



MANAJEMEN PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA TOKO GALERY JAM TANGAN MELALUI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Vina Putri Agustiyani^{1*}, Riki Renaldo²

^{1,2}Program Studi Ekonomi Syariah STEBI Tanggamus Lampung

^{1,2}Jl. Soekarno Hatta (Islamic Center) Terbaya, Kota Agung, Tanggamus

E-mail: Vinaputri485@gmail.com^{1*}, RikiRenaldo23@gmail.com²

Abstrak

Penggunaan media sosial di Indonesia pada tahun 2024 mencapai 160 juta jiwa atau 59% dari total penduduk di Indonesia telah mencapai 275 juta jiwa. Platform media sosial yang paling banyak digunakan pertama adalah Whatsapp sebanyak 90% sedangkan Instagram diurutan kedua dengan total 85%. Dari data tersebut penggunaan media sosial untuk meningkatkan penjualan onlineshop, karena mayoritas penduduk di Indonesia terutama kaum milenial memanfaatkan Instagram sebagai media penjualan. Dengan semakin meningkatnya angka penggunaan media sosial Instagram maka semakin banyak pesaing toko onlineshop di Instagram. Untuk itu pelaku bisnis seorang islam perlu menerapkan etika bisnis islam, etika bisnis islam merupakan sejumlah perilaku etis bisnis (akhlak al Islamiyah) yang dibungkus dengan nilai-nilai syariah yang mengedepankan yang halal dan menjauhkan yang haram, dengan tujuan mendapatkan Ridha-Nya Allah. Pada penelitian ini yang akan dibahas adalah bagaimana strategi penjualan Galery Jam Tangan di Instagram menurut Etika Bisnis Islam dan bagaimana penerapan Etika Bisnis Toko Galery Jam Tangan melalui sudut pandang Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Manajemen strategi penjualan Galery Jam Tangan di Instagram menurut Etika Bisnis Islam dan mengetahui penerapan etika bisnis Galery Jam Tangan melalui sudut pandang Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam. Penelitian yang dilakukan ini merupakan penelitian yang jenis dan sifatnya deskriptif, riset kepustakaan dan kualitatif. Hasil penelitian Strategi Marketing Toko Galery Jam Tangan Bandar Lampung memasarkan produk melalui aplikasi sosial media Instagram dengan cara mempromosikan barang yang dijual, dengan mengedepankan keunggulan atau kualitas produk.

Kata kunci: Etika Bisnis Islam, Manajemen, Instagram, Media Sosial.

Abstract

The use of social media in Indonesia in 2024 will reach 160 million people or 59% of the total population in Indonesia which has reached 275 million people. The first most used social media platform is WhatsApp with 90%, while Instagram is in second place with a total of 85%. From this data, the use of social media to increase online shop sales, because the majority of the population in Indonesia, especially millennials, use Instagram as a sales medium. With the increasing number of users of Instagram social media, there are more and more competitors for online shops on Instagram. For this reason, Muslim business people need to apply Islamic business ethics. Islamic business ethics are a number of ethical business behaviors (akhlak al Islamiyah) wrapped in sharia values that prioritize the halal and avoid the haram, with the aim of gaining Allah's

pleasure. In this research, what will be discussed is the sales strategy for the Watch Gallery on Instagram according to Islamic Business Ethics and how to apply the Watch Gallery Shop Business Ethics from the perspective of the Principles of Islamic Business Ethics. The purpose of this research is to determine the Management of the Watch Gallery's sales strategy on Instagram according to Islamic Business Ethics and determine the application of the Watch Gallery's business ethics from the perspective of the Principles of Islamic Business Ethics. The research carried out is descriptive, library research and qualitative in nature. The results of research on the Marketing Strategy of the Bandar Lampung Watch Gallery Store market products through the social media application Instagram by promoting the goods being sold, prioritizing the superiority or quality of the product.

Keywords: Islamic Business Ethics, Management, Instagram, Social Media.

