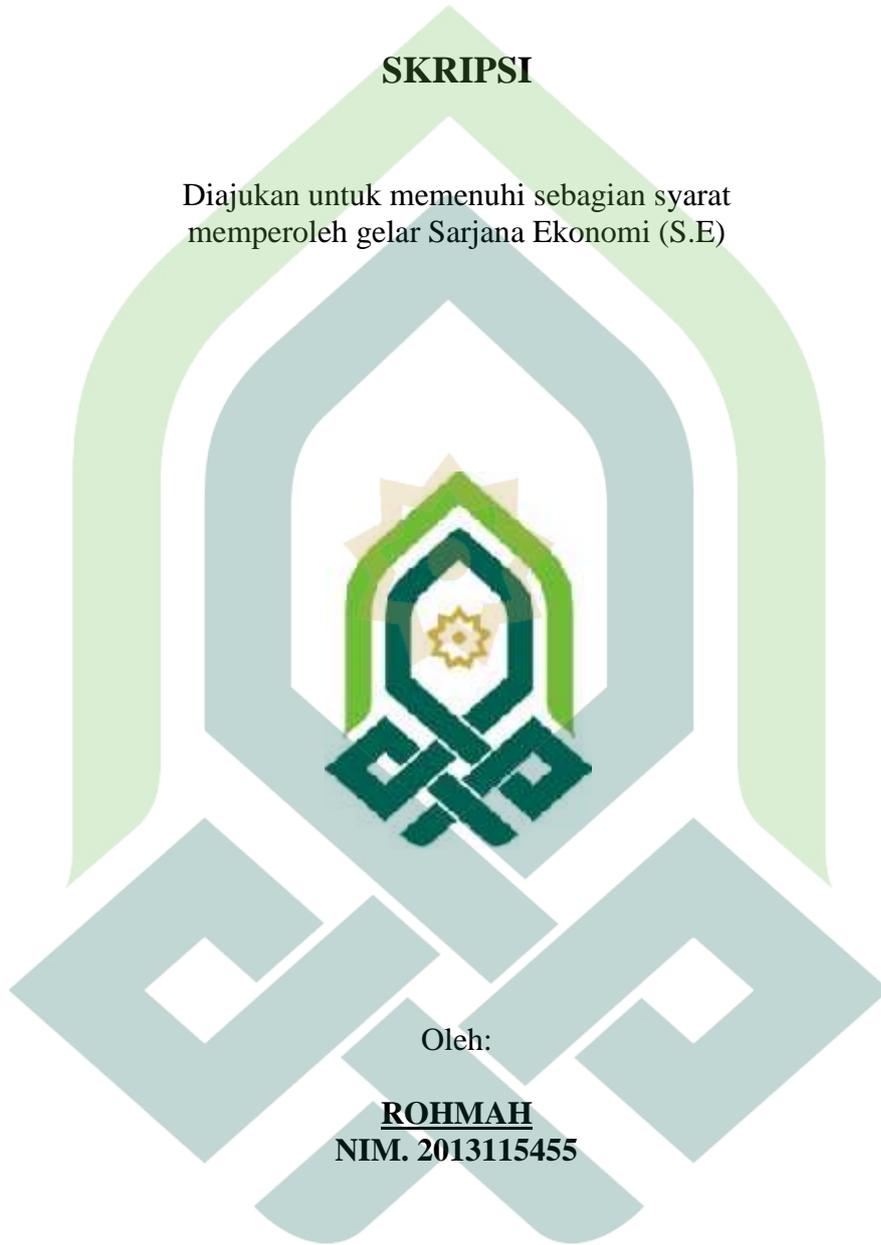




**PERILAKU PEBISNIS *ONLINE SHOP NON FOOD* DALAM
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM
(Studi Kasus di Kecamatan Batang)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh:

ROHMAH
NIM. 2013115455

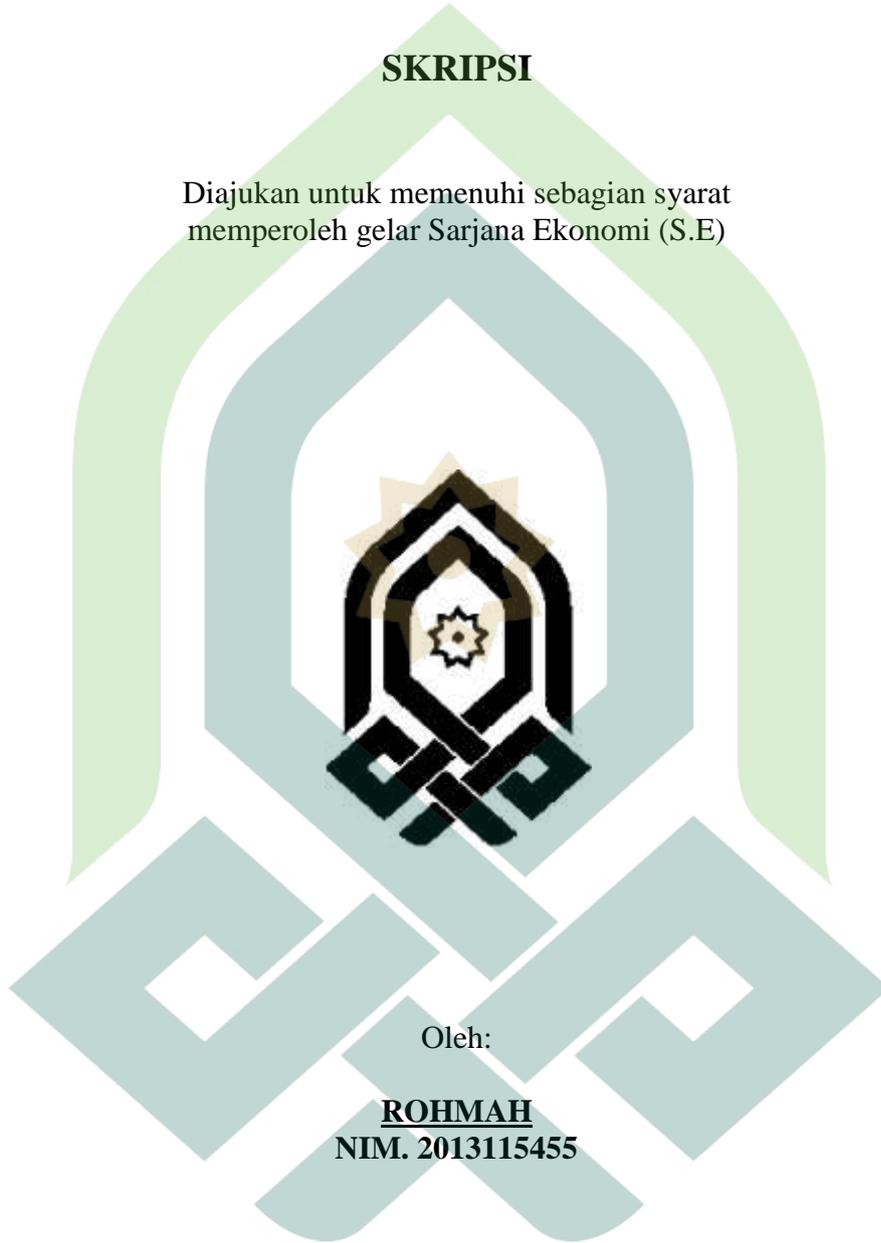
**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2020**



