat tingkat penipuan secara online cukup tinggi, ditambah dengan fakta bahwa Indonesia adalah Negara dengan tingakat *cybercrime*¹² yang sangat tinggi. *Cybercrime* adalah segala macam penggunaan jaringan computer untuk tujuan criminal dan atau criminal berteknologi tinggi dengan menyalahgunakan kemudahan teknologi digital.

Namun masalahnya dalam bertransaksi tersebut justru rawan menimbulkan banyak resiko dan kerugian yang ditanggung pembeli khususnya. Resiko dari jual beli online yang sering terjadi yaitu maraknya penipuan. Beberapa penyebabnya adalah tidak bertemunya penjual dan pembeli. Setelah uang ditransfer, barang tak kunjung datang. Selain itu, barang tidak sesuai dengan spesifikasi yang telah dipaparkan dan pada akhirnya menimbulkan ketidakpuasan pelanggan.

Model transaksi dari jual beli online pun banyak macamnya, diantaranya system *Cash On Delevery* (COD), rekening bersama, dan penjualan dengan system dropship. Masing-masing dari system transaksi dan system penjualan tersebut terdapat kelebihan dan kekurangan, apalagi dalam

¹²Ade Maman Suherman, *Aspek Hukum dalam ekonomi Global* , cet-2 (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005), 190.



menjalankan bisnis kita seharusnya juga cukup mengenal antara penjual dan pembeli agar tidak terjadinya penipuan yang sering kita jumpai dalam dunia Online.

Bisnis usaha online dalam dunia perdagangan merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam kehidupan manusia pada masa sekarang. Namun kecenderungan bisnis sekarang kian tidak memperhatikan etika. Kemauan untuk mematuhi etika bisnis menurut hukum Islam itu yang sangat kurang sehingga menimbulkan masalah. Hal itu dapat dilihat dari kecenderungan berbisnis yang kurang sehat antar sesama pengusaha muslim, sebagai contoh misalnya, pengusaha yang menjelek-jelekkkan rekan bisnisnya, misalnya, dalam bisnis industri pengolahan makanan dan minuman, pakaian, restoran, catering dan lain-lain sebagainya. Oleh karena itu, jika tidak diatasi, tentu akan menimbulkan persoalan di kalangan dunia usaha yang tidak sehat.

Sejarah telah meriwayatkan, bahwa hidup Rasulullah tidak lepas dari kegiatan bisnis. Sementara konsep yang dijalankannya adalah apa yang disebut *value driven*, artinya menjaga, mempertahankan, menarik nilai-nilai dari pelanggan. *Value Driven*¹³ juga erat hubungannya dengan apa yang disebut *relationship marketing*, yaitu berusaha menjalin hubungan erat antara pedagang, produsen dengan pelanggan. Rasulullah SAW sangat mengedepankan nilai moral dan Etika dalam berbisnis tidak lain hanya untuk memuaskan pembeli.

Etika bisnis dalam studi Islam selama ini kajiannya lebih didasarkan pada Al-Quraan. Padahal Muhammad dalam tinjauan sejarah dikenal pelaku bisnis yang sukses, sehingga kajian tentang etika bisnis perlu melihat perilaku bisnis Muhammad semasa hidupnya.

Pelaksanaan perekonomian dan praktek bisnis yang ada selama ini banyak yang tidak Islami jangankan bersendikan agama, para praktisi bisnis juga tidak memasukkan etika dan moral. Sehingga kebanyakan para konsumen merasa dirugikan, karena para pelaku bisnis kebanyakan mereka

¹³ Buchari Alma, *Dasar-Dasar Etika bisnis Islami* (Bandung: Alfabeta, 2003), 21.



melakukan penipuan seperti pengurangan takaran dalam timbangan, penyuaipan, penimbunan barang, bunga atau riba dan memalsukan prodak.

Berangkat dari kenyataan hal di atas dan fenomena yang ada, dapat dipahami bahwa sesungguhnya ada beberapa nilai moral (etika) yang harus dipatuhi termasuk dalam hal bisnis itu sendiri, mutlak diperlukan dan sangat penting untuk menjamin rasa keadilan dan ketertiban dalam masyarakat. Juga adanya perjanjian (akad) yang harus dipenuhi dalam sebuah bisnis khususnya dalam hal jual beli, sehingga dapat dikatakan bahwa bisnis/jual beli online yang dilakukan menjadi sah sesuai dengan ketentuan hukum Islam.