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis yang begitu cepat dan dinamis serta ilmu pengetahuan dan teknologi membuat banyak pelaku bisnis dalam penggunaan internet, karena penggunaan internet ini memberikan banyak kemudahan yang diberikan dalam berbisnis melalui media sosial seperti menghemat waktu, biaya, dan transaksi yang dilakukan tanpa batasan waktu. Seiring adanya globalisasi, maka dunia bisnis mau tidak mau harus mengikuti keadaan yang semakin modern saat ini. Oleh karena itu, perusahaan yang melakukan aktivitas bisnisnya tentu harus mengikuti norma-norma dan aturan yang berlaku pada zaman sekarang. Kegiatan bisnis penuh dengan pasang surut, siasat, taktik maupun cara-cara strategis dan bahkan saling jejal antarpesaing sering kali terjadi [1]. Salah satu toko *onlineshop* yang ikut merasakan manfaatnya dan kemajuan teknologi media sosial instagram yaitu Galery Jam Tangan Bandar Lampung. Dalam menghadapi persaingan harus menerapkan etika bisnis yang baik dan benar, guna lebih meyakinkan lagi maka penerapan etika bisnis didasari dengan landasan ayat-ayat al-qur'an dan hadis berkaitan ekonomi islam untuk melancarkan pendapatan bisnisnya dan kepercayaan yang penuh. Meskipun sudah sukses, Galery Jam Tangan memiliki banyak persaingan dalam penjualannya.

Perilaku yang baik mengandung kerja yang baik sangatlah dihargai dan dianggap sebagai suatu investasi bisnis yang benar-benar menguntungkan. Karena hal itu akan menjamin adanya kedamaian di dunia dan juga kesuksesan di Akhirat [2]. Islam menekankan adanya nilai-nilai moralitas seperti persaingan yang sehat, keterbukaan, kejujuran dan keadilan. Dengan implementasi terhadap nilai-nilai tersebut merupakan tanggung jawab bagi setiap pelaku bisnis. Sehingga perilaku dalam berdagang atau berbisnis juga tidak lepas dari adanya nilai moral atau nilai etika bisnis. Terealisasinya nilai moral dan etika pada bisnis dalam islam telah menciptakan suatu bangunan bisnis yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan yang sebesar-besarnya. Tetapi lebih menekankan pada pencapaian keuntungan yang bersifat jangka panjang atau dunia akhirat.

Seseorang muslim sangat dituntut untuk bersikap amanah dalam kondisi, baik ketika jual beli maupun menimbang dan menakar, karena dalam Al-Qur'an terdapat banyak surat-surat yang menganjurkan setiap umat muslim harus menjaga amanah. Apabila seorang pedagang mampu menjaga sikap amanah maka secara tidak langsung pedagang tersebut akan dipercayai banyak pelanggan. Pada akhirnya pelanggan merasa sangat nyaman untuk berbelanja ditempatnya dan membuat keuntungan tersendiri. Dari Mu'adz bin Jabal radhiyallahu'anhu, ia berkata: Rasulullah shallallahu alaihi wasallam bersabda [3]:

إن أطيّب الكسب كسب التجار الذي إذا حدثوا لم يكذبوا و إذا اتّمنوا لم يخونوا و إذا وعدوا لم يخلفوا و إذا اشتروا لم يذموا و إذا باعوا لم يظروا و إذا كان عليهم لم يمتلوا و إذا كان لهم لم يعسروا).

Artinya: “Sesungguhnya sebaik-baik penghasilan ialah penghasilan para pedagang yang mana apabila berbicara tidak bohong, apabila diberi amanah tidak khianat, apabila berjanji tidak mengingkarinya, apabila membeli tidak mencela, apabila menjual tidak berlebihan (dalam menaikkan harga), apabila berhutang tidak menunda-nunda pelunasan dan apabila menagih hutang tidak memperberat orang yang sedang kesulitan.” (Diriwayatkan oleh Al-Baihaqi di dalam Syu’abul Iman, Bab Hifzhu Al-Lisan IV/221)

Menyikapi Hadits di atas, para pedagang hendaknya bersikap jujur, menghindari penipuan, tidak berbohong, tidak ingkar janji, dan lainlain. Pada intinya para pedagang, diharapkan untuk bersikap apa adanya di dalam suatu sistem transaksi. Mereka berbicara apa adanya perihal keadaan barang, harga barang, dan memberikan info-info yang positif kepada para pembeli [4].

Untuk itu dalam berbisnis harus mempunyai etika bisnis yang baik salah satunya dilihat dari pandangan Islam, Islam senantiasa mengajarkan akan pentingnya nilai-nilai spiritual tanpa meninggalkan nilai-nilai material dan kehidupan umatnya. Hal ini yang menjadi suatu landasan dasar bahwa umat islam harus menjadikan keduanya sebagai satu kesatuan dalam mencapai tujuan kebahagiaan baik di dunia dan di akhirat kelak. Dalam hal ini kehadiran Islam bukan untuk diingkari melainkan dipatuhi, islam tidak mempercayai kehidupan yang hanya berorientasi pada akhirat tanpa memikirkan materi tanpa memikirkan akhirat [5].

