

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Modernisasi dan teknologi pada era globalisasi 4.0 memberikan dampak hebat pada penerapan perilaku dalam perniagaan, kapitalismodern memberikan banyak masalah dalam dunia perdagangan muslim. Beruntung islam telah menerapkan dasar-dasar perdagangan yang diajarkan oleh para ulama dengan pemikiran ekonomi jauh sebelum Adam Smith.<sup>1</sup> Islam sebagai ajaran *ad-din* mengandung ajaran yang komprehensif dan sempurna. Islam mengatur seluruh aspek muamalah, khususnya ekonomi islam. Di antara ajaran islam yang mengatur kehidupan manusia adalah aspek ekonomi muamalah iqtishadiyah.<sup>2</sup>

Salah satu aspek ekonomi yang paling melekat dalam kehidupan bermasyarakat adalah kegiatan jual beli. Menurut Muslich jual beli adalah suatu perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai, secara sukarela diantara pelaku jual beli. Pelaku jual beli sendiri yaitu penjual dan pembeli. Di mana dalam transaksi jual beli diperlukan sebuah kejujuran dalam memberikan informasi yang diperlukan oleh pembeli.<sup>3</sup>

Kegiatan jual beli merupakan salah satu kebutuhan masyarakat sebagai sarana dan prasarana dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Salah satu sarana tempat jual beli itu adalah pasar, dalam lingkungan pemasaran dapat berubah dan serba tidak pasti serta memberikan peluang dan ancaman. Seiring dengan berkembangnya zaman, yang ditandai dengan perkembangan ekonomi yang sangat pesat menimbulkan persaingan bisnis semakin tinggi, sehingga perusahaan dituntut untuk mampu menyesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat.

---

<sup>1</sup> Aselina Endag Trihastuti, *Etika Bisnis Islam* (Sleman: Deepublish, 2020), 1.

<sup>2</sup> Milatul Musarofah, "Implementasi Akad Murabahah pada Produk Pembiayaan Murabahah di KSPPS BMT Nusa Ummat Sejahtera KC Cirebon", (*Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon, 2023).

<sup>3</sup> Kristianto Dwi Estijayandono et al, "Etika Bisnis Jual Beli Online dalam Perspektif Islam", *Akurat : Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 3:1 (Juni, 2019): 53-68.

Semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat maka akan menyebabkan timbulnya perusahaan-perusahaan baru dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat. Di mana setiap perusahaan menawarkan keunggulan-keunggulan dari produk yang dihasilkannya. Keadaan ini menjadi salah satu faktor pendorong terciptanya persaingan bagi semua kalangan khususnya para pelaku bisnis.<sup>4</sup>

Kasmi dan Candra mengemukakan bahwa di era globalisasi yang serba digital saat ini, hampir seluruh lini kehidupan mengalami transformasi ke arah digital termasuk kegiatan jual beli. Menurut Sanusi dalam Rasidowati dan Santoso, perpaduannya antara teknik komputer, telekomunikasi media dan informasi telah mendukung pertumbuhan bisnis yang signifikan sebab segala informasi bisa ditampilkan dengan canggih dan mudah didapat yang kemudian dikenal dengan perdagangan secara elektronik atau *electronic commerce (E-Commerce)*.<sup>5</sup>

Jual beli online atau *E-commerce* merupakan transaksi jual beli yang dilakukan menggunakan internet. *E-commerce* ini dianggap praktis, cepat dan mudah. Selain itu juga dapat meminimalisir pengeluaran dan memaksimalkan dalam meraih keuntungan. Persoalan mengenai transaksi jual beli online yakni dikarenakan para pihak tidak bertemu secara fisik, sehingga kesepakatan antara kedua belah pihak dilakukan secara elektronik. Akibatnya prinsip hukum yang berlaku dalam dunia nyata, seperti waktu dan tempat terjadinya transaksi, serta kapan suatu transaksi dinyatakan berlaku menjadi sulit ditentukan.<sup>6</sup>

Pembeli tidak dapat melihat barang yang diinginkan secara langsung. Dibutuhkan penerapan etika bisnis yang sangat tinggi dari penjual. Secara terminologi etika memiliki sebuah makna dari bahasa sansekerta yakni “Susila”, yang maknanya lebih pada menunjukkan sebuah dasar-dasar, kemudian sebuah prinsip, aturan kehidupan atau makna dari Sila dan makna Susila yakni menjadi yang lebih baik, jika digabungkan Susilaini adalah prinsip

---

<sup>4</sup> Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2008), 67.

<sup>5</sup> Qanitha An Nabila A'yun et al, “Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli Online pada E-commerce Populer di Indonesia”, *Akurat: Jurnal Perbankan Syariah Darussalam (JPSDa)*, 1:2 (Juni, 2021): 166-181

<sup>6</sup> Kristianto Dwi Estijayandono et al, “Etika Bisnis Jual Beli Online dalam Perspektif Islam”, *Akurat: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 3:1 (Januari, 2019): 53-68.

dasar kehidupan yang lebih baik.

