

TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP STRATEGI

PEMASARAN APLIKASI TIKTOK SHOP

(Studi Kasus Pada Akun Penjual TikTok shop Kartinimu88)

SKRIPSI

Diajukan kepada

Fakultas Syariah

Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Mas Said Surakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh

Gelar Sarjana Hukum



Oleh :

REMMY MEISITO FATMANDA ELVARYANI

NIM. 19.21.1.1.144

PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH (MU'AMALAH)

JURUSAN HUKUM EKONOMI SYARIAH DAN FILANTROPI ISLAM

FAKULTAS SYARIAH

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA

2023

**TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP STRATEGI
PEMASARAN APLIKASI TIKTOK SHOP (Studi Kasus Pada Akun Penjual**

TikTok Shop Kartinimu88)

Skripsi

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Hukum
Dalam Bidang Hukum Ekonomi Syariah

Disusun Oleh:

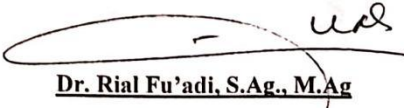
Remmy Meisito Fatmanda Elvaryani

NIM. 192.111.144

Surakarta, 19 Desember 2022

Disetujui dan disahkan oleh:

Dosen Pembimbing Skripsi


Dr. Rial Fu'adi, S.Ag., M.Ag

NIP: 19720803 200003 1 001

SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

NAMA : REMMY MEISITO FATMANDA ELVARYANI

NIM : 192.111.144

PRODI : HUKUM EKONOMI SYARIAH

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini yang berjudul "**TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP STRATEGI PEMASARAN APLIKASI TIKTOK SHOP (Studi Kasus Pada Akun Penjual TikTok Shop Kartinimu88)**".

Benar-benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti sebelumnya. Apabila dikemudian hari diketahui skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surakarta, 19 Desember 2022

A yellow 10,000 Rupiah stamp with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text "10000", "METERA TEMPEL", and "KCSBAKX300630341".

Remmy Meisito Fatmanda Elvaryani

NIM. 192111144

NOTA DINAS

Hal : Skripsi

Sdr : Remmy Meisito Fatmanda
Elvaryani

Kepada Yang Terhormat

Dekan Fakultas Syariah

Universitas Islam Negeri (UIN) Raden

Mas Said Surakarta

Di Surakarta

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Dengan Hormat

Dengan ini kami sampaikan bahwa setelah membaca, menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Remmy Meisito Fatmanda Elvaryani, NIM 192.111.144 yang berjudul "TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP STRATEGI PEMASARAN APLIKASI TIKTOK SHOP (Studi Kasus Pada Akun Penjual TikTok Shop Kartinimu88)".

sudah dapat dimunaqsyahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H) dalam bidang Hukum Ekonomi Syariah.

Karena itu kami mohon agar skripsi tersebut segera dimunaqsyahkan dalam waktu dekat.

Demikian, atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terimakasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 19 Desember 2022

Dosen Pembimbing



Dr. Rial Fu'adi, S.Ag., M.Ag
NIP: 19720803 200003 1 001

HALAMAN PENGESAHAN MUNAQOSYAH
"TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP STRATEGI PEMASARAN
APLIKASI TIKTOK SHOP (Studi Kasus Pada Akun Penjual TikTok Shop
Kartinimu88)"

Disusun Oleh :

Remmy Meisito Fatmanda Elvaryani

NIM: 192.111.144

Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqasyah

Pada hari Selasa tanggal 28 Februari 2022

Dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar
Sarjana Hukum dalam Bidang Hukum Ekonomi Syariah

Penguji I



Dr. Sidik, S.Ag. M.Ag.

NIP 197601202000031001

Penguji II



Arkin Haris, M.Hum.

NIP198910222020121 004

Penguji III



Drs. H. Muhdi, M.Ag.

NIP 196311151993031001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Syariah

Dr. Ismail Yahya, S.Ag., M.A.
NIP. 19750409 199903 1 001



MOTTO

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila.

Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan) dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya

(QS. Al-Baqarah Ayat 275)

Menghina Tuhan tidak perlu sampai harus menginjak-injak Kitab SuciNya atau memainkan nama NabiNya, khawatir besok skripsimu tidak selesai itu sudah

menghina Tuhan.

(Sujiwo Tejo)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, dengan mengucapkan puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kesehatan serta kekuatan dan membekali ilmu melalui para Dosen UIN RADEN MAS SAID SURAKARTA. Atas kemudahan dan karunia-nya yang engkau berikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan, sholawat serta salam selalu terlimpahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW. Saya persembahkan karya ini kepada mereka yang telah setia menemani dan ada pada kehidupan saya, khususnya teruntuk :

- ❖ Kedua orang tuaku tercinta, Bapak Suroto dan Ibu Siti Maimunah yang telah mencurahkan banyak kasih sayang, doa, semangat, serta kerja keras yang tiada lelah demi menyelesaikan studiku
- ❖ Adik Laki-lakiku Pandu Putra Giogalang yang selalu menemani mencari sesuatu selama proses mengerjakan skripsi
- ❖ Keluarga Besar Mbah Mukhsin yang selalu mendoakan dan memberikan semangat serta membantu di setiap langkahku
- ❖ Teruntuk pemilik Nim 192111172 Indraswari Pramudaning Tyas, 192111142 Rahmaudina Indira Ertamevia, dan 192111156 Renata Auviara Suci
- ❖ Teman-teman seperjuangan Hukum Ekonomi Syariah'19 terutama HES E yang sama-sama berjuang untuk mendapatkan gelar Sarjana Hukum
- ❖ Bapak Ibu Dosen yang telah mendidik dan membimbingku dari semester pertama hingga terakhir
- ❖ Terima kasih buat teman-teman dekatku yang tidak bisa disebutkan satu persatu atas doa dan semangatnya

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman Trasliterasi yang dipakai dalam penulisan skripsi di Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Surakarta didasarkan pada Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor: 158/1987 dan 0543 b/U/1987 tanggal 22 Januari 1988. Pedoman transliterasi tersebut adalah :

1. Konsonan

Fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, sedangkan dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf serta tanda sekaligus. Daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin adalah sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	<i>Alif</i>	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	<i>Ba</i>	B	Be
ت	<i>Ta</i>	T	Te
ث	<i>Ša</i>	Š	Es (dengan titik di atas)
ج	<i>Jim</i>	J	Je
ح	<i>Ĥa</i>	Ĥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	<i>Kha</i>	Kh	Ka dan ha
د	<i>Dal</i>	D	De
ذ	<i>Žal</i>	Ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	<i>Ra</i>	R	Er
ز	<i>Zai</i>	Z	Zet

س	<i>Sin</i>	S	Es
ش	<i>Syin</i>	Sy	Es dan ye
ص	<i>Ṣad</i>	Ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	<i>Ḍad</i>	Ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	<i>Ṭa</i>	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	<i>Ẓa</i>	Ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	<i>‘ain</i>	...’...	Koma terbalik di atas
غ	<i>Gain</i>	G	Ge
ف	<i>Fa</i>	F	Ef
ق	<i>Qaf</i>	Q	Ki
ك	<i>Kaf</i>	K	Ka
ل	<i>Lam</i>	L	El
م	<i>Mim</i>	M	Em
ن	<i>Nun</i>	N	En
و	<i>Wau</i>	W	We
ه	<i>Ha</i>	H	Ha
ء	<i>Hamzah</i>	...’ ...	Apostrop
ي	<i>Ya</i>	Y	Ya

2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
(َ)	<i>Fathah</i>	A	A
(ِ)	<i>Kasrah</i>	I	I
(ُ)	<i>Dammah</i>	U	U

Contoh :

No.	Kata Bahasa Arab	Transiterasi
1.	كتب	<i>Kataba</i>
2.	ذكر	<i>Žukira</i>
3.	يذهب	<i>Yazhabu</i>

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf maka transliterasinya gabungan huruf, yaitu :

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
أ...ى	<i>Fathah dan ya</i>	Ai	a dan i
أ...و	<i>Fathah dan wau</i>	Au	a dan u

Contoh :

No.	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1.	كيف	<i>Kaifa</i>
2.	حول	<i>Ḥaula</i>

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut :

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
أ...ي	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā	a dan garis di atas
أ...ي	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī	i dan garis di atas
أ...و	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū	u dan garis di atas

Contoh :

No.	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1.	قال	<i>Qāla</i>
2.	قيل	<i>Qīla</i>
3.	يقول	<i>Yaqūlu</i>
4.	رمي	<i>Ramā</i>

4. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *Ta Marbutah* ada dua (2), yaitu :

- a. *Ta Marbutah* hidup atau yang mendapatkan harakat *fathah*, *kasrah* atau *dammah* transliterasinya adalah /t/.
- b. *Ta Marbutah* mati atau mendapat harakat *sukun* transliterasinya adalah /h/.
- c. Apabila pada suatu kata yang di akhir katanya *Ta Marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang /al/ serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *Ta Marbutah* itu ditransliterasikan dengan /h/.

Contoh :

No.	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1.	روضة الأطفال	<i>Rauḍah al-atfāl</i>
2.	طلحة	<i>Ṭalḥah</i>

5. Syaddah (*Tasydid*)

Syaddah atau *Tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda yaitu tanda *Syaddah* atau *Tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *Syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *Syaddah* itu.

Contoh :

No.	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1.	رَبَّنَا	<i>Rabbana</i>
2.	نَزَّلَ	<i>Nazzala</i>

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam bahasa Arab dilambangkan dengan huruf yaitu ٱ. Namun dalam transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *Syamsiyyah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *Qamariyyah*.

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *Syamsiyyah* ditransliterasikan sesuai dengan *bunyinya* yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu. Sedangkan kata sandang yang diikuti oleh huruf *Qamariyyah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya. Baik diikuti dengan huruf *Syamsiyyah* atau *Qamariyyah*, kata sandang ditulis dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan kata sambung.

Contoh :

No.	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1.	الرَّجُل	<i>Ar-rajulu</i>
2.	الجلال	<i>Al-Jalālu</i>

7. Hamzah

Sebagaimana yang telah disebutkan di depan bahwa *Hamzah* ditransliterasikan dengan apostrof, namun itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Apabila terletak diawal kata maka tidak dilambangkan karena dalam tulisan Arab berupa huruf *alif*. Perhatikan contoh berikut ini :

No.	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1.	أكل	<i>Akala</i>
2.	تأخذون	<i>Ta ' khuzūna</i>
3.	النؤ	<i>An-Nau ' u</i>

8. Huruf Kapital

Walaupun dalam sistem bahasa Arab tidak mengenal huruf kapital, tetapi dalam transliterasinya huruf kapital itu digunakan seperti yang berlaku dalam EYD yaitu digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu didahului oleh kata sandangan maka yang ditulis dengan huruf kapital adalah nama diri tersebut, bukan huruf awal atau kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan tersebut disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, maka huruf kapital tidak digunakan.

Contoh :

No.	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
	ومحمد إرسول	<i>Wa mā Muḥammadun illā rasūl</i>
	الحمد لله رب العالمين	<i>Al-ḥamdu lillahi rabbil ' ālamīna</i>

9. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata baik *fi'il*, *isim*, maupun huruf ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka penulisan kata tersebut dalam transliterasinya bisa dilakukan dengan dua cara yaitu bisa dipisahkan pada setiap kata atau bisa dirangkai.

Contoh :

No.	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
	وإن الله لهو خير الرازقين	<i>Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqin</i> / <i>Wa innallāha lahuwa</i> <i>khairur-rāziqīn</i>
	فأوفوا الكيل والميزان	<i>Fa aufū al-Kaila wa al-mīzāna</i> / <i>Fa</i> <i>auful-kaila wal mīzāna</i>

DAFTAR ISI

COVER SKRIPSI.....	i
SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI.....	ii
NOTA DINAS.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN MUNAQOSYAH.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	vii
DAFTAR ISI.....	xiv
PENGANTAR.....	xvi
ABSTRAK.....	xviii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Kerangka Teori.....	7
F. Tinjauan Pustaka.....	11
G. Metode Penelitian.....	16
H. Sistematika penulisan.....	23

BAB II LANDASAN TEORI ETIKA BISNIS ISLAM DAN STRATEGI

PEMASARAN

A. Etika Bisnis Islam.....	26
B. Strategi pemasaran.....	40

BAB III GAMBARAN UMUM STRATEGI PEMASARAN AKUN PENJUAL TIKTOK SHOP

Strategi Pemasaran Akun Penjual Kartimu88.....	46
--	----

BAB IV ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP STRATEGI PEMASARAN APLIKASI TIKTOK SHOP

A. Analisis Strategi Pemasaran Akun Penjual Kartimu88.....	57
B. Analisis Strategi Pemasaran Akun Penjual Kartimu88 pada aplikasi TikTok Shop Ditinjau dari Etika Bisnis Islam.....	66

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	73
B. Saran.....	73

DAFTAR PUSTAKA.....	75
----------------------------	-----------

LAMPIRAN.....	79
----------------------	-----------

PENGANTAR

Assalamu alaikum Wr. Wb

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP STRATEGI PEMASARAN APLIKASI TIK-TOK SHOP” (Studi kasus pada Akun Penjual TikTok Shop KARTINIMU88)**. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi jenjang Sarjana 1 (S1) Jurusan Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah), Fakultas Syariah UIN RADEN MAS SAID SURAKARTA.

Dalam penyusunan tugas akhir ini, penyusun telah banyak mendapatkan dukungan serta bantuan dari pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, dan tenaga. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penyusun mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Mudofir, S.Ag., M.Pd. Selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Mas Said Surakarta.
2. Bapak Dr. Ismail Yahya, S.Ag., M.A. Selaku Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Surakarta (UIN) Raden Mas Said Surakarta.
3. Bapak Muhammad Julijanto, S.Ag., M.Ag. Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)
4. Bapak Dr. H. Ah.Kholis Hayyatuddin, M.Ag. Selaku Sekertaris Program Studi Hukum Ekonomi Syariah.
5. Bapak Dr. Aris Widodo, S.Ag., M.A. Selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan motivasi penulis selama menempuh studi di Fakultas Syariah Program Studi Hukum Ekonomi Syariah.
6. Bapak Dr. Rial Fuadi, S.Ag., M.Ag. Selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan banyak bimbingan selama penulis menyelesaikan skripsi.

7. Bapak/Ibu Dosen Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan dan pengalaman yang tak ternilai harganya.
8. Bapak dan Ibuku tercinta yang telah mengeluarkan materi dan mencurahkan doa serta kasih sayang mendidiku dengan setulus hati
9. Teman-teman Hukum Ekonomi Syariah Angkatan 2019, HES E.
10. Teman-teman terdekat penulis, yang telah memberikan semangat dan support penuh kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan penyusun satu persatu yang telah berjasa dalam menyelesaikan studi dan penyusunan skripsi.

Penyusun menyadari banyak dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kemampuan, untuk itu penyusun mengharap kritik dan saran yang membangun untuk tercapainya kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata penyusun berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Wassalamu alaikum Wr.Wb.

Surakarta, 9 Desember 2022

Penyusun

Remmy Meisito Fatmanda Elvaryani

NIM.192.111.144

ABSTRAK

Remmy Meisito Fatmanda Elvaryani, NIM : 19.21.1.1.144 “**TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP STRATEGI PEMASARAN APLIKASI TIKTOK SHOP (Studi Kasus Pada Akun Penjual TikTok Shop Kartinimu88)**”

Semakin berkembang pesatnya internet, video pendek secara bertahap mempengaruhi atau bahkan menggantikan media arus utama saat ini, terutama pada Aplikasi TikTok. Banyak dari penjual menggunakan strategi pemasaran dengan mengikuti trend pada masa sekarang dengan menarik pembeli menggunakan berbagai strategi pemasarannya. Seperti halnya strategi pemasaran yang dipakai oleh akun Kartinimu88 dalam menjalankan bisnisnya.

Masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi pemasaran yang dipakai penjual akun Kartinimu88 ditinjau dari Etika Bisnis Islam. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran di akun penjual Kartinimu88 Tiktok shop di tinjau dari etika bisnis Islam.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif lapangan (*Field research*) yaitu penelitian yang dilakukan secara langsung dilapangan. Sumber data diperoleh dari metode simak catat, dan didukung oleh hasil wawancara dari admin akun Kartinimu88 dan pembeli dari akun Kartinimu88 dan data sekunder diperoleh dari buku, Al Qur'an dan Hadist yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Analisa data dalam penelitian ini menggunakan analisa *Interaktif*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa akun Kartinimu88 menggunakan startegi pemasaran (*mix marketing*) dimana strategi yang dipakai adalah strategi produk, strategi harga, startegi tempat atau distribusi, dan strategi promosi. Sebagian Strategi Pemasaran yang di pakai sudah sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam dan sebagian belum sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam dalam strategi pemasarannya. Prinsip yang sesuai yaitu prinsip kesatuan (*unity*), kehendak bebas (*free will*), prinsip kebenaran, kebajikan dan kejujuran (*thruth, goodness, honesty*), sedangkan prinsip yang belum sesuai yaitu keseimbangan (*equilibrium*), dan tanggung jawab (*responsibility*),

Kata Kunci : Etika Bisnis Islam, Strategi Pemasaran, TikTok Shop

ABSTRAC

Remmy Meisito Fatmanda Elvaryani, NIM:19.21.1.1.144 **OBSERVATION ISLAMIC BUSINESS ETHIC TOWARD MARKETING STRATEGY ON TIKTOK SHOP APPLICATION (The Case of Study on Application TikTok Seller Kartinimu88).**

The rapid development of the internet's short videos gradually influence or even replace the current mainstream media, especially the TikTok Application. Many of the sellers use a marketing strategy by following trends in the present by attracting buyers using various marketing strategies on account seller Kartinimu88 in running his business.

The problem of this research was how to a marketing strategy which used the account seller Kartinimu88 judging from Islamic Business Ethics. This research aimed to find out the marketing strategy of the TikTok shop account seller Kartinimu88 judging from Islamic Business Ethics.

This research used field research methodology. It was conducted directly in the field. The source of data was obtained from the note-taking method and supported by interview results with the h admin and buyers on Kartinimu88 is account, while secondary data was obtained from the book, Al-Quran, and Hadith that related to the research problem. The data analysis in this research used interactive analysis. Results of the research showed that Kartinimu88 is account used mix marketing strategy, which consisted of product strategy, price strategy, place strategy or distribution, and marketing strategy. Some of the marketing strategies used are by the principles of Islamic Business Ethics, and some are not by these principles in their marketing strategy. The appropriate principle consisted of unity, free will, truth, goodness, and honesty, while the principles that are not appropriate consisted of equilibrium and responsibility.

Keywords: Islamic Business Ethic, Marketing Strategy, TikTok Shop

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan praktek bisnis dimasa modern ini membutuhkan sebuah perangkat moral untuk mendukung seseorang dalam memutuskan keputusan bisnis yang beretika, perangkat moral berupa etika tersebut menuntun seseorang untuk melancarkan bisnis.¹Etika bisnis dipelajari bukan hanya untuk mengetahui tentang apa itu etika bisnis, namun lebih penting lagi, etika bisnis bertujuan untuk membantu para pebisnis memutuskan keputusan bisnis yang beretika. Etika bisnis diharapkan dapat menjaga seseorang untuk tidak berbisnis yang *unethicial*.²

Dalam dunia bisnis, pemasaran merupakan strategi bisnis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan values dari satu insiator kepada pelanggannya. Marketing atau pemasaran adalah suatu proses kegiatan menyeluruh dan terpadu serta terencana, yang dilakukan oleh instusi untuk menjalankan usaha guna memenuhi kebutuhan pasar dengan cara membuat produk, menetapkan harga, mengkomunikasikan dan mendistribusikan melalui kegiatan pertukaran untuk memuaskan konsumen dan perusahaan.³

¹Disfa Lidian Handayani, "Etika Bisnis Islam : sebuah kajian komperatif", *Jurnal Baabu Al-Ilmi* Vol.4.No.1 April 2019.hlm.36.

²*Ibid.*, hlm. 37.

³Maryamah, "Etika marketing dalam prespektif ekonomi Islam," *Jurnal : JESKape* Vol.2 No.1 Januari-juni 2019.,hlm. 76.

Marketing atau pemasaran merupakan tombak keberhasilan bisnis. Produk yang sangat lezat dengan kemasan menggoda dan desain sempurna tidak akan diterima oleh konsumen jika *marketing* yang digunakan tidak tepat. Salah satu strategi *marketing* terkini adalah memanfaatkan dunia maya sebagai langkah besar untuk mencari konsumen sebanyak-banyaknya.