Oleh karena itu, penyusun mencoba untuk menggali lebih banyak tentang permasalahan dalam hal praktek jual beli online tersebut dan bagaimana pandangan perpektif etika bisnis Islam. Melihat permasalahan tersebut, penyusun merasa tertarik untuk melakukan penelitian sehubungan dengan etika bisnis pada jual beli online terhadap penjual ke calon konsumen tersebut, ditinjau dari kacamata Islam dengan judul “Praktek Jual Beli Online Perspektif Etika Bisnis Islam Studi Terhadap Pandangan Pelaku Bisnis Online Dikalangan Mahasiswa Dan Alumni Iain Syekh Nurjati Cirebon).”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Identifikasi masalah

a. Wilayah Kajian

Wilayah kajian pada masalah yang dibahas dalam penelitian ini adalah Ekonomi Pasar Syariah.

b. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan analisis kualitatif

c. Jenis Masalah

Adapun jenis masalah yang dibahas dalam penelitian ini adalah Praktik JualBeli Online Perspektif Etika Bisnis Islam.



d. Pembatasan Masalah

Untuk menghindari meluasnya masalah yang dibahas dalam penelitian ini, maka penulis membatasi permasalahan sekitar Praktik Jual Beli Online Perspektif Etika Bisnis Islam

2. Pertanyaan Penelitian

- a. Bagaimana etika jualbeli online mahasiswa dan alumni IAIN Syekh Nurjati Cirebon?
- b. Bagaimana perspektif etika bisnis Islam terhadap etika jual beli online?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasar pada rumusan masalah tersebut, tujuan penelitian ini adalah:

- a. Secara spesifik untuk mengetahui etika pada jual beli online yang dilakukan oleh mahasiswa dan Alumni IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
- b. Untuk mengetahui secara mendalam etika jual beli online pada mahasiswa dan Alumni IAIN Syekh Nurjati Cirebon yang sesuai dengan etika bisnis Islam. Kegunaan Penelitian

2. Adapun Kegunaan dalam Penelitian ini adalah :

- a. Secara Teoritis
 - 1) Untuk memperkaya khasanah ilmu pengetahuan bagi pembaca, baik mahasiswa maupun masyarakat luas tentang Praktik jual beli Online Perspektif Etika Bisnis Islam studi kasus Mahasiswa dan Alumni IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
 - 2) Dapat digunakan sebagai dasar pengetahuan dan pengalaman dalam kegiatan penelitian berikutnya bagi mahasiswa dan masyarakat yang akan meneliti mengenai Praktik jual beli Online Perspektif Etika Bisnis Islam studi kasus Mahasiswa dan Alumni IAIN Syekh Nurjati Cirebon.



b. Secara Praktisi

- 1) Untuk menambah informasi serta sebagai bahan masukan terkait Praktik Jual Beli Online Perspektif Etika Bisnis Islam studi kasus Mahasiswa dan Alumni IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
- 2) Hasil penelitian dapat menjadi referensi dalam pemecahan atas permasalahan yang berkaitan dengan Praktik Jual Beli Online Perspektif Etika Bisnis Islam studi kasus Mahasiswa dan Alumni IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

D. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu sangatlah dibutuhkan untuk mendukung, menambah, memperkuat, atau bahkan menolak penelitian sebelumnya. Adapun penelitian terdahulu yang digunakan antara lain:

Pertama, **Muhammad Faiz Rosyadi** (2012), Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta dalam skripsinya yang berjudul “*Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Customer Retention (Studi Kasus Pada Bank BPD DIY Cabang Syariah)*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa koefisien determinasi yang terlihat pada nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,725 yang berarti bahwa *customer retention* pengaruhnya dapat dijelaskan oleh keempat variable independen yaitu keadilan, Kehendak bebas, tanggungjawab, kebenaran sebesar 72,5%, dan sisanya yaitu 27,5% dapat dijelaskam oleh variable lain diluar model penelitian ini. Secara persial berdasarkan hasil uji t variable-variabel dalam penelitian ini berpengaruh positif dan signifikan dimana variable tanggungjawab (*responsibility*) memiliki pengaruh terbesar dibandingkan variable lain dalam penelitian ini, sedangkan variable kebenaran memiliki pengaruh paling rendah terhadap *customer retention*. Berdasarkan uji F menunjukkan bahwa secara simultan atau bersama-sama variable dalam penelitian ini yaitu keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab, kebenaran, berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer retention*.



Oleh Karen itu untuk meningkatkan penerapan etika bisnis Islam dalam setiap kegiatan bisnis.¹⁴

Kedua, **Adimas Fahmi Firmansyah** (2013), Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta dalam skripsinya yang berjudul, “*Praktek Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Toko Santri Syariah Surakarta)*”, Dalam Skripsi ini membahas tentang Bagaimana Penerapan etika yang dilakukan oleh seorang wirausahawan Muslim dalam kegiatan Bisnisnya. Disini yang diteliti adalah sebuah toko yang bernama toko Santri yang berada disurakarta. Metode yang digunakan dalam menjawab permasalahan tersebut adalah dengan metode penelitian lapangan (Filed Research), dari hasil penelitian ini adalah bahwa praktek etika bisnis yang dilakukan di toko santri dalam hal permodalan serta pengaruh toko santri terhadap lingkungan sosial sekitarnta telag sesuai dengan hukum Islam, sedangkan masalah hubungan dengan SDM dalam hal ini tentang pemenuhan hak kerja tidak diberikan ilmu atau pengetahuan tentang etika bisnis Islam serta tidak mendapatkan pelatihan-pelatihan dalam bekerja.¹⁵