Etika bisnis islam merupakan sebuah akhlak dalam melaksanakan sebuah kegiatan bisnis yang menerapkan nilai ajaran agama islam, yang pada kegiatan bisnisnya tidak perlu risau ada kekhawatiran, karena telah dianggap dan diyakini sebagai hal yang benar, etika bisnis islam ini tentunya merujuk pada Al-Qur'an dan Al-Hadits sebagai pedoman dan strategi dalam penerapan bisnis yang baik. Dimana pada kegiatan bisnis disini menerapkan banyak kebaikan yang memberikan kemaslahatan bagi banyak orang di setiap waktu.<sup>7</sup>

Etika bisnis berfungsi sebagai pengatur terhadap aktivitas ekonomi, karena secara filosofi etika mendasarkan diri pada nalar ilmu dan agama untuk menilai. Etika diartikan sebagai suatu perbuatan standar (*standar of conduct*) yang memimpin individu. Etika adalah suatu studi mengenai perbuatan yang sah dan benar dan pilihan moral yang dilakukan oleh seseorang.<sup>8</sup> Dengan kata lain, maka prinsip pengetahuan akan etika bisnis mutlak harus dimiliki oleh setiap individu yang melakukan kegiatan ekonomi baik itu seorang pebisnis atau pedagang yang melakukan aktivitas ekonomi. Terutama para pedagang di pasar tradisional yang melakukan transaksi jual beli.

Toko Faizz Shop Subang merupakan salah satu toko yang menjual berbagai macam busana, mulai dari baju, hijab, celana, tas, sepatu bahkan sampai aksesoris Muslimah. Toko yang terletak di Jalan Pasar Sukaseneng Desa Karang Sari Kecamatan Comprang Kabupaten Subang ini juga memanfaatkan media digital untuk memasarkan produknya. Karena memang selain menghemat biaya, keuntungan yang didapatkan juga bisa terbilang maksimal. Kendati demikian, sekalipun pemasaran dengan media digital yang dilakukan Toko Faizz shop Subang memiliki banyak kelebihan, hal tersebut juga tidak menutup kemungkinan memiliki banyak kekurangan. Seperti fisik barang tidak sesuai dengan foto atau bahkan kualitas barang tidak sesuai dengan yang diharapkan konsumen, untuk itu perlu adanya peranan etika bisnis dalam

---

<sup>7</sup> Qanitha An Nabila A'yun et al, "Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli Online pada E-commerce Populer di Indonesia", *Jurnal Perbankan Syariah Darussalam*, 1:2 (Juli, 2021): 166-181.

<sup>8</sup> Buchari Alma, *Dasar-dasar Etika Bisnis Islam* (Bandung: Alfabeta, 2011), 53.

transaksi jual beli yang dilakukan Toko Faiz shop Subang.

Berdasarkan latar belakang di atas penelitian tertarik untuk mengkaji skripsi dengan judul **“ANALISIS ETIKA BISNIS TOKO FAIZZ DALAM JUAL BELI BUSANA SECARA ONLINE DALAM PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH”**.

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka perumusan masalah dapat dijelaskan pada 3 unsur sebagai berikut:

### **1. Identifikasi Masalah**

#### **a. Wilayah Kajian**

Penelitian ini mengkaji mengenai Analisis Etika Bisnis Toko Faizz shop Subang dalam Jual beli Busana secara Online dalam perspektif hukum ekonomi syariah. Penelitian ini tergolong dalam wilayah kajian Penguatan Ekonomi Lokal dan Ekonomi Kreatif, dengan topik kajian Etika Bisnis dalam Sudut Pandang Hukum Ekonomi Syariah.

#### **b. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Taylor dan Bogdan dalam Pendekatan kualitatif dapat diartikan sebagai pendekatan yang menghasilkan data, tulisan, dan tingkah laku yang diamati dari orang-orang. Alasan digunakannya pendekatan kualitatif dalam penelitian ini dikarenakan peneliti secara aktif berinteraksi secara pribadi dengan informan sehingga peneliti dapat melihat individu secara holistik (utuh), sehingga hasil yang diperoleh lebih akurat.

#### **c. Jenis Masalah**

Penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan yang dilakukan oleh peneliti di lapangan terhadap narasumber. Dalam hal ini peneliti akan langsung mengamati tentang etika bisnis Toko Faizz Shop Subang dalam jual beli busana secara online dalam perspektif hukum ekonomi syariah.

## 2. Pembatasan Masalah

Batasan masalah merupakan suatu kajian penelitian yang meliputi ruang lingkup yang jelas mengenai apa saja yang akan diteliti supaya tidak melebar jauh dari fokus pembahasan yang akan diteliti. Oleh karena itu dalam penelitian ini penulis membatasi permasalahan hanya membahas dan meneliti mengenai *Tagline* Gratis Ongkir dalam Jual Beli Busana di Toko Faizz Shop Subang.