Semakin berkembang pesatnya internet, video pendek secara bertahap mempengaruhi atau bahkan menggantikan media arus utama saat ini, seperti majalah, surat kabar, televisi dan media lainnya, karena kecepatan penyebaran yang cepat, jangkauan penyebaran yang luas, dan jumlah penonton yang banyak menggunakan internet pada masa kini. Apalagi dengan pesatnya perkembangan teknologi membuat dorongan besar untuk penyebarakan vidieo pendek. Sejak 2016, *platfrom* video pendek telah meluncurkan video pendek telah meluncurkan berbagai model bisnis seperti periklanan internet, pengalihan *Ecomerrce*, dan komunikasi merek.¹

Dapat dilihat bahwa video pendek kini telah mengemukan dan menjadi trend, dari anak-anak, remaja dan orang dewasa berlomba-lomba membuat trend, terutama pada aplikasi Tiktok, aplikasi populer yang di gemari remaja masa kini karena dengan cepat menjadi aplikasi penting dalam kehidupan seseorang yang menyukai hal-hal baru dalam waktu yang begitu singkat. Dengan melaksanakan pemasaran melalui media sosial maka memiliki strategi yang berbeda pada setiap *Platfrom*, TikTok sekarang pada masa

¹ WahyuMurjiati, "Pengaruh iklan dan aplikasi tik-tok terhadap minat beli mahasiswa manajemen bisnis syariah" *skripsi* tidak diterbitkan, Prodi Manajemen Bisnis SyariahIAIN Palopo, Palopo,2021.,hlm.1.

penggunaanya banyak hingga menawarkan guna tertentu dibagian trending, guna ini dapat dipakai untuk media promosi.²

Pada aplikasi TikTok ini pemakai bisa membikin vidieo yang cuman berdurasi kurang lebih 15-60 detik bahkan sekarang mencapai 10 menit dengan memberikan *special effect* yang unik dan menarik serta memiliki dukungan musik yang banyak sehingga pemakainya bisa melaksanakan performa dengan beragam gaya ataupun tarian, dan masih banyak lagi sehingga mendorong kreativitas pemakainya. Selain itu aplikasi TikTok dapat menyerahkan pemakainya agar dapat memakai macam-macam dan juga musik *background* dari berbagai artis terkenal dengan berbagai kategori dan lainnyadipakai secara instan, sehingga bisa membikin vidieo tersebut menarik serta memiliki alunan lagu yang diseleraskan dengan situasi video tersebut.³

TikTok adalah *platform* yang sangat menonjol untuk berbagai pengiklan dan pemasar. Ribuan atau bahkan jutaan orang tertarik dengan bisnis Tiktok karena kekuatan penyebaran yang luar biasa.⁴ TikTok adalah salah satu *platfrom* sosial media yang sangat digemari bagi kalangan remaja hingga dewasa, baik itu perempuan maupun laki-laki. Tiktok memiliki peran penting dalam periklanan media online karena TikTok memiliki fitur-fitur yang

²*Ibid.*,,hlm.1.

³Raudah, dkk, *Analisis Strategi Pemasaran Melalui Instagram dan Tik-Tok untuk meningkatkan jumlah pelanggan dimasa pandemi dalam prespektif etika bisnis Islam*, 2021, hlm.2.

⁴Wahyu Murjiati, "Pengaruh iklan ...", hlm.1.

menarik. TikTok kini telah merambah pada masyarakat luas khususnya pada kalangan remaja dan dewasa.⁵

Dengan keberadaan TikTok secara tidak langsung menghasilkan generasi baru yaitu generasi TikTok kers.⁶Periklanan yang ditampilkan di TikTok cukup menarik perhatian pemirsa untuk menyaksikannya, khususnya bagi para remaja dan dewasa yang tertarik dengan iklan TikTok.

Sehingga dapat dikatakan bahwa sosial media kini mempunyai kekuatan untuk mempengaruhi individu untuk melakukan sesuatu hal yang baru, contohnya ialah menumbuhkan minat jual seseorang untuk menjual sesuatu pada fitur baru TikTok, yaitu TikTok Shop. Banyak dari penjualan itu menggunakan strategi pemasaran dengan mengikuti trend pada masa sekarang, dengan menarik pembeli menggunakan berbagai banyak strategi pemasarannya. Seorang Muslim yang dipraktekkan mematuhi standard an persyaratan Islam dalam semua aspek kehidupan termasuk bisnis, ada aturan yang berbeda-beda untuk memandu praktik yang berbeda. Dalam transaksi bisnis Islam, transaksi kepatuhan syariah mengikuti *muamalat*, salah satu yurisprudensi hukum dagang dalam Islam.⁷

Akun Karinimu88 pernah menjadi *trending topic* pada bulan januari 2021 karena menjual hijab dengan harga seribuan pada aplikasi TikTok shop.

⁵*Ibid.*, hlm.2.

⁶Wahyu Murjiati, "Pengaruh iklan ...", hlm.3.

⁷ Nor Hapiza Mohd Arffin, Jurnal Internasional pemikiran Islam, "Pengembangan Model Etika E-Commerce Islam, Jil.20 : (Desember) 2021, hlm.87.

Banyak dari berbagai kalangan yang *checkout hijab* tersebut karena tergiur dengan harga yang murah.

Yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah terkait etika yang dipakaipenjual Akun Kartinimu88 pada Aplikasi TikTok shop, dimana dalam vidieo pendek maupun livepenjual pada akun Kartinimu88 itu menggunakan diskon besar-besaran di bawahharga normal, gratis ongkir dan lain sebagainya tapi tidak di batasi pada etalasenya, sehingga para pembeli *check out* sesuka hatinya dan mengakibatkan penjualan *over order*, otomatis penjual keteteran dan membutuhkan waktu lama untuk *packing*, padahal pada Aplikasi TikTok shop tersebut ada batas estimasi pengiriman yaitu 14 hari, banyak dari pembeli yang menanyakan mengapa pesananya tidak di kirim kirim, dan pihak penjual mengatakan harap bersabar barang tersebut akan benar-benar dikirim. Namun pada kenyataannya pesanan tersebut sudah melebihi batas estimasi pengiriman, sehingga barang tersebut dibatalkan otomatis oleh pihak Aplikasi TikTok shop.⁸Karena penjual pada Akun Kartinimu88 tidak ada pertanggung jawaban dan tidak menepati janji, tidak sesuai dengan apa yang mereka katakan saat live maka dinilai tidak memiliki etika yang baik dan dalam berbisnis.

Fenomena inilah yang melatar belakangi peneliti, serta di tambah dengan banyaknya penjual menggunakan strategi pemasarannya dalam berjualan pada aplikasi TikTok shop. Dari uraian tersebut, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian lebih lanjut untuk mengangkat persoalan dijadikan

⁸https://www.tiktok.com/@hijabkan_hijab?_t=8XzcsIRQq2r&_r+1 di akses pada tanggal 22 September pukul 08.00 Wib.

dalam bentuk karya ilmiah yakni skripsi. Penulis melakukan penelitian dengan mengkaji masalah tersebut dengan etika bisnis Islam, bagaimana etika yang baik dan benar pada strategi pemasaran aplikasi TikTok shop dan guna mengungkapkan sejauh mana etika bisnis Islam terhadap strategi pemasaran penjualan pada aplikasi tik tok shop. Sehingga dari hal tersebut penulis memilih judul, **“TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP STRATEGI PEMASARAN APLIKASI TIK-TOK SHOP (Studi Kasus pada Akun penjual TikTok Shop Kartinimu 88).**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diungkapkan sebelumnya, maka masalah pokok yang dibahas dalam skripsi ini yaitu :

1. Bagaimana strategi pemasaran akun penjual TikTok Shop Kartinimu88 ?
2. Bagaimana strategi pemasaran pada akun penjual Tiktok shop Kartinimu88 ditinjau dari etikabisnis Islam ?

C. Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran akun penjual Kartinimu88 pada Tiktok shop
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran di akun penjual Kartinimu88 Tiktok shop di tinjau dari etika bisnis Islam

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

Penelitian ini bisa dijadikan suatu rekomendasi untuk materi bagi seseorang atau pihak yang mencari pengetahuan yang bersangkutan dengan problem penelitian

2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan literatur pertimbangan untuk penelitian selanjutnya

E. Kerangka Teori

1. Pengertian Etika bisnis Islam dan Strategi pemasaran

Secara etimologi etika (*ethicis*) yang berasal dari bahasa Yunani *ethikos* dalam bahasa Yunani yang berarti kebiasaan (*Custom*) atau (*Character*). hal ini berarti etika berkaitan dengan dengan nilai-nilai, tata cara hidup yang baik, aturan hidup yang baik, dan segala kebiasaan yang dianut dan diwariskan dari satu orang ke orang lain atau dari satu generasi ke generasi yang lainnya.⁹Etika adalah suatu bidang ilmu yang mempelajari tentang standar moral yang kita anut. Bidang ilmu etika bertujuan untuk mengembangkan standar agar dapat dipahami dan dijustifikasi.¹⁰

Etika bisnis Islam ialah seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus komitmen padanya dalam bertransaksi, berperilaku dan

⁹Syaiful Mujib, Tinjauan etika bisnis Islam terhadap strategi pemasaran air minum dalam kemasan, *skripsi* tidak diterbitkan, Prodi Hukum Ekonomi Syariah, UIN sunan kalijaga Yogyakarta, 2018, hlm.12.

¹⁰ Laila Refiana Said, "*Buku Ajar Etika bisnis*", (Klaten : Lakeisha 2020),hlm.2.

berelasi guna mencapai tujuan bisnisnya dengan selamat.¹¹Etika bisnis Islam merupakan bisnis yang mengedepankan nilai-nilai al-Qur'an. Oleh karena itu beberapa nilai pada dasar dalam etika bisnis Islam yang disarikan dari inti sari ajaran Islam itu sendiri adalah antara lain : *pertama*, kesatuan (*Tauhid /unity*) dalam konsep tauhid terefleksikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial menjadi keseluruhan yang homogen, serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh.¹²*Kedua* Keseimbangan (*equilibrium/adil*) Islam sangat menganjurkan untuk berbuat adil dalam berbisnis, dan melarang berbuat curang, atau berlaku dzalim. *Ketiga*, Kehendak bebas (Free Will) merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif, kepentingan individu dibuka lebar. *Keempat* tanggung jawab (*Responsibility*) kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil yang dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggung jawaban dan akuntabilitas.¹³*Kelima* Kebenaran (*Truth, Goodness, Honesty*), Kebenaran dalam konteks ini selain mengandung makna kebenaran lawan dari kesalahan, mengandung dua unsur yaitu kebajikan dan kejujuran, dalam hal ini, kebenaran dimaksudkan

¹¹ Lailatul Mabruroh, Analisis etika bisnis Islam terhadap jual beli produk duta network indonesia (DNI), *Skripsi* tidak diterbitkan, Prodi Muamalah IAIN Ponorogo, 2018, hlm.23.

¹² Syaeful Bakhri, dkk “ *Al Mustashfa : Jurnal penelitian hukum ekonomi Islam*” (Cirebon) vol.3.no.2, Desember 2018 , hlm.293.

¹³*Ibid.*,

sebagai niat, sikap, dan perilaku benar yang meliputi proses mencari atau memperoleh komoditas dan upaya untuk menetapkan keuntungan.¹⁴

Strategi merupakan suatu kelompok keputusan, tentang tujuan-tujuan apa yang diupayakan pencapaiannya, tindakan-tindakan apa yang perlu dilakukan, dan bagaimana cara memanfaatkan sumber-sumber daya guna mencapai tujuan-tujuan tersebut.¹⁵

Pemasaran didefinisikan sebagai hasil aktivitas bisnis yang mengarahkan arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen dan mencakup pembelian, penjualan, transportasi, pergudangan, tingkatan, *financing*, dan risiko. Pemasaran etika bisnis Islam ialah aktivitas yang dilanda oleh saling ridha dan rahmat antara penjual dan pembeli, dalam sebuah aktivitas dalam pasar.¹⁶

Sedangkan pemasaran etika bisnis menurut para ahli, Menurut Stanton sebagaimana yang dikutip oleh Hasan Umar dalam buku etika bisnis Islam menyatakan pemasaran adalah keseluruhan sistem yang berhubungan dengan kegiatan-kegiatan usaha, yang bertujuan merencanakan, menentukan harga, hingga mempromosikan dan mendistribusikan

¹⁴Syaeful Bakhri, Leliya dan Latip Purnama, *Jurnal Al Mustasfa : Jurnal penelitian Hukum Ekonomi Islam*, "Tinjauan Etika Bisnis Islam Dalam Strategi Pemasaran Home Industri Tahu Sari Rasa", Vol, 3, No.2, Desember 2018.

¹⁵Siti Misnah Aulia, "Tinjauan etika bisnis Islam terhadap strategi pemasaran dalam peningkatan volume penjualan", *Skripsi Prodi Hukum Ekonomi Syariah, STAIN Parepare* 2016.,hlm.26.

¹⁶ Ika Yunia Fauzia, *Etika bisnis dalam Islam* (Jakarta : kencana Prenda media group 2013), hlm.4-6.

barang-barang atau jasa yang akan memuaskan kebutuhan pembeli, baik yang aktual maupun yang potensial.¹⁷

Ada tiga faktor yang dapat mempengaruhi seorang manajer pemasaran untuk melakukan tindakan tidak etis, yaitu :

- a. Manajer sebagai pribadi manusia, ada rasa ingin memenuhi kebutuhan pribadinya untuk menangkalnya dibutuhkan pendidikan agama
- b. Kepentingan korporasi, adanya tekanan manajemen yang membuat seorang manajer dipaksa untuk mencapai target
- c. Lingkungan, yang ada disekitarnya yang langsung maupun tidak langsung memebentuk perilaku manajer pemasaran¹⁸

Sedangkan menurut Muhammad Ja'far Prinsip-prinsip etika bisnis Islam yaitu meliputi kesatuan dan integrasi, kesamaan, intelektualitas, kehendak bebas, tanggung jawab dan akuntabilitas, penyerahan total, keadilan, keterbukaan, kebaikan bagi orang lain, kebersamaan.¹⁹

Dari teori etika bisnis Islam yang berpedoman dari kelima prinsip prinsip dasar tersebut di atas yang akan dijadikan dasar Tinjauan penerapan etika bisnis Islam terhadap Strategi pemasaran pada aplikasi TikTok Shop, dalam hal ini penulis cara mencari kesesuaian antara teori

¹⁷Lailatul mabrurroh, Analisis etika bisnis Islam terhadap jual beli produk duta *network indonesia* (DNI), *Skripsi Prodi Muamalah IAIN Ponorogo*,2018,hlm. 31.

¹⁸ *Ibid.*,hlm. 34.

¹⁹Muhammad Ja'far, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta : AkademiMenejemen Perusahaan YKPN, 2004),hlm 71-72.

etika yang diajarkan oleh Rasulullah Saw dengan strategi pemasaran yang ada di dalam aplikasi TikTok shop.

F. Tinjauan Pustaka

Strategi pemasaran pada aplikasi media sosial telah mengalami banyak perkembangan dan sering ditemui permasalahan, diantaranya permasalahan mengenai etikanya dalam strategi pemasarannya, sudah banyak diteliti, secara literature maupun lapangan. Namun sepanjang penelusuran penyusun, kajian tentang tinjauan etika bisnis Islam terhadap strategi pemasaran pada aplikasi TikTok shop belum pernah dilakukan peneliti sebelumnya. Hanya saja penulis mendapat beberapa permasalahan yang hampir sama dengan objek penulis serta dalam rangka agar terhindar dari kesamaan penulis dengan plagiat maka penulis mencantumkan beberapa skripsi yang temukan terkait permasalahan diatas, diantaranya :

Pertama, Penelitian yang dilakukan oleh Reny Widya Ningsih, Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada program starta (S1) Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung tahun 2020, dalam skripsinya yang berjudul, “Analisis penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli online di tokopedia”²⁰. Dalam skripsinya ini menjelaskan penerapan etika bisnis dalam transaksi jual beli online di tokopedia, secara garis besar para pedagang sudah menerapkan dan menjalankan etika bisnis Islam. Dengan mengedepankan kejujuran, ketepatan, danloyalitas.

²⁰Reny Widyaningsih, “Analisis penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli online di tokopedia”, *Skripsi*, UIN Raden Intan Lampung, 2020.

Persamaanya adalah sama-sama mengkaji tentang Etika bisnis Islam, perbedaan dari skripsi tersebut dengan penulis lakukan adalah *marketplace* yang dipakai, penelitian ini dilakukan terhadap marketplace Tokopedia, sedangkan penulis terhadap *marketplace* TikTok shop. Skripsi ini memiliki permasalahan Etika bisnis Islam dalam transaksi jual belinya sedangkan penelitian penulis mengenai etika bisnis Islam dalam strategi pemasarannya.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Anita, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan bisnis Islam Program Starta (S1) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare tahun 2020, dalam skripsinya yang berjudul, "Analisis Etika Bisnis Islam terhadap strategi pemasaran PT. Toyota Hadji Kalla Kota Parepare".²¹Dalam skripsinya ini menjelaskan Penerapan strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Toyota Hadji Kalla Kota parepare ditinjau dalam prinsip-prinsip etika bisnisIslam yang meliputi yaitu kesatuan (*Unity*), yang diterapkan yaitu dalam menawarkan produk-produk menunjukkan sikap akidah dengan senantiasa memberikan senyuman ramah dalam menyambut dan menjelaskan produk yang mereka tawarkan kepada *costumer*. Keseimbangan (*equilibrium*), yang diterapkan yaitu untuk berbuat adil, tak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai. Kehendak bebas (*Free will*), yang diterapkan yaitu memberikan kebebasan kepada *costumer* untuk bertanya hal-hal yang belum dimengerti. Tanggung jawab (*Responsibility*), yang diterapkan yaitu dikaitkan dengan kebebasan ekonomi pada prinsip tanggung jawab individual dan kebenaran : kejujuran dan bijaksana yang

²¹Anita," Analisis Etika Islam terhadap strategi pemasaran PT. Toyota Hadji Kalla Kota Parepare", *Skripsi*, ProdiEkonomi Syariah IAIN Parepare,2020.

diterapkan yaitu kejujuran dalam promosi informasi mengenai produk/ jasa harus sesuai.

Persamaanya adalah sama-sama mengkaji tentang etika bisnis Islam terhadap strategi pemasaran, perbedaan dari skripsi tersebut dengan penulis lakukan adalah tempatnya, penelitian ini dilakukan pada PT. Toyota Hadji Kalla di kota Parepare, sedangkan tempat penulis pada aplikasi TikTok shop. Etika yang digunakan skripsi ini adalah etika bisnis Islam pada dunia nyata sedangkan etika bisnis Islam penulis berada di dunia maya.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Syaiful Mujib, Jurusan Hukum Ekonomi Syariah fakultas Syariah dan Hukum pada program Starta (S1) Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta tahun 2018 yang berjudul “Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap strategi pemasaran air minum dalam kemasan (Studi kasus di agen air minum AF Kecamatan Pucakwangi Kabupaten Pati)”.²² Dalam skripsinya ini menjelaskan berdasar rumusan masalah dapat diketahui bahwa Strategi pemasaran yang dilakukan oleh agen air minum AF sebagian telah sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam seperti prinsip-prinsip komunikatif, prinsip rendah hati, prinsip tanggung jawab, dan prinsip kejujuran. Namun dalam strategi pemasaran yang dilakukan oleh AF bertentangan dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang mengelabui pihak toko yang dengan merekayasa permintaan, serta menjual produk AMDK secara langsung pada konsumen rumahan sehingga

²²Syaiful Mujib, “Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap strategi pemasaran air minum dalam kemasan (Studi kasus di agen air minum AF Kecamatan Pucakwangi Kabupaten Pati), *Skripsi*, Prodi Hukum Ekonomi Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta tahun 2018.

menimbulkan kerugian pada pihak toko, dalam hal ini tidak sesuai dengan prinsip etika untuk menepati janji merugikan pihak lain dan prinsip etika kejujuran yang diajarkan Rasulullah SAW.

Persamaanya adalah sama-sama mengkaji tentang etika bisnis Islam terhadap strategi pemasaran, perbedaan dari skripsi tersebut dengan penulis lakukan adalah tempatnya, penelitian ini dilakukan pada agen air minum AF, sedangkan tempat penulis pada aplikasi TikTok shop. Penelitian terdahulu menggunakan metode analisis berfikir induktif sedangkan penulis menggunakan metode analisis interaktif.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Zidnal Rizkil Halali Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Syariah Program Starta (S1) Institut Perguruan Tinggi Ilmu Al Qur'an (PTIQ) Jakarta tahun 2018, dalam skripsinya yang berjudul "Strategi pemasaran Islam dalam meningkatkan penjualan (Studi kasus Di Toko Busana Muslim Al-Haramain Ciputat Tangerang Selatan)".²³Dalam skripsinya ini menjelaskan penerapan pada sistem pemasaran Islam di toko al-haramain ciputat dalam meningkatkan penjualannya adalah dengan menerapkan sistem saling tolong menolong, sehingga sesuai dengan pemasaran Islam yang mengedepankan unsur ibadah dan muamalah dalam aturan Islamnya, konsep pemasaran Islam yang dimiliki toko busana muslim al- haramain menggunakan 4 konsep yaitu : Teisis (rabbaniyah), etis (akhalaqiyyah), Realistis (AL Waqiyyah), humanistis

²³Muhammad Zidnal Rizkil Halali, "Strategi pemasaran Islam dalam meningkatkan penjualan (Studi kasus Di Toko Busana Muslim Al-Haramain Ciputat Tangerang Selatan)", *Skripsi*, PTIQ Jakarta tahun 2018.

(insaniyyah). Persamaanya adalah sama-sama mengkaji tentang strategi pemasaran, perbedaan dari skripsi tersebut dengan penulis lakukan adalah tempatnya, penelitian ini dilakukan di Toko busana muslim Al- Haramain ciputat tanggerang selatan, sedangkan tempat penulis pada aplikasi TikTok shop. Etika yang digunakan skripsi ini adalah etika bisnis Islam pada dunia nyata sedangkan etika bisnis Islam penulis berada di dunia maya.

Kelima penelitian yang dilakukan oleh Lailatul Marburoh Jurusan Muamalah, Fakultas Syariah Program Starta (S1) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo tahun 2018, dalam skripsinya yang berjudul “Analisis Etika Bisnis Islam terhadap jual beli produk *duta network* Indonesia (DNI) (Studi kasus Tim kerja *Schime with community* Ponorogo)”.²⁴ Dalam skripsinya ini menjelaskan Praktik sistem pemasaran terhadap jual beli produk DNI yang dilakukan tim kerja *schime with community* Ponorogo terjadi unsur penipuan, sehingga tidak sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam yaitu insaniyah, khuluqiyah, nubuwiyah, tolong menolong, keadilan serta unsur pemasaran etika bisnis Islam dalam konteks promosi. Padahal, Islam mengajarkan manusia untuk senantiasa berperilaku adil hukumnya dalah wajib. Persamaanya adalah sama-sama mengkaji tentang etika bisnis Islam, perbedaan dari skripsi tersebut dengan penulis lakukan adalah tempatnya, penelitian ini dilakukan pada Penjualan produk DNI di kabupaten ponorogo sedangkan tempat penulis etika bisnis Islam terhadap strategi pemasaran akun

²⁴Lailatul Marburoh, “Analisis Etika Bisnis Islam terhadap jual beli produk *duta network* Indonesia (DNI) (Studi kasus Tim kerja *Schime with community* Ponorogo)” *Skripsi*, IAIN Ponorogo tahun 2018,

para penjual pada aplikasi TikTok shop digunakan skripsi ini adalah etika bisnis Islam pada dunia nyata sedangkan etika bisnis Islam penulis berada di dunia maya.