**PERILAKU PEBISNIS *ONLINE SHOP NON FOOD* DALAM
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM
(Studi Kasus di Kecamatan Batang)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh:

ROHMAH
NIM. 2013115455

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2020**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ROHMAH

NIM : 2013115455

Fakultas : EKONOMI SYARIAH

Judul : **PERILAKU PEBISNIS *ONLINE SHOP NON FOOD* DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI KASUS DI KECAMATAN BATANG)**

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya sendiri. Jika dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Pekalongan, 16 Maret 2020

Penyusun,



ROHMAH

NIM . 2013115455



NOTA PEMBIMBING

Drajat Stiawan, M. Si

Perum Griya Alya A.10 Petukangan, Wiradesa, Pekalongan

Lamp : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi

An. **Sdri. Rohmah**

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis Islam

IAIN Pekalongan

c.q. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

di

PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah dilakukan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah Skripsi Saudara:

Nama : Rohmah

NIM : 2013115455

Jurusan : Ekonomi Syariah

Judul : “Perilaku Pebisnis *Online Shop Non Food* dalam Prespektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di Kecamatan Batang)”

Dengan ini mohon agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqasahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya saya sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 16 Maret 2020
Pembimbing,



Drajat Stiawan, M.Si

NIP. 19830118 201503 1 001





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI BISNIS DAN ISLAM**

Jl. Pahlawan Rowolaku, Kajen Pekalongan, Telp. (0285) 412575, Fax (0285) 423418
Website: febi.iainpekalongan.ac.id email: febi@iainpekalongan.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis dan Islam Institut Agama Islam Negeri Pekalongan mengesahkan skripsi saudara/i:

Nama : **ROHMAH**
NIM : **2013115455**
Judul Skripsi : **“PERILAKU PEBISNIS *ONLINE SHOP NON FOOD* DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus di Kecamatan Batang)”**

Telah diujikan pada hari Rabu, 6 Mei 2020 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Penguji

Penguji I

Ali Amin Isfandiar, M.Ag
NIP. 197408122005011002

Penguji II

Muh. Izza, M.S.I
NIP. 19790726201608D1096

Pekalongan, 26 Juni 2020

Disahkan Oleh Dekan,

Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H NIP.

197502201999032001



PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi itu sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa		es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha		ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
سین	Syin	Sy	es dan ye
ح	Sad		es (dengan titik di bawah)
د	Dad		de (dengan titik di bawah)
ط	Ta		te (dengan titik di bawah)





Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ظ	Za		zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	`	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal tunggal	Vokal rangkap	Vokal panjang
= a		=
= i	= ai	=
= u	= au	=

3. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh :

مرأة جميلة ditulis *mar'atun jam lah*

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh :

فاطمة ditulis *f timah*

4. Syaddad (tasydid, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddad* tersebut.



Contoh:

ربنا ditulis *rabban*

البر ditulis *al-birr*

5. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس ditulis *asy-syamsu*

الرجل ditulis *ar-rojulu*

السيدة ditulis *as-sayyidah*

Kata sandang yang diikuti oleh “hruuf qomariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر ditulis *al-qamar*

البديع ditulis *al-badi'*

الجلال ditulis *al-jal l*

6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof / `/.

Contoh:

أمرت ditulis *umirtu*

شيء ditulis *syai'un*

PERSEMBAHAN

Segala puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Perilaku Bisnis *Online Shop Non Food* Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di Kecamatan Batang)”, serta dukungan dan do’a dari orang-orang tercinta, skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua saya, Bapak Nasukha (Alm) dan Ibu Rowiyah yang telah mendukung dan selalu memberi semangat, do’a, serta motivasi kepada penulis.
2. Kakak-kakak saya (Siti, Bi’in, Rofi’ah, Gimin, Asliyah, Mul, M. Roni, Wasriah Basuki, Fauzan, Nur Cahyo dan Maemanah) serta keponakan-keponakan saya yang selalu memberi do’a dan kasih sayangnya.
3. Kepada Bapak Drs. Moh. Muslih, M.Pd.,Ph.D selaku Warek III Bidang Kemahasiswaan & Kerjasama yang telah memberi kesempatan saya mendapat beasiswa Bidikmisi selama 8 Semester.
4. Kepada Bapak Drajat Stiawan M.S.i Selaku Dosen Pembimbing dan Bapak Muhammad Masrur, M.E.i selaku Wali Dosen, yang telah menyisihkan waktunya untuk saya.
5. Kepada sahabat-sahabat saya (Siti, Rinda, Zulfa, Efi, Dila, Rina, Kuntijah, Pink, Fitri, Dita, Afantin, Syifa, Feri, Shinta, Ulil, Ulum) yang memotivasi saya agar tetap semangat.
6. Teman-teman Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2015, IKMAB 2015, KKN angkatan 46, Kakak tingkat angkatan 2014 yang selalu memberikan semangat dan doa kepada penulis.



MOTTO

وَالَّذِينَ لَا يَدْعُوا إِلَى الْبَالِغِ إِلَّا بِالْحَسَنِ حَتَّىٰ يَبَيِّنَ لِشَأْنِهِمْ وَلَوْ قُومًا كَثِيرًا وَالْمُؤْمِنِينَ
بِالْقَوْلِ الْعَزِيزِ وَالَّذِينَ لَا يُكَلِّمُونَ فِتْنًا وَلَا يُسْعَوْنَ إِذَا أَتَاهُمُ الْقَوْلُ مِنْ أَهْلِ الْبَيْتِ وَمَنْ ذَا الْقُرْبَىٰ وَبِعَهْدِ
اللَّهِ وَأَوْفُوا بِذَلِكَ وَعَصُوا لَعَلَّكُمْ تُذَكَّرُونَ - ﴿١٥٢﴾

“Dan apabila kamu berkata, maka hendaklah kamu berlaku adil kendatipun dia adalah kerabat (mu), dan penuhilah janji Allah. Yang demikian itu diperintahkan Allah kepadamu agar kamu ingat” (Q.S Al- An’am: 152) ¹



¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung : CV. Diponegoro, 2010), hlm. 149





ABSTRAK

Berjualan dengan menggunakan sistem *online shop* merupakan hal yang sangat mudah dilakukan oleh siapapun. Pengelolaan yang efisien, tidak terikat oleh waktu dan pasar sasaran yang sangat luas menjadi latar belakang pebisnis untuk menggeluti bisnis ini. Namun dari kemudahan tersebut ada beberapa resiko yang terjadi, ada perilaku bisnis yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam dalam menjalankan bisnis. Adapun perilaku bisnis yang tidak etis meliputi tidak menepati janji, menutupi kelemahan produk dan akuntabilitas. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perilaku pebisnis dan sistem *online shop* pebisnis Kecamatan Batang dalam berbisnis.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan penelitian kualitatif. Data primer penelitian ini adalah pebisnis *online shop non food* yang ada di Kecamatan Batang, dan informan pembantunya adalah konsumen, pihak pemerintah Kecamatan Batang, Pengelola Batang Mall, dan Disperindagkop Batang. Sementara data sekunder diperoleh dari arsip dokumen pihak Pemerintah Kecamatan Batang. Teknik pengumpulan data dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisa data dengan analisa fenomenologi ekonomi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa transaksi bisnis *online shop non food* di Kecamatan Batang pada umumnya menggunakan media sosial sebagai media pemasaran yang sesuai dengan konsep bisnis *online shop*. Perilaku pebisnis *online shop non food* di Kecamatan Batang kurang sesuai dengan etika bisnis yang diajarkan dalam Islam. Karena masih ada sebagian yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam, seperti penipuan yang terjadi diakun media sosial *online shop*. Contohnya pembeli sudah mentransfer uang tetapi barang yang dibeli konsumen tidak dikirim ke konsumen dan akun konsumen di *Block*. Kondisi *online shop* di Kecamatan Batang sendiri alhamdulillah tidak demikian melainkan disini tidak menepati janji dalam waktu perjanjian dikarenakan lamanya pengiriman, tidak ramah kepada konsumen yang tidak jadi membeli dan belum melakukan pencatatan keuangan (akuntabilitas).