### C. Rumusan Masalah

Sesuai dengan batasan masalah yang telah ditentukan, maka dapat diperoleh rumusan masalah:

- a. Bagaimana penerapan etika bisnis dalam transaksi jual beli di Toko Faizz shop Subang?
- b. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh Toko Faizz shop Subang?
- c. Bagaimana tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap etika bisnis dan strategi pemasaran jual beli busana yang dilakukan Toko Faizz shop Subang?

### D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui bagaimana penerapan etika bisnis pada Toko Faizz shop Subang.
- b. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan Toko Faizz shop Subang.
- c. Untuk menganalisis tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap etika bisnis dan strategi pemasaran yang dilakukan Toko Faizz shop Subang.

### E. Manfaat Penelitian

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan manfaat, dan berguna bagi pihak-pihak yang berkaitan. Berdasarkan tujuan penelitian, manfaat penelitian ini adalah:

#### 1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan wawasan dan pengetahuan kepada penulis dan pembaca mengenai kebijakan pemerintah dalam menyelesaikan permasalahan yang terjadi tentang Etika Bisnis Toko Faizz

shop Subang dalam jual beli busana secara online.

- a. Hasil penelitian dapat dijadikan pengembangan ilmu hukum khususnya tentang jual beli busana secara online dikalangan Masyarakat.
- b. Hasil penelitian ini dapat dijadikan tinjauan Hukum ekonomi syariah terkait etika bisnis di Toko Faizz shop Subang dalam jual beli busana.
- c. Hasil penelitian ini dapat dijadikan tinjauan Hukum ekonomi syariah terkait etika bisnis di Toko Faizz shop Subang dalam jual beli busana

## 2. Secara Praktis

- a. Dapat digunakan sebagai masukan bagi penjual online dalam rangka menjaga dan meningkatkan kualitas kerjanya.
- b. Sebagai bahan evaluasi bagi para penjual online sehingga dapat meningkatkan kualitas informasi.

## F. Literatur Review

1. Ira Puspitasari menulis Penelitian dengan judul “Analisis Praktik Etika Bisnis Syariah (Studi Kasus Pasar Leuwiliang)” pada tahun 2019. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana etika bisnis pedagang secara islam, bagaimana praktik etika bisnis pedagang di pasar leuwiliang dan untuk mengetahui etika bisnis syariah di kalangan pedagang muslim di pasar leuwiliang. Hasil penelitian ini menunjukkan, bahwa belum sepenuhnya para pedagang di Pasar Leuwiliang paham mengenai etika bisnis syariah, namun dari jawaban yang mereka berikan mengenai menjaga kehalalan produk serta bagaimana menjaga kepercayaan pelanggan sudah bisa dikatakan bahwa mereka sedikitnya telah menerapkan etika bisnis secara syariah. Dibanding dengan penelitian ini terdapat perbedaan dengan penelitian yang penulis lakukan dimana selain berbeda dari segi tempat, hasil dan judul penelitian tersebut hanya berfokus kepada etika bisnis islam saja. Sedangkan persamaan dalam penelitian tersebut dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah sama-sama membahas tentang etika bisnis islam serta sama-sama menggunakan metode kualitatif.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> Ira Puspitasari, “Analisis Praktik Etika Bisnis Syariah (Studi Kasus Pasar Leuwiliang)”, *Akurat : Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 3:1 (Januari, 2019): 40-51.

2. Novia Aryani, menulis penelitian dengan judul “Pengaruh Terpaan Iklan Tokopedia Versi Bebas Ongkir di Youtube Terhadap perilaku Konsumtif Mahasiswa” pada tahun 2021. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah ada pengaruh terpaan iklan tokopedia versi “bebas ongkir” di *youtube* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, serta berapa besar pengaruh yang diberikan. Hasil penelitian ini menunjukkan, bahwa Pembuatan iklan agar lebih menarik, pihak perusahaan harus membuat kemasan iklan mereka sedemikian rupa, dengan tanda yang sengaja dibuat semirip mungkin pada kejadian- kejadian yang ada di kehidupan nyata, hal ini memiliki tujuan agar iklan yang dibuat bisa memotivasikan penonton untuk menjadikan salah satu pembeli barang yang dipromosikan. Iklan juga berfungsi sudah menjadi sebagai roda pengatur kehidupan manusia dan mempunyai pengaruh besar baik terhadap masyarakat kaum pria maupun kaum wanita. Para pembuat iklan selalu akan menciptakan image (citra) pria dan wanita dari berbagai kalangan usia menjadi lebih sempurna, pada akhirnya akan menimbulkan konstruksi sosial terhadap kaum pria dan kaum wanita baik dalam segi intelektual maupun penampilan Iklan tokopedia versi “bebas ongkir” ini tidak hanya dipublikasikan melalui televisi melainkan juga di *youtube*, karena sejak sampai sekarang trend iklan di media online menjadikan khalayak semakin dekat dengan arah digital menjadikan produsen semakin semangat membuat iklan di media sosial. Tetapi hal ini, tidak membuat produsen berhenti untuk mengiklankan produk yang ada di media lama seperti televisi dan koran.<sup>10</sup>