Keenam penelitian yang dilakukan oleh Syaeful Bakhri, Leliya dan Latip Purnama, Jurusan Hukum Ekonomi Syariah. Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon dalam *Jurnal Al Mustasfa : Jurnal penelitian Hukum Ekonomi Islam* yang berjudul “Tinjauan Etika Bisnis Islam Dalam Strategi Pemasaran *Home* Industri Tahu Sari Rasa”.²⁵ Dalam penelitiannya menjelaskan konsep strategi bauran pemasaran pemasaran atau *mix marketing* yang digunakan untuk melihat sejauh mana penerapan pemasaran pada perusahaan Tahu sari rasa dalam meningkatkan penjualannya. Persamaan dari penelitian ini sama sama mengkaji mengenai etika bisnis Islam terhadap strategi pemasaran, namun perbedaan dari penelitian ini terletak pada objek, dimana penelitian terdahulu terhadap perusahaan tahu sari rasa, sedangkan peneliti pada akun penjual aplikasi TikTok shop.

G. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah cara mengetahui sesuatu untuk menemukan, mengembangkan atau menguji kebenaran secara sistematis, logis dan empiris menggunakan metode ilmiah.²⁶ Berdasarkan data yang diperlukan maka

²⁵Syaeful Bakhri, Leliya dan Latip Purnama, *Jurnal Al Mustasfa : Jurnal penelitian Hukum Ekonomi Islam*, “Tinjauan Etika Bisnis Islam Dalam Strategi Pemasaran *Home* Industri Tahu Sari Rasa”, Vol, 3, No.2, Desember 2018.

²⁶Surahman,dkk,“*Metodelogi penelitian*”, (Jakarta selatan : Pusdik SDM Kesehatan 2016), hlm.2.

penelitian ini menggunakan bentuk penelitian yang bersifat kualitatif, yaitu data yang dikumpulkan berbentuk kata-kata, gambar, bukan angka.

1. Jenis Penelitian

Dari permasalahan yang ditemukan dalam penelitian ini merupakan penelitian *Field reseacrh* (Penelitian Lapangan) merupakan pendekatan luas dan sebagai metode untuk mengumpulkan data kualitatif. Pentingnya adalah bahwa peneliti berangkat ke lapangan untuk mengadakan pengamatan tentang suatu fenomena dalam suatu keadaan alamiah atau in situ.²⁷ Pendekatan kualitatif ini bersifat deskriptif dengan tujuan untuk memberikan gambaran tentang suatu gejala atau suatu masyarakat tertentu. Pada penelitian jenis ini umumnya mendeskripsikan suatu permasalahan berdasarkan beberapa indikator yang dijadikan dasar penentuan adanya permasalahan atau tidak. Selain itu penulis juga mencari kesesuain anantara penerapan strategi pemasaran dengan etika bisnis Islam pada akun penjual aplikasi TikTok shop berupa wawancara dan dokumentasi untuk dianalisa supaya mendapatkan hasil yang kualitatif.

2. Sumber data

Penulis menggunakan dua jenis data yaitu data primer dan sekunder

²⁷ Lexy, J.Moelang, “*Matode penelitian kualitatif*”, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya 2017),.hlm. 26.

a. Data Primer

Data Primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.²⁸Data Primer ini membutuhkan data atau informasi dari sumber utama, biasanya disebut dengan responden, data atau informasi ini diperoleh melalui pertanyaan tertulis dengan menggunakan kuesioner, atau lisan dengan menggunakan metode wawancara yang termasuk dalam katagori lain seperti studi kasus dan riset eksperimental yang mana menggunakan individu atau kelompok sebagai bahan objek studinya.²⁹

b. Data Sekunder

Data sekunder ialah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data.³⁰Data sekunder yang digunakan pada penelitian ini adalah Skripsi terdahulu, Jurnal, Artikel, dan Buku-buku.

3. Lokasi dan waktu penelitian

Lokasi atau digunakan dalam penelitian adalah pada akun penjual Kartinimu 88 TikTok shop, waktu pelaksanaan penelitian direncanakan adalah di mulai tiga bulan yang dimulai pada bulan Oktober sampai bulan Desember 2022.

²⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm 225.

²⁹Jonathan Sarweno, *Metode Penelitian Kuantitatif dan kualitatif*, (Yogyakarta, Graha Ilmu, 2006), hlm. 17

³⁰Nuning indah pratiwi, “ Penggunaan media vidieo call dalam teknologi kominikasi” *Jurnal ilmiah dinamika sosial* :Vol 1, no 2,agustus 2017.,hlm.212.

4. Teknik pengumpulan data

Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan pada Tinjauan Etika bisnis Islam terhadap Strategi pemasaran akun penjual pada aplikasi TikTok shop sebagai berikut :

- a. Teknik simak catat menurut Sudaryanto, merupakan seperangkat cara atau teknik untuk menyimpulkan fakta-fakta yang berada pada masalah penelitian, untuk teknik menyimak yang dilakukan peneliti adalah menonton live akun penjual pada aplikasi TikTok shop.
- b. Metode Wawancara / Interview

Wawancara merupakan cara mendapatkan informasi interview pada satu atau beberapa orang yang bersangkutan³¹, data yang didapat dari hasil wawancara ini merupakan sumber data primer. Dalam penelitian ini digunakan teknik wawancara semi terstruktur, namun menggunakan panduan pertanyaan yang telah ditetapkan sebelumnya, apabila ditengah pertanyaan ada hal yang ingin ditanyakan maka akan peneliti tanyakan. Wawancara dilakukan kepada penjual akun Kartinimu 88 di Tik-tok shop dan pembeli pada akun Kartinimu 88 Tik-tok shop. Hal ini dimaksudkan untuk mendapatkan data yang jelas, valid dan memudahkan penyusun menganalisa pokok masalah yang dibahas. Pemilihan narasumber menggunakan teknik *purposive sampling*.

³¹Ahmad Tanzeh, *Metodologi Penelitian Praktis*, (Yogyakarta: Teras, 2011), hlm.89.

Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu, misalnya orang tersebut itu dianggap tahu apa yang kita harapkan sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek atau situasi yang diteliti. Adapun pengambilan Narasumber dalam penelitian ini adalah :

- a) Penjual pada akun Kartinimu 88 Tik-tok Shop
- b) Pembeli pada akun Kartinimu 88 TikTok Shop
- c. Observasi

Observasi adalah proses pengumpulan data langsung dari lapangan. *Non Participant observation*, didalam penelitian ini peneliti tidak terlibat dalam kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian, tetapi hanya sebagai pengamat saja.³² Peneliti akan mengamati keseharian perilaku penjual akun Kartinimu88 pada Aplikasi TikTok shop dalam strategi pemasarannya.

- d. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara. Hasil penelitian ini akan lebih kredibel atau dan dipercaya jika didukung oleh dokumentasi. Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu.

³²Sugiyono “*Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R & D*”, (Bandung: Alfabeta, cetakan ke-19 2013), Hlm.226.

Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.³³

5. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun data secara sistematis data yang diperoleh dari hasil interview dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan dan membuat kesimpulan yang dapat dipahami oleh diri sendiri amupun orang lain.³⁴

Teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti adalah Teknik *Interaktif* model analisis data yang mengalir menurut *Miles and Huberman*, yang membagi langkah-langkah dalam kegiatan analisa data dengan beberapa bagian yaitu pengumpulan data, reduksi data, dan penarikan kesimpulan atau verivikasi.

a. Pengumpulan Data

Pada analisis model pertama peneliti melakukan pengumpulan data dari hasil wawancara, hasil observasi, dan dokumen berdasarkan kategori yang sesuai dengan masalah penelitian yang kemudian dikembangkan lebih lanjut melalui pencarian data selanjutnya.

b. Reduksi Data

Data yang diperoleh dari lapangan yang jumlahnya cukup banyak, untuk itu perlu dicatat secara teliti dan rinci. Untuk itu perlu dilakukan reduksi data dilakukan dengan cara merangkum, memilih

³³*Ibid.*, hlm.240.

³⁴Sugiyono “*Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R & D*”, (Bandung: Alfabeta, 2017), Hlm.239.

hal-hal pokok, memfokuskan pada hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti dalam melakukan pengumpulan data.³⁵ Peneliti akan menyederhanakan data yang sudah di dapatkan dilapangan.

c. Penyajian Data

Setelah direduksi, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, hubungan antar kategori, dan sejenisnya. Melalui penyajian data tersebut, sehingga akan semakin mudah dipahami.³⁶ Setelah data di Reduksi maka peneliti selanjutnya melakukan mendeskripsikan data yang telah di sederhanakan.

d. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih belum jelas. Pada bagian ini berisi penarikan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan.³⁷ Untuk penarikan kesimpulan peneliti menuliskan ini sesuai fakta yang di dapatkan peneliti di lapangan.

³⁵Supardi, *Metode penelitian ekonomi bisnis*, (Yogyakarta : UII Press, 2015), hlm.247.

³⁶*Ibid.*, hlm.249.

³⁷*Ibid.*, hlm.252.

H. Sistematika penulisan

Sistematika penulisan diperlukan agar didapat kejelasan arah dalam masalah yang dihadapi, oleh karena itu sesuai dengan masalah yang dihadapi penulis membagi dalam 5 (lima) bab, yaitu :

Bab I : Pendahuluan, Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat hasil penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian, dan sistematika penulisan. Bab pertama ini diharapkan mampu menyajikan gambaran umum dari latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat hasil penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian, dan sistematika penulisan, sehingga mempermudah bagi para pembaca untuk mendapatkan informasi dasar dari permasalahan yang akan dibahas.

Bab II : Landasan Teori, Tinjauan umum Etika bisnis Islam Dan Strategi pemasaran. Bab ini berisi tentang gambaran umum landasan teori mengenai pengertian etika bisnis Islam dan strategi pemasaran, Dasar Hukum Etika bisnis Islam, prinsip etika bisnis Islam. Setelah membaca bab kedua ini diharapkan para pembaca mendapatkan gambaran umum mengenai landasan teori yang akan digunakan untuk menganalisis rumusan masalah yang akan dibahas, sehingga alur pembahasan kedepannya menjadi lebih jelas.

Bab III : Deskripsi data dan penelitian Gambaran umum Strategi pemasaran pada aplikasi TikTok Shop, Bab ini penulis menjelaskan Gambaran umum para penjual pada aplikasi TikTok shop menggunakan strategi pemasarannya. Dalam bab ini disajikan data hasil wawancara,

observasi, dan dokumen terkait Etika bisnis Islam terhadap strategi pemasaran pada aplikasi Tik-tok shop. Data yang diperoleh dari lapangan akan diuraikan secara rinci untuk mendapatkan informasi yang lebih lengkap dan akurat agar dalam proses analisisnya tidak terjadi kesalahan.

Bab IV : Analisis, merupakan analisa sekaligus memberikan jawaban secara umum mengenai strategi pemasaran pada aplikasi tik-tok shop studi kasus di desa Ngadiluwih, kecamatan Matesih, kabupaten Karanganyar berdasarkan Etika bisnis Islam.

Bab V : Penutup, Bab ini memuat kesimpulan dan hasil penelitian yang telah dilakukan dan memberikan saran yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas untuk memperoleh solusi atas permasalahan tersebut, dan Saran-saran atas permasalahan yang ada untuk penelitian selanjutnya.

Bagian akhir skripsi terdiri dari daftar pustaka, lampiran-lampiran dan daftar hidup penulis. Karena merupakan faktor-faktor pendukung dari penelitian ini maka hal-hal tersebut dijadikan sebagai lampiran di akhir setelah bab 5.

BAB II

LANDASAN TEORI ETIKA BISNIS ISLAM DAN STRATEGI PEMASARAN

A. Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika Bisnis

Secara etimologi kata etika berasal dari bahasa Yunani yang dalam bentuk tunggal yaitu *ethos* dan dalam bentuk jamaknya yaitu *ta etha*. “*Ethos*” yang berarti sikap, cara berfikir, watak kesusilaan atau adat. Kata ini identik dengan perkataan moral yang berasal dari kata latin “*mos*” yang dalam bentuk jamaknya *mores* yang berarti juga adat atau cara hidup. Etika dengan moral memiliki arti yang sama, namun dalam pemakaian sehari-harinya ada sedikit perbedaan dimana moral dipakai untuk perbuatan yang sedang dinilai/dikaji, sedangkan etika dipakai untuk pengkajian sistem nilai yang ada dalam kelompok atau masyarakat tertentu.¹

Etika dapat diartikan sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan antara yang benar dan yang salah. Etika adalah bagian dari ranah normatif yang menentukan suatu tindakan seharusnya dilakukan atau tidak.²Sedangkan etika bisnis adalah cabang etika yang meneliti aturan etika dan prinsip-prinsip dalam konteks komersial, mempelajari berbagai masalah moral atau etika yang timbul dalam lingkungan bisnis dan memberi penjelasan mengenai kewajiban yang berlaku bagi setiap

¹Erni R. Ernawan, *Business Ethics*, (Bandung : Alfabeta, 2011), hlm.9.

²Disfa Lidian Handayani, “Etika Bisnis Islam : sebuah kajian komperatif”, *Jurnal Baabu Al-Ilmi* Vol.4.No.1 April2019.hlm.39.

individu yang terlibat dalam perdagangan. Secara umum, etika bisnis adalah disiplin normatif, dimana standar etika tertentu dirumuskan dan kemudian diterapkan. Etika bisnis memberi penilaian mengenai apa yang harus dilakukan dan apa yang harus tidak dilakukan dalam bisnis.¹

Etika bisnis Islam adalah norma-norma etika yang berbasiskan Al-Quran dan Hadist yang harus dijadikan acuan siapapun dalam aktivitas bisnisnya. Etika bisnis Islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak ada kekhawatiran, sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar.²

Bisnis yang baik adalah bisnis yang bermoral sehingga dalam melakukan suatu bisnis tidak hanya berorientasi pada kepentingan pelaku saja. Selain untuk kepentingan tertentu dan kebahagiaan pribadi, pelaku bisnis juga mengemban amanah serta kewajiban yang untuk membahagiakan masyarakat sekitar yang secara tidak langsung akan menerima dampak dari keberadaan perusahaan. Dalam bisnis memang tidak dilarang untuk mencari keuntungan yang besar, namun alangkah lebih baiknya jika dalam usaha tersebut menerapkan etika bisnis. Semakin besar keuntungan yang diperoleh, maka semakin besar pula pertanggung jawaban etika dan sosialnya terutama kepada masyarakat.

¹*Ibid.*, hlm. 40.

²Alfiani Usman, Konsep etika bisnis Islam menurut Muhammad Djakfar, *Skripsi* tidak diterbitkan, Prodi Manajemen Keuangan Syariah IAIN Parepare, 2022, hlm.9.

2. Prinsip Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam sangat mengedepankan nilai-nilai Al Qur'an, oleh karena ini, beberapa nilai dasar didalam etika bisnis Islam memiliki prinsip-prinsip yang berasal dari ajaran Islam, adapun prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang harus diterapkan dalam menjalankan bisnis, yaitu : ³

a. *Unity* (Tauhid)

Konsep tauhid (dimensi vertical) berarti Allah swt telah menetapkan batas-batas tertentu atas perilaku manusia sebagai khalifah, untuk memberikan manfaat pada individu tanpa mengorbankan hak-hak individu lainnya, dan hubungan horizontal dengan kehidupan manusia dan alam secara keseluruhan untuk menuju tujuan akhir yang sama. Berbisnis harus didasari dengan mengutamakan ketauhidan guna memperoleh keterpaduan antara agama, ekonomi, dan sosial. Hal ini bertujuan agar pelaku bisnis menghindari sikap buruk dalam menjalankan kegiatan bisnis seperti adanya diskriminasi.⁴

Tauhid menempati posisi yang sangat penting dalam etika bisnis Islam, setidaknya tauhid ini melahirkan dua kesadaran dalam diri setiap muslim. Pertama, setiap orang harus menyadari bahwa alam ini merupakan ciptaan Allah SWT dan diperuntukkan untuk kesejahteraan manusia dan sekaligus Allah sebagai pemilik mutlak. Dalam hal ini

³Destuya Wati, Suyud Arif, Abristadevi, "Analisis penerapan Prinsip-prinsip Etika bisnis Islam Dalam Transaksi Jual beli online Di Humaira Shop", *Jurnal El-Mal : Jurnal kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol 5 No 1 (2022), hlm. 143-145.

⁴Ghina Wahyuningsih, dkk "Berbisnis Berdasarkan Perilaku Rasulullah", *Jurnal Mahasiswa FIAI-UII, at-Thullab*, Vol.2, Nomor 1, 2021.hlm. 316.

Al-Qur'an memberikan penjelasan yang sangat tegas bahwa segala sumber daya alam atau bahasa ekonomi disebut dengan faktor-faktor produksi adalah milik Allah SWT yang bersifat absolut. Sedangkan kepemilikan manusia bersifat relatif. Implikasinya adalah paduan Al-Qur'an tentang harta yang halal dan haram menjadi sesuatu yang penting untuk mengabdikan kepada Allah dan setiap pengabdian yang dilakukan manusia itu akan dinilai sebagai sebuah ibadah.⁵

Internalisasi kedua kesadaran ini dalam diri muslim akan memberikan pengaruh pada aktivitas bisnisnya. Pengaruh itu terlihat pada sikap untuk membantu orang-orang yang tidak memiliki modal (pinjaman modal atau kredit lunak) untuk membangun usahanya. Bantuan tidak saja diberikan dalam bentuk karitatif (ZIS) namun harus bersifat produktif. Sikap ini akan muncul karena ia menyadari bahwa *capital* (modal) yang dimilikinya bukan sepenuhnya miliknya tetapi amanah dari Allah yang harus dimanfaatkan bagi kesejahteraan manusia.⁶

Dengan kata lain, jika Allah menciptakan alam dengan segala isinya untuk kebahagiaan manusia, hal inilah yang harus diterjemahkannya dalam aksi nyata. Kedua, setiap pelaku bisnis muslim juga akan menyadari bahwa aktivitas bisnisnya adalah merupakan ibadah kepada Allah SWT. Disebabkan aktivitas bisnis adalah ibadah, maka dalam menjalankan bisnisnya ia akan bepegang teguh pada ajaran-ajaran Islam. Prinsip

⁵Rahmat Afrizal, Etika Bisnis Islam Perspektif Muhammad Djakfar, *Skripsi*, tidak diterbitkan, Prodi Ekonomi Islam UIN SUMATERA UTARA MEDAN, 2017, Hlm.46.

⁶*Ibid*

menghalalkan segala cara untuk meraih keuntungan merupakan sesuatu yang harus dihindari. Komitmenya untuk berpegang teguh pada ajaran Islam juga akan memunculkan kesadaran pertanggung jawaban dihadapan *Qadi Rabb al-jalil* di akhirat nanti.⁷

b. *Equilibrium* (Keseimbangan)

Perilaku yang adil akan mendekatkan diri kepada ketaqwaan, karena itu dalam bisnis, Islam melarang menipu, walaupun hanya sekedar membawa sesuatu pada kondisi yang menimbulkan kerugian sekalipun kondisi ini dapat memberikan gangguan pada mekanisme pasar atau adanya informasi penting mengenai transaksi yang tidak diketahui oleh salah satu pihak. Islam mengajarkan agar penganutnya berlaku adil dan senantiasa berbuat kebajikan. Ajaran Islam berorientasi pada terciptanya karakter manusia yang memiliki sikap dan perilaku seimbang dan adil dalam konteks hubungan manusia dengan diri sendiri, dengan orang lain (manusia) dan dengan lingkungan. Keseimbangan ini sangat ditekankan oleh Allah dengan menyebut umat Islam sebagai *ummatan wasathan*. *Ummatan wasathan* adalah umat yang memiliki kebersamaan, kedinamisan dalam gerak, arah dan tujuannya serta memiliki aturan-aturan kolektif yang berfungsi sebagai penengah dan pembenar. Dengan demikian keseimbangan, kebersamaan, kemoderenan merupakan prinsip etis mendasar yang harus diterapkan dalam aktivitas maupun entitas bisnis.

⁷Azhari Akmal Tarigan, *Dari Etika Ke Spriritualitas Bisnis*, (Medan : IAIN Press, 2015).hlm.11-12.

Konsep keadilan ekonomi dalam Islam mengharuskan setiap orang mendapatkan haknya dan tidak mengambil hak atau bagian orang lain.⁸

c. *Free will* (Kehendak bebas)

Kontribusi Islam yang paling orosinil dalam filsafat sosial adalah konsep mengenai manusia bebas. Kebebasan merupakan hal yang penting dalam etika bisnis, akan tetapi jangan sampai kebebasan ini mengganggu atau merugikan kepentingan bersama atau orang lain. Islam membolehkan umatnya untuk berinovasi dalam muamalah khususnya dalam kegiatan bisnis, akan tetapi Islam tidak memperbolehkan umatnya untuk melakukan hal-hal yang diharamkan oleh dalil.⁹

Manusia sebagai khalifah dimuka bumi sampai batas-batas tertentu mempunyai kehendak bebas untuk mengarahkan kehidupannya kepada tujuan yang akan dicapainya. Manusia dianugerahi kehendak bebas (*Free Will*) untuk membimbing kehidupannya sebagai khalifah. Perlu disadari oleh setiap muslim, bahwa dalam situasi apa pun, ia dibimbing oleh aturan-aturan dan prosedur-prosedur yang didasarkan pada ketentuan-ketentuan Tuhan dalam syariat-Nya yang dicontohkan melalui Rasul-Nya. Oleh karena itu kebebasan yang tidak kontra produksi dengan ketentuan syariat yang mengedepankan ajaran etika.¹⁰

⁸Muhammad dan Lukman Fauroni, *Visi al qur'an tentang Etika dan Bisnis*, (Jakarta : Salemba Diniyah, 2002), hlm.13.