Ketiga, **May Mustka Humaira** (2014), Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta dalam skripsinya yang berjudul, “*Tinjauan Hukum Islam Terhadap jasa Rekening Bersama dalam Transaksi Jual beli Online*”. Dalam skripsi ini membahas tentang pandangan hukum islam terhadap jasa rekening bersama menggunakan pendektan kualitatif dengan teori akad dan etika bisnis Islam. Sedangkan penyusun membahas skripsi mengenai jual beii Online yang aman dan Syari. Hasil dari penelitian ini bahwa transaksi jual beli online dengan menggunakan rekber sudah sesuai dengan hukum islam dilihat dari penjualan dan pembeli yang menerapkan sikap jujur, amanah dan tidak mampu,

¹⁴ Muhammad Faiz Rosyadi, *Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Custemer Retentionl (Studi Kasus Pada Bank BPD DIY Cabang Syariah)*, (Yogyakarta; Fakultas Syariah UIN Sunan Kalijaga, 2012).

¹⁵ Adimas Fahmi Firmansyah, *Praktek Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Toko Santri Syariah Surakarta)*, (Yogyakarta; Fakultas Syariah UIN Sunan Kalijaga, 2013).



menempati janji, tidak melupakan akhirat, serta transaksi *online* menggunakan rekber ini dianggap halal berdasarkan Istishla.¹⁶

Keempat, **Erik Lesmana** (2010), Konsentrasi Perbankan Syari'ah UIN Syarif Hidayatullah Jakarta dalam skripsinya yang berjudul, “*Pemahaman Etika Bisnis Islam dan Tingkat Persaingan Usaha serta Perilaku Dagang*”. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis korelasi Rank Spearman. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan variabel independen (tingkat persaingan usaha) dan (pemahaman etika bisnis Islam) dengan variabel dependen (perilaku dagang muslim). Penelitian yang dilakukan terhadap para pedagang muslim di pasar Ciputat ini memberikan hasil bahwa tingkat persaingan usaha memiliki hubungan yang nyata dan searah dengan perilaku para pedagang muslim di pasar Ciputat.¹⁷

Kelima, **Muhammad Saifullah** (2011), IAIN Walisongo Semarang dalam skripsinya yang berjudul, “*Etika Bisnis Islami dalam Praktek Bisnis Rosulullah*”, Dalam Artikel ini Mengenai sejarah perilaku dan etika bisnis Muhammad sebelum ditunjuk sebagai Nab, karena perilaku dan etika bisnis yang diterapkan oleh Muhammad didasarkan pada kajian ayat-ayat Al-Qur'an. Dan setelah ditunjuk sebagai Nabi (Usia 40), kehidupan Nabi Muhammad lebih dibimbing oleh wahyu-wahyu Al-Qur'an. Dan didalamnya dijelaskan tentang beberapa prinsip yang diterapkan oleh Nabi Muhammad adalah jujur, Amanah, timbangan yang tepat, menghindari gharar, tidak menimbun barang tidak melakukan al-ghaib dan tadlis diantara penjual dan pembeli.¹⁸

¹⁶ May Mustika Humaira, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jasa Rekening Bersama Dalam Transaksi Jual Beli Online*, (Yogyakarta: Uin Sunan Kalijaga, 2014).

¹⁷ Erik Lesmana, *Pemahaman Etika Bisnis Islam dan Tingkat Persaingan Usaha serta Perilaku Dagangan*, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2010).

¹⁸ Muhammad Saifullah, *Etika Bisnis Islami dalam Praktek Bisnis Rosulullah*, (Semarang: IAIN Walisongo, 2011).



E. Kerangka Pemikiran

Kerangka berfikir adalah gambaran pemikiran peneliti atas masalah yang akan diteliti¹⁹. Adapun pemikiran penulis untuk penelitian ini, berawal dari rasa penasaran penulis terhadap praktek jual beli dalam online yang sesuai dengan etika bisnis Islam.

Sistem Ekonomi Islam adalah suatu ilmu, teori, model kebijaksanaan, serta praktik ekonomi yang bersendi dan berlandaskan ajaran Islam, dengan Al-Qur'an dan as-Sunnah sebagai rujukan utama serta ijthid sebagai rujukan tambahan. Dalam kehidupan sehari-hari didalam bermu'amalah sangat diperlukan adanya kepastian hukum, sehingga terdapat ketentuan-ketentuan dan predictability terutama dalam masyarakat perdagangan.²⁰

Maka, masalah etika tidak terbatas hanya pada mereka yang menguasai modal besar akan tetapi menjadi persoalan bagi penguasa industry kecil. Besar kecilnya usaha tidak mengurangi tanggung jawab untuk melakukan hal-hal bagi kepentingan sosial.