Pada penelitian di atas terdapat perbedaan dengan penelitian yang saya lakukan dimana penelitian ini menjelaskan mempromosikan dengan menggunakan aplikasi *youtube*, *shopee*, *tokopedia*, dalam segi intelektual maupun penampilan iklan tokopedia versi “bebas ongkir” media pemasaran tidak hanya ditayangkan melalui televisi melainkan juga di *youtube*, karena sejak sampai sekarang trend iklan di media online menjadikan khalayak

---

<sup>10</sup> Novi Aryani, “Pengaruh Terpaan Iklan Tokopedia Versi Bebas Ongkir di Youtube terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa”, (*Skripsi*, UIN Sriwijaya Muaradua, 2021).

semakin dekat dengan arah digital menjadikan produsen semakin semangat membuat iklan di media sosial. Sedangkan persamaan dalam skripsi tersebut mengatakan jika bebas ongkir ini tidak hanya di televisi, karena sejak sampai sekarang trend banyak sekali media sosial untuk tempat mempromosikan barang barang yang kita jual seperti fashion dan lain sebagainya.

3. Destiya Wati, Suyud Arif dan Abrista Devi menulis penelitian dengan judul “Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli Online di Humaira Shop” pada tahun 2022. Tujuan penelitian untuk menganalisis apakah Humaira Shop sudah menerapkan prinsip- prinsip etika bisnis islam dalam transaksi jual beli online dan bagaimana penerapan prinsip-prinsip etika bisnis islam dalam transaksi jual beli online di Humaira Shop. Hasil penelitian menyatakan transaksi jual beli online Humaira Shop sudah sepenuhnya menerapkan prinsip- prinsip etika bisnis Islam yaitu prinsip tauhid, diterapkan dengan cara bersikap jujur hingga menjaga kualitas produk dengan baik. Prinsip keseimbangan, diterapkan dengan cara berlaku adil kepada konsumen tidak membeda- bedakan. Prinsip kehendak bebas diterapkan dengan cara memberi kebebasan pada konsumen untuk menawar harga barang dan tidak pernah memaksa konsumen untuk membeli produknya. Prinsip tanggung jawab, diterapkan dengan cara memberikan barang yang sesuai permintaan konsumen dan selalu tepat janji dalam proses pengiriman barang. Komunikasi menjadi kegiatan yang penting antara penjual dan pembeli tidak boleh sampai terputus agar tidak terjadi kehilangan antara pihak penjual dengan pihak pembeli dalam melakukan transaksi online. Oleh sebab itu di jaman sekarang ini teknologi sangat maju, hanya duduk manis dan memilih barang yang diinginkan.<sup>11</sup>

Pada penelitian di atas terdapat perbedaan dengan penelitian yang saya lakukan, dimana penelitian ini menjelaskan Humaira Shop menerapkan prinsip kehendak bebas dengan memberikan kebebasan konsumen untuk menawar harga barang, bahkan jika ada konsumen yang menawar harga

---

<sup>11</sup> Destiya Wati et al, “Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli Online di Humaira Shop”, *Akurat: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis*, 5:1 (November, 2022): 141-154.

barang pihak Humaira Shop bersedia memberikan harga yang telah ditawarkan oleh konsumen, sedangkan persamaan dalam jurnal tersebut mengatakan bahwa Jual beli online merupakan aktivitas antara pihak penjual dengan pihak pembeli tidak harus bertemu secara langsung untuk melaksanakan negosiasi dan transaksi. Lalu pihak penjual dengan pihak pembeli melakukan komunikasi atau berinteraksi secara online melalui pesan dalam komputer, gawai, pesan whatsapp, sms ataupun telepon. Dalam transaksi jual beli online, pihak penjual dan pihak pembeli memerlukan pihak ketiga untuk melaksanakan penyerahan barang dan penyerahan uang yang dilakukan oleh penjual dan pembeli.

4. Ina Novila menulis penelitian dengan judul “Strategi Pemasaran Pedagang Offline dengan Online Ditinjau dari Etika Bisnis Islam” pada tahun 2019. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran pedagang pakaian offline dan online di 15A Metro Timur dan mencari tahu apakah strategi pemasaran yang digunakan sesuai dengan etika bisnis islam. Hasil penelitian ini menunjukkan, bahwa Strategi pemasaran merupakan salah satu langkah awal dalam rangka mengenalkan produk pada konsumen dan ini menjadi sangat penting karena berkaitan dengan keuntungan yang akan diperoleh. Strategi pemasaran yang dibuat tidak hanya berkaitan dengan penjualan dan mempromosikan produk, tapi juga tentang pelayanan (*service*) kepada pelanggan yang diberikan oleh pedagang, dengan tujuan agar usaha yang dijalankan berkembang dengan baik dan bisa bertahan untuk jangka waktu yang lama. Kehadiran bisnis online dalam sistem jual beli memiliki sisi kelebihan dan kekurangan. Kelebihan yang dimiliki yakni transaksi melalui internet jauh lebih efisien, dan mudah dibandingkan dengan menggunakan media lainnya karena konsumen tidak perlu langsung mendatangi toko. Namun terdapat kekurangan online shop yaitu memiliki kemungkinan terjadinya penipuan dalam transaksi dan ketidaksesuaian barang dengan spesifikasi yang dicantumkan oleh pedagang di media sosial dalam memasarkan barang dagangannya. Selain itu resiko cacat tersembunyi dari barang yang diperjual belikan juga menjadi modus terbesar dari pelaku usaha online, baik secara sengaja maupun tidak