Kata kunci: Perspektif Etika Bisnis Islam, Perilaku Pebisnis

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Segala puji syukur senantiasa penulis haturkan kehadiran Allah SWT yang Maha Pengasih dan Penyayang, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada peneliti, sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Agung Muhammad SAW, keluarga, para sahabat dan para pengikut beliau.

Kepada semua pihak yang membantu kelancaran dalam penulisan skripsi ini, peneliti hanya bisa menyampaikan rasa terimakasih dan penghargaan setinggi-tingginya, khususnya kepada:

1. Bapak Dr.H. Ade Rohayana, M.Ag, selaku Rektor IAIN Pekalongan
2. Ibu Dr.Hj.Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan, Wakil dekan I, II dan III, serta para Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan
3. Bapak Muhammad Aris Safi'i, M.E.I, selaku Kepala Jurusan Ekonomi Syariah
4. Bapak Muhammad Masrur, M.E.I, selaku Wali Dosen.
5. Bapak Drajat Stiawan, M.Si, selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan dalam menyusun skripsi.
6. Terimakasih kepada seluruh staf dan karyawan IAIN Pekalongan, khususnya staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.





7. Terimakasih kepada segenap pengurus Pemerintahan Kecamatan Batang, pengurus DISPERINDAGKOP Batang, KOMINFO Batang, Pengelola Batang Mall, Informan (Pebisnis *Online Shop Non Food* di Kecamatan Batang)

Pekalongan, 16 Maret 2020

Rohmah
2013115455

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
PERSEMBAHAN	viii
MOTTO	ix
ABSTRAK	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Batasan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian	9
E. Manfaat Penelitian	9
F. Sistematika Penulisan	10
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengertian dan Karakteristik Bisnis <i>Online</i>	12
1. Pengertian Bisnis <i>Online</i>	12
2. Karakteristik Bisnis <i>Online</i>	13
B. Perilaku Bisnis Muslim	14
1. Pengertian Perilaku	14
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku	15
C. Bentuk, Jenis dan Kelebihan Bisnis <i>Online Shop</i>	16
1. Bentuk Bisnis <i>Online</i>	16
2. Jenis Bisnis <i>Online</i>	18
3. Kelebihan dari <i>Bisnis Online</i>	19
D. Sistem Pembayaran dan Sistem Pengiriman Barang dalam Transaksi <i>Online Shop</i>	22
1. Sistem Pembayaran dalam Transaksi <i>Online Shop</i>	22
2. Sistem Pengiriman Barang.....	23