Di tahun 2016, Instagram memunculkan profil bisnis yang memberikan perhatian terhadap penggunanya. Terlebih lagi bagi mereka yang memang menggunakan Media Sosial sebagai berjualan secara online salah satunya menggunakan Instagram. Terbukti hingga 2018, 25 juta pengguna tercatat menggunakan profil bisnisnya melalui Instagram. Begitu banyak manfaat yang bisa dinikmati oleh pelaku usaha dengan menggunakan profil bisnis pada Instagram karena lebih dari 200 juta pengguna Instagram diseluruh dunia membuka setidaknya satu profil bisnis setiap hari. Hal itu tentu memudahkan pelaku bisnis dalam mempromosikan dan menjualkan produk. Terbukti 60% orang mengaku menemukan produk baru di Instagram [6]. Semakin meningkatnya tingkat pemasaran online dengan penggunaan media sosial instagram, tentu bertambah angka penipuan onlineshop di media sosial Instagram. Menurut statistik Patroli siber di sepanjang tahun 2019 telah menerima ribuan laporan kejahatan siber yang dilaporkan oleh masyarakat Indonesia. Tercatat periode Januari 2019 – Januari 2020 terdapat 1.617 kasus penipuan online. Adapun kasus kejahatan siber yang dilaporkan banyak terjadi di patform Instagram dengan 534 laporan, WhatsApp 413 laporan dan Facebook 304 laporan. Dengan ini masih banyak pelaku bisnis belum menerapkan bagaimana etika dalam bisnis yang baik dan benar tanpa merugikan konsumen. Penipuan onlineshop dilakukan hanya untuk mendapatkan keuntungan pribadi, yang seharusnya memberikan pelayanan dan kepuasan terhadap suatu produk kepada konsumen.

Berdasarkan fenomena yang terjadi pada saat ini tingkat pemasaran online yang berkembang pesat, banyak sekali bentuk penipuan di media sosial untuk menjual suatu barang guna penipuan dalam berbisnis online. Maka dari itu peneliti tertarik mengambil judul tersebut untuk melakukan penelitian tentang penerapan etika bisnis islam pada toko Galery Jam Tangan Bandar Lampung melalui pemanfaatan media sosial Instagram. Hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran yang bermanfaat bagi bidang keilmuan ekonomi islam, dapat memberi kesempatan untuk menambah wawasan dan pengetahuan lebih mendalam. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan informasi penelitian lebih lanjut, penelitian ini dapat menjadi tambahan pembendaharaan bacaan, menambah pengetahuan, dan refrensi lain yang membutuhkan. Selain itu peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperbaiki beberapa kelemahan dalam penelitian ini. Bagi pelaku bisnis (Owner) Galery Jam Tangan Bandar Lampung, diharapkan dapat memberikan masukan bagi para pelaku bisnis Onlineshop lainnya tentang hal-hal yang berkaitan dengan etika bisnis menurut perspektif ekonomi

islam. Terkait dengan konsumen atau pelanggan diharapkan mereka dapat melakukan pembelian produk di instagram dengan lebih teliti terkait dengan tanggung jawab dan tingkat kepercayaan yang diberikan oleh toko Onlineshop tersebut.

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Etika Bisnis

Menurut K.Bertens, Teori Etika bisnis merupakan terwujud dalam kesadaran moral (moral consciouness) yang memuat keyakinan ‘ benar dan tidaknya’ sesuatu. Perasaan yang muncul bahwa ia akan salah bila melakukan sesuatu yang diyakininya tidak benar, berangkat dari norma-norma. moral dan perasaan self-respect (menghargai diri) bila ia meninggalkannya, maka tindakannya itu harus ia pertanggung jawabkan pada dirinya sendiri. Begitu juga dengan sikapnya terhadap orang lain bila pekerjaannya tersebut mengganggu atau sebaliknya mendapatkan pujian [7]. Dalam etika bisnis terdapat prinsip-prinsip yang harus dipatuhi yaitu prinsip otonomi, kejujuran, keadilan, saling menguntungkan dan integritas moral. Prinsip otonomi merupakan kemampuan seseorang bertindak tanpa dipengaruhi oleh orang lain. Segala tindakannya berdasarkan pada kesadaran dirinya sendiri Prinsip kejujuran menekankan sifat terbuka dalam memenuhi syarat-syarat bisnis. Prinsip keadilan berarti bahwa segala kegiatan dan penilaian terhadap bisnis harus diamati secara objektif, rasional, dan penuh tanggung jawab. Prinsip saling menguntungkan berarti bahwa di dalam bisni tidak ada pihak yang dirugikan. Sedangkan prinsip integritas moral berkaitan dengan pemenuhan standar moralitas yang berlaku di masyarakat.