sengaja.<sup>12</sup>

Pada penelitian di atas terdapat perbedaan dengan penelitian yang saya lakukan, dimana penelitian ini menjelaskan strategi pemasaran dilihat secara umum. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti melihat strategi pemasaran secara khusus yaitu difokuskan dengan melihat strategi pemasaran yang terjadi sesuai dengan etika bisnis Islam. Sedangkan persamaan dalam skripsi tersebut sama-sama meneliti mengenai strategi pemasaran.

5. Wardah NST menulis penelitian dengan judul “Dampak Bisnis Fashion Online Terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang di Pasar Petisah Medan” pada tahun 2021. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak bisnis fashion online terhadap tingkat pendapatan pedagang di pasar Petisah Medan. Hasil penelitian ini menunjukkan, bahwa Persaingan bisnis pada bidang fashion sangat ketat terutama pada bidang pakaian, pemasar bersaing dalam menawarkan barang dagangan dengan berbagai cara yang digunakan agar konsumen tertarik dengan barang yang dijual tersebut. Pemasar menawarkan beberapa pilihan seperti pakaian yang terbuat dari bahan yang berkualitas, design yang menarik, hingga beberapa pemasar membuat pakaian dari bahan yang baik dengan harga yang terjangkau, semua strategi tersebut dipakai oleh pemasar agar produknya laku terjual di pasaran. Bahkan, beberapa dari pemasar menggunakan strategi melalui pemasaran via online, dengan maksud agar mereka langsung masuk target pasaran, bahkan lebih mendapatkan keuntungan yang lebih banyak. Peningkatan bisnis online yang sangat meroket ini ternyata berdampak terhadap pendapatan pedagang di pasar tradisional itu sendiri. Faktanya, masyarakat kini lebih memilih membeli kebutuhan rumah tangga via online, beberapa ada yang memilih membeli produk kecantikan via aplikasi *e-commerce*, bahkan beberapa masyarakat sekarang sudah beralih yang tadinya selalu membeli kebutuhan rumah tangga di pasar tradisional sekarang malah

---

<sup>12</sup> Ina Novila, “Strategi Pemasaran Perdagangan Offline dengan Online Ditinjau dari Etika Bisnis Islam”, (*Skripsi*, IAIN Metro, 2019).

beralih via online dengan alasan range harga antara pasar tradisional sangat jauh lebih murah via online, transaksi mudah, dan tidak perlu repot-repot jauh jauh pergike pasar.<sup>13</sup>

Pada penelitian di atas terdapat perbedaan untuk mengetahui bagaimana dampak bisnis fashion online terhadap tingkat pendapatan pedagang di pasar Petisah Medan. Sedangkan persamaan dalam skripsi tersebut mengatakan bahwa Persaingan bisnis pada bidang fashion sangat ketat terutama pada bidang pakaian, pemasar bersaing dalam menawarkan barang dagangan dengan berbagai cara yang digunakan agar konsumen tertarik dengan barang yang dijual tersebut. Pemasar menawarkan beberapa pilihan seperti pakaian yang terbuat dari bahan yang berkualitas, design yang menarik, hingga beberapa pemasar membuat pakaian dari bahan yang baik dengan harga yang terjangkau, semua strategi tersebut dipakai oleh pemasar agar produknya laku terjual di pasaran.

#### **G. Kerangka Pemikiran**

Membahas bisnis dalam kegiatan sehari-harinya tidak lepas dari perilaku organisasi di tengah kehidupan masyarakat, memasarkan produk, interaksi pelanggan dan membangun hubungan dengan mitra usaha di mana dalam proses kegiatan melibatkan individu dan kelompok serta lingkungan kerja yang membutuhkan penerapan etika, yang berfungsi menolong pebisnis memecahkan masalah moral dalam kegiatan perdagangannya untuk kelangsungan bisnisnya.

Etika merupakan salah satu disiplin pokok filsafat merefleksikan bagaimana manusia (dalam hal ini organisasi) harus berhasil hidup atau terus beroperasi sebagai manusia (organisasi) yang hidup di tengah publik.<sup>14</sup> Pemasaran dapat didefinisikan sebagai hasil aktivitas bisnis yang mengarahkan arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen dan mencakup pembelian, penjualan, transportasi, pergudangan, standarisasi, tingkatan, financing dan resiko.