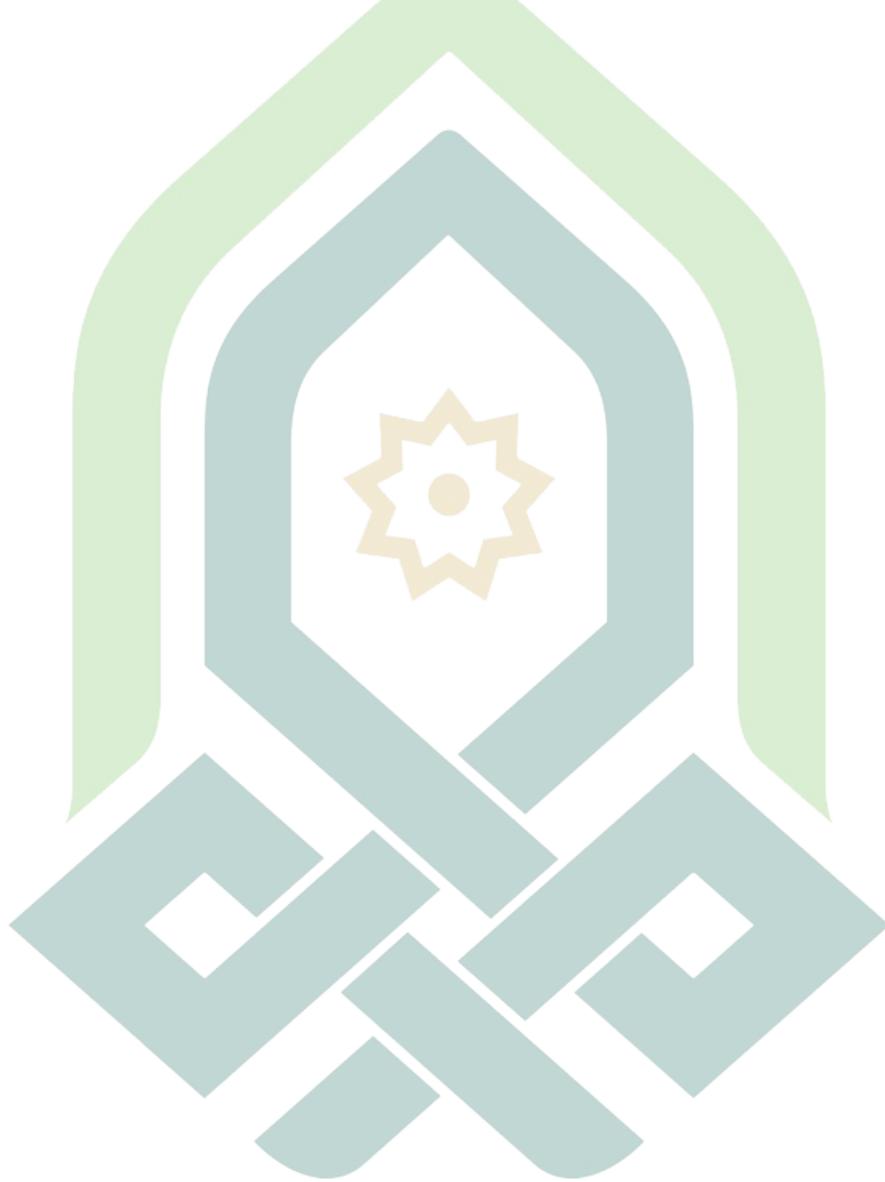


E. Etika dalam Transaksi Bisnis <i>Online</i>	24
1. Teori Etika	24
2. Teori Bisnis	25
3. Teori Etika Bisnis	27
F. Etika Bisnis Islam	30
G. Penelitian Terdahulu	43
H. Kerangka Berfikir	53
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Metode Penelitian	54
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian	54
2. Lokasi Penelitian	54
3. Data dan Sumber Data	55
4. Teknik pengumpulan Data	56
5. Teknik Analisis dan Keabsahan Data	58
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.	
A. Profil Kecamatan Batang	64
1. Sekilas Sejarah Tentang Batang	64
2. Visi dan Misi Kecamatan Batang	66
3. Jumlah Pebisnis di Batang Mall	68
B. Transaksi Bisnis <i>Online Shop Non Food</i> di Kecamatan Batang	69
1. Kondisi Bisnis <i>Online</i> di Kecamatan Batang	69
2. Produk dan Komunikasi Bisnis <i>Online Shop</i> di Kecamatan Batang	74
3. Model Transaksi Bisnsi <i>Online Shop</i> di Kecamatan Batang	79
C. Analisis Perilaku Pebisnis <i>Online Shop Non Food</i> dalam perspektif Etika Bisnis Islam	82
1. Karakteristik Etika Pebisnis di Kecamatan Batang	82
2. Karakteristik Produk dan Komunikasi Pebisnis <i>Online Shop Non Food</i> di Kecamatan Batang	105
3. Karakteristik Etika Model Transaksi <i>Online Shop Non Food</i> di Kecamatan Batang	108
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	112
B. Saran	115
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

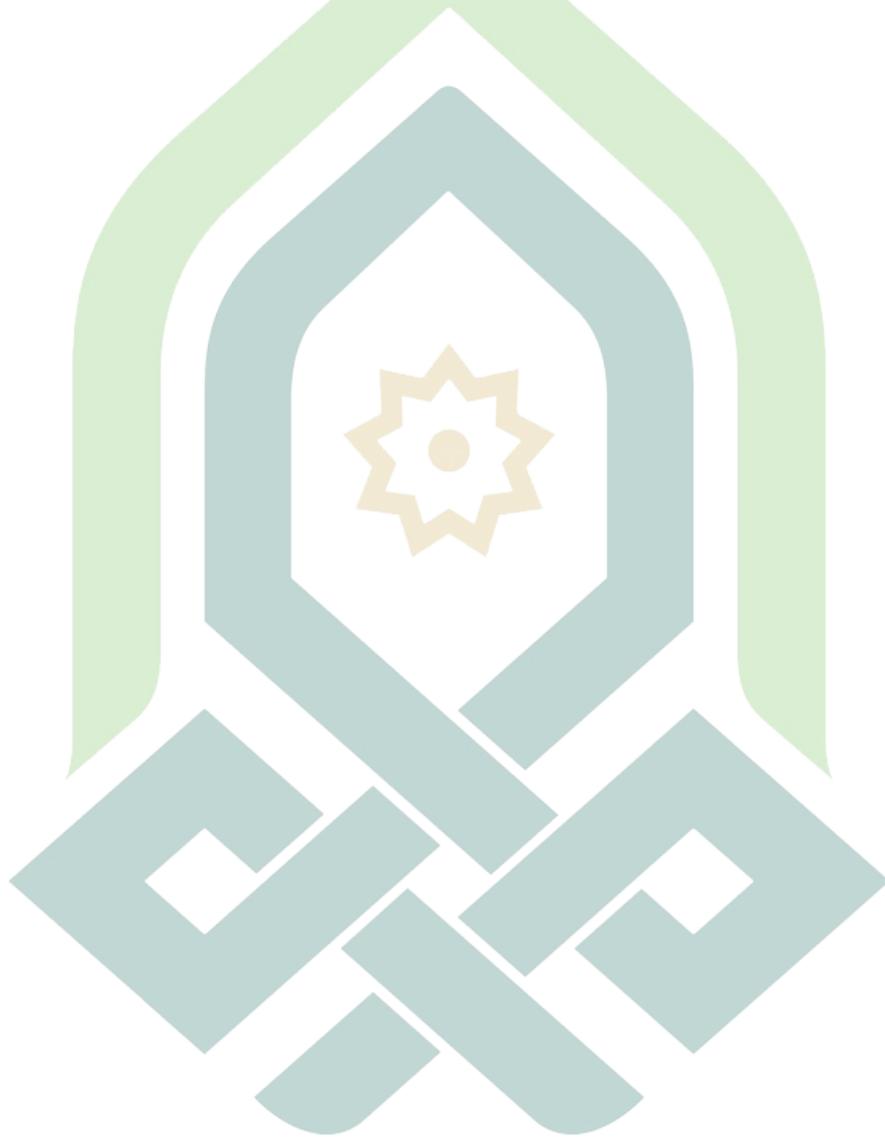
	Halaman
Tabel 2.1. Perbedaan & Persamaan dengan Penelitian Terdahulu	43
Tabel 4.1. Daftar Peserta Batang Mall.....	68
Tabel 4.2. Detail <i>Online Shop Non Food</i> Pebisnis Kecamatan Batang	72
Tabel 4.3. Etika Pebisnis Kecamatan Batang	88





DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Berpikir	53
Gambar 3.1. Triangulasi Metode.....	62
Gambar 4.1. Struktur Organisasi Kecamatan Batang.....	67
Gambar 4.2. Sistem <i>Online Shop Non Food</i> Kecamatan Batang.....	81



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Pedoman Wawancara
- Lampiran 2. Transkrip Wawancara
- Lampiran 3. Dokumentasi Surat
- Lampiran 4. Dokumentasi Gambar
- Lampiran 5. Data Penduduk
- Lampiran 6. Data Narasumber
- Lampiran 7. Daftar Riwayat Hidup





BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan di Indonesia sekitar era 90-an mengalami kemajuan ilmu teknologi dan informasi secara pesat dan signifikan. Sebagian orang melihat perkembangan ini secara positif, khususnya para pebisnis. Hal tersebut dikarenakan berpotensi membuka pintu-pintu baru bagi pebisnis untuk berkarya dalam bidang bisnis *online*. Lengkapnya fitur yang tersedia di media digital menambah nilai daya tarik para pebisnis dalam melakukan bisnis *online*. Selain itu, bisnis ini juga praktis dan efisien. Praktis, dapat digunakan di mana saja, dan kapan saja. Efisien, tidak perlu menghabiskan banyak modal untuk menjalankannya. Hal-hal inilah yang mampu membawa Indonesia kedalam pusaran demam bisnis *online*.¹

Dalam dunia usaha, bisnis *online* memiliki jangkauannya sangat luas, tidak hanya dilokal saja melainkan juga bisa sampai tingkat internasional. Ada 7 jenis bisnis *online*, meliputi media *online*, marketing afiliasi, komunitas *online* berbayar, web/ blog review, desain web, bisnis lelang *online* dan *e-commerce*.²

Bisnis *Online (Online Shop)* bisa disebut juga dengan *e-commerce*, yaitu mekanisme transaksi jual beli yang dilakukan melalui jejaring internet tanpa

¹ <https://sbm.binus.ac.id/2016/08/16/teknologi-dan-bisnis-online//>, diakses 10 Juli 2019 pukul 09.00 WIB

² <https://ekonomi.kompas.com/ekonomi/read/2017/12/23/jenis-bisnis-online//>, diakses pada 10 Juli 2019 pukul 09.00 WIB

adanya tatap muka secara langsung atau tanpa datang langsung ke pasar, melainkan hanya dengan jejaring *networking* yang jangkauannya tanpa ada batasan dari segi geografis sehingga dapat mempercepat dan mengefisien waktu dalam proses penyebaran bisnis tersebut.³

