

Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Praktik Pemasaran Busana Muslim Studi pada Almeera Moslem Store Bogor

Zulfa Nabillatu Rozhania, Kholil Nawawi, Syarifah Gustiawati

Universitas Ibn Khaldun Bogor

zulfanabilla97@gmail.com, kholil@fai.uika-bogor.ac.id, liefah83@gmail.com

ABSTRACT

In Islamic economy, the market has important values, because it must have morality or ethics which is one of the responsibilities of every economic agents. Ethics in business must be realized personally which aims for every business person who trades to seek the maximum profit, in Islamic trade it is not just looking for a profit but looking for a blessing. This research explains how the application of Islamic business ethics in marketing Muslim clothing at Almeera Moslem Store Bogor and how the concept of Islamic marketing in Muslim business at Almeera Moslem Store Bogor. This research uses a descriptive qualitative approach, which means to describe some information in the field with data collection techniques used in this study in the form of interviews, and documentation. The results of this study indicate that the application of Islamic business ethics in the marketing practice of Muslim clothing at Almeera Muslim Store Bogor has fully implemented the principles of justice, the principle of justice, the principle of free will, the principle of responsibility, and the principle of truth. In the implementation of the marketing concept at the Almeera Moslem Store Bogor in the form of product marketing, prices, and transactions, but there is one thing, namely product satisfaction which is a problem for which there is no solution. The general solution is to negotiate. Almeera Moslem Store Bogor is always friendly and courteous to consumers in service and marketing as has been implemented in Islamic law.

keywords : *Ethics, Islamic Business, Marketing, Muslim Fashion.*

ABSTRAK

Dalam perekonomian islam pasar memiliki tingkatan yang penting, karena harus memiliki nilai nilai moralitas atau etika yang menjadi salah satu tanggung jawab bagi setiap pelaku ekonomi. Etika dalam bisnis harus disadari secara personal yang berarti setiap pelaku bisnis diperbolehkan berdagang dengan tujuan untuk mencari keuntungan yang sebesar-besarnya, namun dalam islam perdagangan bukan hanya sekedar mencari keuntungan saja tetapi mencari suatu keberkahan. Penelitian ini menjelaskan bagaimana penerapan etika bisnis islam dalam pemasaran busana muslim di Almeera Moslem Store Bogor dan bagaimana konsep pemasaran islam dalam bisnis busana muslim di Almeera Moslem Store Bogor. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan Deskriptif, yang berarti untuk mendeskripsikan beberapa informasi di lapangan dengan Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini berupa wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis islam dalam praktik pemasaran busana muslim di almeera moslem store bogor telah sepenuhnya menerapkan prinsip kesatuan, prinsip keadilan, prinsip kehendak bebas, prinsip tanggung jawab, dan prinsip kebenaran. Dalam pelaksanaan konsep pemasaran ditoko Almeera Moslem Store Bogor yang berupa pemasaran produk, harga, dan transaksi, tetapi terdapat satu hal yaitu pada kepuasan produk yang menjadi suatu permasalahan yang belum ada solusinya. Adapun solusi secara umum yaitu dengan bernegosiasi. Almeera Moslem Store bogor selalu bersikap ramah

tamah dan sopan kepada konsumen dalam pelayanan dan pemasaran seperti yang sudah di ajarkan dalam syariat islam. **kata kunci : Etika, Bisnis Islam, Pemasaran, Busana Muslim**

A. PENDAHULUAN

Dalam perekonomian islam pasar memiliki tingkatan yang penting. Oleh karena itu, dalam islam nilai nilai moralitas sangat diperlukan dan menjadi salah satu tanggung jawab bagi setiap pelaku ekonomi. Nilai nilai moralitas menjadi cerminan dari keimanan seorang muslim kepada Allah Swt. Implementasi nilai nilai moralitas dalam kehidupan yaitu tentang sifat-sifat manusia dalam menentukan apa yang akan dilakukan dan tidak dilakukan, serta sebagai motif untuk mendorong hal yang benar dan salah. Yunia, (2020:82).