Secara filosofi etika bisnis merupakan cabang dari etika umum, banyak orang mengertikan etika bisnis sebagai moral bisnis. Etika bisnis pada dasarnya juga merupakan bagian dari etika social dan pedoman-pedoman moral pada umumnya. Hanya saja sifatnya spesifik dan khusus menyangkut kegiatan produksi, distribusi dan konsumsi saja.

Etika sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari terutama dalam kaitannya dengan perbuatan baik ataupun buruk, benar atau salah yang mempunyai tujuan untuk membentuk kehidupan yang menghasilkan kebaikan serta memberi faedah kepada sesama manusia. Dengan adanya etika, manusia cenderung untuk melakukan perbuatan baik, meskipun perbuatannya tidak selalu berhasil jika tidak ditaati oleh kesucian agama.

Dalam abad modern ini, hubungan antara bisnis dan etika telah melahirkan hal yang probelmatis. Bisnis dianggap suatu proses untuk

¹⁹ Toto Syatori Nasehuddin, *Metodologi Penelitian* (Cirebon: Nurjati Press, 2001), 73.

²⁰ Nurcholis Majid, *Islam Doktrin dan Peradaban*, cet. II, (Jakarta: Badan Wakaf Paramadina, 1992), 246.



mencari keuntungan dan mencukupi kebutuhan hidupnya. Sementara itu etika merupakan ilmu yang berbeda dengan bisnis dan karenanya terpisah. Dalam kenyataan ini bisnis dan etika dipahami sebagai suatu hal yang tidak berkaitan.²¹ Praktik bisnis ini bertujuan untuk mencari laba sebesar-besarnya dalam persaingan yang bebas, dan jika etika diterapkan dalam dunia bisnis maka dianggap akan mengganggu upaya untuk mencapai tujuan bisnis.

Para pelaku usaha dituntut bersikap tidak kontradiksi secara disengaja antara ucapan dan perbuatan dalam bisnisnya. Mereka dituntut untuk tepat waktu, tepat janji serta mengakui kelemahan tanpa ditutup-tutupi, selalu memperbaiki kualitas barang atau jasa secara berkesinambungan. Pelaku usaha harus memiliki amanah dengan menampilkan sikap keterbukaan, kejujuran, pelayanan yang optimal, dan berbuat yang terbaik dalam segala hal apalagi yang berhubungan dengan pelayanan. Dengan sifat amanah, pelaku usaha memiliki tanggung jawab untuk mengamalkan kewajiban-kewajibannya. Sifat tablig dapat disampaikan pelaku usaha dengan bijak sehingga menumbuhkan tabungan kemanusiaan yang solid dan kuat.

Perkembangan Teknologi informasi disadari telah memberikan dampak positif terhadap perkembangan hukum bisnis, terutama sejak dikembangkannya internet, yaitu suatu koneksi antar jaringan komputer, yang dimanfaatkan untuk mendukung aktivitas bisnis, karena kontribusinya terhadap efisiensi, cepat, mudah dan praktis.²²

Menurut penyusun bahwa praktek bisnis dewasa ini cenderung hanya mengejar profit oriented tanpa mempedulikan bagaimana semua itu diperoleh, apakah bertentangan dengan etika atau tidak kebutuhan financial merupakan faktor yang mendorong perilaku yang tidak etis, kemudian bisa dikatakan bahwa faktor utama yang mendorong praktek bisnis yang tidak jujur adalah motif mencari untung atau motif

²¹ Muhammad, *Etika Bisnis Islami* (Yogyakarta:UPP AMP YKPN, 2004), 15.

²² Muhammad Syaifuddin, *Hukum Kontrak* (Bandung: Mandar Maju, 2012), 238.



mendapatkan uang lebih besar. Dalam situasi bisnis yang sangat kompetitif dewasa ini, motif ini lebih mendorong seseorang untuk melakukan tindakan tidak etis dalam dunia bisnis.²³

Sesorang yang berbisnis memang bertujuan mencari keuntungan sebesar-besarnya, tapi dalam pandangan etika islam bisnis bukanlah sekedar mencari keuntungan yang wajar dan diridhoi oleh Allah SWT.²⁴

Nah dari sini peneliti akan meneliti tentang etika bisnis suatu online shop mahasiswa dimana mereka melakukan studi sebagai mahasiswa/i di IAIN dan pasti tahu tentang sedikitnya bisnis yang sesuai dengan syariat islam, disini pantas digali lagi untuk mengetahui lebih lanjut tentang bisnis yang sesuai dengan etika bisnis islam, yang hanya tidak mementingkan oriented atau keuntungan saja.