Lembaga riset asal Inggris, Merchant Machine, merilis daftar sepuluh negara dengan pertumbuhan *e-commerce* tercepat di dunia. Indonesia memimpin jajaran negara-negara tersebut dengan pertumbuhan 78% pada 2018. Jumlah pengguna internet di Indonesia yang lebih dari 100 juta pengguna menjadi salah satu kekuatan yang mendorong pertumbuhan *e-commerce*.⁴

Dari perkembangan yang sangat pesat dan signifikan tersebut berakibat pada gaya hidup pebisnis Indonesia pada umumnya, dan menyebar secara pesat ke kota-kota besar dan kota-kota kecil diantaranya pebisnis *online shop* Kecamatan Batang. Kecamatan Batang adalah salah satu Kecamatan yang berada di Kabupaten Batang Provinsi Jawa Tengah. Kabupaten Batang memiliki batas wilayah, sebelah utara berbatasan langsung dengan laut Jawa, sebelah timur berbatasan dengan Kabupaten Kendal, sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Banjarnegara dan sebelah barat berbatasan dengan Kota Pekalongan. Kabupaten Batang ini memiliki luas daerah 78.864,16 Ha, luas wilayah 788,64 KM persegi dengan sebagian besar wilayah Kabupaten Batang merupakan perbukitan dan pegunungan. Jumlah penduduk yang ada di Kabupaten Batang adalah 762.377 jiwa yang terdiri dari 380.574 jiwa laki-laki

³ <http://shintanunud.ac.id/>, di akses pada tanggal 10 November 2019 Pukul 09.00 WIB

⁴ <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/25/indonesia-jadi-negara-dengan-pertumbuhan-ecommerce-tercepat-di-dunia/>, diakses 10 Juli 2019 pukul 14.00 WIB



dan 381. 803 Perempuan. Sedangkan Kecamatan Batang sendiri terdiri dari 126.844 jiwa penduduk dengan rincian 63.218 jiwa laki-laki dan 63.626 jiwa perempuan.

Selain padat penduduk, Kondisi wilayah Kecamatan Batang juga merupakan Ibukota Kabupaten. Wilayah yang strategis, dekat dengan pantura menjadikan kawasan Kecamatan Batang cukup prospektif untuk menjalankan kegiatan ekonomi baik bisnis. Hal ini dibuktikan dari hasil survei Badan Pusat Statistik Kabupaten Batang, bahwa di Kecamatan Batang per 2016 sudah ada Toko atau Kios sebanyak 6.413. Sedangkan tahun 2020 Pasar *online*-nya untuk data di group *facebook* pasar *online* Batang tercatat 1.400 anggota, group jual beli pigura warga Batang ada 40.000 anggota dan jual beli batangan ada 59.000 anggota.⁵ Namun untuk pebisnis Batang sendiri yang sudah masuk *real* dalam marketplace seperti Batang Mall masih 30 anggota. Anggota Batang Mall ini berasal dari rekomendasi masing-masing Kecamatan yang ada di Batang.⁶ Hal ini menunjukkan bahwa bisnis *online* banyak diminati pelaku bisnis baik penjual maupun pembeli sebagai pelaku bisnis *online shop*.

Sekarang bisnis *online shop* di Kecamatan Batang sudah tidak perlu diragukan lagi bagi pebisnis untuk menjalankannya. Hal tersebut dikarenakan alasan pertama yaitu mayoritas masyarakat yang konsumtif, kedua letak wilayah yang strategis dengan jasa pengiriman, bisnis yang tidak terlalu mengeluarkan banyak modal, dan bisnis yang mudah dilakukan oleh semua

⁵ <http://Badan-Pusat-Statistik-Kabupaten-Batang//> diakses pada tanggal 20 Juli 2019 pukul 08.00 WIB

⁶ Bapak Gigih, pencetus Batang Mall, Wawancara pribadi : 10 Desember 2019



kalangan. Selain itu ada faktor lain masyarakat berpindah ke *online shop*, yaitu pada tahun 2014 Pasar Induk Batang mengalami musibah kebakaran, seluruh pasar tersapu bersih oleh api hingga menyebabkan kerugian yang sangat besar.⁷ Untuk menunggu Pemerintah melakukan perbaikan bangunan pasar pasca kebakaran, pasar dipindah kelokasi darurat tepatnya di Watusalit Kecamatan Batang. Tempat yang sempit, tatanan yang tidak teratur menyebabkan pembeli enggan ke pasar, pembeli lebih memilih untuk membeli di *online shop*.

Pada tahun 2016 pembangunan pasar batang telah selesai dan diresmikan langsung oleh menteri perdagangan Enggar Tiasto Lukito dengan menghabiskan dana APBD sebanyak 78 Miliar. Pasar baru ini dapat menampung 2.098 pedagang, dengan rincian 130 pedagang yang menempati kios, 1.248 pedagang yang menempati los, dan 720 pedagang di pelataran.⁸

Namun dalam menjalankan sebuah kegiatan ekonomi baik bisnis perdagangan maupun jasa tak lepas dari etika bisnis Islam. Mayoritas pebisnis Kecamatan Batang beragama Islam maka Etika Bisnis Islam ini sangat diperlukan. Etika bisnis Islam bertujuan untuk mengajarkan manusia menjalin kerjasama, tolong menolong, menjauhkan diri dari sikap dengki dan dendam serta hal-hal yang tidak sesuai dengan syari'ah.⁹ Etika Bisnis dalam Islam juga berfungsi sebagai *Controlling* (pengatur) terhadap aktifitas ekonomi, karena secara filosofi etika mendasarkan diri pada nalar ilmu dan agama untuk

⁷<http://m.detik.com/news/berita/d-2799141/kebakaran-hebat-di-pasar-batang-8-mobil-damkar-dikerahkan//>, dikases pada tanggal 12 Juni 2020 Pukul 10.00 WIB.

⁸<http://www.tribunnews.com/regional/2016/12/22/mendag.berkelar-diperesmian-pasar-induk-bupati-batang-tersenyum//>, diakses pada 12 Juni Pukul 12.00 WIB.

⁹ Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gema Insani, 1997), hlm.5

menilai. Landasan penilaian ini dalam praktek kehidupan masyarakat sering kita temukan bahwa secara agama terdapat nilai mengenai hal-hal baik, buruk, jahat, seperti pihak yang menzalimi dan terzalimi.

Prinsip pengetahuan akan etika bisnis Islam mutlak harus dimiliki oleh setiap individu yang melakukan kegiatan ekonomi baik itu seorang pelaku bisnis *online*, terutama para pebisnis *online shop* yang melakukan transaksi jual beli *Online*. Etika bisnis Islam mengatur tentang tindakan seorang pebisnis dalam memperdagangkan barangnya dan itu dilakukan oleh pebisnis. Hal tersebut dikarenakan dalam kegiatan bisnis Islam, tidak hanya mendapatkan keuntungan yang setinggi-tingginya saja melainkan pada hakekatnya semua kegiatan yang termasuk didalamnya.