Aktivitas berbisnis pada saat ini sudah harus mulai menerapkan unsur etika dan moral dalam aktivitas bisnisnya, bukan hanya untuk mencapai tujuan bisnis itu sendiri, melainkan ingin menumbuhkan kedisiplinan dan integritas yang baik pada praktisi bisnis. Etika bisnis merupakan akhlak dalam melaksanakan bisnis sesuai dengan nilai- nilai Islam, sehingga dalam penerapannya tidak terjadi kekhawatiran sebab telah diyakini sebagai suatu yang baik dan benar. Etika bisnis bagi seorang muslim sudah dibentuk oleh Iman serta taqwa yang jadi pemikiran hidupnya dalam membagikan norma- norma dasar untuk membangun serta membina seluruh aktifitasnya, oleh karena itu dalam islam, ilmu akhlak merupakan pengetahuan yang mengajarkan tentang kebaikan dan keburukan yang sudah di ajarkan dalam islam yang bersumber kepada akal dan wahyu. Maka dari itu etika dalam ekonomi islam merupakan perilaku sosial ekonomi yang harus sesuai dengan apa sudah ditentukan dalam islam, serta fitrah dan akal pikiran yang lurus. Baidowi, (2016:242). Karena umat muslim yang beriman dituntut untuk jadi orang yang bertaqwa, bermoral amanah, berilmu, pintar, cakap, cermat, rajin, jujur, hemat, bersahaja, tekun serta memiliki etos kerja yang besar dalam berkegiatan demi untuk mencapai keberhasilan serta kebahagiaan dunia serta akhirat.

Dimasa modern seperti saat ini seakan nilai- nilai kemanusiaan semakin merendahkan, kecenderungan pada masyarakat untuk berperilaku bebas dan semakin meningkat disetiap kehidupannya. Sudah jarang lagi nilai moral, etika, norma, aturan dan sebagainya yang bertujuan untuk memperbaiki tingkah laku manusia seakan tidak berguna lagi. Maka dari itu penerapan etika bisnis islam pada pemasaran produk harus lebih di tingkatkan lagi. Bahkan jika tujuan bisnis dipandang secara sebelah mata, ialah sebagai memaksimalkan nilai ekonomis bagi pemiliknya, maka bisnis tersebut harus tetap mempertimbangkan terhadap segala sesuatunya yang mempengaruhi pencapaian tujuan tersebut. Dengan melihat masyarakat yang mayoritas sebagian besar beragama islam, maka harus dipastikan penerapan etika dalam kegiatan ekonomi terutama dalam pemasaran produk yang harus berpegang teguh dengan apa sudah di tentukan dalam ajaran islam.

Dalam penerapan etika bisnis islam terhadap praktik pemasaran dapat ditinjau dalam salah satu usaha yang memproduksi dalam bidang pakaian muslim karena pakaian adalah suatu kebutuhan primer yang sangat dibutuhkan oleh manusia di dunia dan

perkembangannya cukup signifikan. Pakaian juga merupakan kebutuhan pokok manusia dimana pakaian merupakan hal yang sangat penting bagi manusia. Menurut Kusmidi (2016 :98) Dalam berpakaian bagi kaum wanita telah digasrikan oleh Alquran yaitu, dengan menutup seluruh auratnya. Oleh karena itu sebagai mukminah harus bisa menjaga diri dan menghindari diri dari gangguan-gangguan, karena pada dasarnya pakaian muslim tidak menghalangi pemakaiannya untuk kegiatan sehari-hari. Dan semua itu kembali lagi kepada niat si pemakaiannya dalam melaksanakan ajaran Allah SWT.

B. METODE PENELITIAN

Pendekatan dan Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif. Metode kualitatif dengan pendekatan Deskriptif, atau penelitian yang berarti untuk mendeskripsikan beberapa informasi di lapangan yang berkaitan dengan penelitian ini mengenai etika bisnis islam terhadap praktik pemasaran busana muslim. Definisi lain menurut Wahidmurni (2017:1) Metode penelitian kualitatif adalah sesuatu cara yang digunakan untuk menjawab masalah yang berkaitan dengan data yang berupa narasi seperti wawancara, pengamatan, dan penggalian pada dokumen. Untuk menguraikan tentang pendekatan dalam jenis penelitian, lokasi, kehadiran pada peneliti, sumber data, analisis data, pengumpulan data, dan pengecekan validitas temuan dalam proposal penelitian dengan masing- masing konsep.

Dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif merupakan penelitian yang memahami fakta yang terkait tentang apa yang dialami oleh suatu subjek seperti tentang perilaku, motivasi, tindakan, dan persepsi. Maka dari itu dalam melakukan penelitian ini peneliti akan mendapatkan fakta yang ada di Almeera Moslem Store bogor secara utuh di lapangan agar dapat mendeskripsikannya dengan jelas, dan penelitian yang benar-benar sesuai dengan kondisi yang ada dilapangan maka, penelitian ini akan menjelaskan penelitian secara sistematis dan akan menganalisanya berdasarkan tinjauan hukum ekonomi dan etika bisnis islam.

Data dan Sumber Data

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2019:137) Mengemukakan bahwa Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dengan melakukan dan penulisan sistematis terhadap masalah yang dihadapi. Peneliti mengumpulkan data primer dari para informan dan data-data yang berupa kumpulan dokumen yang berhubungan dengan penelitian. Peneliti mendapatkan data yang diperlukan melalui wawancara langsung dengan pemilik usaha bisnis. Maka dari itu dalam penelitian ini mencari informasi dengan tepat dan sesuai mendapatkan kebutuhan narasumber penelitian. Dalam hal ini perlu adanya narasumber utama yang dijadikan objek penelitian untuk dijadikan narasumber. Dari data primer yang diperoleh peneliti dalam teknik wawancara kepada beberapa narasumber

dilapangan dengan pihak yang terkait yaitu, Ibu Esti Hidayawati selaku kepala toko, Ibu Wardah selaku asisten toko, Bapak Arif Maulana selaku marketing online, dan Ibu Imas selaku konsumen toko Almeera Moslem Store Bogor.

2. Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan, sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, seperti melalui orang lain atau melalui dokumen (Sugiyono, 2019). Data yang diperoleh dari perpustakaan, buku-buku, jurnal, internet, dan artikel yang berkaitan dengan etika bisnis dan pemasaran islam. Data sekunder juga merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan oleh pihak lain misalnya bisa dalam bentuk table-tabel atau diagram-diagram.

Teknik dan Prosedur Pengumpulan Data

1. Wawancara

Menurut Tanjung dan Devi (2018:82) Mengemukakan bahwa Wawancara adalah pengumpulan data dengan bertanya jawab secara langsung kepada responden. Dan wawancara merupakan alat yang baik untuk meneliti pendapat, keyakinan, motivasi, perasaan, dan proyeksi seseorang terhadap masa depannya. Dimana teknik wawancara ini peneliti gunakan untuk memperoleh data, dan tujuan wawancara ini yaitu, untuk memperoleh informasi dengan valid dan akurat dari pihak yang dijadikan sebagai informasi.

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data yang apabila peneliti dapat melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri, atau pada pengetahuan atau keyakinan pribadi. (Sugiyono, 2019: 231). Adapun pihak yang diwawancarai oleh peneliti yaitu selaku kepala toko Ibu Esti Hidayawati pada hari sabtu, 25 september 2021, pukul 13.15 WIB. Ibu Wardah selaku asisten toko pada hari sabtu, 25 september 2021, pukul 13.40 WIB. Bapak Arif Maulana selaku marketing online pada hari sabtu, 25 september 2021, pukul 14.00 WIB, dan Ibu Imas selaku konsumen pada hari selasa 28 september 2021, pukul 11.50 WIB yang dilaksanakan di Almeera Moslem Store Bogor .

2. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2019:240) Mengemukakan bahwa dokumen merupakan cacatan peristiwa yang sudah berlalu yang bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental (historis) dari seseorang.

Teknik pengumpulan data ini dengan dokumentasi yaitu, dengan mempelajari catatan yang mengenai data pribadi responden. Dan dokumen-dokumen yang diperlukan oleh peneliti dalam pengumpulan data adalah dokumen dan catatan dari hasil wawancara terhadap pengelola bisnis busana muslim.