F. Metodologi Penelitian

1. Tempat

Penelitian skripsi ini, bertempat di Kampus IAIN Syekh Nurjati Cirebon Jl. Perjuangan By Pass Kecamatan.Sunyaragi Kabupaten Cirebon dan Toko –Toko Para Alumni yang dijadikan Online Shop.

2. Waktu Penelitian

Waktu yang digunakan dalam penelitian ini dimulai dari Bulan Desember 2015 sampai dengan Agustus 2016.

3. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual

²³ M Dawan Raharjo, *Etika Bisnis dan Realitanya*, (Jakarta : Pustaka Sinar harapan, 1993), 31.

²⁴ Hamzah Ya'qub, *Etika Islam*, cet. II (Bandung: CV Dipenogoro, 1983), 52.



dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.²⁵

4. Sumber Data Sekender

a. Sumber Data

Dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan penulis adalah :

1) Sumber Data Primer

Data Primer adalah data utama yang diperoleh secara langsung dari lapangan. Data primer diperoleh dari wawancara dengan pihak-pihak terkait yang mengetahui tentang masalah yang sedang dibahas yaitu terkait dengan Praktik Jual Beli Online Perspektif Etika Bisnis Islam studi terhadap pandangan perilaku bisnis online dikalangan Mahasiswa dan Alumni IAIN Syekh Nurjati Cirebon. Dalam hal ini wawancara dilakukan dengan beberapa narasumber.

2) Sumber Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dalam sumbernya yaitu diperoleh oleh pihak lain, bukan dari subyek penelitian. Data sekunder biasanya berwujud data dokumentasi atau data Laporan yang telah tersedia, serta arsip-arsip resmi dan data diperoleh juga dari literatur-literatur kepustakaan yang berkaitan dengan materi yang akan dibahas baik itu berupa buku sumber jurnal, surat kabar atau dari sumber lain yang relevan dengan pokok masalah dalam penyusunan skripsi ini.²⁶

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Yaitu metode pengumpulan data dengan jalan pengamatan dan pencatatan secara langsung dengan sistematis terhadap fenomena-

²⁵ Moh Nazir. *Metode Penelitian* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), 54.

²⁶ Saifudin Azwar, *Metode Penelitian*, 212.



fenomena yang diselidiki.²⁷ Dalam observasi penelitian ini dengan terjun langsung ke lapangan yang akan diteliti.

Dengan metode ini peneliti mengadakan pengamatan secara langsung terhadap obyek penelitian, dalam hal ini yang diamati adalah lokasi atau letak penelitian. Dari sana dapat diketahui beberapa data yang dibutuhkan dalam kegiatan penelitian ini.

b. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan pewawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.²⁸ Wawancara dipergunakan untuk mengadakan komunikasi dengan subyek penelitian sehingga diperoleh data-data yang diperlukan. Teknik wawancara mendalam ini diperoleh langsung dari subyek penelitian melalui serangkaian tanya jawab dengan pihak-pihak yang terkait langsung dengan pokok permasalahan.

Wawancara ini dilakukan dengan acuan catatan-catatan mengenai pokok masalah yang akan ditanyakan. Sasaran wawancara adalah para mahasiswa dan alumni IAIN SNJ Cirebon yang menjadi Pedagang, Reseller, agen, distributor, customer. Dengan ini kami akan mewawancarai sebanyak 15 informan diantaranya 10 Mahasiswa dan 5 Alumni.

c. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Yakni dengan cara mempelajari buku-buku atau karya-karya seseorang.²⁹ Dokumen yang ditunjukkan dalam hal ini adalah segala hal yang terkait dengan permasalahan yang akan diteliti. Dalam hal ini

²⁷ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta : PT.Rineka Cipta, 1998) hlm. 128.

²⁸ Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2004). 186.

²⁹ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2008) cet IV, 329.



berupa buku tentang fiqh muamalat dan skripsi yang berkaitan dengan jaul beli online.

6. Metode Analisis Data

Analisis data di lapangan yang digunakan penyusun yakni dengan menggunakan analisis data kualitatif yang berlangsung selama dan setelah pengumpulan data. Sebagaimana yang dinyatakan oleh Milles Huberman, analisis dan kualitatif dikatakan sebagai model air yang mengikuti keseluruhan dari proses penelitian untuk kemudian ditafsirkan dengan masalah yang sedang diteliti.³⁰ Analisis data menggunakan metode deduksi. Tujuannya untuk menarik kesimpulan terhadap praktek jual beli online perspektif etika bisnis Islam.

Data yang telah dikumpulkan selama proses penelitian dan selesai melalui tahap reduksi atau pemilihan, kemudian saling diambil hubungan antar data yang sesuai dengan tema penelitian, sehingga memunculkan satu hipotesis dan dapat diambil satu kesimpulan. Kesimpulan tersebut kemudian divertifikasi selama penelitian berlangsung, dan dilakukan pencarian data baru yang mendukung agar menjamin validitas.