Etika bisnis yang ada bagi seorang pebisnis harus dimunculkan dalam kegiatannya karena Rasulullah SAW telah menerapkannya ketika beliau berdagang. Beberapa hadits yang artinya :

“ Dari Abu Sa’id Radhiyallahu Anhu, katanya : Rasulullah Saw, bersabda : “Pedagang yang jujur yang dapat dipercaya itu bersama para Nabi dan orang-orang yang benar serta syuhada” (HR. Al-Tirmidzi, al-Darimi, Al-Daruqutni).¹⁰

“Muslim itu adalah saudara muslim. Tidak boleh bagi seorang muslim, apabila ia berdagang dengan saudaranya dan menemukan cacat, kecuali diterangkannya,” (HR. Thabrani dan Ahmad).

Dari arti hadist-hadits di atas telah dijelaskan bahwa dalam bertransaksi jual beli harus berlaku jujur, tidak berbohong terhadap barang dagangannya,

¹⁰ Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam, ...* hlm. 6



tidak menipu, tidak mengada-ada, berdasarkan fakta, tidak boleh berkhianat dan tidak pernah ingkar janji.¹¹

Dalam setiap aktifitas pasti menimbulkan dampak positif dan negatif, begitu pula dengan kegiatan bisnis *online shop*. Beberapa dampak positif dan negatif dari bisnis *online shop* adalah sebagai berikut¹²: Dampak positifnya yaitu 1. Pembeli tidak perlu mendatangi toko untuk mendapatkan barang, 2. Menghemat waktu dan biaya transportasi, 3. Pilihan yang ditawarkan sangat beragam, 4. Dengan perantara via internet pembeli dapat membeli barang di Negara lain secara *online*, dan 5. Harga yang ditawarkan sangat kompetitif. Sedangkan dampak negatifnya adalah 1. Produk tidak dapat dicoba, 2. Standar dari barang tidak sesuai, 3. Pengiriman mahal, dan 4. Resiko penipuan. Kasus yang sering terjadi adalah maraknya penipuan. Seringkali ketika pembeli sudah mentransfer uang, namun penjual tidak mengirimkan barang yang dipesan, malah justru akun pembeli di *block*, yang paling memalukan lagi akun penjual itu adalah orang yang berpakaian muslimah, entah itu akun asli atau bukan. Masalah lain juga sering dijumpai yaitu ketidaksesuaian produk pada gambar dan spesifikasi.

Dari hasil wawancara sementara yang dilakukan peneliti terhadap sebagian pebisnis dan pembeli *online shop* di Kecamatan Batang, yaitu ada beberapa yang terkena dampak negative tersebut, diantaranya : ada pembeli

¹¹ Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqh Islam wa Adillatuhu*, Jakarta:Gema Islami, 2011, h.27.

¹² Tiara Nur Fitria, *Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) Dalam hukum Islam Dan Hukum Negara*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Vol. 03 No 01, 2017, h.57



ketika membeli *casing* hp tidak sesuai dengan gambar yang diposting di fb¹³, anti gores di pasang tidak nempel¹⁴, sepatu ukuran sama No. 37 tapi tidak muat dipakai tidak seperti yang beli secara langsung atau *offline*¹⁵, pembelian gamis lewat instagram, sudah *transfer* ketika klarifikasi akun malah di *block*. Padahal penjual seorang muslim¹⁶. Celana ukuran L sama tapi tidak muat dipinggang tidak sesuai dengan ukuran biasa¹⁷, kemudian pelayanan yang *slowrespon* dari penjual karena penjual masih fokus dalam skripsinya¹⁸.

Salah satu *dropshiper* yaitu Lailatul Musa'adah menuturkan bahwa dia pernah menerima jaket *dropshipanya* dari Bandung dengan cacat bagian *resleting*. Dari kejadian tersebut dia kecewa terhadap pihak *distributornya*, namun demikian Lala bermurah hati untuk mengganti jaket milik pembelinya dengan jaket baru yang dia beli dari *olshop* lain. Lala tidak mau pembelinya merasakan kekecewaan seperti dia terhadap *olshop*. Dari kejadian tersebut maka akan berdampak fatal dan dapat merusak kepercayaan pembeli terhadap bisnis *olshop* yang sedang dirintis olehnya¹⁹.

Dari sebagian kecil fakta diatas, menunjukkan bahwa perilaku dapat mencerminkan moral dan etika seseorang. Karena tingkat persaingan usaha

¹³ Siti, konsumen *online shop* dari salah satu *online shop* dikecamatan Batang, wawancara pribadi, 10 Juli 2019

¹⁴ Lies, konsumen *online shop* dari salah satu *online shop* dikecamatan Batang, wawancara pribadi, 10 Juli 2019

¹⁵ Daffa, konsumen *online shop* dari salah satu *online shop* dikecamatan Batang, wawancara pribadi, 10 Juli 2019

¹⁶ Shinta, konsumen *online shop* akun instagram Pricesoutfit, wawancara pribadi, 9 Juli 2019

¹⁷ Rosita Rasya, konsumen *online shop* dari salah satu *online shop* dikecamatan Batang, wawancara pribadi, 10 Juli 2019

¹⁸ Zuhrotun Nisa, Penjual RN hijab *shop*, wawancara pribadi, 11 Juli 2019

¹⁹ Latifatul Musa'adah, Dropshipper, wawancara pribadi, 13 Juli 2019



yang semakin ketat, menjadikan seseorang lupa akan moral dan etika. Etika yang diterapkan pebisnis *online shop* kecamatan Batang dapat mengendalikan keberlangsungan suatu *online shop* kedepannya. Sebagai pebisnis pasti membutuhkan pencitraan pada bisnisnya agar dapat dipercaya oleh pembeli. Bentuk *visualisasi* produk yang ditawarkan haruslah sesuai dengan barang pada kenyataannya. Jika barang yang diterima jauh dari ekspektasi pembeli akan menghilangkan kepercayaannya dan minat beli. Karena hal tersebut juga akan melanggar salah satu dari prinsip etika bisnis Islam yaitu tentang prinsip kejujuran.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk membahas dan menguraikan masalah bagaimana perilaku pebisnis *online shop* di Kecamatan Batang ditinjau dari segi Etika Bisnis Islam dengan judul “Perilaku Pebisnis *Online Shop Non Food* Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka dapat dirumuskan bahwa permasalahannya :

1. Bagaimana transaksi bisnis *online shop non food* di Kecamatan Batang?
2. Bagaimana perilaku pebisnis *online shop non food* dalam perspektif etika bisnis Islam di Kecamatan Batang?

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini terarah, mengingat tidak semua pebisnis *online shop* beragama Islam, dan berdomisili Batang, maka perlu adanya batasan masalah yang akan diteliti. Penelitian ini difokuskan pada pebisnis *online shop* di



Kecamatan Batang yang beragama Islam dan penulis membatasi masalah ini tentang : perilaku pebisnis *online shop non food* dalam perspektif etika bisnis Islam.

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Adapun untuk tujuan dan kegunaan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui transaksi bisnis *online shop non food* di Kecamatan Batang.
2. Untuk mengetahui perilaku Pebisnis *online shop non food* dalam perspektif etika bisnis Islam di Kecamatan Batang.