C. LANDASAN TEORI

1. Etika Bisnis dalam Islam

Menurut Juliyani (2016: 65) Mengemukakan bahwa Etika bisnis islam adalah sesuatu akhlak dalam menjalankan kegiatan bisnis yang sesuai dengan ajaran islam atau dengan nilai- nilai islam, sehingga dapat dalam bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran. Nilai etik, susila, moral, dan akhlak yaitu nilai- nilai yang dapat mendorong manusia menjadi pribadi yang baik dan utuh, seperti nilai kebenaran, kejujuran, keadilan, kebahagiaan, dan kasih sayang. Setiap manusia boleh mempunyai pengetahuan tentang nilai- nilai, tetapi setiap pengetahuan yang mengarahkan perilaku dan etika orang muslim hanya dengan Al- Qur'an dan hadist sebagai pedoman dalam kehidupan, termasuk dalam kegiatan berbisnis.

Etika bisnis islam sebagai nilai baik, buruk dalam dunia bisnis yang berdasarkan pada prinsip- prinsip moralitas. Dalam arti lain etika berarti seperangkat prinsip dan norma dimana pelaku harus komitmen pada prinsip dan norma dalam bertransaksi, berperilaku dalam mencapai tujuan bisnisnya dengan selamat.(Azizah, 2016: 44).

Fungsi Etika Bisnis Islam

Dalam etika bisnis islam pada dasarnya terdapat beberapa fungsi khusus yang diwajibkan oleh etika bisnis islam.

1. Etika bisnis berusaha mencari cara agar dapat menyesuaikan dalam berbagai kepentingan dalam bisnis.
2. Etika bisnis mempunyai peran dalam melakukan perubahan atau kesadaran terhadap masyarakat tentang bisnis, terutama bisnis islami. Dengan cara memberikan pemahaman dan cara pandang baru mengenai bisnis dengan menggunakan landasan nilai- nilai moralitas dan spiritualitas, yang nantinya akan terangkum dalam suatu bentuk yang bernama etika bisnis. (Juliyani 2016: 66).
3. Etika bisnis terutama etika bisnis islami yang berperan dalam memberikan suatu solusi terhadap berbagai permasalahan bisnis modern ini yang jauh dari nilai- nilai etika. Dapat diartikan bahwa suatu bisnis yang beretika itu harus benar- benar dan merujuk kepada sumbernya yaitu Al-Quran dan Sunnah.

2. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam

Etika bisnis islam merupakan suatu tata cara dalam mengelola bisnis yang berdasarkan Al- Qur'an dan Hadist serta hukum fiqih. Dan dalam pelaksanaan etika bisnis ada beberapa prinsip yang harus diterapkan oleh pelaku etika bisnis. Dapat dirincikan dengan kategori yang akan dijelaskan sebagai berikut :

1. Prinsip Tauhid

Tauhid yaitu segala sesuatu yang dilakukan oleh manusia dalam sebuah wujud penghambaan terhadap Allah SWT, yang memandu seluruh aspek kehidupan umat muslim dalam bidang sosial maupun dalam bidang ekonomi. Dalam kegiatan perekonomian, baik individu maupun kelompok serta pelaku ekonomi dan pemerintahan harus memegang erat prinsip ini agar perjalanan ekonomi sesuai dengan yang telah diajarkan dalam islam.

2. Prinsip Keadilan

Prinsip yang didalamnya mengajarkan tentang keadilan yang merupakan salah satu prinsip dasar yang harus dipegang oleh setiap manusia dalam kehidupannya. Dalam setiap kegiatan di dunia bisnis, islam mewajibkan untuk berbuat secara adil, karena dalam islam pengertian adil diarahkan agar hak orang lain, hak alam semesta, hak lingkungan sosial, dan hak terhadap Allah dan Rasulnya berlaku. Dalam prinsip ini juga mengajarkan bagaimana manusia meyakini segala yang diciptakan Allah dalam keadaan yang seimbang dan serasi. Baidowi, (2016:243).

3. Prinsip Kehendak Bebas

Prinsip kehendak bebas yaitu bagian yang penting dalam nilai etika bisnis islam. Setiap manusia memiliki kebebasan dalam segala hal, tetapi kebebasan yang dapat digunakan bukan yang tidak diperbolehkan yang dapat merugikan orang lain. Jika kehendak bebas ini di terapkan dalam bisnis, maka kehendak bebasnya dapat berupa kebebasan pelaku bisnis dapat berinovasi dalam memproduksi, dan juga dapat memiliki kebebasan dalam menciptakan target pada pasar. (Andriansyah, 2020).