⁹H. Adb. Rahman Rahim & H. Muhammad Rusyidi, *Manajemen Bisnis Syariah Muhammad SAW*, (Makasar : Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammdaiyah Makasar,2016),Hlm.21.

¹⁰*Ibid*

d. *Responsibility* (Tanggung Jawab)

Penerimaan pada prinsip tanggung jawab individu ini berarti setiap orang akan diadili secara personal dihari kiamat kelak. Tidak ada satu cara pun bagi seseorang untuk melayapkan perbuatan-perbuatan jahatnya kecuali dengan memohon ampunan Allah akan melakukan perbuatan-perbuatan yang baik.¹¹

Segala kebebasan dalam melakukan bisnis tidak terlepas dari pertanggungjawaban yang harus diberikan atas aktivitas yang dilakukan sesuai dengan apa yang ada dalam Al Qur'an. Kebebasan harus diimbangi dengan pertanggungjawaban manusia, setelah mengetahui mana yang baik mana yang buruk.¹²

e. *Truth, Goodness, Honesty* (Kebenaran : Kebajikan dan Kejujuran)

Kebenaran dalam konteks ini selain mengandung pula dua unsur yaitu kebajikan dan kejujuran. Dalam konteks bisnis kebenaran yang dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi) proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan. Dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis Islam menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian

¹¹Nine Haryanti, Trisna Wijaya, "Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika bisnis Islam pada pedagang di PD Pasar Tradisional Pancasila Tasikmalaya", *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol.4 No.2 Novembe 2019. Hlm.126.

¹²*Ibid.*, hlm. 22.

salah satu pihak melakukan transaksi, kerjasama atau perjanjian dalam bisnis.¹³

3. Manajemen Bisnis Nabi Muhammad SAW

Rasulullah mencapai kesuksesan bisnisnya tak lain di pengaruhi oleh kerja keras yang selama ini beliau lakukan, selain itu Rasulullah sangat profesional dalam mengelola manajemen marketing pada bisnisnya. Bisnis yang sukses tidak terlepas dari beberapa hal diantaranya harus dilakukan berdasarkan kepercayaan yang mana berkaitan dengan etika. ¹⁴Konsep dalam Etika berbisnis yang Rasulullah SAW praktikkan yaitu selalu berlaku adil dan jujur . Dalam hal ini, bisnis yang adil dan jujur adalah bisnis yang tidak mendhalimi dan tidak pula didhalimi. Jika seorang muslim ingin menjadi enterpreneur yang sukses, maka harus meniru manajemen bisnis Rasulullah SAW yang empat yaitu :

a. Komunikatif

Komunikasi yang digunakan oleh pelaku bisnis yaitu dengan tutur kata yang sopan, bijaksana dan tepat sasaran (bi al-hikmah) kepada pelanggannya maupun mitra bisnisnya. lebih dari itu, pelaku bisnis harus mampu berargumentasi, berdialog dan memiliki ide-ide. Komunikasi yang baik dapat dilakukan dengan selalu menyampaikan informasi dengan baik, humoris, luwes untuk membangun suasana kekeluargaan.

¹³Darmwati, Etika Bisnis Dalam Prepektif Islam : Eksplorasi Prinsip etis Al Quran dan Sunnah” *Jurnal Pemikiran Hukum Islam*, Vol 11, No 1, 2013. hlm.,65.

¹⁴Ghina Wahyuningsih, dkk, , “Berbisnis berdasarkan perilaku Rasulullah SAW”, *Jurnal At-Thullab*, Vol.2, no 1, 2021.hlm 312.

Penyampaian informasi kepada pelanggan dengan cara yang sabar, santun apabila menanggapi complain dari pelanggan tentunya akan menjadi nilai penting yang harus dilakukan seorang pelaku usaha. Apabila terjadi komunikasi yang baik antara produsen, distributor dan juga konsumen maka akan terjadi silaturahmi yang baik pula.¹⁵

Secara garis besar ada beberapa poin yang seharusnya dilakukan seorang pelaku usaha terkait etika dalam berbisnis dalam hal komunikasi, diantaranya adalah :

- 1) Menjalin silaturahmi
- 2) Menggunakan kata-kata yang lembut, santun dan mudah dipahami
- 3) Sabar dalam menjelaskan informasi mengenai produk
- 4) Membangun suasana kekeluargaan dalam menyampaikan informasi¹⁶

b. Rendah Hati

Tindakan rendah hati, selain bersikap sopan dan santun adalah tidak melakukan kesombongan. Misalnya, dalam mempromosikan produk dengan cara berlebihan, apalagi sampai menjat'uhkan produk bersaing, entah melalui gambar maupun tulisan. Pada akhirnya, konsumen memiliki kemampuan untuk melakukan penilaian atas kredibilitas sebuah produk/jasa. Hal ini sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam yang dilakukan Rasulullah dalam melakukan bisnisnya tidak menggunakan kesombongan, tidak suka mengumbar cerita, apalagi sampai menggunjingkan orang lain. Ada beberapa hal yang ditinggalkan oleh

¹⁵Jusmaliani dkk, *Bisnis Berbasis Syariah*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2008). hlm. 51.

¹⁶*Ibid.*,

Rasulullah yang harus diikuti oleh pelaku bisnis yaitu riya', banyak bicara dan membicarakan sesuatu yang tidak perlu.¹⁷

c. Tanggung Jawab

Prinsip tanggung jawab dalam melaksanakan tugas dan kewajiban yang diberikan harus dikedepankan bagi setiap pelaku usaha. Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan. Setiap perbuatan pasti menuntut adanya tanggung jawab dibelakangnya. Konsep tanggung jawab dalam etika bisnis meliputi beberapa hal, diantaranya adalah:

- 1) Akuntabilitas
- 2) Memberikan pelayanan yang optimal
- 3) Menepati janji. ¹⁸

Suatu rangkaian prinsip tanggung jawab yang harus dilakukan apabila menjalankan bisnis diantaranya:

a) Tanggung Jawab Sosial

Suatu pengakuan dari perusahaan bahwa keputusan bisnis dapat mempengaruhi masyarakat (komunitas dan lingkungannya) dan secara luas meliputi tanggung jawab perusahaan terhadap pelanggan, karyawan dan Kreditor.

b) Tanggung Jawab kepada Pelanggan

¹⁷*Ibid.*, hlm. 52.

¹⁸Syaiful Mujib, "Tinjauan etika bisnis Islam terhadap strategi pemasaranairminum dalam kemasan, *Skripsi*: UIN Sunan Kalijaga, 2018. hlm.18.

Tanggung Jawab kepada Pelanggan jauh lebih luas dari pada hanya menyediakan barang atau jasa. Perusahaan mempunyai tanggung jawab ketika memproduksi dan menjual produk.

c) Tanggung Jawab Produksi

Produk harus diproduksi dengan keyakinan menjaga keselamatan pelanggan. Label peringatan harus ada guna mencegah kecelakaan karena salah dalam penggunaan dan adanya efek samping. Tanggung Jawab Penjualan : Perusahaan tidak melakukan strategi penjualan yang terlalu agresive atau iklan yang menyesatkan. Perlu survey kepuasan pelanggan, dimana yang bersangkutan diperlakukan sebagaimana mestinya.¹⁹

d. Kejujuran

Jujur adalah sikap hidup yang terpuji dan disukai oleh setiap orang yang memiliki hati nurani. Oleh karena itu semua agama yang pernah dibawa oleh para Nabi dan Rasul menganjurkan kejujuran. Dalam dunia bisnis sikap jujur adalah salah satu faktor yang menentukan kesuksesan para pelakunya. Bahkan sikap jujur menjadi faktor utama dalam membina hubungan dagang dengan siapapun. Dalam setiap aktifitas bisnis haruslah dilandasi dengan kejujuran Jujur dalam ruang lingkup etika bisnis Islam mencakup banyak hal. Diantaranya adalah: ²⁰

1) Jujur mengenai harga

¹⁹*Ibid.*,

²⁰*Ibid.*, hlm. 19.

- 2) Jujur mengenai kualitas dan kuantitas barang
- 3) Jujur dalam memasarkan barang

Sikap jujur berarti selalu melandaskan ucapan serta tindakan berdasarkan ajaran Islam. Sementara sikap jujur merupakan kesingkronan antara apa yang ada dihati dengan perbuatan. Allah memerintahkan kepada umatnya untuk berlaku jujur dan menciptakan lingkungan yang jujur. Sikap jujur selalu di tekankan dalam alqur'an.²¹

4. Dasar Hukum Etika bisnis Islam

a. Al-Qur'an

Al-qur'an memberikan dua persyaratan dalam proses bisnis yakni persyaratan horizontal (kemanusiaan) dan vertikal (Spiritual). Pedoman etika marketing dalam Al- qur'an:

- 1) Allah memberikan jaminan terhadap kebenaran Al-qur'an, sebagai *reabiliti product quarante*.
- 2) Allah menjelaskan manfaat Al-quran sebagai produk karyanya, yakni menjadi petunjuk.
- 3) Allah menjelaskan objek, sasaran, customer, sekaligus target penggunaan kitab suci tersebut, yakni orang-orang yang bertaqwa.²²

Berikut sumber- sumber etika marketing Islam dalam Al-qur'an:²³

²¹Syaiful Mujib, "Tinjauan etika bisnis Islam terhadap strategi pemasaran air minum dalam kemasan, *Skripsi* prodi Hukum Ekonomi Syariah UIN Sunan kalijaga, Yogyakarta, 2018.,hlm.15-18.

²²Norvadewi, "Bisnis dalam Prespektif Islam", *Jurnal Al-Tijary*, Vol.01, No.01, 2015, hlm.36.

²³<https://muhammadiyah.or.id?etika-bisnis-daalam-islam-/#>

a) Ayat tentang mendatangkan Riba Al-Qur'an Surat Al Baqarah Ayat

275

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya :

Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya. (QS. Al-Baqarah Ayat 275).²⁴

b) Ayat tentang Akhlaq

ضُرِبَتْ عَلَيْهِمُ الذَّلِيلَةُ أَيْنَ مَا نُقِفُوا إِلَّا بِحَبْلٍ مِنَ اللَّهِ وَحَبْلِ مِنَ النَّاسِ وَبَاءُوا بِغَضَبٍ مِنَ اللَّهِ وَضُرِبَتْ عَلَيْهِمُ الْمَسْكَنَةُ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ كَانُوا يَكْفُرُونَ بِآيَاتِ اللَّهِ وَيَقْتُلُونَ الْأَنْبِيَاءَ بِغَيْرِ حَقِّ ذَلِكَ بِمَا عَصَوْا وَكَانُوا يَعْتَدُونَ

Artinya :

Mereka diliputi kehinaan di mana saja mereka berada, kecuali jika mereka berpegang kepada tali (agama) Allah dan tali (perjanjian) dengan manusia, dan mereka kembali mendapat kemurkaan dari Allah dan mereka diliputi kerendahan. Yang demikian itu karena mereka kafir kepada ayat-ayat Allah dan membunuh para nabi tanpa alasan yang benar. Yang demikian itu disebabkan mereka durhaka dan melampaui batas. (QS. Al- Imran ayat 112)²⁵

²⁴Al Qur'an, Surah Al-Baqarah Ayat 275, Al Quran dan Terjemahannya Juz 1-30 Edisi baru, Departemen Agama Republik Indonesia, Jakarta : Pustaka Agung Harapan, 2006.

²⁵Al Qur'an, Surah Al - Imran ayat 112, Al Quran dan Terjemahannya Juz 1-30 Edisi baru, Departemen Agama Republik Indonesia, Jakarta : Pustaka Agung Harapan, 2006.

c) Ayat tentang Keadilan

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ
وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

Artinya :

Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran. (QS. An-Nahl Ayat 90)²⁶

d) Ayat tentang Menepati janji (tidak berkhianat)

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْقُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلْتُمُ
اللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ

Artinya :

Dan tepatilah perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah(mu) itu, sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpahmu itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat. (QS. An-Nahl Ayat 91).²⁷

e) Ayat tentang Kepercayaan

وَالَّذِينَ هُمْ لِأَمَانَاتِهِمْ وَعَهْدِهِمْ رَاعُونَ

Artinya :

Dan orang-orang yang memelihara amanat-amanat (yang dipikulnya) dan janjinya. (QS. Al Mu'minin Ayat 8).²⁸

²⁶Al Qur'an, Surah An Nahl ayat 90, Al Quran dan Terjemahanya Juz 1-30 Edisi baru, Departemen Agama Republik Indonesia, Jakarta : Pustaka Agung Harapan, 2006.

²⁷Al Qur'an, Surah An Nahl ayat 91, Al Quran dan Terjemahanya Juz 1-30 Edisi baru, Departemen Agama Republik Indonesia, Jakarta : Pustaka Agung Harapan, 2006.

²⁸Al Qur'an, Surah Al Mu'minin ayat 8, Al Quran dan Terjemahanya Juz 1-30 Edisi baru, Departemen Agama Republik Indonesia, Jakarta : Pustaka Agung Harapan, 2006.

b. Hadist

Prinsip dalam jual beli yaitu etika yang relevan dengan persoalan jual beli yang dilakukan sesuai tuntutan syariat Islam. Prinsip etika harus diperhatikan supaya praktek jual beli menjadi sah berdasarkan syariat Islam. Seorang pedagang muslim yang jujur dan amanah (terpercaya) akan (dikumpulkan) bersama para Nabi, keutamaan jual beli yang *mambrur* berdasar hadist Rasulullah saw :

حَدَّثَنَا هَنَّادٌ حَدَّثَنَا قَبِيصَةُ عَنْ سُفْيَانَ عَنْ أَبِي حُمَيْرَةَ عَنِ الْحَسَنِ عَنْ أَبِي سَعِيدٍ
عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ ((التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّينَ
وَالصِّدِّيقِينَ وَالشُّهَدَاءِ

“Menceritakan kepada kami Hannad menceritakan Qabishah dari sufyan dari Abi Hamzah dari Hasan dari Abi Sa’id, dari Nabi saw bersabda : Pedagang yang jujur dan terpercaya bersama para Nabi, orang-orang yang jujur dan syuhada”. (HR. Tirmidzi, No. 1252).

Hadist diatas menunjukkan bersamanya keutamaan seorang pedagang Yang memiliki sifat-sifat ini, karena dia akan dimuliakan dengan keutamaan besar dan kedudukan yang tinggi di sisi Allah Swt, dengan dikumpulkan bersama para Nabi, orang-orang Shiddiq dan orang-orang yang mati syahid pada hari kiamat.²⁹

Nabi Muhammad SAW bersabda :

الْبَيْعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا - أَوْ قَالَ : حَتَّى يَتَفَرَّقَا - فَإِنْ صَدَقَا وَبَيَّنَّا بُورِكَ لَهُمَا
فِي بَيْعِهِمَا، وَإِنْ كَتَمَا وَكَذَبَا مُحِقَّتْ بَرَكَةُ بَيْعِهِمَا

Artinya :

²⁹Skiyat, Miftah Ulya dan Nurliana, *Hadist-hadist Muamalah*, (Yogyakarta : Kalimedia, November 2020).hlm.29.

“Penjual dan pembeli itu diberi pilihan (antara meneruskan jual beli atau membatalkannya, -pent.) selama keduanya belum berpisah—atau beliau berkata, ‘Sampai keduanya berpisah’. Apabila keduanya jujur dan menjelaskan (keadaan barang, -pent.), keduanya jual beli keduanya diberkahi. Namun, apabila keduanya menyembunyikan dan berdusta, akan dihilangkan keberkahan jual beli keduanya.”(HR. al-Bukhari, no. 2079,dan Muslim,no. 3836)³⁰

B. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan strategi yang melayani pasar atau segmen pasar yang dijadikan target oleh perusahaan. Definisi strategi pemasaran adalah sebagai berikut: “Strategi pemasaran adalah logika pemasaran yang digunakan oleh perusahaan dengan harapan agar unit bisnis dapat tercapai. Suryana kewirausahaan mengemukakan 5P yang memiliki arti sama dengan strategi, yaitu :³¹

a. Strategi adalah perencanaan (*plan*)

Konsep pemasaran tidak lepas dari aspek perencanaan, arahan atau acuan gerak langkah perusahaan untuk mencapai suatu tujuan dimasa depan.

b. Strategi adalah pola (*Patern*)

Strategi yang belum terlaksana dan berorientasi kemasa depan atau *intended strategy* dan disebut *realized strategy* karena telah dilakukan oleh perusahaan.

c. Strategi adalah posisi (*Position*)

³⁰ Ahmad Mudjab Mahalli dan Ahmad Rodli Hasbullah, *Hadis-Hadis Muttafaq ‘Alaih bagian Munakahat dan Mu’amalat*, (Jakarta: Kencana, 2004), hlm. 96-97.

³¹Muclisin Riadi, Strategi bersaing, <https://www.kajianpustaka.com/2020/12/strategipemasaran-bersaing.html?m=1> diakses pada tanggal 20 November, pukul 15.50.

Menempatkan produk tertentu ke pasar tertentu yang dituju. Strategi ini cenderung ke bawah, yaitu ke satu titik bidik dimana produk tertentu bertemu dengan pelanggan, dan melihat keluar, yaitu meninjau berbagai aspek lingkungan eksternal.

d. Strategi adalah prespektif (*Prespektive*)

Dalam strategi ini lebih ke dalam prespektif melihat ke dalam, yaitu ke organisasi tersebut.

e. Strategi adalah permainan (*Play*)

Strategi sebagai manuver tertentu untuk memperdaya lawan atau pesaing. Pada umumnya strategi harus diturunkan dari analisa terhadap tiga elemen, yaitu: masalah dan peluang, sasaran serta sumber daya dan kompetensi. Strategi harus sejalan dengan sasaran, dicapai dengan sumber daya yang ada dan diperhitungkan akan ada, serta memperhitungkan peluang serta ancaman yang mungkin timbul pada lingkungan.³²Pemasaran yaitu suatu aktivitas dengan tujuan untuk mencapai target perusahaan yang dilakukan melalui antisipasi keperluan konsumen dan produsen.³³

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, serta untuk mendapatkan keuntungan atau laba

³²Muhammad zidnal rizkil halali, "Strategi pemasaran Islam dalam meningkatkan penjualan". *Skripsi* Prodi Ekonomi Islam Institut PTIQ Jakarta ,2018,hlm.22-23.

³³ Aldi Muhtadi Billah, "strategi pemasaran melalui media sosial dan pameran online untuk meningkatkan penjualan ekspor prespektif etika bisnis Islam", *Skripsi* Prodi Studi Islam UIN Yogyakarta, 2021, hlm.27.

yang sebesar-besarnya. Berhasil atau tidaknya dalam pencapaian tujuan bisnis tergantung pada keahlian para pengusaha tersebut dibidang pemasaran, produksi, keuangan maupun bidang lain.³⁴

M Nur Rianto, mendefisikan pemasaran berhubungan dan berkaitan dengan suatu proses mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan masyarakat. Salah satu definisi pemasaran yang terpendek adalah “memenuhi kebutuhan secara menguntungkan”.³⁵Strategi E-Marketing 7 P tersebut yaitu :

1) *Product*

Strategi produk merupakan salah satu kompone yang memiliki peran penting bagi marketing, produk itu bisa berupa barang maupun jasa yang dapat ditawarkan maupun dipasarkan ke konsumen. Dengan adanya produk yang siap untuk untuk dipasarkan maka akan membuat konsumen mengenali perusahaan melalui produk yang ditawarkan.³⁶

2) *Promotion*

Promosi merupakan bagian dari strategi komunikasi yang digunakan untuk memperkenalkan suatu produk yang akan dipasarkan. Hal ini juga termasuk pada penentuan letak posisi, pemilihan target pasar serta alat yang digunakan. Internet

³⁴ Saida Zainurossalamia, *Manajemen pemasaran (Teori dan Strategi)*,(Nusa Tenggara Barat : Juni 2020,) hlm. 3.

³⁵*Ibid.*, hlm.4.

³⁶*Ibid.*, hlm. 146.

memberikan penawaran terhadap saluran komunikasi pemasaran untuk memberikan informasi kepada para pelanggan terhadap produk yang ditawarkan serta membantu dalam proses pembelian.³⁷

3) *Price*

Dalam pemasaran harga dapat dijadikan acuan untuk digunakan menentukan kualitas suatu produk. Dalam sebuah harga dapat terdapat dua pendekatan yang digunakan untuk menetapkan suatu harga. Bagi sebagian pebisnis yang pemula, cenderung menggunakan strategi harga rendah hingga menawarkan diskon untuk menarik minat konsumen dan mendapatkan pelanggan. Sementara itu terdapat juga pebisnis lainnya yang sudah mendirikan usahanya sejak lama sehingga dalam transaksi atau pemasarannya menggunakan harga yang cukup tinggi.³⁸

4) *Place*

Place merupakan sarana pemasaran untuk mendistribusikan produk yang akan dijual, dalam memilih tempat pemasaran sangat penting untuk seorang pebisnis, karena hal ini sangat mempengaruhi jumlah minat konsumen terhadap produk yang dipasarkan. Internet memiliki jangkauan yang sangat luas.

³⁷*Ibid.*,

³⁸Destiya wati, suyud Arif, Abristadevi, "Analisis penerapan, *Jurnal EL-Mal* Vol 5 No 1 (2022), hlm. 146.