E. Manfaat Penelitian

Hal penting dari sebuah penelitian adalah pemanfaatan yang dapat dirasakan atau diterapkan setelah terungkapnya hasil penelitian. Adapun kegunaan yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, manfaat dari penelitian ini adalah untuk menambah intelektual semua pihak, terutama pihak akademisi dan pebisnis muslim di Kecamatan Batang dalam penerapan etika bisnis Islam serta menambah referensi atau bahan masukan pada penelitian serupa terhadap penelitian yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagi Peneliti dapat menambah wawasan teori dan praktik transaksi jual beli *online shop non food* dalam perspektif etika bisnis Islam

- b. Bagi Penjual *Online Shop non food* di Kecamatan Batang dapat dijadikan saran dan masukan dalam menjalankan aktivitas usahanya.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan berguna untuk memudahkan pemahaman dan memperjelas arah pembahasan penulisan skripsi. Skripsi disistematikan menjadi lima bab dengan uraian sebagai berikut :

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang uraian latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penelitian yang merupakan dasar dan pedoman untuk dipergunakan sebagai bahan penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memuat landasan teori diuraikan mengenai teori tentang perilaku, etika bisnis Islam, dan teori yang berkaitan dengan *Online shop*, kerangka berfikir penulis serta berbagai penelitian yang relevan.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang Jenis dan Pendekatan Penelitian, *Setting* penelitian, Subjek Riset dan Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data, Kredibilitas Data dan Metode Analisis Data.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum perilaku masyarakat Batang sebagai pelaku *online shop non food* dan analisis data yang

diperoleh dari wawancara dan observasi di wilayah Kecamatan Batang.

BAB V: PENUTUP

Bab ini merupakan bagian penutup yang berisikan kesimpulan dan saran-saran dari penulis terkait perilaku pebisnis *online shop non food* dengan tujuan memberikan masukan untuk pihak yang bersangkutan.





BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah dapat diketahui bahwa etika bisnis yang dilakukan oleh Pebisnis Kecamatan Batang pada umumnya adalah sebagai berikut :

1. Transaksi bisnis *online shop non food* di Kecamatan Batang pada umumnya telah sesuai dengan konsep bisnis *online shop* yaitu sumber barang melalui Supplier, Produksi sendiri, dan Reseller. Media pemasaran yang digunakan oleh masyarakat Batang adalah WhatsApp, Facebook, dan Instagram. Namun yang lebih sering digunakan yaitu WhatsApp. Sistem pembayaran dilakukan dengan dua cara yaitu Transfer Bank dan COD (*Cash Of Delivery*). Sedangkan pengiriman barangnya menggunakan jasa kurir dan jasa *expedisi* yang ada di Batang, seperti : JNE, J&T, J&t Express, dan Post Indonesia.
 - a. Kondisi Bisnis *Online Shop Non Food* di Kecamatan Batang. Bisnis *online shop* saat ini mempunyai peluang yang sangat bagus bagi pebisnis yang mau menekuninya, khususnya pebisnis di Kecamatan Batang.
 - b. Produk dan Komunikasi Bisnis *Online Shop* di Kecamatan Batang. Aneka macam produk yang ada di Batang Mall, tidak hanya *Non Food* saja, diantaranya ada produk kuliner, Produk Buku, Produk Fashion & Perhiasan, Produk Elektronik, Produk Perhiasan, Produk Furniture,

produk Handphone & Tablet, dan yang terakhir ada Produk Mainan, Bayi, Anak.

c. Model Transaksi Bisnis *Online Shop* di Kecamatan Batang. Beberapa transaksi *online shop* yang dilakukan pebisnis, mayoritas hanya sebagai media promosi. Untuk para *reseller*, yang sumber barangnya berasal dari luar kota, konsumennya mayoritas dari area terdekat. Rata-rata konsumennya mahasiswa, teman, maupun orang baru yang domisilinya berdekatan. Sehingga transaksinya lebih sering dengan sistem *Cash on Delivery* tanpa menggunakan transfer ataupun penggunaan jasa kurir yang umumnya dilakukan oleh *online shop*.

2. Perilaku pebisnis *online shop non food* di Kecamatan Batang dalam perspektif etika bisnis Islam kurang sesuai dengan etika bisnis yang diajarkan dalam Islam yang meliputi selalu menghadirkan Allah dalam setiap aktivitas bisnisnya, seimbang dalam menetapkan harga, jujur dalam kualitas barang, menyempurnakan takaran, berkomunikasi dengan ramah, memiliki visi misi yang tidak bertentangan dengan syariat Islam, tidak melupakan ibadah, bekerja keras serta produk yang dijual tidak termasuk produk yang dilarang dalam Islam. Karena masih ada sebagian yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam, seperti penipuan yang terjadi di akun media sosial *online shop*. Contohnya pembeli sudah mentransfer uang tetapi barang yang dibeli konsumen tidak dikirim ke konsumen dan akun konsumen di *Block*. Kondisi online shop di Kecamatan Batang sendiri alhamdulillah tidak demikian melainkan disini tidak menepati janji dalam



waktu perjanjian dikarenakan lamanya pengiriman, tidak ramah kepada konsumen yang tidak jadi membeli dan belum melakukan pencatatan keuangan (akuntabilitas).

- a. Karakteristik etika Pebisnis di Kecamatan Batang. Etika pebisnis biasanya membuat give away dan bonus untuk pelanggan.
- b. Karakteristik Etika Produk dan Komunikasi Bisnis *Online Shop Non Food* di Kecamatan Batang. Dalam menjalankan bisnis komunikasi antara penjual dan pembeli merupakan hal yang mutlak ada. Bersikap ramah dan apa adanya merupakan dua hal yang sudah mendarah daging dalam dirinya. Bertransaksi melalui media tulisan memang lebih sulit jika dibandingkan dengan transaksi media lisan. Oleh karena itu Diah menggunakan kata-kata tambahan seperti “sahabat” ketika menjawab komentar dari pembelinya. Dengan demikian diharapkan pembeli tidak salah persepsi atas apa yang dimaksud olehnya.
- c. Karakteristik Etika Model Transaksi *Online Shop Non Food* di Kecamatan Batang. Pada proses pemesanan, Model Transaksi *Online* Kecamatan Batang ini menggunakan dua sistem, *ready stock* dan sistem *pre order*.



B. Saran

1. Keterbatasan data yang didapat oleh peneliti menyebabkan data belum terdata secara baik. Oleh karena itu untuk peneliti selanjutnya diharapkan agar mengkaji lebih banyak sumber maupun referensi yang terkait dengan *Online shop* yang ada di Kecamatan Batang agar hasil penelitiannya dapat lebih baik dan lebih lengkap lagi.
2. Semoga penelitian ini dapat membantu para peneliti selanjutnya di daerah batang sebagai referensi data. Dan dapat berguna di masyarakat sekitar.
3. Hendaknya para pebisnis *online* lebih kreatif lagi dalam mengembangkan bisnisnya yang bisa berguna untuk masyarakat di kecamatan batang. Semoga banyak para pebisnis baru yang maju dalam mengembangkan bisnisnya.