Sedangkan interpretasi data adalah memberikan arti yang signifikan terhadap analisis, menjelaskan pula uraian dan mencari hubungan antara dimensi-dimensi uraian. Oleh karena penelitian ini termasuk jenis penelitian kualitatif serta data yang terkumpulkan juga berbentuk kualitatif, maka dalam menganalisis data juga dilakukan secara kualitatif pula (deskriptif kualitatif). Yakni digambarkan dengan kata-kata/kalimat dipisah-pisah menurut kategori data penelitian guna mendapatkan suatu kesimpulan. Gambaran dengan kata/kata kalimat dilakukan dengan cara induktif dan deduktif sebagai salah satu penelitian kualitatif.

³⁰ Sugiyono, *Metodologi penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R & D*, 143.



G. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan dalam penulisan, maka penulisan penelitian dalam skripsi ini akan membagi menjadi lima bab dan setiap bab terdiri dari sub-sub yang menguraikan isi bab, yang mana antar bab I sampai dengan bab terakhir merupakan uraian yang berkesinambungan. Adapun sistematikanya adalah sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN. Hal ini merupakan kerangka dasar yang berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan kegunaan penelitian, telaah pustaka, kerangka teoritik, dan sistematika pembahasan.

BAB II ETIKA BISNIS ISLAM DALAM JUAL BELI ONLINE :yakni menjelaskan secara teori tentang jual beli online, etika Bisnis, dan Etika bisnis Islam dalam Jual beli online.

BAB III ETIKA JUAL BELI ONLINE MAHASISWA DAN ALUMNI IAIN SYEKH NURJATI. Pada bab tiga akan di paparkan kondisi di lapangan atau fakta yang sesuai dilapangan, meliputi Profil mahasiswa dan alumni IAIN Syekh nurjati, Praktek jual beli online mahasiswa dan alumni IAIN syekh nurjati, dan Etika Jual beli online mahasiswa dan alumni IAIN syekh nurjati.

BAB IV. ETIKA JUAL BELI ONLINE MAHASISWA DAN ALUMNI IAIN SYEKH NURJATI PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM. Berisi analisis hasil penelitian. Yang terdiri dari sifat-sifat etika bisnis dalam Islam.

BAB V PENUTUP. Pembahasan ini menggambarkan tentang kesimpulan pembahasan dan saran-saran sebagai masukan kepada pihak atau subyek yang bersangkutan.

Daftar Pustaka yaitu bahan-bahan tentang yang dijadikan referensi oleh penulis dari beberapa buku yang terkait dengan materi penelitian.

Lampiran-lampiran berisi tentang beberapa data yang terkait dengan objek dan materi penelitian.





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

DAFTAR PUSTAKA

- Departemen RI. *Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemahnya*. Semarang : PT Toha Putra, 1996.
- Abdul Halim Barakatullah dan Teguh Prasetyo. 2005. *Bisnis E-Commerce Study System Keamanan dan Hukum di Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Adz-Dziyabi, Sa'ad bin Sa'id. 2014. *Mabda Husn An-Niyyah fi An-Nizham As-Su'udi wa Al-Anzhimah Al-Muqaranah*. Khartoum: Majalah Asy-Syari'ah wa Al-Qanun wa Ad-Dirasat Al-Islamiyyah
- Ahmad, Mustaq. 2003. *Etika Bisnis Dalam Islam*. cet2. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar.
- Aji Kuswiratmo, Bonifasius. 2016. *Memulai Usaha Itu Gampang (langkah-langkah hukum mendirikan badan usaha hingga mengelolanya)*. Jakarta : Transmedia Pustaka.
- Al Ghazali, Imam. 2002. *Benang Tipis Antara Halal dan Haram*. Surabaya: Putra Pelajar.
- Al-Ashfahani, Abu Syuja bin Ahmad. 2009. *Fiqih Sunah Imam Syafi'I*. Bandung: Padi Bandung.
- Ali, Kamal. 2007. *Berbisnis Dengan Cara Rasul*. Bandung: Jember.
- Al-Jaziri, Abdurrahman. 2003. *Kitab Al-Fiqih 'ala Madzahib Al-Arba'ah*. juz 2. Lebanon: Dar Al-Fikr. 176
- Alma, Buchari. 2003. *Dasar-Dasar Etika bisnis Islami*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. 1998. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : PT.Rineka Cipta.
- Azhar Basyir, Ahmad. 2004. *Asas-Asas hukum Muamalat (Hukum Perdata Islam)* cet. II. Yogyakarta: UII Press.
- Aziz, Abdul. 2013. *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Bandung : Alfabeta.
- Azwar, Saifudin. 1999. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Az-Zuhaili, Wahbah. 2010. *Fiqih Imam Syafi'I*. juz 1. Jakarta: Al-Mahira.
- Badroen dkk, Faisal. 2007. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: kencana.
- Hafidz Ahmad bin Ali bin Hajar Asqalany. *Fath al-Bary Bi Sharh Sahih al-Bukhary, Tahqiq*. Syekh Abdul Aziz bin Abdillah bin Baz. (T.Tmp: Dar al-Fikr, t.th)
- Departemen Pengembangan. *Bisnis,Perdagangan, dan Kewirausahaan Syariah, Etika Bisnis Islam*. Jakarta: GramataPublishing, 2011.
- Djakfar, Muhammad. 2009. *Hukum Bisnis Membangaun Wacana Integrasi Perundangan Nasional dengan Syari'ah*. cet I. UIN Malang Pres
- Djunaidi dkk, Achmad. 2008. *Khadijah Membangun Prinsip Meraih Karier*. Jakarta: GP Press.
- Faiz Rosyadi, Muhammad. 2012. *Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Custemer RetentionI (Studi Kasus Pada Bank BPD DIY Cabang Syariah)*. Yogyakarta; Fakultas Syariah UIN Sunan Kalijaga.
- Faulidi Asnawi, Haris. 2008. *Transaksi Bisnis E-Commerce Perspektif Islam*. Yogyakarta : Laskar Press.
- Gunara dkk, Torik. 2008. *Marketing Muhammad Strategi Andal dan Jitu Praktek Bisnis Nabi Muhammad saw*, Bandung: PT Karya Kita.
- Hasim, Muhammad Ali Haji. 2005. *Bisnis Satu Cabang Jihad*. Jakarta, Pustaka Al-Kausar.