5) *People*

People merupakan variabel penggerak menjalankan kegiatan pemasaran atau sebuah organisasi yang memberikan pelayanan untuk konsumen dalam membangun loyalitas. Setiap orang harus saling menghargai sesama manusia, menerapkan dalam diri untuk berperilaku dan bertingkah laku yang baik, sebagai sumber daya manusia dalam sebuah bisnis dengan melayani konsumen dengan rasa sabar, ikhlas, dan memberikan perilaku yang baik, menghargai semua konsumen dengan memberikan kenyamanan kepada konsumen.³⁹

6) *Process*

Proses memiliki peran yang sangat penting dalam sebuah bisnis, seorang pebisnis harus sangat memperhatikan kualitas produk dan memberikan informasi yang sesuai kepada konsumen terkait kondisi barang yang ada. Tentunya semuanya harus tetap menjaga prinsip syariah untuk mencapai target yang diinginkan, mulai dari proses pemilihan produk yang akan dijual untuk kenyamanan konsumen yang memakainnya dan tidak ada pihak yang merasa dirugikan.

7) *Physical evindence*

Physical evindence atau disebut dengan bukti fisik dimana fisik disini merupakan output yang diberikan penjual kepada konsumen sebagai alat pendukung pelayanan perusahaan yang disediakan.

³⁹*Ibid.*,

Memberikan kualitas kualitas kenyamanan hingga hingga dapat menentukan minat konsumen untuk bertransaksi pada perusahaan yang memiliki situ yang menarik.⁴⁰

⁴⁰Destiya wati, suyud Arif, Abristadevi, “Analisis penerapan”,*Jurnal EL-Mal* Vol 5 No 1 (2022), hlm. 146.

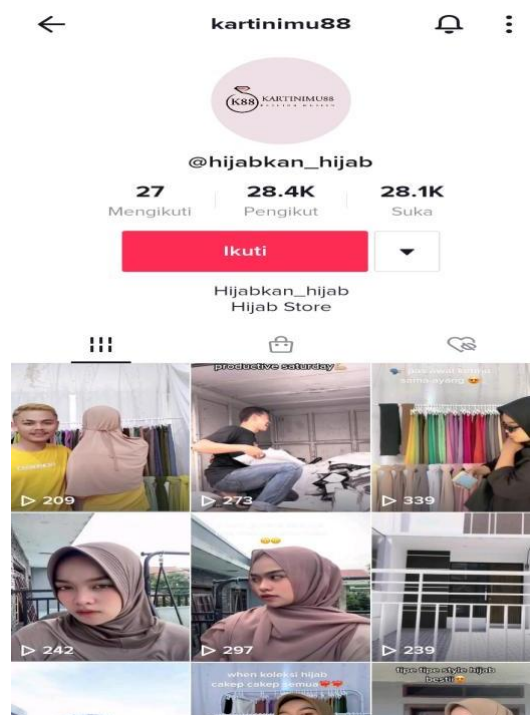
BAB III
GAMBARAN UMUM STRATEGI PEMASARAN AKUN PENJUAL
TIKTOK SHOP

Strategi Pemasaran Akun Penjual Kartinimu88

Akun Kartinimu88 memulai bisnisnya sejak bulan November 2021, yaitu 2 bulan setelah fitur dari aplikasi TikTok shop muncul. Akun Kartinimu88 ini menjual berbagai jenis hijab yang dipasarkan melalui video berdurasi pendek disertai keranjang kuning seperti gambar dibawah ini :

Gambar 1.1

Tampilan Akun Kartinimu88 pada aplikasi Tiktok shop



¹ https://www.tiktok.com/@hijabkan_hijab? t=8XzcsIRQq2r&_r=1 di akses pada tanggal 23 November 2022 pukul 08.00 Wib.

Berdasarkan pengamatan peneliti Akun Kartinimu88, dalam melaksanakan bisnisnya senantiasa memperlihatkan keramahan terhadap pelanggan yang melihat live, mereka menjawab semua pertanyaan pelanggan pada kolom chat di live akun tersebut. Mereka memulai live dari jam 10.00 WIB dan berakhir pada 22.00 WIB malam, mereka juga berhenti live ketika memasuki waktu adzan, adzan Dzuhur mereka memberikan jeda live untuk mereka gunakan sholat dan istirahat, dan akan memulainya kembali pukul 13.00 WIB, begitu juga saat memasuki adzan Ashar, Magrib dan Isya'. Akun Kartinimu88 juga menerapkan prinsip-prinsip etika dalam berbisnis,¹

“Pada dasarnya ada beberapa unsur etika yang harus kami jaga yaitu komunikatif, seorang pebisnis harus ramah, menggunakan kata-kata yang lembut, santun dalam mempromosikan dagangannya sehingga para pelanggan itu senang hatinya dan nyaman saat mereka memilih, sehingga mereka puas dengan pelayanan kami. Kami juga selalu jujur dalam mempromosikan produk kami sesuai dengan kualitas dan kuantitas apa yang kami jual, sehingga pembeli tidak kecewa dengan kami dan pembeli pasti akan berbelanja. Kepuasan pelanggan adalah prioritas kami.”²

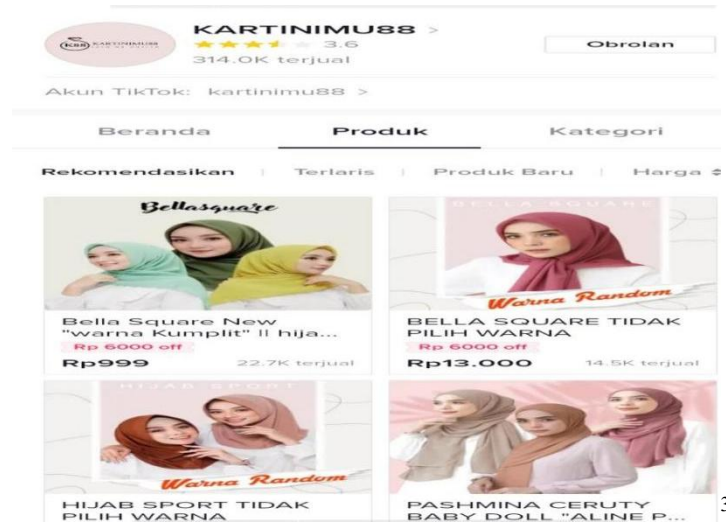
Akun Kartinimu 88 memiliki display penjualan yang menarik pada Aplikasi TikTok shop pada menu produk, pembeli bisa memilih hijab yang disertai keranjang kuning untuk di checkout, pada menu produk ini akun Kartinimu88 memberikan display harga yang berbeda pada setiap keranjang kuningnya dengan beberapa kriteria memilih warna atau dikirim dengan warna random.

¹Akun Kartinimu88

²Admin akun Kartinimu88, *Wawancara pribadi*, pada 23 November 2022, jam 09.00-11.56.

Gambar 1.2

Tampilan Display penjualan Akun Kartinimu88



Dari gambar tersebut diatas Akun Kartinimu88 Menggunakan Strategi Pemasaran (Marketing Mix) :⁴

a. Strategi Produk

Akun Kartinimu88 selalu mengedepankan kualitas produk, sehinggamenciptakan hijab yang baik diantara hijab yang lainnya, mereka juga menyediakan berbagai macam warna yang lengkap dan berbagai varian model hijab yang kekinian, dengan banyaknya pilihan warna dan model hijab yang dijual oleh akun Kartinimu88 membuat konsumen tidak bosan dengan produksi hijab dari toko tersebut karena kualitas produk pun sangat

³ https://www.tiktok.com/@hijabkan_hijab?_t=8XzcsIRQq2r&_r=1 di akses pada tanggal 23 November 2022 pukul 08.00 Wib.

⁴Akun KARTINIMU88, https://www.tiktok.com/@hijabkan_hijab?_t=8XzcsIRQq2r&_r=1

membantu untuk meningkatkan penjualan Fasion muslim pada akun Kartinimu88.

b. Strategi Harga

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh akun Kartinimu88 dengan memberikan harga normal hjab Bella square Rp.10.500 apabila memilih warna, jika tidak memilih warna maka harganya Rp. 8.000, Pasmia ceruty baby doll Rp.18.000 jika memilih warna, jika tidak memilih warna dengan harga Rp. 15.000, Ikat rambut Scrunchie cepol Rp. 4.000, Pasmia plisket ceruty baby doll dengan harga Rp. 22.000, sedangkan Pasmia sabyan Rp. 16.000, untuk ciput turki inner Rp. 18.000, hijab instan bergo maryam Rp. 17.000, hijab Naraya bergo Rp. 30.000 dan Radya bergo jersey dengan harga Rp. 26.000. Jika ada Akun baru yang belum pernah sama sekali membeli pada TikTok shop maka bisa checkout dengan harga Rp.1000 dengan syarat memfollow akun Kartinimu88 dan melihat live akun Kartinimu88.⁵

c. Strategi Tempat atau Distribusi

Strategi tempat yang di pakai oleh akun Kartinimu88 adalah menggunakan fitur TikTok shop dimana nanti ada customer, open drop ship, reseller yang membeli pada toko mereka kemudian di distribusikan melalui akun instagram, shopee, facebook, toko offline dan melalui TikTok shop juga.

⁵Display penjualan Akun KARTINIMU88

d. Strategi Promosi

Strategi promosi yang dilakukan oleh akun Kartinimu88 yaitu melalui video berdurasi pendek dan live, mereka menggunakan live tersebut untuk menarik konsumen untuk berbelanja pada tokonya. Mereka memberikan diskon besar-besaran tidak hanya pada tanggal cantik seperti shopee, mereka memberikan diskon setiap hari pada live nya dari jam 10.00 WIB. Dimana akun tersebut menjual hijab bella square dengan harga seribu rupiah, padahal harga normal yang mereka jual adalah Rp. 10.500. Mereka juga memberikan voucher belanja, gratis ongkir sepuasnya, promo, bonus pembelian, dan giveaway, dengan syarat menfollow akun mereka, hal ini bertujuan untuk meramaikan toko dan display penjualan meningkat. Akan tetapi akun Kartinimu88 lebih mendahulukan pengiriman dengan harga normal. Hal ini didukung pada komentar akun buaaaahvita mengungkapkan bahwa : “Sampe lupa kalau punya pesanan disini, nyoba nyuruh temen checkout beli harga normal eh udah dikirim, bisaan yaa tokonya.”⁶

Akun Kartinimu88, memberikan kepada customer untuk bertanya hal hal yang belum mengerti, hal ini didukung oleh pernyataan admin Kartinimu88 yang menyatakan bahwa :

⁶Akun buaaaahvita, Komentar pada vidio TikTok, <https://vt.tiktok.com/ZSRoBY1Gr/> dilihat pada 29 Oktober 2022, jam 18.00.

Kami selalu memberikan kebebasan bagi para pembeli yang ingin bertanya-tanya mengenai kualitas dari produk kami, mengenai warna yang baik, ukuran hijab dan lain sebagainya. Kami siap melayani pembeli dengan fast respon.⁷

Hal ini juga di dukung oleh pernyataan dari akun ertaaa menyatakan bahwa : “Kemarin pas lihat live itu saya banyak bertanya-tanya soal bahan dan jaitan hijab juga warna mereka ngespon chat live saya”.

Namun ketika live Akun Kartinimu88 memberikan batas waktu untuk checkout dan memburu-buru pembeli untuk segera checkout, dilihat dari komentar sateayam collection mengungkapkan bahwa:

“Harusnya dibatasi di etalase, jangan bisa checkout tapi tidak dikirim sama sekali, kan tahu kalau ada rentang waktu pengiriman, ini malah di buru-buruin buat pada checkout karna waktunya terbatas katanya, giliran udah pada checkout belum dikirim juga.”⁸

Pada bulan Januari Akun Kartinimu88 mengadakan live dengan hijab harga Rp.999 atau hijab seribuan. Dari cuplikan vidio pendek yang mereka posting tanggal 26 januari 2021 Akun Kartinimu88 menunjukkan banyaknya orderan hijab seribuan, dan menunjukkan hijab seribuan hijabnya dengan kualitas bagus, ayo belanja dan borong sekarang hijab sport warna random, bergo maryam warna random, pasmina ceruty warna random, bella square warna random dengan harga Rp.999.⁹Mereka juga menunjukkan banyaknya orderan

⁷ Admin akun Kartinimu88, *Wawancara pribadi*, pada 23 November 2022, jam 09.00-11.56.

⁸Akun sateayam collection, Komentar pada vidio TikTok,<https://vt.tiktok.com/ZS8J97tDH/> dilihat pada 1 November 2022, jam 15.20.

⁹Akun Kartinimu88, Komentar pada vidio TikTok<https://vt.tiktok.com/ZS8Lheqbq/> dilihat pada 1 Desember 2022, jam 07.49

hijab seribuan yang harus mereka packing, mereka mengatakan untuk pengiriman paket setiap hari dan produksi setiap hari jadi jangan takut kalo kehabisan stok, yang harus kalian takutin adalah kalo promonya udahan.¹⁰

“Untuk promo hijab seribuan itu kami ada syarat nya kak dengan ngefollow akun kami, dimana yang berhak mendapatkan hijab seribuan ini adalah akun yang belum pernah membeli pada aplikasi TikTok shop kak. Orderan membludak dikarenakan ada salah satu konten Kreator di TikTok yang ikut memposting jualan aku di postingannya, dan orderan langsung membludak beribu ribuan, ya karena TikTok sendiri itu sangat cepat menyebar padahal pada saat kami live itu kami membatasi waktu untuk mereka check out, namun di sini kami lupa tidak membatasi etalase kak sehingga orderan kemarin membludak beribu ribu dan membutuhkan waktu lama sehingga pihak kami pun juga ketetran mengirim dan tidak bisa memburu waktu yang sudah di tentukan oleh pihak Aplikasi TikTok shop.”¹¹

Dalam vidieo pendek yang di unggah dari akun Kartinimu88 menunjukkan bahwa Akun Kartinimu88 sangat menjunjung tinggi prinsip etika dalam berbisnis yaitu prinsip kejujuran dimana akun tersebut selalu jujur dalam melakukan pemasaran produknya, mulai dari bahan yang digunakan serta jahitan dari hijab yang mereka jual, mereka juga memberikan perbandingan jahitan tepi antara hijab bella square dengan hijab paris premium karena hijab tersebut merupakan best seller dari toko akun Kartinimu88 sehingga dalam penjelasan vidieonya itu memundahkan para pembeli untuk memilih mana yang lebih baik dan pantas untuk mereka beli. Akun Kartinimu88 juga

¹⁰AkunKartinimu88,Komentar pada vidieo TikTok, <https://vt.tiktok.com/ZS8LhLWYB/>dilihat pada 1 Desember 2022, jam 08.10

¹¹ Admin akun Kartinimu88, *Wawancara pribadi*, pada 23 November 2022, jam 09.00-11.56.

memberikan warna yang *realpict* dalam memasarkan produknya dengan menunjukkan hijab yang mereka jual serta memberikan perbedaan warna, misalnya warna pink banyak series warnanya, mereka memberikan *realpict* series warna pink mulai dari warna centalope, fuchia, dusty pink, rose pink, dan peach.¹²Dibuktikan dari Akun Just Me yang sudah pernah berbelanja harga normal barangnya sesuai dengan perkataan saat live “Kemarin saya pernah pesan hijab sebelum ada promo hijab Rp. 1000 an dan hijab yang saya terima warna dan bahan sesuai dengan apa yang mereka katakan saat live kak”.¹³

Beberapa dari narasumber memberikan bukti jika akun Kartinimu88 ini tidak mengirimkan hijab dengan harga promo seribuan dan telah melewati batas estimasi pengiriman dan dibatalkan otomatis oleh pihak aplikasi TikTok shop. Pada gambar dibawah ini menunjukkan bahwa narasumber membeli beberapa jenis hijab yang berbeda dengan total checkout 7 item, namun di mix dengan produk yang akun Kartinimu88 ini jual pada etalasenya dengan total belanja Rp. 32. 136 dengan pembayaran COD (*Cash On Delivery*).

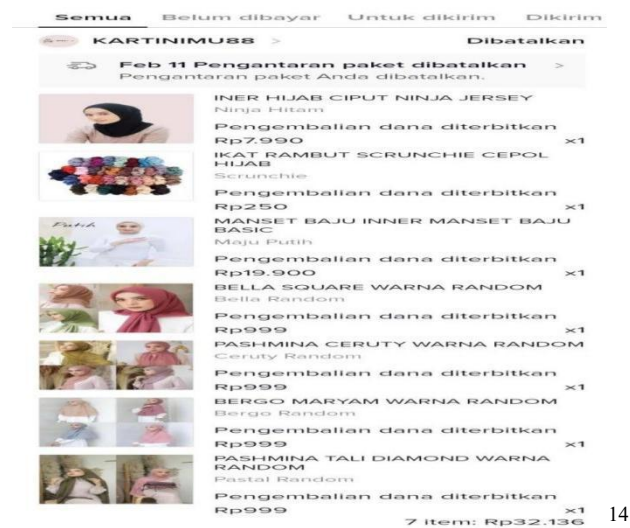
¹²Akun Kartinimu88, unggahanVidio pada <https://vt.tiktok.com/ZS8L9qrrB/>dilihat pada 1 Desember 2022, jam 09.00

¹³Akun Just me, *Wawancara Pribadi*, pada 23 November 2022, Pukul 12:17 – 14:20

Gambar 1.3

Tampilan bukti bahwa barang tidak dikirim oleh Akun

Kartinimu88



Dari gambar diatas menunjukkan bahwa Akun Kartinimu88 tidak mengirimkan hijab yang mereka jual dengan harga promo, ada juga beberapa pernyataan jika akun Kartinimu88 itu tidak amanah karena memberikan harga promo, dilihat dari komentar akun ini soniaa mengungkapkan bahwa : “Btw, soal yang promo dulu harga per pcs 999 rupiah, beli banyak gaada pengembalian dana, dan banyak orang yang merasa dirugikan.”¹⁵Hal ini juga di dukung pada komentar akun dek_wat mengungkapkan bahwa : “Tiap hari nengokin tiktok berharap paketanku dikirim tapi hasil ya nol besar, serasa di preng

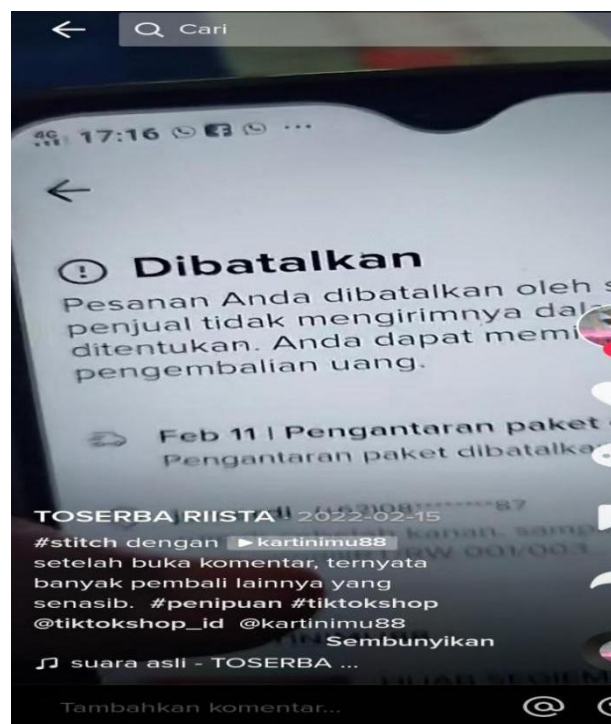
¹⁴ https://www.tiktok.com/@hijabkan_hijab?t=8XzcsIRQq2r&_r+1 di akses pada tanggal 23 November 2022 pukul 08.00 Wib.

¹⁵Akun Ini Soniaa , Komentar pada video TikTok, <https://vt.tiktok.com/ZS8J9HEc8/> dilihat pada 1 November 2022, jam 15.00.

penjual yang gak amanah”.¹⁶Hal ini juga di dukung oleh komentar sateayam collection mengungkapkan bahwa:

“Harusnya dibatasi di etalase, jangan bisa checkout tapi tidak dikirim sama sekali, kan tahu kalau ada rentang waktu pengiriman, ini malah di buru-buruin buat pada checkout karna waktunya terbatas katanya, giliran udah pada checkout belum dikirim juga.”¹⁷

Gambar 1.4
Bukti Video Stitch dari pembeli yang tertipu



Didukung dari video yang di *stitch* oleh akun Toserba Rista mengungkapkan bahwa dia juga merasa tertipu dengan Akun Kartinimu88 karena barang yang dipesan tidak dikirim dan dibatalkan otomatis pihak aplikasi TikTok shop.

¹⁶Akun dek_wat , Komentar pada video TikTok, <https://vt.tiktok.com/ZS8J97tDH/> dilihat pada 1 November 2022, jam 15.15.

¹⁷Akun sateayam collection, Komentar pada video TikTok, <https://vt.tiktok.com/ZS8J97tDH/> dilihat pada 1 November 2022, jam 15.20.

Gambar 1.5

Bukti beberapa orang yang berkomentar dan ditanggapi dengan video oleh akun Kartinimu88



Didukung juga dengan pernyataan dari akun Fattah mengungkapkan bahwa : “Toko penipuan, barang kalian gak bakal dikirim. Pesananku dibatalin tiktok karena lewat tanggal estimasi pengiriman.”¹⁹

¹⁸ https://www.tiktok.com/@hijabkan_hijab?t=8XzcsIRQq2r&_r+1 di akses pada tanggal 23 November 2022 pukul 08.00 Wib.

¹⁹Akun Fattah , Komentar pada vidio TikTok, <https://vt.tiktok.com/ZS8J97tDH/> dilihat pada 1 November 2022, jam 15.23.