DAFTAR PUSTAKA

A. BUKU

- Abdullah, Amin. 2002. *Filsafat Etika Islam*. Bandung: Mizan
- Abdullah, Ma'ruf. 2013. *Wirausaha Berbasis Syariah*. Yogyakarta: Aswaja Presindo
- Ahmad, Mustaq. 2006. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar
- Al-Mishri, Abdul Sami'. 2006. *Pilar-Pilar Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Al-Qur'an dan Terjemahannya. 2010. *Departemen Agama RI*. Bandung : CV. Diponegoro. hlm. 149
- Arijanto, Agus. 2011. *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Badroen, Faisal. Et al., 2006. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana
- Bertens, Kees. 2000. *Pengantar Etika Bisnis*. Yogyakarta: Kanisius
- Buchari, Alma. 2012. *Pengantar Bisnis*. Bandung: ALFABETA
- Djakfar, Muhammad. 2009. *Anatomi Perilaku Bisnis, Dialektika Etika dengan Realitas*. Malang :UIN-Malang Press
- Ghony, M.Djunaii dkk. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jogyakarta: Ar-Ruzz Media
- Hakim, Lukman. 2012. *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*. Jogyakarta: Erlangga PT. Gelora Aksara Pratama
- Karim, Adiwarmam. 2002. *Ekonomi Mikro Islam*, Jakarta :IIIT Indonesia
- Kumpulan Artikel Hasil Penelitian Bisnis Dari jurnal Strategic. 2007. *Manajemen Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Leksono, Sonny. 2013. *Penelitian Kualitatif Ilmu Ekonomi dan Metodologi Ke Metode*. Jakarta: Rajawali Pers
- Moleong, Lexy J. 1998. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya





Nawawi, Hadari. 1998. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press

R. Ernawan Erni. 2011. *Bussines Ethics*. Bandung: Alfabeta

Rahardjo M.dawam. 2012. *Etika Ekonomi dan Manajemen*. Jogyakarta: PT. Tiara Wacana

Suyanto Muhammad. 2003. *Strategi Periklanan Pada E-commerce Perusahaan terhadap Dunia*. Yogyakarta: STMIK AMIKOM

B. JURNAL DAN SKRIPSI

Aina, Khoirul. 2018. *Perilaku Pedagang Dipasar Tradisional Kedungwuni Kabupaten Pekalongan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*. Skripsi. Pekalongan : IAIN Pekalongan.

Gandara, G. (2015) *Kajian Etika Bisnis Pada Industri E-Commerce Di Indonesia*. Jurnal : Ekonomi Bisnis, Vol. 2 No. 1, hal 54.

Hasanah, U. (2015). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi impulse buying pada penjualan online (studi kasus pada mahasiswa S1 UIN Walisongo Semarang)*(Doctoral dissertation, UIN Walisongo).

Imsa Faqihuddin, M.Zaid. 2018 *Perilaku Bisnis Online Shop Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam* (Studi kasus pada mahasiswa Ekonomi Syariah non reguler angkatan 2011 iain pekalongan). Skripsi. Pekalongan : IAIN Pekalongan.

Khasanah, A. N. U. (2017). *Etika Jual Beli Online Mahasiswa dan Alumni Syekh Nurjati Cirebon Perspektif Etika Bisnis Islam* (Doctoral dissertation, IAIN Syekh Nurjati Cirebon).

Octaviana, O. (2018). *Perspektif Etika E-Commerce sebuah Investigasi Empiris pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia (UII) Yogyakarta*.

Saniyah, Imala. 2017 *Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Sistem Transaksi E-Commerce (studi kasus kantor online cv. Menara sks pekalongan 2017)*. Skripsi. Pekalongan : IAIN Pekalongan

Widodo.2008. *Meningkatkan Kinerja Pemasaran Dengan Kreativitas Strategi*, dalam Jurnal : Manajemen Bisnis. Jakarta: Vol. 1 No.2. hal 75



Wulandari, D. N. (2017). *Etika Bisnis E-Commerce Berdasarkan Maqashid Syariah Pada Market Place Bukalapak*. COM. Jurnal Magister Manajemen UNRAM,6(1).

C. INTERNET

<http://www.uinmalang.ac.id/r/101001/triangulasi-dalam-penelitian-kualitatif.html,2010/>. diakses tanggal 10 Juli 2019. pukul : 08.00 WIB.

<https://kbbi.web.id/bisnis/> diakses pada tanggal 10 Juli pukul 10.00 WIB.

<https://sbm.binus.ac.id/2016/08/16/teknologi-dan-bisnis-online/>. diakses 10 Juli 2019. pukul 09.00 WIB.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/25/indonesia-jadi-negara-dengan-pertumbuhan-ecommerce-tercepat-di-dunia/>. diakses 10 juli 2019. pukul 14.00 WIB.

D. WAWANCARA

Anjiz Murdhif, Owner AR_Shop , Wawancara Pribadi pada tanggal 5 Desember 2019, pukul 14.00 WIB.

Denis, Staf Data Kependudukan, Wawancara Pribadi pada tanggal 20 Desember 2019, pukul 09.00 WIB.

Diah Dwi Ammarwati, Owner Kidi Store, Wawancara Pribadi pada tanggal 27 November 2019, pukul 10.00 WIB.

Gita Maulida, Owner Gita Shop, Wawancara Pribadi pada tanggal 10 Desember 2019, pukul 10.00 WIB.

Muhammad Iqbal, IQ_Sport, Wawancara Pribadi pada tanggal 6Desember 2019, pukul 13.00 WIB.

Zuhrotun Nisa', Owner RN Hijab, Wawancara Pribadi pada tanggal 5 Desember 2019, pukul 09.00 WIB.



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Identitas Diri

Nama Lengkap : Rohmah
Nim : 2013115455
Tempat/ Tanggal Lahir : Batang, 17 Juni 1996
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat : Dukuh Sibango, Desa Depok, Gang Mawar Rt. 04 Rw.
04 No. 37, Kecamatan Kandeman, Kabupaten Batang

Identitas Orang Tua

Nama Ayah : Nasukha (Alm)
Pekerjaan : -
Agama : Islam
Nama Ibu : Rowiyah
Pekerjaan : Buruh Tani
Agama : Islam
Alamat : Dukuh Sibango, Desa Depok, Gang Mawar Rt. 04 Rw.
04 No. 37, Kecamatan Kandeman, Kabupaten Batang

Riwayat Pendidikan

1. SD	: MI Nurul Ulum Depok	Lulus Tahun 2009
2. SMP	: SMP Negeri 2 Batang	Lulus Tahun 2012
3. SMA	: SMK Negeri 1 Batang	Lulus Tahun 2015
4. Perguruan Tinggi	: IAIN Pekalongan	Angkatan Tahun 2015



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PEKALONGAN

Jl. Kusumabangsa No. 9 Pekalongan, Telp (0285) 412575 | Faks (0285) 423418
Website : perpustakaan.iain-pekalongan.ac.id | email : perpustakaan@iain-pekalongan.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika IAIN Pekalongan, yang bertandatangan di bawah ini, saya :

Nama : ROHMAH
NIM : 2013115455
Fakultas / Jurusan : FEBI/ EKONOMI SYARIAH
e-mail address : rohmahalusainah123@gmail.com
No. Telepon : 085743762781

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada perpustakaan IAIN Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Tugas Akhir Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....) yang berjudul PERILAKU PEBISNIS *ONLINE SHOP NON FOOD* DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus Masyarakat di Kecamatan Batang)

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan IAIN Pekalongan berhak menyimpan, mengalih-media/ format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan IAIN Pekalongan, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya dengan sebenarnya.

Pekalongan, 17 Juni 2020



ROHMAH

NB : Harap di isi, ditempel materai dan ditandatangani kemudian di format pdf dan dimasukkan dalam CD