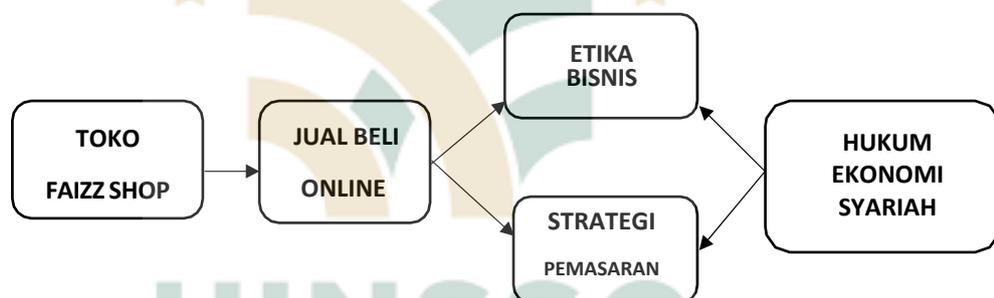
---

<sup>13</sup> Wardah NST, "Dampak Bisnis Fashion Online terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang di Pasar Petisah Medan", (*Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sumatera Utara, 2021).

<sup>14</sup> Aselina Endang Trihastuti, *Etika Bisnis Islam* (Sleman:Deepublish, 2020), 1-2.

Kerangka pemasaran dalam bisnis islam adalah aktivitas yang dilandasi oleh saling ridha dan rahmat antara penjual dan pembeli dalam sebuah aktivitas di dalam sebuah pasar.<sup>15</sup> Hal ini mencakup prinsip kejujuran, transparansi, dan keadilan dalam setiap transaksi. Penjual diharapkan tidak mengambil keuntungan secara berlebihan dan selalu memberikan informasi yang jelas tentang produk atau jasa yang ditawarkan. Pembeli, di sisi lain, diharapkan melakukan transaksi dengan niat baik dan kesadaran akan hak dan kewajiban mereka.

Menurut Widayat dan Amirullah dalam Addini Zahra et al (2023) kerangka berpikir atau juga disebut sebagai kerangka konseptual merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka berfikir juga menjelaskan dasar pemikiran dari penelitian yang disintesis dari fakta-fakta, observasi dan kajian kepustakaan.<sup>16</sup> Adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar di bawah ini



Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran

## H. Metodologi Penelitian

### 1. Tempat dan Waktu

Lokasi yang menjadi objek penelitian adalah Toko Faizz Shop di Jalan Pasar Sukaseneng, Desa Karang Sari, Kecamatan Comprang, Kabupaten Subang. Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi berbagai aspek operasional dan strategi pemasaran Toko Faizz Shop melalui pendekatan

<sup>15</sup> Ika Yunia Fauziah, *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta:Kencana, 2018), 4-6.

<sup>16</sup>Addini Zahra, et al, "Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif", *Akurat: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Pengajaran*, 2:1 (Juni, 2023): 160-166.

kualitatif. Proses penelitian dimulai dengan teknik wawancara mendalam dengan pemilik dan karyawan toko, diikuti oleh dokumentasi berbagi data dan catatan yang relevan dengan operasional toko. Selain itu, observasi langsung dilakukan untuk memahami lingkungan toko dan interaksi dengan pelanggan.

## 2. Metode dan Pendekatan Penelitian

### a. Metode Kualitatif

Penelitian kualitatif yaitu suatu prosedur penelitian yang menggunakan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan pelaku yang dapat diamati. Kualitatif berarti sesuatu yang berkaitan dengan aspek kualitas, nilai atau makna yang terdapat dibalik fakta.<sup>17</sup> Metode ini sering digunakan untuk memahami perspektif dan pengalaman individu secara mendalam, serta mengungkapkan nuansa dan kompleksitas fenomena yang sedang diteliti. Penelitian kualitatif dapat memberikan wawasan yang kaya dan mendalam yang mungkin tidak dapat diperoleh melalui metode kuantitatif.

Oleh karena itu, berangkat dari penjelasan maksud dari penelitian kualitatif diatas disimpulkan bahwa penelitian kualitatif ini lebih kepada penelitian yang dilakukan dalam *setting* tertentu yang ada dalam kehidupan riil dengan maksud menginvestigasi dan memahami fenomena.<sup>18</sup> Peneliti berperan sebagai instrumen utama dalam pengumpulan data, menggunakan wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan analisis dokumen untuk mengumpulkan informasi yang relevan. Hal ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif dan kontekstual tentang subjek yang diteliti, sehingga menghasilkan temuan yang lebih kaya dan bermakna.

### b. Pendekatan Studi Kasus

Penelitian studi kasus pada intinya adalah meneliti kehidupan satu atau beberapa komunitas, organisasi atau perorangan yang dijadikan unit

---

<sup>17</sup> Muhammad Mirza et al, "Strategi E-Commerce Shopee: Dalam Konteks Bisnis Etik", *Akurat: Jurnal Manajemen*, 10:2 (Desember, 2020): 99-104.