4. Prinsip Tanggung Jawab

Dalam bisnis pertanggungjawab sangat penting, karena di dalam aktifitas bisnis dengan berbagai bentuk kebebasan, bukan berarti semua yang telah dilakukan selesai begitu saja saat tujuan yang dikehendaki telah tercapai, atau ketika sudah mendapatkan keuntungan. Karena semua itu perlu adanya pertanggungjawaban di waktu bertransaksi, memproduksi, jual beli, melakukan perjanjian dan lain sebagainya. Juliyani, (2016:69).

5. Prinsip Kebenaran

Menurut Andriansyah (2020) Mengemukakan bahwa Prinsip kebenaran ini sangatlah penting dalam kegiatan transaksi jual beli, karena kebenaran dalam konteks ini mengandung dua unsur, yaitu kejujuran dan kebajikan. Kejujuran dalam bisnis ditunjukkan oleh sikap jujur dalam segala proses bisnis yang dilaksanakan tanpa adanya penipuan sedikitpun. Karena dalam pelaksanaan jual beli harus mengirim barang sesuai dengan pesanan pembeli. dan barang yang dijual juga harus sesuai dengan apa yang dideskripsikan pada saat barang itu di iklankan agar tidak membuat pembeli merasa ditipu.

3. Pemasaran

Menurut Yuliati, dkk (2019:1). Mengemukakan pemasaran adalah sistem total dari suatu kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, promosi, menentukan harga, dan mendistribusikan barang dagang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai tujuan perusahaan. Dalam Hamid & Zubair, (2019) Pemasaran didefinisikan sebagai suatu usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan terhadap produk dan jasa. Pemasaran berarti suatu proses sosial yang menawarkan suatu kebutuhan dalam memberikan kepuasan yang optimal kepada konsumen dan dapat memenuhi kebutuhannya.

Menurut pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa pemasaran merupakan suatu proses pelaksanaan dan perencanaan dalam penetapan harga, promosi, produksi, distribusi dari berbagai ide, barang dan jasa yang bertujuan untuk menciptakan transaksi yang dapat memuaskan dan memenuhi kepuasan dari masyarakat.

4. Konsep Pemasaran

Menurut Sitorus, Utami (2017:9) Mengemukakan bahwa konsep pemasaran merupakan suatu falsafah manajemen dalam bidang pemasaran yang berorientasi pada suatu kebutuhan dan keinginan konsumen dengan didukung dengan kegiatan ekonomi yang berpacu untuk memberi kepuasan terhadap konsumen sebagai kunci keberhasilan dalam bisnisnya yang mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dalam Yulianti, dkk (2019:2) Menyatakan bahwa konsep pemasaran ini meliputi suatu kebutuhan, keinginan, permintaan, produksi, utilitas, nilai, dan kepuasan, pertukaran, transaksi dan hubungan pasar pemasaran dan pasar. Maka dari itu maksud dari konsep pemasaran ini sebagai orientasi pada suatu perusahaan yang menekankan bahwa tugas pokok perusahaan dalam menentukan kebutuhan dan keinginan pasar, agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Dalam kegiatan pemasaran tidak hanya fokus pada cara penjualan barang dan jasa saja, tetapi juga dalam bagaimana memasukan proses perencanaan dan penetapan harga, konsep, promosi, dan ide. (Sahla, 2019:58). Pemasaran berdasarkan pada konsep-konsep inti yaitu, sebagai berikut :

1. Kebutuhan (needs)
2. Keinginan (wants)
3. Permintaan (demands)
4. Produk (barang, jasa dan gagasan)
5. Nilai
6. Harga
7. Kepuasan
8. Pertukaran
9. Transaksi
10. Hubungan dan jaringan
11. Pasar serta pemasar
12. Prospek calon pembeli

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Praktik Pemasaran Busana Muslim Di Almeera Moslem Store Bogor