BAB IV

**ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP STRATEGI
PEMASARAN APLIKASI TIKTOK SHOP**

A. Analisis Strategi Pemasaran Akun Penjual Kartinimu88

Strategi Pemasaran pada dasarnya yaitu suatu rencana semua dan terpadu dan menyatu dibidang pemasaran yang memberikan pedoman tentang kegiatan yang akan dilakukan dalam mencapai tujuan perusahaan melalui periklanan, program promosi, penjualan, program produk, dan pendistribusian.¹ Dengan perkataan lainnya strategi pemasaran itu yaitu beberapa tujuan dan sasaran kebijakan, dan kebijakan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran barang dan jasa. Strategi pemasaran yaitu menimbulkan wacaba yang terarah di bidang pemasaran, untuk menghasilkan hasil optimal. Sosial media marketing lebih kepada pembangunan sosial media marketing perlu diingat adanya pebisnis harus membangun kelompok atau target pasar dengan sikap saling menghormati dan selalu berkomunikasi dengan target pasar. Dalam pemasaran, pemilik perusahaan tidak hanya memikirkan keuntungan atau laba saja tapi harus memikirkan bagaimana cara mendapatkan laba tersebut dan bagaimana penerapan strategi supaya perusahaan bisa bertahan di dalam persaingan antara perusahaan lainnya yang sejenis. Dengan seperti itu pemilik perusahaan dituntut untuk memahami strategi pemasaran. Adapun strategi pemasaran yang dilakukan oleh akun KARTINIMU88 :

¹Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo, 2007), hlm.168.

Berdasarkan pengamatan peneliti Akun Kartinimu88, dalam melaksanakan bisnisnya senantiasa memperlihatkan keramahan terhadap pelanggan yang melihat live, mereka menjawab semua pertanyaan pelanggan pada kolom chat di live akun tersebut. Mereka memulai live dari jam 10.00 WIB dan berakhir pada 22.00 WIB malam, mereka juga berhenti live ketika memasuki waktu adzan seperti waktu Dzuhur mereka memberikan jeda live untuk mereka gunakan sholat dan istirahat, dan akan memulainya kembali pukul 13.00 WIB, begitu juga saat memasuki adzan Ashar, Magrib dan Isya'. Akun Kartinimu88 juga menerapkan prinsip-prinsip etika dalam berbisnis,¹

“Pada dasarnya ada beberapa unsur etika yang harus kami jaga yaitu komunikatif, seorang pebisnis harus ramah, menggunakan kata-kata yang lembut, santun dalam mempromosikan dagangannya sehingga para pelanggan itu senang hatinya dan nyaman saat mereka memilih, sehingga mereka puas dengan pelayanan kami. Kami juga selalu jujur dalam mempromosikan produk kami sesuai dengan kualitas dan kuantitas apa yang kami jual, sehingga pembeli tidak kecewa dengan kami dan pembeli pasti akan berbelanja. Kepuasan pelanggan adalah prioritas kami.”²

Akun Kartinimu88 Menggunakan Strategi Pemasaran (Marketing Mix) :³

¹Akun Kartinimu88

²Admin akun Kartinimu88, *Wawancara pribadi*, pada 23 November 2022, jam 09.00-11.56.

³Akun KARTINIMU88, https://www.tiktok.com/@hijabkan_hijab?_t=8XzcsIRQq2r&_r=1

a) Strategi Produk

Akun Kartinimu88 selalu mengedepankan kualitas produk, sehingga menciptakan hijab yang baik diantara hijab yang lainnya, mereka juga menyediakan berbagai macam warna yang lengkap dan berbagai varian model hijab yang kekinian, dengan banyaknya pilihan warna dan model hijab yang dijual oleh akun Kartinimu88 membuat konsumen tidak bosan dengan produksi hijab dari toko tersebut karena kualitas produk pun sangat membantu untuk meningkatkan penjualan Fasion muslim pada akun Kartinimu88.

b) Strategi Harga

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh akun Kartinimu88 dengan memberikan harga normal hijab Bella square Rp.10.500 apabila memilih warna, jika tidak memilih warna maka harganya Rp. 8.000, Pasma ceruty baby doll Rp.18.000 jika memilih warna, jika tidak memilih warna dengan harga Rp. 15.000, Ikat rambut Scrunchie cepol Rp. 4.000, Pasma plisket ceruty baby doll dengan harga Rp. 22.000, sedangkan Pasma sabyan Rp. 16.000, untuk ciput turki inner Rp. 18.000, hijab instan bergo maryam Rp. 17.000, hijab Naraya bergo Rp. 30.000 dan Radya bergo jersey dengan harga Rp. 26.000. Jika ada Akun baru yang belum pernah sama sekali membeli pada TikTok shop maka bisa

checkout dengan harga Rp.1000 dengan syarat memfollow akun Kartinimu88 dan melihat live akun Kartinimu88.⁴

c) Strategi Tempat atau Distribusi

Strategi tempat yang di pakai oleh akun Kartinimu88 adalah menggunakan fitur TikTok shop dimana nanti ada customer, open drop ship, reseller yang membeli pada toko mereka kemudian di distribusikan melalui akun instagram, shopee, facebook, toko offline dan melalui TikTok shop juga.

d) Strategi Promosi

Strategi promosi yang dilakukan oleh akun Kartinimu88 yaitu melalui vidieo berdurasi pendek dan live, mereka menggunakan live tersebut untuk menarik konsumen untuk berbelanja pada tokonya. Merka memberikan diskon besar-besar tidak hanya pada tanggal cantik seperti shopee, mereka memberikan diskon setiap hari pada live nya dari jam 10.00 WIB. Dimana akun tersebut menjual hijab bella square dengan harga seribu rupiah, padahal harga normal yang mereka jual adalah Rp. 10.500. Mereka juga memberikan voucher belanja, gratis ongkir sepuasnya, promo, bonus pembelian, dan giveaway, dengan syarat memfollow akun mereka, hal ini bertujuan untuk meramaikan toko dan display penjualan meningkat. Akan tetapi akun Kartinimu88 lebih mendahulukan pengiriman dengan harga

⁴Display penjualan Akun Kartinimu88

normal. Hal ini didukung pada komentar akun buaaaahvita mengungkapkan bahwa : “Sampe lupa kalau punya pesanan disini, nyoba nyuruh temen checkout beli harga normal eh udah dikirim, bisaan yaa tokonya.”⁵

Akun Kartinimu88, memberikan kepada customer untuk bertanya hal hal yang belum mengerti, hal ini didukung oleh pernyataan admin Kartinimu88 yang menyatakan bahwa :

Kami selalu memberikan kebebasan bagi para pembeli yang ingin bertanya-tanya mengenai kualitas dari produk kami, mengenai warna yang baik, ukuran hijab dan lain sebagainya. Kami siap melayani pembeli dengan fast respon.⁶

Hal ini juga di dukung oleh pernyataan dari akun ertaaa menyatakan bahwa : “Kemarin pas lihat live itu saya banyak bertanya-tanya soal bahan dan jaitan hijab juga warna mereka ngrespon chat live saya”.

Namun ketika live Akun Kartinimu88 memberikan batas waktu untuk checkout dan memburu-buru pembeli untuk segera checkout, dilihat dari komentar sateayam collection mengungkapkan bahwa:

“Harusnya dibatasi di etalase, jangan bisa checkout tapi tidak dikirim sama sekali, kan tahu kalau ada rentang waktu pengiriman, ini malah di buru-buruin buat pada checkout karna waktunya terbatas katanya, giliran udah pada checkout belum dikirim juga.”⁷

Strategi adalah permainan (*Play*)

⁵Akun buaaaahvita, Komentar pada vidio TikTok, <https://vt.tiktok.com/ZSRoBY1Gr/> dilihat pada 29 Oktober 2022, jam 18.00.

⁶ Admin akun Kartinimu88, *Wawancara pribadi*, pada 23 November 2022, jam 09.00-11.56.

⁷Akunsateayam collection, Komentar pada vidio TikTok, <https://vt.tiktok.com/ZS8J97tDH/> dilihat pada 1 November 2022, jam 15.20.

Strategi sebagai manuver tertentu untuk memperdaya lawan atau pesaing. Pada umumnya strategi harus diturunkan dari analisa terhadap tiga elemen, yaitu: masalah dan peluang, sasaran serta sumber daya dan kompetensi. Strategi harus sejalan dengan sasaran, dicapai dengan sumber daya yang ada dan diperhitungkan akan ada, serta memperhitungkan peluang serta ancaman yang mungkin timbul pada lingkungan.⁸Pemasaran yaitu suatu aktivitas dengan tujuan untuk mencapai target perusahaan yang dilakukan melalui antisipasi keperluan konsumen dan produsen.⁹

Pada bulan Januari Akun Kartinimu88 mengadakan live dengan hijab harga Rp.999 atau hijab seribuan. Dari cuplikan video pendek yang mereka posting tanggal 26 Januari 2021 Akun Kartinimu88 menunjukkan banyaknya orderan hijab seribuan, dan menunjukkan hijab seribuan hijabnya dengan kualitas bagus, ayo belanja dan borong sekarang hijab sport warna random, bergo maryam warna random, pasmina ceruty warna random, bella square warna random dengan harga Rp.999.¹⁰Mereka juga menunjukkan banyaknya orderan hijab seribuan yang harus mereka packing, mereka mengatakan untuk pengiriman paket

⁸Muhammad zidnal rizkil halali, "Strategi pemasaran Islam dalam meningkatkan penjualan". *Skripsi* Prodi Ekonomi Islam Institut PTIQ Jakarta, 2018, hlm.22-23.

⁹ Aldi Muhtadi Billah, "strategi pemasaran melalui media sosial dan pameran online untuk meningkatkan penjualan ekspor prespektif etika bisnis Islam", *Skripsi* Prodi Studi Islam UIN Yogyakarta, 2021, hlm.27.

¹⁰Akun Kartinimu88, Komentar pada video TikTok <https://vt.tiktok.com/ZS8Lheqbq/> dilihat pada 1 Desember 2022, jam 07.49

setiap hari dan produksi setiap hari jadi jangan takut kalo kehabisan stok, yang harus kalian takutin adalah kalo promonya udahan.¹¹

“Untuk promo hijab seribuan itu kami ada syarat nya kak dengan ngefollow akun kami, dimana yang berhak mendapatkan hijab seribuan ini adalah akun yang belum pernah membeli pada aplikasi TikTok shop kak. Orderan membludak dikarenakan ada salah satu konten Kreator di TikTok yang ikut memposting jualan aku di postingannya, dan orderan langsung membludak beribu ribuan, ya karena TikTok sendiri itu sangat cepat menyebar padahal pada saat kami live itu kami membatasi waktu untuk mereka check out, namun di sini kami lupa tidak membatasi etalase kak sehingga orderan kemarin membludak beribu ribu dan membutuhkan waktu lama sehingga pihak kami pun juga ketetran mengirim dan tidak bisa memburu waktu yang sudah di tentukan oleh pihak Aplikasi TikTok shop.”¹²

Dalam vidieo pendek yang di unggah dari akun Kartinimu88 menunjukkan bahwa Akun Kartinimu88 sangat menjunjung tinggi prinsip etika dalam berbisnis yaitu prinsip kejujuran dimana akun tersebut selalu jujur dalam melakukan pemasaran produknya, mulai dari bahan yang digunakan serta jahitan dari hijab yang mereka jual, mereka juga memberikan perbandingan jahitan tepi antara hijab bella square dengan hijab paris premium karena hijab tersebut merupakan best seller dari toko akun Kartinimu88 sehingga dalam penjelasan vidieonya itu memundahkan para pembeli untuk memilih mana yang lebih baik dan pantas untuk mereka beli. Akun Kartinmu88 juga memberikan warna yang realpict dalam memasarkan produknya dengan menunjukan hijab yang mereka jual serta memberikan

¹¹AkunKartinimu88,Komentar pada vidieo TikTok, <https://vt.tiktok.com/ZS8LhLWyB/>dilihat pada 1 Desember 2022, jam 08.10

¹² Admin akun Kartinimu88, *Wawancara pribadi*, pada 23 November 2022, jam 09.00-11.56.

perbedaan warna, misalnya warna pink banyak series warnanya, mereka memberikan *realpict* series warna pink mulai dari warna centalope, fuchia, dusty pink, rose pink, dan peach.¹³Dibuktikan dari Akun Just Me yang sudah pernah berbelanja harga normal barangnya sesuai dengan perkataan saat live “Kemarin saya pernah pesan hijab sebelum ada promo hijab Rp. 1000 an dan hijab yang saya terima warna dan bahan sesuai dengan apa yang mereka katakan saat live kak”.¹⁴

Namun disini ada beberapa pernyataan jika akun Kartinimu88 itu tidak amanah karena memberikan harga promo, dilihat dari komentar akun ini soniaa mengungkapkan bahwa : “Btw, soal yang promo dulu harga per pcs 999 rupiah, beli banyak gaada pengembalian dana, dan banyak orang yang merasa dirugikan.”¹⁵Hal ini juga di dukung pada komentar akun dek_wat mengungkapkan bahwa : “Tiap hari nengokin tiktok berharap paketanku dikirim tapi hasil ya nol besar, serasa di preng penjual yang gak amanah”.¹⁶Hal ini juga di dukung oleh komentar sateayam collection mengungkapkan bahwa:

“Harusnya dibatasi di etalase, jangan bisa checkout tapi tidak dikirim sama sekali, kan tahu kalau ada rentang waktu pengiriman, ini malah

¹³Akun Kartinimu88, unggahanVidieo pada <https://vt.tiktok.com/ZS8L9qrrB/>dilihat pada 1 Desember 2022, jam 09.00

¹⁴Akun Just me, *Wawancara Pribadi*, pada 23 November 2022, Pukul 12:17 – 14:20

¹⁵Akun Ini Soniaa , Komentar pada vidieo TikTok, <https://vt.tiktok.com/ZS8J9HEc8/> dilihat pada 1 November 2022, jam 15.00.

¹⁶Akun dek_wat , Komentar pada vidieo TikTok, <https://vt.tiktok.com/ZS8J97tDH/> dilihat pada 1 November 2022, jam 15.15.

di buru-buruin buat pada checkout karna waktunya terbatas katanya, giliran udah pada checkout belum dikirim juga.”¹⁷

Didukung juga dengan pernyataan dari akun Fattah mengungkapkan bahwa : “Toko penipuan, barang kalian gak bakal dikirim. Pesananku dibatalin tiktok karena lewat tanggal estimasi pengiriman.”¹⁸Padahal Allah telah menjelaskan pada QS. An Nahl Ayat 91 Ayat tentang Menepati janji (tidak berkhianat)

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْقُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلْتُمُ
اللَّهُ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ

Artinya :

Dan tepatilah perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah(mu) itu, sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpahmu itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat. (QS. An-Nahl Ayat 91).¹⁹

Dari data-data yang sudah didapatkan memang sangat penting strategi pemasaran dalam menjalankan bisnis, akan tetapi pada setiap strategi pemasaran yang akan digunakan harusnya berpedoman kepada Al-Quran.

¹⁷Akunsateayam collection, Komentar pada vidieo TikTok,<https://vt.tiktok.com/ZS8J97tDH/> dilihat pada 1 November 2022, jam 15.20.

¹⁸Akun Fattah , Komentar pada video TikTok, <https://vt.tiktok.com/ZS8J97tDH/> dilihat pada 1 November 2022, jam 15.23.

¹⁹Al Qur'an, Surah An Nahl ayat 91, Al Quran dan Terjemahnya Juz 1-30 Edisi baru, Departemen Agama Republik Indonesia, Jakarta : Pustaka Agung Harapan, 2006.

B. Analisis Strategi Pemasaran Akun Penjual Kartinimu88 pada aplikasi TikTok shop Ditinjau dari Etika Bisnis Islam

Islam memang menghalalkan segala usaha perdagangan atau jual beli, dan di dalamnya juga termasuk bisnis secara Islam, di tuntut menggunakan tata cara khusus, ada aturan bermain yang mengatur bagaimana seharusnya seorang Muslim berusaha di bidang bisnis agar mendapatkan berkah dan ridha Allah SWT di dunia dan akhirat. Islam telah menjelaskan aturan main bisnis Islam, menjelaskan berbagai etika yang harus dilakukan pebisnis muslim dalam menjalankan usahanya dan diharapkan dengan menggunakan dan mematuhi etika bisnis Islam seperti jujur dalam berdagang, ramah terhadap konsumen, serta berdagang mengharap Ridho Allah SWT, suatu bisnis akan maju dan berkembang pesat lantaran selalu mendapatkan berkah Allah SWT di dunia dan akhirat.

Etika bisnis Islam menjamin baik pebisnis, mitra bisnis, maupun konsumen masing-masing akan saling mendapatkan keuntungan, tidak ada salah satu pihak yang merasa dirugikan.²⁰ Produk yang sesuai dengan nilai-nilai Islami yang akhir-akhir ini ramai dibicarakan. Sebagaimana strategi pemasaran yang dipakai oleh Akun Kartinimu88 dalam menjalankan bisnisnya sudah sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam atau belum. Adapun prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang harus dijalankan para pebisnis sebagai berikut :

²⁰Desy Astrid Anindya, "Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Usaha Pada Wirausaha Di Desa Delitu Kecamatan Delitua" Jurnal At-Tawassuth, Vol. II, No.2, 2017, hlm 389.

1. Prinsip Kesatuan (*Unity*)

Alam semesta, termasuk manusia adalah milik Allah SWT, yang memiliki kemahakuasaan sempurna atas makhluk-makhlukNya. Konsep tauhid, yang merupakan suatu dimensi vertical Islam berarti Allah sebagai Tuhan Yang Maha Esa menetapkan batas-batas tertentu atas perilaku manusia sebagai khalifa, implementasi konsep tauhid dalam berbisnis yaitu dengan melaksanakan perintah-Nya dan menjauhi larangan-Nya, misalnya tidak melakukan praktik gharar, riba, dan mahdhah-nya seperti menjaga sholat 5 waktu, dan lain sebagainya untuk memberikan manfaat pada individu tanpa mengorbankan hak-hak individu lainnya. Dari konsep ini maka Islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan.

Konsep tauhid juga dapat diartikan sebagai iman, dan aqidah, Sebagaimana data yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan pada Akun Kartinimu88, dalam melaksanakan bisnisnya senantiasa memperlihatkan keramahan terhadap pelanggan yang melihat live, mereka menjawab semua pertanyaan pelanggan pada kolom chat di live akun tersebut dan memeperhatikan waktu sholat. Hal ini didukung saat melihat live akun Kartinimu88 dan hasil wawancara penulis dengan salah satu konsumen akunKartinimu88 yaitu akun Just Me sebagai berikut :

Pelayanan yang diberikan sungguh memuaskan, penjual juga ramah ketika kita bertanya mengenai warna hijab yang kita sukai,

akun tersebut memberikan beberapa rekomendasi warna favorit sesuai dengan yang kita inginkan.²¹

Data tersebut diatas juga didukung oleh pernyataan admin akun Kartinimu88 dalam wawancara bersama penulis mengungkapkan bahwa :

Pada dasarnya ada beberapa unsur etika yang harus kami jaga yaitu komunikatif, seorang pebisnis harus ramah, menggunakan kata-kata yang lembut, santun dalam mempromosikan dagangannya sehingga para pelanggan itu senang hatinya dan nyaman saat mereka memilih, sehingga mereka puas dengan pelayanan kami. Kami juga selalu jujur dalam mempromosikan produk kami sesuai dengan kualitas dan kuantitas apa yang kami jual, sehingga pembeli tidak kecewa dengan kami dan pembeli pasti akan berbelanja. Kepuasan pelanggan adalah prioritas kami.

Pernyataan dari akun ertaaaa yang mengungkapkan bahwa:
 “Akun Kartinimu88 menurut saya sudah unggul dalam hal pelayanan kepada pelanggan, sebab ketika saya mencari sesuatu pada toko tersebut mereka selalu memberikan rekomendasi yang terbaik.”²²
 Mereka memulai live dari jam 10.00 WIB dan berakhir pada 22.00 WIB malam, mereka juga berhenti live ketika memasuki waktu adzan seperti waktu Dzuhur mereka memberikan jeda live untuk mereka gunakan sholat dan istirahat, dan akan memulainya kembali pukul 13.00 WIB, begitu juga saat memasuki adzan Ashar, Magrib dan Isya’, hal ini menunjukkan bahwa Akun Kartinimu88 menjaga sholat 5 waktu. Dari data diatas menunjukkan bahwa akun Kartinimu88 dalam menerima pembeli senantiasa menunjukkan sikap yang ramah

²¹Akun Just me, *Wawancara Pribadi*, pada 23 November 2022, Pukul 12:17 – 14:20

²²Akun ertaaaa, *Wawancara pribadi*, 23 november 2022, jam 08:46 - 10:49.

sebagaimana etika berbisnis dalam Islam serta hasil wawancara diatas sesuai dengan apa yang telah peneliti amati.

2. Keseimbangan (*Equilibrium*)

Dalam beraktivitas di dunia bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai. Pengertian adil dalam Islam diarahkan agar hak orang lain ditempatkan sesuai dengan aturan Syariah. Hal ini belum dilakukan oleh akun Kartinimu88 dalam menjalankan bisnisnya, Hal ini didukung pada komentar akun buaaaahvita mengungkapkan bahwa : “Sampe lupa kalau punya pesanan disini, nyoba nyuruh temen checkout beli harga normal eh udah dikirim, bisaan yaa tokonya.”²³Disini akun Kartinimu88 tidak memberikan keadilan kepada konsumen, dimana mereka yang membeli dengan harga normal barang tersebut mereka kirim, namun konsumen yang membeli lebih awal dengan harga promo mereka juga belum mengirimkannya.

3. Kehendak bebas (*Free Will*)

Kebebasan merupakan hal yang penting dalam etika bisnis, akan tetapi jangan sampai kebebasan ini mengganggu atau merugikan kepentingan bersama atau orang lain. Islam membolehkan umatnya untuk berinovasi dalam muamalah khususnya dalam kegiatan bisnis,

²³Akun buaaaahvita, Komentar pada video TikTok, <https://vt.tiktok.com/ZSRoBY1Gr/> dilihat pada 29 Oktober 2022, jam 18.00.

akan tetapi Islam tidak memperbolehkan umatnya untuk melakukan hal-hal yang diharamkan oleh dalil.