2.2. Etika Bisnis Islam

Dalam etika bisnis islam mempunyai literature dan sumber utamanya adalah Al-Qur’an dan sunah rasul. Pelaku-pelaku bisnis diharapkan bertindak secara etis dalam berbagai aktivitasnya. Setiap usaha bisnis yang dilakukan seorang islam bisa menjadi ibadah yang berpahala, dimaksudkan untuk mendapatkan keridhaan Allah semata. Kaidah fikihnya menyebutkan; Al-umuru bi mawashidiha (semua urusan (perkara) itu tergantung kepada tujuannya). Salah satu dari akhlak yang baik dalam bisnis islam adalah kejujuran. Kejujuran adalah elemen pokok dalam mencapai suksesnya suatu bisnis di kemudian hari. Etika bisnis dalam Islam merupakan nilai-nilai etika Islam dalam aktivitas bisnis yang telah disajikan dari perspektif Al-Qur’an dan hadis, yang bertumpu pada enam prinsip terdiri dari kebenaran, kepercayaan, ketulusan, persaudaraan, pengetahuan dan keadilan [8]. Bisnis islam adalah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya karena aturan halal dan haram. Maka akan tidak bijaksana jika seorang muslim hanya bekerja mencari nafka dengan memisahkan antara bisnis dan ibadah. Bisnis dalam islam atau bisnis syariah adalah bisnis yang berdasarkan pada Al-Qur’an dan hadis di mana terdapat kesesuaian kegiatan bisnis dengan syariah islam sebagai ibadah kepada Allah Taala untuk mendapatkan rida-Nya. Dalam kata lain, etika bisnis dalam Islam adalah sejumlah perilaku etis bisnis (akhlaq al Islamiyah) yang dibungkus dengan nilai-nilai syariah yang mengedepankan halal dan haram. Jadi perilaku yang etis ialah perilaku yang mengikuti perintah Allah dan menjauhi larangannya

2.3. Dasar Hukum Etika Bisnis Islam

Banyak ayat-ayat Al-Qur’an yang berbicara tentang hukum dan etika bahkan dalam hukum-hukum Islam unsur etikanya yang jelas. Dalam hal ini Al-Qur’an telah memberikan petunjuk tentang hubungan antara pelaku bisnis. Hal itu dapat memberikan I’tikad yang baik dalam transaksi demi terjalinnya hubungan yang harmonis tanpa harus saling mencurigai antara pelaku bisnis dan pembeli.

Berikut ini adalah beberapa ayat-ayat Al-Qur'an yang berhubungan dengan etika bisnis, salah satunya setiap transaksi yang dilakukan harus didasari dengan saling meridhai. Sebagaimana firman Allah dalam Qs. An-Nissa ayat 29 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh Allah Maha Penyayang kepadamu.” (Qs. An-Nissa ayat 29)

Dalam ayat lain, Allah juga menganjurkan berlaku adil. Karena keadilan itu merupakan salah satu fondasi kokoh yang memasuki semua aspek ajaran berupa akidah, syariah, dan akhlak (moral). Sebagaimana disebutkan dalam firman Allah SWT:

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 : 90.

Tafsir Ayat di atas menjelaskan larangan Allah Swt mengkonsumsi harta dengan cara-cara yang batil. Kata batil oleh Al-Syaukani dalam kitabnya Fath Al-Qadir, diterjemahkan ma laisa bihaqqin (segala apa yang tidak benar). Bentuk batil ini sangat banyak. Dalam konteks ayat di atas, sesuatu disebut batil dalam jual beli jika dilarang oleh syara'. Adapun perdagangan yang batil jika di dalamnya terdapat unsur “Maghrib” yang merupakan singkatan dari maisir (judi), gharar (penipuan), riba dan batil itu sendiri. Lebih luas dari itu, perbuatan yang melanggar nash-nash syar'i, juga dipandang sebagai batil seperti mencuri, merampok, korupsi dan sebagainya [9].