1. Prinsip Tauhid

Prinsip tauhid yaitu segala sesuatu yang dilakukan oleh manusia dalam sebuah wujud penghambaan terhadap Allah SWT, yang memandu seluruh aspek kehidupan umat

muslim dalam bidang sosial maupun dalam bidang ekonomi. Dalam kegiatan perekonomian, baik individu maupun kelompok serta pelaku ekonomi dan pemerintahan harus memegang erat prinsip ini agar perjalanan ekonomi sesuai dengan yang telah diajarkan dalam islam. Sehingga tujuan usaha bukan semata-mata untuk mencari keuntungan atau kepuasan materi dan kepentingan pribadi melainkan untuk mencari keridhaan Allah SWT. Karena pada dasarnya segala aktivitas perekonomian terutama syariah harus mengacu terhadap ketauhidan terhadap Allah. Berdasarkan dari hasil wawancara pada toko Almeera Moslem Store Bogor telah menerapkan prinsip tauhid ini dengan selalu bersikap jujur dalam memasarkan produk yang mereka jual, dan selalu menjelaskan spesifikasi barang secara detail kepada konsumen, melalui pemasaran online yang bertujuan agar konsumen merasa puas dengan barang yang dipasarkan.

2. Prinsip Keadilan

Prinsip yang didalamnya mengajarkan tentang keadilan yang merupakan salah satu prinsip dasar yang harus dipegang oleh setiap manusia dalam kehidupannya. Dalam setiap kegiatan di dunia bisnis, islam mewajibkan untuk berbuat secara adil, karena dalam islam pengertian adil diarahkan agar hak orang lain, hak alam semesta, hak lingkungan sosial, dan hak terhadap Allah dan Rasulnya berlaku. Dalam kegiatan bisnis prinsip keadilan ini sangat peting karena menuntut seseorang untuk bersikap adil dalam berbisnis, agar masyarakat dapat merasakan manfaat dari bisnis yang dijalankan dan tidak ada rasa dirugikan. Berdasarkan hasil wawancara, Almeera Moslem Store Bogor telah menerapkan etika bisnis islam dalam prinsip keadilan karena tidak membedakan konsumen dari segi apapun dalam memasarkan produk yang mereka jual.

3. Prinsip Kehendak Bebas

Prinsip kehendak bebas yaitu bagian yang penting dalam nilai etika bisnis islam. Setiap manusia memiliki kebebasan dalam segala hal, tetapi kebebasan yang dapat digunakan bukan yang tidak diperbolehkan yang dapat merugikan orang lain. Jika kehendak bebas ini di terapkan dalam bisnis, maka kehendak bebasnya dapat berupa kebebasan pelaku bisnis dapat berinovasi dalam memproduksi, dan juga dapat memiliki kebebasan dalam menciptakan target pada pasar. Didasarkan pada kaidah islam kegiatan bisnis menjadi segala sesuatu dibolehkan sepanjang tidak ada dalil yang melarangnya. Kehendak bebas dalam praktik pemasaran dapat diterapkan dalam penentuan harga, produk, perlakuan dan kebijakan ekonomi yang dikeluarkan dalam kegiatan pemasarannya. Berdasarkan Dari hasil wawancara mengenai produksi pada bisnis busana muslim, dapat disimpulkan bahwa barang yang ada ditoko Almeera Moslem Store Bogor merupakan bukan barang produksi sendiri. Dan barang yang dijual ditoko tersebut merupakan barang distributor dari beberapa merk pakaian yang dipasarkan kembali. Dan untuk meningkatkan usaha dalam volume penjualan toko Almeera Moslem Store Bogor melakukan promosi dengan selalu update model terbaru dalam memasarkan produknya, dishare ke member dan selalu mengadakan promo diweekend dan disetiap bulannya.

4. Prinsip Tanggung Jawab

Prinsip Pertanggung jawab yaitu, sesuatu yang meliputi pertanggung jawaban antara perorangan atau individu didalam masyarakat. Manusia dalam bermasyarakat diwajibkan melaksanakan kewajibannya untuk menciptakan kesejahteraan antar anggota secara keseluruhan dan bertanggung jawab dalam pemerintahan. Dalam kegiatan ekonomi pelaku bisnis diwajibkan melaksanakan kewajibannya dalam bisnis yang sedang dijalankan, agar dapat berjalan dengan baik. Konsep ini sangat ditekankan dalam islam, karena pelaku bisnis atau pedagang diwajibkannya bertanggung jawab kepada konsumen dalam hal memasarkan suatu produk. Dalam islam bukan hanya dalam kegiatan bisnis saja yang harus dipertanggung jawabkan melainkan harus bertanggung jawab kepada Allah SWT di akhirat kelak. Dari hasil wawancara kepada narasumber toko Almeera Moslem Store Bogor telah menerapkan prinsip tanggung jawab ini, karena dalam kegiatan pemasaran produk ditoko tersebut, apabila terdapat konsumen yang komplain karena terdapat kecatatan pada produk yang sudah dibeli maka bisa di retur kembali dengan alasan harus memberikan bukti terlebih dahulu dan menjelaskan seperti apa kecatatannya.