Inovasi yang dilakukan oleh akun Kartinimu88 pada strategi harga dengan memberikan harga normal hijab Bella square Rp.10.500 apabila memilih warna, jika tidak memilih warna maka harganya Rp. 8.000, Pasma ceruty baby doll Rp.18.000 jika memilih warna, jika tidak memilih warna dengan harga Rp. 15.000, Ikat rambut Scrunchie cepol Rp. 4.000, Pasma plisket ceruty baby doll dengan harga Rp. 22.000, sedangkan Pasma sabyan Rp. 16.000, untuk ciput turki inner Rp. 18.000, hijab instan bergo maryam Rp. 17.000, hijab Naraya bergo Rp. 30.000 dan Radya bergo jersey dengan harga Rp. 26.000. Jika ada Akun baru yang belum pernah sama sekali membeli pada TikTok shop maka bisa checkout dengan harga Rp.1000 dengan syarat memfollow akun Kartinimu88 dan melihat live akun Kartinimu88.²⁴

4. Bertanggung Jawab (*Responsibility*)

Prinsip tanggung jawab dalam melaksanakan tugas dan kewajiban yang diberikan harus dikedepankan bagi setiap pelaku usaha. Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan. Setiap perbuatan pasti menuntut adanya tanggung jawab dibelakangnya. Dalam hal ini akun Kartinimu88 belum menerapkan

²⁴Display penjualan Akun Kartinimu88

prinsip tanggung jawab dalam strategi pemasarannya hal ini dibuktikan dengan pernyataan akun ertaaaa mengungkapkan bahwa :

kecewa sekali kak, karena kemaarin pas live itu kita cuma dikasih waktu kurang lebih 5 menitan lah kak buat segera checkout, dengan syarat juga ngefollow akun mereka, udah seneng-seneng dapat harga segitu tapi malah barangnya tidak dikirim karena penjual lambat pengiriman²⁵

Hal ini di dukung dengan komentar akun MomoToko juga mengungkapkan bahwa : “Kalo mau buat strategi marketing jangan merugikan konsumen ya kak, tolong direspon keluhan kami (kasihan yang udah bayar transfer apalagi yang via alfamart/indomaret).”²⁶

5. Kebenaran (*Truth, Goodness, Honesty*)

Akun Kartinimu88 sangat menjunjung tinggi prinsip etika dalam berbisnis yaitu prinsip kejujuran dimana akun tersebut selalu jujur dalam melakukan pemasaran produknya, mulai dari bahan yang digunakan serta jahitan dari hijab yang mereka jual, mereka juga memberikan perbandingan jahitan tepi antara hijab bella square dengan hijab paris premium karena hijab tersebut merupakan best seller dari toko akun Kartinimu88 sehingga dalam penjelasan vidieonya itu memundahkan para pembeli untuk memilih mana yang lebih baik dan pantas untuk mereka beli. Akun Kartinmu88 juga memberikan warna yang realpict dalam memasarkan produknya dengan menunjukan hijab yang mereka jual serta memberikan

²⁵ Akun ertaaaa, *Wawancara pribadi*, pada 23 november 2022, jam 08:46 - 10:49.

²⁶ Akun MomoToko, Komentar pada vidieo TikTok, <https://vt.tiktok.com/ZSRoBY1Gr/> dilihat pada 29 Oktober 2022, jam 18.05.

perbedaan warna, misalnya warna pink banyak series warnanya, mereka memberikan *realpict* series warna pink mulai dari warna centalope, fuchia, dusty pink, rose pink, dan peach.

Namun disini ada beberapa pernyataan jika akun Kartinimu88 itu tidak amanah karena memberikan harga promo, dilihat dari komentar akun ini soniaa mengungkapkan bahwa : “Btw, soal yang promo dulu harga per pcs 999 rupiah, beli banyak gaada pengembalian dana, dan banyak orang yang merasa dirugikan.”²⁷Hal ini juga di dukung pada komentar akun dek_wat mengungkapkan bahwa : “Tiap hari nengokin tiktok berharap paketanku dikirim tapi hasil ya nol besar, serasa di preng penjual yang gak amanah”.²⁸Hal ini juga di dukung oleh komentar sateayam collection mengungkapkan bahwa:

“Harusnya dibatasi di etalase, jangan bisa checkout tapi tidak dikirim sama sekali, kan tahu kalau ada rentang waktu pengiriman, ini malah di buru-buruin buat pada checkout karna waktunya terbatas katanya, giliran udah pada checkout belum dikirim juga.”²⁹

Didukung juga dengan pernyataan dari akun Fattah mengungkapkan bahwa : “Toko penipuan, barang kalian gak bakal dikirim. Pesananku dibatalin tiktok karena lewat tanggal estimasi pengiriman.”³⁰

²⁷Akun Ini Soniaa , Komentar pada video TikTok, <https://vt.tiktok.com/ZS8J9HEc8/> dilihat pada 1 November 2022, jam 15.00.

²⁸Akun dek_wat , Komentar pada video TikTok, <https://vt.tiktok.com/ZS8J97tDH/> dilihat pada 1 November 2022, jam 15.15.

²⁹Akunsateayam collection, Komentar pada video TikTok,<https://vt.tiktok.com/ZS8J97tDH/> dilihat pada 1 November 2022, jam 15.20.

³⁰Akun Fattah , Komentar pada video TikTok, <https://vt.tiktok.com/ZS8J97tDH/> dilihat pada 1 November 2022, jam 15.23.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Akun Kartinimu88 menggunakan Startegi Pemasaran (*Mix Marketing*) dimana Startegi yang dipakai adalah Strategi Produk, Strategi Harga, Startegi Tempat atau Distribusi, dan Strategi Promosi.
2. Akun KARTINIMU88 sebagian sudah sesuai dan belum sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam dalam menjalankan bisnisnya, prinsip yang sesuai yaitu pada prinsip Kesatuan (*Unity*), Kehendak bebas (*Free Will*), Prinsip Kebenaran (*Thruth, Goodness, Honesty*) mereka jujur terhadap kualitas dan kuantitas barang, sedangkan Prinsip yang belum sesuai yaitu Keseimbangan (*Equilibrium*),dikarenakan mereka mengirimkan pesanan dengan harga normal namun tidak mengirimkan pesanan dengan harga promo, Tanggung jawab (*Responsibility*), tidak adanya pertanggung jawaban pengiriman barang dan Kebenaran (*Truth, Goodness and honesty*) dimana mereka hanya jujur mengenai kualitas barangnya saja, tidak dalam distribusi atau pengirimannya. Hal ini menguntungkan penjual karena bertambahnya followers pada akun Kartinimu88 dan bertambahnya display penjualan karena sudah banyak yang checkout dan kerugian pada pembeli karena kecewa dengan strategi pemasaran tersebut.

B. Saran

1. Bagi akun Kartinimu88 sebaiknya menerapkan prinsip-prinsip etika berbisnis dalam Islam, karena sebagai umat Islam dituntut untuk

2. melakukan bisnis sesuai dengan yang diajarkan oleh Rasulullah SAW, agar berkah dalam menjalankan bisnisnya.
3. Memperbaiki proses strategi marketing yang dipakai sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Sebaiknya jika mengadakan promo live dibatasi pada etalase belanja, misalnya perakun 1 item hijab dengan harga Rp. 1000, jika ingin checkout lebih dari satu maka harganya normal, sehingga tidak ada pembeli yang merasa dirugikan.

Demikian saran dari penulis yang dapat diberikan pada penelitian ini, mungkin berguna bagi peneliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku-buku

- Ahmad Mudjab Mahalli dan Ahmad Rodli Hasbullah, *Hadis-Hadis Muttafaq 'Alaih bagian Munakahat dan Mu'amalat*, (Jakarta: Kencana, 2004).
- Ahmad Tanzeh, *Metodologi Penelitian Praktis*, (Yogyakarta: Teras, 2011)
- Assauri Sofyan, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo, 2007)
- Ernawan, R, Erni, *Business Ethics*, (Bandung : Alfabeta, 2011).
- H. Adb. Rahman Rahim & H. Muhammad Rusyidi, *Manajemen Bisnis Syariah Muhammad SAW*, (Makasar : Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makasar,2016).
- Ja'far Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta : Akademi Menejemen Perusahaan YKPN, 2004).
- Jonathan Sarweno, *Metode Penelitian Kuantitatif dan kualitatif*, (Yogyakarta, Graha Ilmu, 2006).
- Jusmaliani dkk, *Bisnis Berbasis Syariah*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2008).
- Lukman Fauroni dan Muhammad, *Visi al qur'an tentang Etika dan Bisnis*, (Jakarta : Salemba Diniyah, 2002).
- Moelang, *Lexy.Matode penelitian kualitatif*, (PT Remaja Rosdakarya : Bandung 2017).
- Nurliana, Miftah Ulya, Sukiyat, *Hadist-hadist Muamalah*, (Yogyakarta : Kalimedia November 2020).
- Said Refiana Laila “*Buku Ajar Etika bisnis*”, Lakeisha 2020.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013).
- Sugiyono “*Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R & D*”, (Bandung: Alfabeta, 2016).
- Sugiyono “*Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R & D*”,(Bandung: Alfabeta, 2017).
- Supardi, *Metode penelitian ekonomi bisnis*, (Yogyakarta : UII Press, 2015).

Surahman,dkk, *Metodelogi penelitian*, (Jakarta : Pusdik SDM Kesehatan selatan 2016).

Tarigan Akmal Azhari, *Dari Etika Ke Spriritualitas Bisnis*, (Medan : IAIN Press, 2015).

Zainurossalamia, Saida, “*Manajemen pemasaranTeori dan Strategi*,”(Nusa Tenggara Barat : Juni 2020).

B. Jurnal

Arffin Mohd Hapiza Nor, “Pengembangan Model Etika E-Commerce Islam, *Jurnal Internasional pemikiran Islam*Jil.20, Desember 2021.

Darmwati, Etika Bisnis Dalam Prepektif Islam : Eksplorasi Prinsip etis Al Quran dan Sunnah” *Jurnal Pemikiran Hukum Islam*, Vol 11, No 1, 2013.

Desy Astrid Anindya, “Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Usaha Pada Wirausaha Di Desa Delitu Kecamatan Delitua” *Jurnal At-Tawassuth*, Vol. II, No.2, 2017.

Destiya wati, suyud Arif, Abristadevi, “Analisis penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Humaira Shop, *Jurnal EL-Mal* Vol 5 No 1 (2022).

Ghina Wahyuningsih, dkk “Berbisnis Berdasarkan Perilaku Rasulullah”, *Jurnal Mahasiswa FIAI-UII, at-Thullab*, Vol.2, Nomor 1, 2021.

Handayani, Lisdian Disfa “Etika Bisnis Islam : sebuah kajian komperatif”, *Jurnal Baabu Al-Ilmi* Vol.4.No.1 April2019.

Maryamah,“Etika marketing dalam prespektif ekonomi Islam”, *Jurnal : JESKape* Vol.2 No.1 Januari-juni 2019.

Nine Haryanti, Trisna Wijaya, “Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika bisnis Islam pada pedagang di PD Pasar Tradisional Pancasila Tasikmalaya”, *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol.4 No.2 November 2019.

Norvadewi, “Bisnis dalam Prespektif Islam”, *Jurnal Al-Tijary*, Vol.01, No.01, 2015.

Pratiwi Indah Nuning,“ Penggunaan media video call dalam teknologi kominikasi” *Jurnal ilmiah dinamika sosial* : Vol 1, no 2, Agustus 2017.

Syaeful Bakhri, dkk, Al mustashfa : *Jurnal penelitian hukum ekonomi Islam* “Tinjauan etika bisnis Islam dalam strategi pemasaran home industri tahu sari rasa” vol. 3.no. 2,Desember 2018.

C. Skripsi dan Tesis

Alfiani Usman, Konsep etika bisnis Islam menurut Muhammad Djakfar, *Skripsi* tidak diterbitkan, Prodi Manajemen Keuangan Syariah IAIN Parepare, 2022.

Aulia misnah siti, “Tinjauan etika bisnis Islam terhadap strategi pemasarandalam peningkatan volume penjualan”, *Skripsi* : STAIN Parepare ,2016.

Isnayah, Analisis bisnis Islam terhadap praktik promosi di instagram, *Tesis*, IAIN Parepare 2021.

Mabruroh, Lailatul, Analisis etika bisnis Islam terhadap jual beli produk duta *network* indonesia (DNI), *Skripsi* IAIN Ponorogo,2018.

Mujib, Syaiful, “Tinjauan etika bisnis Islam terhadap strategi pemasaran air minum dalam kemasan, *Skripsi* : UIN Sunan kalijaga, 2018.

Murjiati,Wahyu,”Pengaruh iklan dan aplikasi tik-tok terhadap minat beli mahasiswa manajemen bisnis syariah, *Skripsi* : IAIN Palopo, 2021.

Rahmat Afrizal, Etika Bisnis Islam Perspektif Muhammad Djakfar, *Skripsi*, tidak diterbitkan, Prodi Ekonomi Islam UIN SUMATERA UTARA MEDAN, 2017,Hlm.46.

D. Internet

AkunIni Soniaa ,<https://vt.tiktok.com/ZS8J9HEc8/> dilihat pada 1 November 2022, jam 15.00.

Akun dek_wat,<https://vt.tiktok.com/ZS8J97tDH/> dilihat pada 1 November 2022, jam 15.15.

Akun Fattah, <https://vt.tiktok.com/ZS8J97tDH/>dilihat pada 1 November 2022, jam 15.23

Akun sateayam collection,<https://vt.tiktok.com/ZS8J97tDH/> dilihat pada 1 November 2022, jam 15.20.

AkunMomoToko,<https://vt.tiktok.com/ZSRoBY1Gr/>dilihatpada 29 Oktober 2022, jam 18.05.

Akun KARTINIMU88, display penjualandilihat pada 29 Oktober 2022, jam

19.00 https://www.tiktok.com/@hijabkan_hijab?_t=8XzcsIRQq2r&_r+1

Muclisin, <https://www.kajianpustaka.com/2020/12/strategipemasaran-bersaing.html?m=1> diakses pada tanggal 20 November, pukul 15.50.

<https://muhammadiyah.or.id?etika-bisnis-daalam-islam-/#> diakses pada tanggal 27 November, pukul 21.36.

E. Kitab

Al Qur'an dan Terjemahannya Juz 1-30, Departemen Agama Republik Indonesia, (Jakarta : Pustaka Agung Harapan, 2006).

LAMPIRAN

Lampiran 1

Pedoman Wawancara Dengan Akun Penjual Kartinimu88 Dan Pembeli Pada Akun Kartinimu88 Aplikasi Tik-Tok Shop

Hari : Rabu

Tanggal : 23 November 2022

Waktu : -

Tempat : Aplikasi TikTok

Nama Informan : Admin Akun Kartinimu88 sebagai penjual, Akun Ertaa dan JustMe sebagai pembeli

1. Akun Penjual Kartinimu88 Pada Aplikasi Tik-tok Shop
2. Pembeli Pada Akun Kartinimu88 Aplikasi Tik-tok Shop

Sifat Wawancara terbuka dan semi terstruktur (*open ended*)

Topik Wawancara

1. Strategi Marketing yang digunakan oleh Akun penjual Kartinimu88 Tik-tok Shop
2. Etika bisnis yang digunakan oleh penjual

PEDOMAN WAWANCARA

Fokus	Kode Data	Daftar Pertanyaan	Jawaban (Input Data)
1. Kegiatan penjual pada aplikasi Tik-tok Shop menggunakan Strategi Marketinya	1.1	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sejak kapan menggunakan aplikasi TikTok shop untuk berbisnis ? 2. Berapa orderan setiap mengadakan live promo ? 3. Apakah voucer gratis ongkir dan potongan harga di tanggung oleh pihak penjual ? 4. Apakah fitur baru dari Tik-tok shop mempermudah dalam strategi pemasaran ? 5. Apakah pernah over order melebihi batas, karena tidak di batasi pada etalase belanja, sehingga barang tidak bisa di kirim karena waktu estimasi pengiriman berakhir ? 6. Bagaimana strategi pemasaran yang Saudara/I gunakan ? 7. Apakah Saudari mengetahui Etika dalam berbisnis ? 8. Apakah Saudara mengetahui prinsip etika bisnis yang baik dan benar ? 9. apa prinsip etika bisnis yang saudara/I gunakan dalam menjalankan bisnis ? 	

Fokus			
<p>3. Kegiatan penjual pada aplikasi Tik-tok Shop menggunakan Strategi Marketinya</p>	2.2	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sejak Kapan Saudara/I mengetahui fitur baru pada aplikasi Tik-tok ? (tik-tok shop) 2. Apakah saudara/i pernah tertipu saat akun penjual Kartinimu88 pada aplikasi tik tok shop saat melakukan live ? misalnya penjual mengatakan gratis ongkir seluruh wilayah ? namun pada kenyataanya yang gratis ongkir hanya pengguna baru atau jarak terdekat dengan penjual saja ? atau tertipu dengan hal yang lain ? 3. Apakah saudara/ i pernah berbelanja pada akun Kartinimu88 namun dibatalkan otomatis oleh pihak Tik-tok shop karena telah melebihi batas estimasi pengiriman ? 4. Apakah Saudara/ i pernah menerima barang cacat atau tidak sesuai dengan deskripsi maupun perkataan penjual saat mereka live ? 5. Apakah ada tanggung jawab dari penjual akun Kartinimu88 tik-tok shop saat adanya ketidak sesuaian barang ? 	

		<p>6. Bagaimana sikap penjual akun Kartinimu88?apakah menggunakan tutur kata yang halus, sabar menjelaskan produknya ?</p> <p>7. Apakah penjual dari akun Kartinimu88 pada aplikasi Tik-tok shop rendah hati ? mempromosikan produknya dengan berlebihan atau riya' atau bahkan malah menjelek-jelekkkan dan membandingkan dengan produk yang orang lain jual ?</p>	
--	--	---	--

Lampiran 2

Transkrip hasil wawancara dengan penjual admin akun Kartinimu88

A : Remmy Meisito Fatmanda Elvaryani

B : Admin akun Kartinimu88

A : Sejak kapan kak akun KARTINIMU88 digunakan untuk berbisnis pada fitur baru TikTok shop ?

B : Sejak bulan November 2021 kak, 2 bulan setelah fitur baru tersebut muncul

A : Bagaimana sistem yang digunakan pihak TikTok shop kak, apakah gratis ongkir di tanggung oleh penjual ?

B : Mungkin beda toko beda kali ya, saya juga belum begitu faham, tetapi di akun saya misalkan penjualan saya Rp. 30.000, nah otomatis sudah free ongkir tetapi disini saya menerima bersihnya Rp. 27.500 jadi kena biaya admin Rp.2500 seperti shopee

A : Apakah fitur baru dari TikTok shop mempermudah dalam strategi pemasaran kak ?

B : Sangat membantu kak, yang dulu hanya berupa vidieo sekarang sudah bisa live, dulu kita susah buat nyari konten creator buat mempromosikan dagangan kita sekarang TikTok sudah bisa konten creator sendiri lewat TikTok Afilate kak

A : Lalu untuk startegi pemasaran yang kakak pakai sekarang bagaimana ya kak ?

B : Untuk strategi pemasaran yang saat ini saya pakai cuma live kak setiap hari mulai pukul 10.00 WIB dan dengan Vidieo konten saya yang diberi link keranjang kuning

A : Berapa orderan kak kalo ngadain live dengan tidak live ?

B : Saya jarang sekali ngadain promo dilive kak saya, tapi kalo ngadain promo gitu orderan pasti 99+ pasti orderan masuk, tapi ketika saya tidak memberikan promo orderan paling banyak ya hanya 40-50 an saja kak, tetapi untuk gratis ongkir setiap live kami pasti ada untuk akun baru.

A : Untuk hijab seribuan itu sistemnya bagaimana ya kak ?

B : Untuk promo hijab seribuan itu kami ada syarat nya kak dengan ngefollow akun kami, dimana yang berhak mendapatkan hijab seribuan ini adalah akun yang belum pernah membeli pada aplikasi TikTok shop kak.

A : Terus kemarin pernah ya kak bulan januari atau february itu over order karena menjual hijab harga seribuan dan tidak membatasi etalase pada belanja sehingga barang tersebut tidak bisa di kirim ?

B : Iya kak pernah, itu dikarenakan ada salah satu konten Kreator di TikTok yang ikut memposting jualan aku di postingannya, dan orderan langsung membludak beribu ribuan, ya karena TikTok sendiri itu sangat cepat menyebar padahal pada saat kami live itu kami membatasi waktu untuk mereka check out, namun di sini kami lupa tidak membatasi etalase kak sehingga orderan kemarin membludak beribu ribu kak

A : Kenapa kok tidak di kirim terlebih dahulu mereka yang lebih awal checkout kak ?

B : Ya kami sendiri yang rugi besar jika kami kirim kak, masalahnya tidak semua akun sudah memenuhi target kami, misalnya bantu like dan tap-tap layar, follow akun kami kak

A : lalu bagaimana dengan mereka yang sudah membayar transfer kak ? untuk uangnya itu masuk ke penjual langsung atau ke pihak TikTok shop dlu kak ?

B : TikTok ada dana pengembalian kak, Untuk setiap orderan masuk itu uang ke pihak TikTok shop dulu kak, setelah 6 hari barang sudah sampai ke konsumen baru uang masuk ke aplikasi seller dan uangnya baru bisa ditarik kak

A : Jadi kalo barang tidak dikirim uang belum masuk ya kak ? terus kalo pembayaran sitem cod bagaimana kak ?

B : Iya kak, kalo sitem cod juga sama kak setelah 6 hari barang sampai baru masuk ke aplikasi seller kak

A : Apakah kakak tahu pinsip etika bisnis Islam dalam berbisnis ?