- <http://muslim.or.id/akhlaq-dan-nasehat/dari-masjid-kita-bangkit.html>. Diakses tanggal 13 Februari 2016.
- Ibnu Majah, Sunan.no, 2247. *Kitab At-Tijarah, tentang orang yang menjual barang cacat maka ia harus menjelaskannya*.
- Idri. 1990. *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam cet ke-1*. Jakarta: Publisher.
- Issa Beekun, Rafiq. 1981. *Islamic Business Ethics*. Herndon, the International Institute of Islamic Thought.
- Kamaluddin, Laode dan Aboza M. Richmuslim. 2009. *Cerdas Bisnis Cara Rasulullah*. Jakarta Richmuslim Adikarya Bangsa..
- Keraf, A. Aonny. 1998. *Etika Bisnis Tuntunan dan Relevansinya*. Yogyakarta: Kanisius.
- Khatib At-Tamimi, Izuddin. 2004. *Bisnis Islami*. Jakarta: Fikahati Aneska.
- Lesmana, Erik. 2010. *Pemahaman Etika Bisnis Islam dan Tingkat Persaingan Usaha serta Perilaku Dagangan*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.
- M.Nur Rianto Al Arif, 2010. *Dasar Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: CV Alfabeta.
- Majid, Nurcholis. 1992. *Islam Doktrin dan Peradaban*. cet. II. Jakarta: Badan Wakaf Paramadina.
- Maman Suherman, Ade. 2005. *Aspek hukum dalam Ekonomi Global*, cet.ke-2. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Menurut Undang-undang Republik Indonesia Nomer 11 tahun 2008 tentang informasi dan transaksi Elektronik pasal 1.
- Moh Nazir. 2011. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Moleong, Lexy J. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muhammad, Najamuddin. 2012. *Cara Dagang Rasulullah untuk Para Enterpreneuer*. Yogyakarta: Diva Press.
- Muhammad. 2004. *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta:UPP AMP YKPN.
- Muslich. 1998. *Etika Bisnis Pendekatan Sbtantif dan Fusngsional*. Yogyakarta: Ekonisia Kampus Fakultas Ekonomi UII.
- Muslim Nurdin dkk. 1995. *Moral dan Kognisi Islam cet II*. Bandung : ALFA BETA.
- Mustika Humaira, May. 2014. *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jasa Rekening Bersama Dalam Transaksi Jual Beli Online*. Yogyakarta: Uin Sunan Kalijaga.
- Nisrina M. 2015. *Bisnis Online: Manfaat Media Sosial dalam Meraup Uang*. Yogyakarta: Kobis.
- Novitasari, Dyna. 2011. *25 Bisnis Sampingan untuk Mahasiswa*. Yogyakarta : G-Media.
- Onno W Purba dan aang arid wahyudi. 2001. *Mengenal E-Commerce*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- P Dwi Atmojo, Panggih. 2002. *Internet Untuk Bisnis I*. Jogjakarta: Dirkomnet Training.
- Qordhawi, Yusuf. 1997. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta : Gema Insani Press.
- Raharjo, M Dawan. 1993. *Etika Bisnis dan Realitanya*. Jakarta : Pustaka Sinar harapan.
- Ratri, Carolina. 2014. *Sukses Membangun Toko Online*. Jogjakarta: Stiletto Book.
- Rivai dkk, Veithzal. 2012. *Islamic Business and Economic Ethics*. Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- Rusyid, Ibnu. *Bidayatul Mujtahid*. 1990. Alth Bahasa Abdurahman dan Abd. Haris, cet. I. Semarang: Asy-Syifa'.
- Saifullah, Muhammad. 2011. *Etika BIsnis Islami dalam Praktek Bisnis Rosulullah*. Semarang; IAIN Walisongo.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon

- Satyanegara, Heru. 2003. *Etika Bisnis Prinsip dan Aplikasi*. Jakarta:LPFE.
- Shihab, M.Quraish. 2004. *Tafsir Al-Mishbah*. Jakarta: Lentera hati.
- Siddiqi, M Nejatullah. 2000. *Kegiatan Ekonomi dalam Islam; Pilihan Setelah Kegagalan Sistem Kapitalis dan Sosialis*. Yogyakarta: Penerbit UII Press.
- Siddiqi, Muhamamad Nejatullah. 1991. *Kegiatan Ekonomi Dalam Islam ,terj, Anas Sidik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. 2008. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. cet IV. Bandung : Alfabeta.
- Sulianta, Feri. *Langkah Jitu Jualan Online*. 2015. Bandung: PT. Publika Edu Media
- Abu 'Isa Muhammad bin 'Isa bin Surah. 1988. *Al- jmai' Sahih wa Huwa Sunan Al-Tirmidzy*. juz 7:21. Tahqiq: Kamal Yusuf al-Hut. Beirut: Dar Al-Fikr.
- Sunyoto, Danang. 2009. *Mengapa Banyak Orang Cina Kaya dan Berhasil Dalam Bisnis Dipandang dari Perspektif Muslim*. Yogyakarta: Surya Media.
- Syafe'I, Rachmat. 2001. *Fiqh Muamalah*. cet. 1. Bandung: Pustaka Setia.
- Syaifuddin, Muhammad. 2012. *Hukum Kontrak*. Bandung: Mandar Maju.
- Syatori Nashuddien, Toto. 2001. *Metodologi Penelitian*. Cirebon: Nurjati Press.
- Syekh.As-Sa'id, 'Aziz bin Baaz, Syekh Abdul, Al-'Utsaimin, Syekh Shalih al- Fsuzan, Shekh Shalih. 2008. *Fikih Jual Beli: Panduan Praktis Bisnis Syari'ah*, Jakarta: Senayan Publishing.
- Undang-undang nomer 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Bab V, Pasal 17, Ayat 2.
- Wawamcara dengan Ayu Wahyuni, Owner Ayra Shop, Rabu, 22 Juni 2016, Pukul 15.14 WIB, di IAIN Cirebon.
- Wawamcara dengan Dinda Devy Tribuana, owner vi collection, Selasa, 14 Juni 2016, Pukul 12.45 WIB, di kediamannya perjuangan.
- Wawamcara dengan Yayah Fikriyah, Resellervi collection, Kamis, 16 Juni 2016, Pukul 15.55 WIB, di IAIN Cirebon.
- Wawancara dengan Dinda Devy Tribuana, owner vi collection, Selasa, 14 Juni 2016, Pukul 12.45 WIB, di kediamannya perjuangan Cirebon.
- Wawancara dengan Dinda Devy Tribuana, owner vi collection, Selasa, 14 Juni 2016, Pukul 12.45 WIB, di kediamannya perjuangan Cirebon.
- Wawancara dengan Nurul Aeni, Reseller Garskin Geministore, Kamis, 11 Agustus 2016, Pukul 12.40 WIB, di IAIN Cirebon.
- Wawancara dengan Nurul Aeni, Reseller Garskin Geministore, Kamis, 11 Agustus 2016, Pukul 12.40 WIB, di IAIN Cirebon.
- Wawancara dengan Renjana, Pembeli Garskin Geministore, Rabu, 10 Agustus 2016, Pukul 14.03 WIB, di IAIN Cirebon.
- Wawancara dengan Tri Nanda, Pembeli vi collection, Kamis, 11 Agustus 2016, Pukul 13.18 WIB, di kediamannya perjuangan Cirebon.
- Wawancara dengan Yayah Fikriyah, Resellervi collection, Kamis, 16 Juni 2016, Pukul 15.55 WIB, di IAIN Cirebon
- Wawancara dengan Zakiyatun Nissa, Owner Garskin Geministore, Selasa, 9 Agustus 2016. Pukul 13.16 WIB, di IAIN Cirebon.
- Ya'qub, Hamzah. 1983. *Etika Islam*, cet. II. Bandung: CV Dipenogoro.