5. Prinsip Kebenaran

Prinsip kebenaran ini sangatlah penting dalam kegiatan transaksi jual beli, karena kebenaran dalam konteks ini mengandung dua unsur, yaitu kejujuran dan kebajikan. Kejujuran dalam bisnis ditunjukkan oleh sikap jujur dalam segala proses bisnis yang dilaksanakan tanpa adanya penipuan sedikitpun. Karena dalam pelaksanaan jual beli harus mengirim barang sesuai dengan pesanan pembeli. dan barang yang dijual juga harus sesuai dengan apa yang dideskripsikan pada saat barang itu di iklankan agar tidak membuat pembeli merasa ditipu. Sedangkan kebijakan dalam bisnis ditujukan dengan sikap kerelaan dan sikap keramahan dalam bermuamalah. Dalam kegiatan berbisnis konsep kebenaran ini sangat diutamakan karena kebenaran yang dimaksud yaitu niat, sikap, dan perilaku yang benar dalam proses akad, pemasaran, transaksi dalam proses meraih atau menetapkan keuntungan untuk mendukung keberhasilan kinerja perusahaan. Berdasarkan dari hasil wawancara kepada narasumber, toko Almeera Moslem Store sudah menerapkan prinsip kebenaran dalam kegiatan bisnis nya dengan selalu berperilaku baik dan selalu bersikap ramah dalam pelayanan dan pemasaran produk yang dijual kepada konsumen yang datang. Karena itu sudah menjadi kewajiban dalam setiap kegiatan bisnis agar dapat menjalin hubungan yang baik antar pelaku bisnis dengan konsumen.

2. Konsep Pemasaran Ditoko Almeera Moslem Store Bogor

Adapun konsep pemasaran yang telah dilaksanakan dalam kegiatan pemasaran pada Almeera Moslem Store Bogor.

1. Pemasaran produk

Dalam suatu aktivitas pemasaran secara online pelaku bisnis harus profesional dalam memasarkan produknya termasuk dalam menjelaskan dan mendeskripsikan barang

yang akan di jual. Dari hasil wawancara kepada narasumber toko Almeera Moslem Store Bogor dalam pemasaran secara online selalu menjelaskan produknya secara detail kepada konsumen. Dan selalu update barang baru, agar konsumen merasa puas dengan pelayanan di toko tersebut.

2. Harga

Dalam kegiatan pemasaran terdapat strategi penetapan harga, karena harga merupakan hasil dari produk dengan menggunakan nilai berupa mata uang. Dari hasil wawancara kepada narasumber toko Almeera Moslem Store Bogor menggunakan harga tetap dari pusat karena toko tersebut merupakan distributor, dan untuk harga jual di toko tersebut ditentukan dengan survey terlebih dahulu ke pasaran dan kepada masyarakat. Adapun mengenai penawaran harga pada produk yang dipasarkan, dalam toko Almeera Moslem Store Bogor tidak di perbolehkan untuk menawar karena barang yang di jual sudah menggunakan harga tetap, dan jika ingin dapat potongan harga harus menjadi member terlebih dahulu.

3. Transaksi

Setiap kegiatan perekonomian pasti melakukan transaksi yang dilaksanakan pada proses jual beli. Dalam setiap proses transaksi tentu ada sistem pembayaran yang dilakukan dalam setiap bisnisnya, sistem pembayaran merupakan suatu hubungan dengan pemindahan sejumlah nilai uang dari satu pihak ke pihak yang lain. Berdasarkan dari hasil wawancara kepada narasumber bahwa toko Almeera Moslem Store Bogor menggunakan sistem pembayaran debit, cash, dan transfer tidak menerima pembayaran kredit.