B : Insya Allah saya tahu kak, kami pun juga menerapkan, Pada dasarnya ada beberapa unsur etika yang harus dijaga akun Kartinimu88 yaitu komunikatif, seorang pebisnis harus ramah, menggunakan kata-kata yang lembut, santun dalam mempromosikan dagangannya sehingga para pelanggan itu senang hatinya dan nyaman saat mereka memilih, sehingga mereka puas dengan pelayanan kami. Kami juga selalu jujur dalam promosikan produk kami sesuai dengan kualitas dan kuantitas apa yang kami jual.

A : Apakah kakak memberikan kebebasan bagi mereka yang membeli pada toko kakak ?

B : Kami selalu memberikan kebebasan bagi para pembeli yang ingin bertanya-tanya mengenai kualitas dari produk kami, mengenai warna yang baik, ukuran hijab dan lain sebagainya. Kami siap melayani pembeli dengan fast respon kak

Lampiran 3

Transkrip hasil wawancara dengan akun pembeli Just Me

A : Remmy Meisito Fatmanda Elvanyani

B : Just Me pembeli pada akun Kartinimu88

A : Kapan kakak mengetahui fitur baru TikTok ?

B : Sejak fitur baru itu muncul kak, akhir 2021

A : Apakah kakak tertipu saat penjual mengadakan promo pada live dengan hijab seharga Rp. 1000 ? dengan embel-embel gratis ongkir seluruh wilayah, atau tertipu dengan promo yang lain pada kaun Kartinimu88 ?

B : Iya kak benar, saya tertipu dengan promo hijab seharga Rp. 1000 an, dimana penjual tersebut mengatakan bahwa pesanan saya akan segera dikirim, namun pada kenyataannya pesanan saya dibatalkan otomatis oleh TikTok shop

A : Disini kakaknya *bayar cash on delivery* (COD) atau Transfer kak ?

B : Alhamdulillah kak, kemarin saya bayarnya COD

A : Apakah kakak pernah menerima barang yang tidak sesuai saat berbelanja diakun Kartinimu88 ?

B : Belom kak, kemarin saya pernah pesan hijab sebelum ada promo hijab Rp. 1000 an dan hijab yang saya terima warna dan bahan sesuai dengan apa yang mereka katakana saat live kak

A : Lalu untuk pelayanannya bagaimana ya kak ? sikap yang digunakan oleh akun Kartinimu88 ?

B : untuk pelayanannya sungguh memuaskan, penjual juga ramah, ketika saya bertanya mengenai warna hijab yang kita sukai, penjual tersebut memberikan beberapa rekomendasi warna favorit sesuai yang kita inginkan

A : Apakah penjual pada akun Kartinimu88 rendah hati ?

B : Untuk mempromosikannya mereka tidak secara berlebihan atau riya' mereka juga tidak membanding-bandingkan dengan produk orang lain

A : Apakah kakak mengetahui Prinsip etika bisnis Islam dalam berbisnis ?

B : InsyaAllah untuk prinsip etika saya sedikit paham kak, hal yang paling utama dalam menjalankan bisnis adalah kejujuran, jika kita jujur maka akan berkah apa yang kita jual

A : Berarti disini kakak kecewa karena sudah ditipu barang tidak dikirim ya kak ?

B : iya kak saya merasa sedikit kecewa, karena kemarin saat checkout di buru-buru segera checkout karena ada batas waktu checkout dari penjual

A : Terus kemarin ada pembatasan etalase saat check out engga kak ?

B : Tidak kak, tidak ada pembatasan etalase saat kita checkout, namun pada saat membeli harus diatas Rp. 30.000 ribu agar dapat gratis ongkir

A : ini 30 rb kakak belanja hijab semua dengan harga Rp. 1000 semua atau bagaimana kak ?

B : nggak kak, kemarin di mix dengan manset, ikat rambut scrunchie hijab serta inner hijab kak

A : itu dengan harga promo semua kak ?

B : nggak kak, untuk harga promonya hanya hijab aja, untuk item lain harganya normal

Lampiran 4

Transkrip hasil wawancara dengan akun pembeli Ertaaaa

A : Remmy Meisito Fatmanda Elvaryani

B : Ertaaaa pembeli pada akun Kartinimu88

A : Kapan kakak mengetahui fitur baru TikTok ?

B : Sejak tahun 2021 kak

A : Berapa kali ka pernah ketipu saat belanja di Tiktok shop ?

B : Udah beberapa kali kak sebenarnya, salah satunya di akun Kartinimu88 ini kak

A : Ketipunya kakak dengan metode pembayaran apa kak ?

B : Transfer kak

A : Untuk pengembalian dana bagaimana kak ?

B : dikembalikan transfer ke dana kak, karena kemarin transfer lewat dana

A : emang kakaknya checkout berapa item kak ?

B : kemarin checkout sekitar 8 item kak

A: itu hijab dengan seharga seribuan semua kak ?

B : Tidak kak, kemarin itu harus dicampur supaya total checkout itu genap Rp. 30.000 biar dapet gratis ongkir kak

A : Apakah kakak juga pernah menerima barang yang tidak sesuai saat belanja di akun Kartinimu88 kak ?

B : belum pernah kak, karena baru pertama kali ini order diakun ini eh malah barangnya tidak dikirim

A : Apakah kakak kecewa dengan startegi pemasaran yang digunakan oleh penjual akun Kartinimu88 kak ?

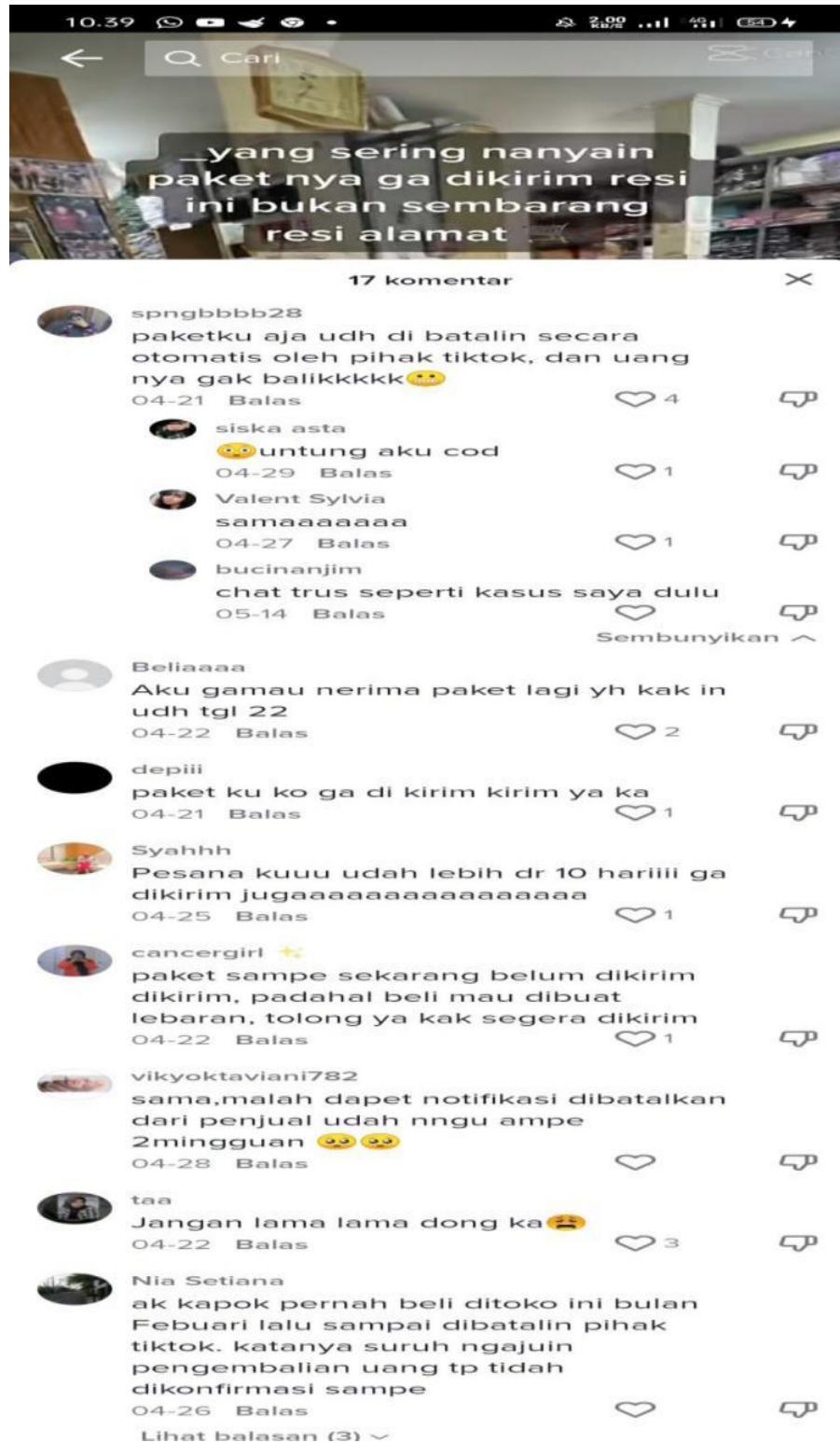
B : Kecewa sekali kak, karena kemarin pas live itu kita cuma dikasih waktu kurang lebih 5 menitan lah kak buat segera checkout, dengan syarat juga ngefollow akun mereka, udah seneng-seneng dapat harga segitu tapi malah barangnya tidak dikirim karena penjual lambat pengiriman

A : Terus kemarin penjual mempromosikan saat live dengan tutur kata yang bagaimana kak ? pelayanan yang digunakan penjual ?

B : Akun Kartinimu88 menurut saya sudah unggul dalam hal pelayanan kepada pelanggan, sebab ketika saya mencari sesuatu pada toko tersebut mereka selalu memberikan rekomendasi yang terbaik.

Lampiran 5

Dokumentasi Simak catat dan wawancara

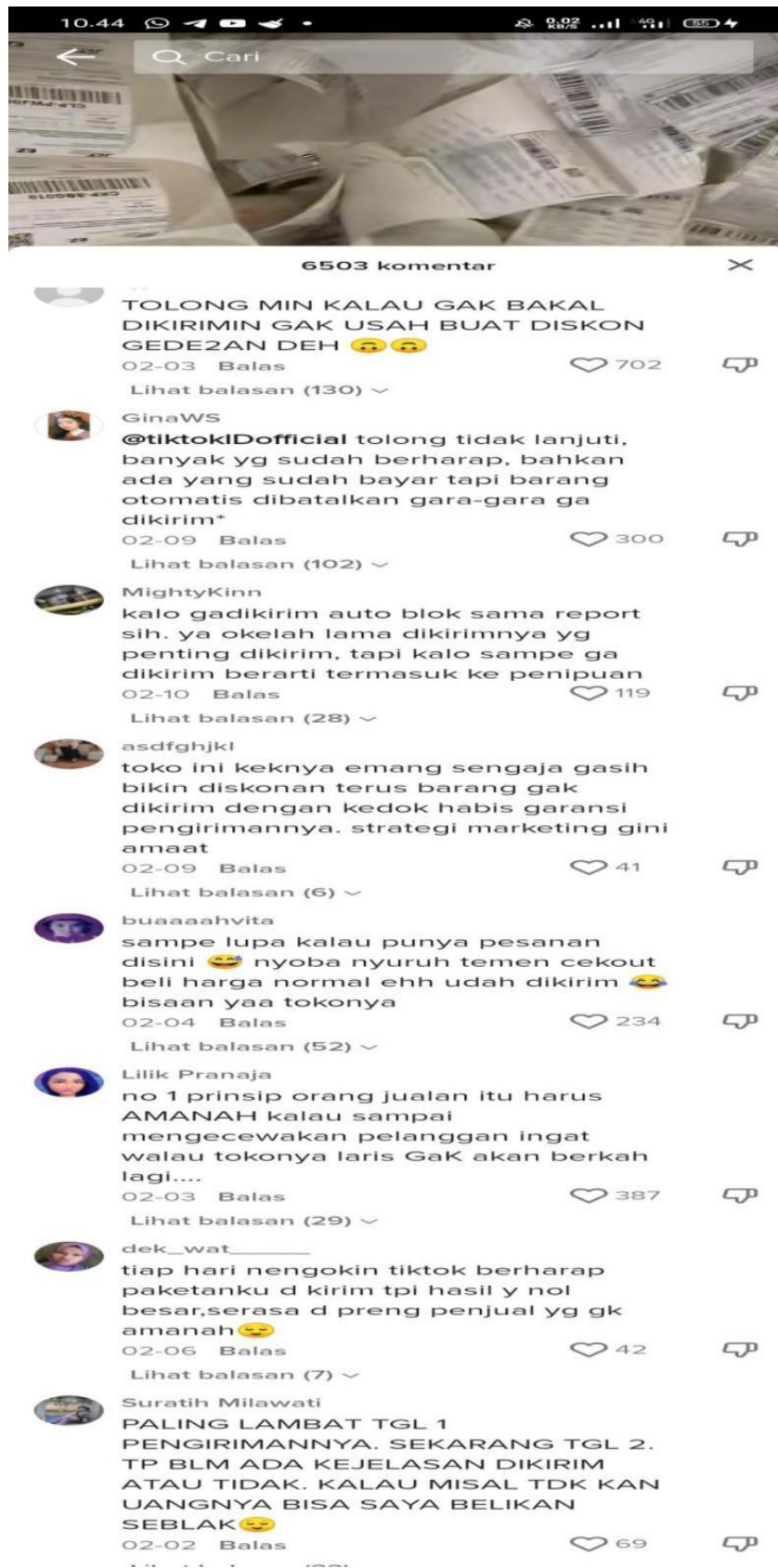






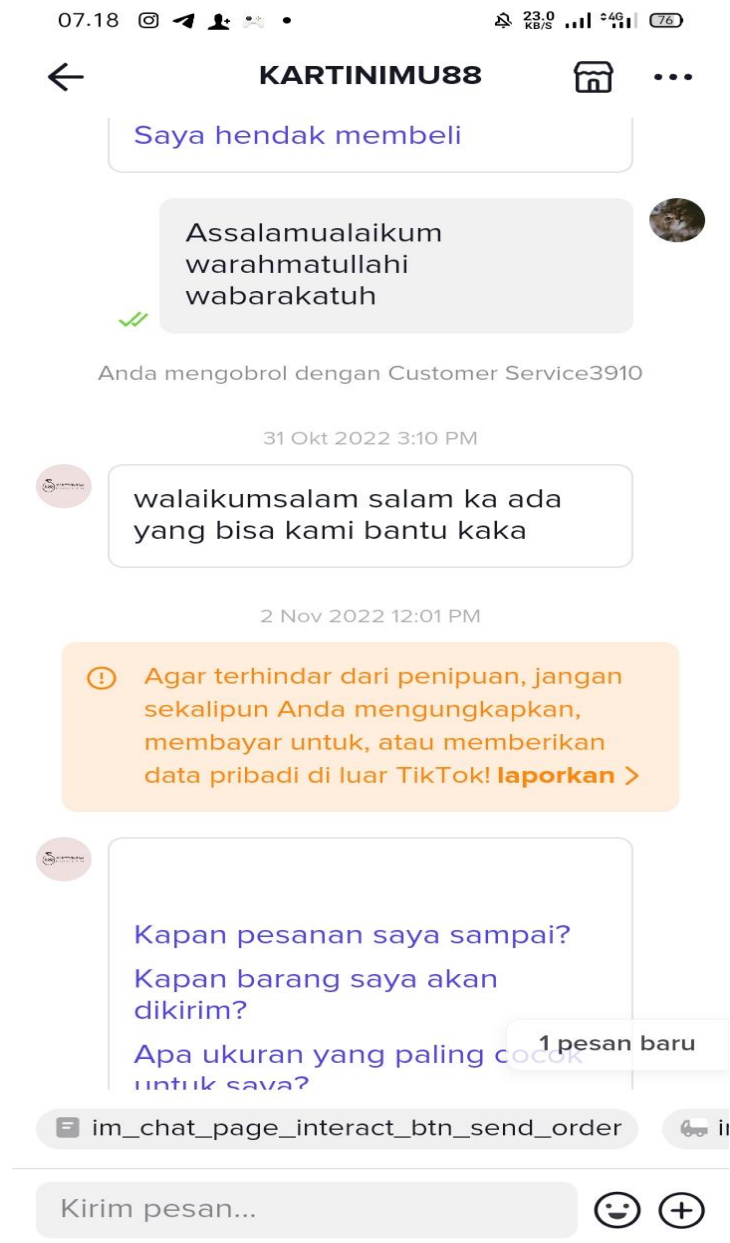




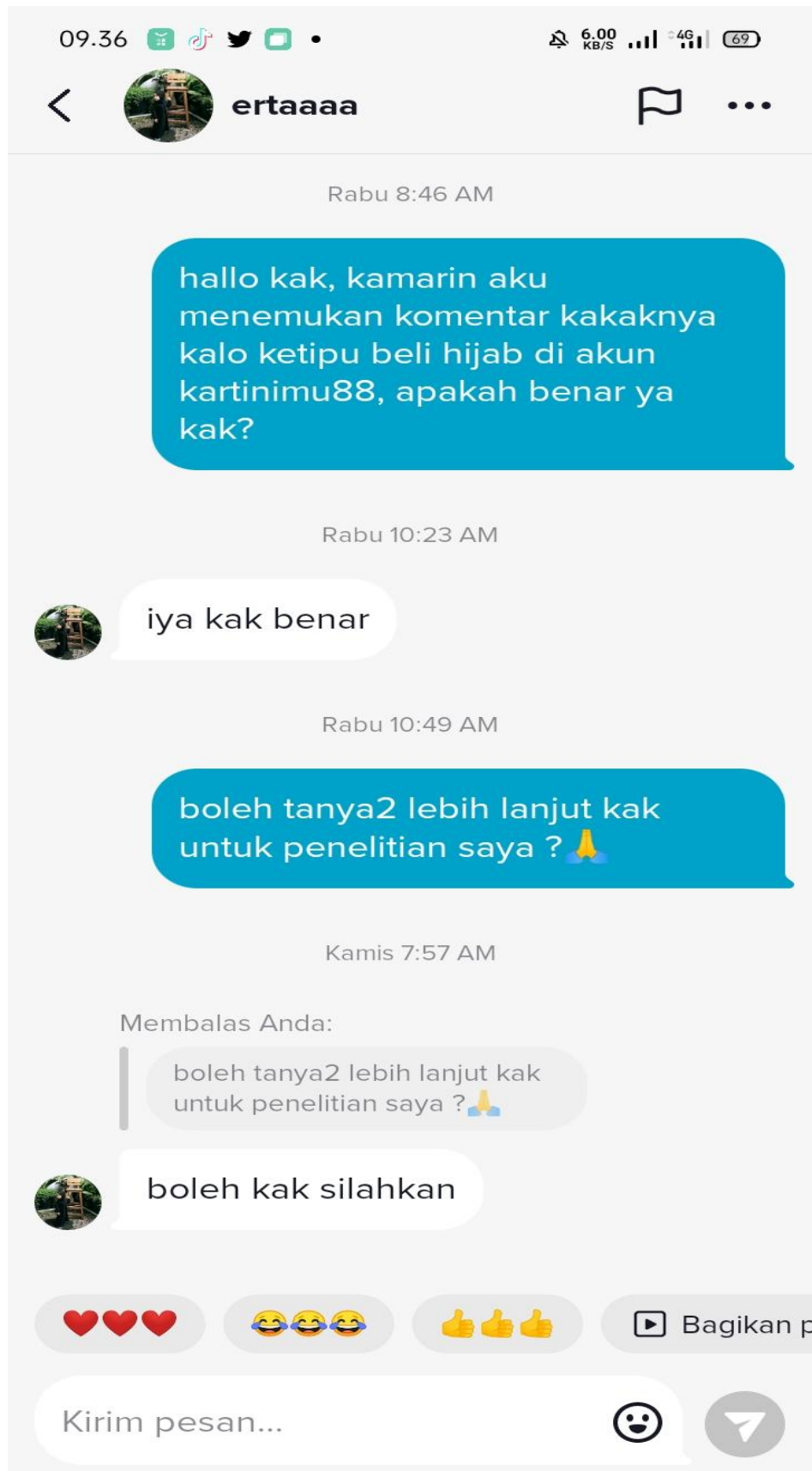


Lampiran 6

Dokumentasi Wawancara







Lampiran 2

Jadwal penelitian

No	Bulan Kegiatan	September				Oktober				November				Desember				Januari				Februari				Maret				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1.	Penyusunan Proposal			X	X																									
2.	Konsultasi		X	X	X	X	X	X	X																					
3.	Revisi Proposal					X	X																							
4.	Pengumpulan Data								X	X																				
5.	Analisis Data									X	X																			
6.	Penulisan Akhir Naskah Skripsi													X	X						X									
7.	Pendaftaran Munaqasyah																X									X				
8.	Munaqasyah																			X								X		
9.	Revisi Skripsi																				X								X	

Lampiran 3**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Nama : Remmy Meisito Fatmanda Elvaryani
 Nim : 192111144
 Tempat tanggal lahir : Karanganyar, 08 Mei 2001
 Jenis kelamin : Perempuan
 Agama : Islam
 Alamat : Rt. 02/ Rw. 06, Desa Ngadiluwih, Kec. Matesih. Kab,
 Karanganyar, Jawa Tengah, 57781.
 Nama Ayah : Suroto
 Nama Ibu : Siti Maimunah
 No. HP/WA : 082133733372
 Email : remmyeisito0805@gmail.com

Riwayat Pendidikan

NO	Tahun Lulus	Jenjang	Pendidikan	Jurusan
1.	2006	TK	TK Aisyiah Bustanul Atfal Ceporan	
2.	2012	SD	Mi Muhammadiyah Ceporan	
3.	2015	SMP	MTS Negeri Karanganyar	
4.	2019	SMA	SMA Muhammadiyah 1 Karanganyar	IPA
5.	2023	S-1	UIN Raden Mas Said Surakarta	HES