<sup>18</sup> Muh Fitrah, Luthfiah, *Metodologi Penelitian: penelitian kualitatif, tindakan kelas & studi kasus* (Sukabumi: Jejak, 2017), 44-45.

analisis dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Studi kasus yang baik harus dilakukan secara langsung dalam kehidupan sebenarnya dari kasus yang diselidiki. Walaupun demikian, data studi kasus dapat diperoleh bukan hanya dari kasus yang diteliti, tetapi juga dapat diperoleh dari semua pihak yang mengetahui dan mengenal kasus tersebut dengan baik. Dengan kata lain, data dalam studi kasus dapat diperoleh dari berbagai sumber namun terbatas dalam kasus yang akan diteliti.<sup>19</sup>

### 3. Sumber Data

Menurut Webster's New World Dictionary, data adalah things known assumed yang berarti data adalah sesuatu yang diketahui atau dianggap diketahui, artinya sesuatu yang sudah terjadi merupakan fakta (bukti). Data mempunyai dua kegunaan yaitu untuk mengetahui atau memperoleh gambaran tentang suatu keadaan atau persoalan untuk membuat keputusan dalam memecahkan suatu persoalan.<sup>20</sup>

Menurut cara memperolehnya, data dibedakan menjadi dua yakni sebagai berikut:

#### a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dilapangan oleh peneliti melalui narasumber yang tepat, misalnya responden yang diperoleh dari wawancara kuesioner, data survey dan data observasi.<sup>21</sup> Sehingga data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh secara langsung melalui wawancara dengan pegawai atau Staf bagian tertentu yang di toko Faizz Shop kota Subang.

#### b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang sudah tersedia atau sudah ada sehingga kita tinggal mencari dan mengumpulkan. Data dapat kita peroleh dengan mudah karena sudah tersedia, misalnya di perpustakaan, perusahaan-perusahaan, biro pusat statistik atau kantor-

---

<sup>19</sup> Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif* (Yogyakarta: LKIS Pelangi Aksara, 2007), 141.

<sup>20</sup> M. Nur Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005), 112.

<sup>21</sup> M. Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002), 82.

kantor pemerintah.<sup>22</sup> Dan dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah data atau dokumen yang tersedia ditoko Faizz Shop Subang ini yaitu dokumentasi foto-foto fashion yang di share di berbagai media sosial lainnya.

## I. Teknik Pengumpulan Data

Tahapan pertama dalam penyusunan skripsi ini adalah penyusunan penelitian berupa proposal penelitian yang kemudian diajukan kepada tempat penelitian terkait yaitu toko Faizz Shop Subang. Tahap kedua dalam pengumpulan data peneliti menggali sumber informasi melalui:

### 1. Wawancara

Menurut Setyadin yang dikutip dalam bukunya Imam Gunawan, wawancara adalah suatu percakapan yang diarahkan pada suatu masalah tertentu dan merupakan proses tanya jawab lisan dimana dua orang atau lebih berhadapan secara fisik.<sup>23</sup> Terdapat dua pihak yang berbeda dalam proses wawancara yaitu pewawancara (yang mengajukan pertanyaan) dan yang diwawancarai (yang memberikan informasi). Dalam penelitian ini yang akan penulis wawancarai yaitu Ibu Yayah Otopiah sebagai pemilik Toko Faizz Shop yang memberikan jawaban atas pertanyaan dari pewawancara.

### 2. Observasi

Metode observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan penginderaan.<sup>24</sup> Observasi memungkinkan peneliti mengamati dari dekat gejala penelitian atau dapat pula melibatkan diri sendiri di dalam situasi yang dilakukan dalam penelitian.<sup>25</sup> Dalam penelitian ini observasi akan dilakukan di toko Faizz Shop kota Subang.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi menjadi metode pelengkap bagi penelitian

<sup>22</sup> Suwarno dan Jonathan, *Analisis Data Penelitian* (Yogyakarta: Andi Offset, 2006), 11.

<sup>23</sup> Imam Gunawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2015), 160.

<sup>24</sup> M. Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Kencana, 2007), 118.

<sup>25</sup> Winarno Surakhmad, *Pengantar Penelitian Ilmiah* (Bandung: Tarsito, 1990), 165.

kualitatif, yang pada awalnya menempati posisi yang kurang dimanfaatkan dalam teknik pengumpulan datanya, sekarang inimenjadi bagian yang tak terpisahkan dari teknik pengumpulan data dalam metodologi penelitian kualitatif.<sup>26</sup> Dokumentasi berasal dari kata dokumen yang artinya barang-barang tertulis. Dalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat dan catatan harian.<sup>27</sup> Dokumentasi ditunjukkan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku relevan, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto-foto, film dokumenter serta data yang relevan dengan penelitian.<sup>28</sup>

Sedangkan tahap akhir lapangan yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan cara menyajikan data dalam bentuk deskripsi dan menganalisis sesuai dengan tujuan yang dicapai oleh peneliti. Data yang telah dikumpulkan melalui wawancara, dokumentasi, dan observasi akan disusun secara sistematis dalam bentuk deskriptif, menggambarkan situasi dan kondisi nyata di Toko Faizz Shop. Peneliti kemudian akan menganalisis data ini untuk mengidentifikasi pola, tema, dan hubungan yang relevan dengan fokus penelitian. Analisis ini akan membantu dalam memahami bagaimana operasional dan strategi pemasaran toko berkontribusi terhadap kinerjanya.