4. Kepuasan

Dalam kegiatan bisnis terkadang masih ada permasalahan antar penjual dan pembeli, terkait ketidakpuasan konsumen terhadap produk yang dijual karena tidak sesuai dengan keinginan konsumen mulai dari kualitas sampai dengan harga yang cukup mahal, Maka dari itu pelaku bisnis harus bisa menyikapinya dengan baik dan tidak boleh memaksa konsumen untuk membeli produknya. Berdasarkan hasil wawancara kepada narasumber terkait ketidakpuasan konsumen terhadap produk yang dipasarkan, hal seperti itu terkadang terjadi didalam toko Almeera Moslem Store Bogor namun jarang, tetapi toko tersebut belum mendapatkan solusinya.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian dan pembahasan bab-bab sebelumnya serta dari hasil penelitian yang didapat dengan teknik wawancara, maka dapat ditarik kesimpulan mengenai etika bisnis islam terhadap praktik pemasaran busana muslim di Almeera Moslem Store Bogor, sebagai berikut :

1. Penerapan etika bisnis islam dalam praktik pemasaran busana muslim yang dilakukan di Almeera Moslem Store Bogor telah sepenuhnya menerapkan dalam setiap kegiatan bisnis nya. Prinsip-prinsip etika bisnis yang telah terpenuhi yaitu prinsip tauhid, prinsip

keadilan, prinsip kehendak bebas, prinsip tanggung jawab, dan prinsip kebenaran. Dalam kesesuaian pada prinsip-prinsip etika bisnis islam ini ditunjukkan oleh pelaku bisnis dalam kegiatan pemasarannya, yang diniatkan untuk ibadah, serta untuk keberkahan didunia maupun diakhirat dengan selalu bersikap jujur dalam memasarkan produk, tidak membedakan konsumen dari segi apapun, dalam produktifitas pelaku usahanya, pertanggung jawaban dalam memasarkan produk, dan selalu bersikap ramah tamah dan sopan kepada konsumen.

2. Penerapan konsep pemasaran dalam islam pada Almeera Moslem Store Bogor, telah sepenuhnya dilakukan dalam setiap kegiatan pemasarannya seperti halnya, dalam pemasaran produk, penetapan harga, dan transaksi. Penerapan konsep pemasaran islam ini bertujuan untuk mencapai kebahagiaan duniawi dan akhirat, serta dapat mewujudkan nilai keadilan sosial ekonomi. Tetapi terdapat satu hal yang belum sepenuhnya sesuai dengan konsep pemasaran islam, yaitu terkait ketidakpuasan konsumen, karena dalam hal tersebut Almeera Moslem Store Bogor belum mendapatkan solusi yang terbaik untuk menghadapi konsumen jika hal itu terjadi dalam kegiatan transaksi.

DAFTAR PUSTAKA

- Azizah, M. (2016). Etika Perilaku Periklanan Dalam Bisnis Islam. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 3(1), 37-48.
- Baidowi, A. (2016). Etika Bisnis Perspektif Islam. *Jurnal Hukum Islam*.
- Hamid, A., & Zubair, M. K. (2019). Implementasi Etika Islam Dalam Pemasaran Produk Bank Syariah. *BALANCA: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(1), 16-34.
- Juliyani, E. (2016). Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ummul Qura*, 7(1), 63-74.
- Kusmidi, H. (2016). Konsep Batasan Aurat Dan Busana Muslimah Dalaperspektif Hukum Islam. *El-Afkar: Jurnal Pemikiran Keislaman Dan Tafsir Hadis*, 5(2), 97-106
- Sahla, H. (2019). Konsep Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Pionir*, 5(2).
- Sitorus, Utami (2017). *Strategi Promosi Pemasaran*
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Tanjung, H. & Devi, A. (2018). *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. Bekasi : Gramata Publishing.
- Wahidmurni, W. (2017). Pemaparan Metode Penelitian Kualitatif.
- Yuli Andriansyah, S. E. (2020). Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Di Bukalapak (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Yulianti.F. Iamsah, dan Periyadi. *Manajemen pemasaran*. Yogyakarta : CV Budi Utami
- Yunia, N. (2020). Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Menjalankan Usaha Kecil. *Aksioma Al-Musaqoh: Journal Of Islamic Economics And Business Studies*, 1(1).