## **J. Teknik Analisis Data**

Analisis data dalam penelitian kualitatif lebih difokuskan kepada proses yang terjadi dilapangan bersamaan dengan pengumpulan data. Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilih dan memilahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola,

---

<sup>26</sup> Imam Gunawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*, 180.

<sup>27</sup> Suharsimi Akunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 158.

<sup>28</sup> Riduan, *Dasar-dasar Statistik* (Bandung: Alfabeta, 2008), 58.

menemukan apa yang penting dan apa yang perlu dipelajari, serta memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.<sup>29</sup> Berikut komponen-komponen yang diperlukan dalam analisis data:<sup>30</sup>

### 1. Reduksi data

Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan atensi padapenyederhanaan, pengabstrakan, serta transformasi data kasar yang timbul dari catatan-catatan tertulis yang terjadi di lapangan. Data yang diperoleh dari laporan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data berarti merangkum data, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, serta dicari tema dan polanya.

### 2. Penyajian data

Penyajian data merupakan proses pengumpulan data yang disusun berdasarkan jenis ataupun pengelompokan yang diperlukan. Penyajian data biasanya berbentuk tulisan maupun kata-kata, gambar, grafik, dan tabel. Dalam penyajian data memiliki tujuan yaitu untuk menggabungkan data sehingga bisa menggambarkan kondisi yang terjadi. Penyajian data pada penelitian kualitatif bisa dilakukan dalam uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan sejenisnya.

### 3. Verifikasi atau pengumpulan data

Verifikasi atau pengumpulan data adalah proses perumusan makna dari hasil penelitian yang diungkapkan dengan kalimat yang singkat, padat serta mudah dipahami dan dilakukan dengancara berulang kali melakukan peninjauan mengenai kebenaran dari penyimpulan itu sendiri, khususnya yang berkaitan denganrelevansi serta konsistensinyaterhadap judul, tujuan serta perumusan masalah yang ada.

Verifikasi data ini dilakukan sepanjang proses penelitian itu berlangsung, setelah data yang terkumpul dirasa sudah cukup memadai,

---

<sup>29</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013), 248.

<sup>30</sup> Wiwin Yuliani, "Metode penelitian deskriptif kualitatif dalam perspektif bimbingan dan konseling", *Akurat: Jurnal Kajian Bimbingan Dan Konseling Dalam Pendidikan*, 2:2 (Desember, 2018): 83-91.

maka berikutnya dapat diambil kesimpulan sementara. Akan tetapi apabila jika dirasa data tersebut benar-benar lengkap, maka dapat diambil kesimpulan akhir. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah apabila ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan untuk mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

#### **K. Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah pembahasan dan penulisan skripsi ini, maka peneliti menyusun penulisan skripsi ini dengan sistematika sebagai berikut:

##### **BAB I PENDAHULUAN**

Memuat tentang pendahuluan yang diuraikan secara garis besar terkait latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, literatur review, kerangka pemikiran dan metodologi penelitian.

##### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab II ini berisi landasan teori yang berhubungan dengan penelitian, diantaranya teori-teori tentang Etika Bisnis Islam, Pemasaran, konsep jual beli, dan Hukum Ekonomi Syariah.

##### **BAB III TINJAUAN UMUM TENTANG TOKO FAIZ SHOPSUBANG**

Menjelaskan mengenai gambaran umum terkait toko faizz fashion Subang terkait awal mula nya merintisnya toko tersebut, menjelaskan terkait pengiriman terhadap jual beli baik secara online maupun offline, Visi misi dari toko tersebut.

##### **BAB IV ANALISIS ETIKA BISNIS TOKO FAIZ SHOP SUBANG**

Bab ini menjelaskan tentang hasil Penerapan Etika Bisnis dalam Transaksi Penjualan di Toko Faizz Shop Subang, Analisis Strategi Pemasaran pada Toko Faizz Shop Desa Karang Sari Kecamatan Comprang Kabupaten Subang, Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap Etika Bisnis dan Strategi Pemasaran Jual Beli Busana yang dilakukan Toko Faizz Shop Subang.

## **BAB V PENUTUP**

Berisi tentang kesimpulan dan saran yang berkaitan dengan hasil akhir penelitian yaitu berupa kesimpulan yang merupakan uraian jawaban atas pertanyaan-pertanyaan peneliti secara ringkas beserta saran-saran yang merupakan rekomendasi peneliti dari hasil pembahasan.