2.4. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis

a. Prinsip Kejujuran

Kejujuran merupakan nilai yang paling mendasar dalam mendukung keberhasilan suatu perusahaan. Baik kejujuran atas harga yang layak dan kejujuran atas mutu yang dijual.

b. Prinsip Keadilan

Kemampuan pelaku bisnis untuk menciptakan keseimbangan dalam transaksi seperti mengenai takaran maupun timbangan dan bebas dari riba dan monopoli.

c. Prinsip Otonomi

Prinsip otonomi adalah kemampuan pengusaha bisa mengambil keputusan serta tindakan yang semestinya. Pengusaha tidak boleh bertentangan dengan nilai moral dan norma yang berlaku dalam kehidupan masyarakat.

d. Prinsip Integritas Moral

Integritas moral dalam penerapannya dilakukan kepada seluruh lapisan yang ada di perusahaan. Integritas yang tinggi akan membuat kepercayaan masyarakat bertambah, begitupun sebaliknya jika ada satu atau beberapa anggota dari perusahaan yang melakukan hal yang bertentangan dengan moral maka semua yang berada di dalam perusahaan akan terkena imbas.

e. Prinsip Saling Menguntungkan

Prinsip saling menguntungkan adalah dimana semua pihak harus saling memutuskan satu sama lain. Prinsip ini menjelaskan bahwa seluruh elemen yang berada di dalam perusahaan

baik bawahan hingga atasan tidak seharusnya mencampuradukan urusan bisnis dengan urusan pribadi, dengan tujuan manajemen bisa melakukan pekerjaan secara serius dan fokus supaya visi dan misi perusahaan tercapai.

2.5. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Dalam Islam

Menurut Ulama Imam syafi'i Perinsip yang mendasari bagi suatu perilaku bisnis yang sah haruslah mencerminkan: pertama, kebebasan yang mensyaratkan seseorang memiliki hak penuh untuk melakukan tasarruf (memanfaatkan atau memindahtangankan) terhadap harta yang dimilikinya. Keadilan dan persamaan yang mensyaratkan adanya pengakuan terhadap hak-hak orang lain adalah sebuah keniscayaan dalam bisnis Islam. Dengan demikian segala bentuk eksploitasi terhadap mitra bisnis apakah dalam bentuk wan prestasi (pengingkaran janji), penangguhan pembayaran upah atau pembayaran upah di bawah standar haruslah dihilangkan. Selanjutnya berkaitan dengan bisnis yang terlarang, al-Qur'an telah menyebutkan beberapa bentuk bisnis terlarang seperti riba, garar (penipuan) yang mengambil bentuk tathfif (curang dalam timbangan, dan al-kizb (dusta), mengkonsumsi milik orang lain dengan cara yang tidak halal, tidak menghargai prestasi, partnership yang invalid, pelanggaran terhadap pembayaran gaji, penimbunan, proteksionisme, monopoli, merusak harga pasar dan lain-lain. Perilaku bisnis yang seperti ini akan melahirkan ketidakadilan, merugikan orang lain dan cepat atau lambat akan merugikan dan menghancurkan dirinya sendiri. Lebih dari itu perilaku ini merupakan sesuatu yang sangat ditolak al-Qur'an dan menghilangkan kemerdekaan manusia [10]. Etika Bisnis Islam tersebut adalah berdasarkan prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam sebagai berikut:

a. Prinsip Kesatuan (Tauhid)

Ketauhidan dan ketaatan pada syariah akan mempengaruhi individu dalam menjalani aktivitas bisnisnya, yang akan menimbulkan sikap tawakal untuk menerima hidup secara tepat tapi bukan pasrah, yaitu bahwa jika telah berusaha maka ia akan mengetahui bahwa apa yang telah dia lakukan secara maksimal pada dasarnya hasil akhirnya akan diserahkan kepada Allah SWT, dengan arti dia akan mengetahui keterbatasan dirinya dan mengetahui bahwa akan selalu ada ikut campur tangan Allah didalam setiap usaha yang dijalanannya [11].

b. Prinsip Keadilan (Keseimbangan)

Dalam ajaran Islam sangat dianjurkan untuk berbuat adil dalam berbisnis, dan melarang berbuat curang dan berbuat dzalim. Karena kecurangan bertanda kehancuran dan kunci keberhasilan bisnis adalah mendapatkan kepercayaan. Termaksud didalamnya pengurangan timbangan dan takaran, serta kewajiban untuk bersikap adil sebagaimana firman Allah SWT dalam surah berikut ini:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ ۚ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا ۚ اعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya: "Wahai orang-orang yang beriman! Jadilah kamu sebagai penegak keadilan karena Allah, (ketika) menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah kebencianmu terhadap suatu kaum mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah. Karena (adil) itu lebih dekat kepada takwa. Dan bertakwalah kepada Allah, sungguh, Allah Mahateliti terhadap apa yang kamu kerjakan." (QS. Al-Maidah: 8).

Ayat di atas merupakan perintah Allah SWT kepada orang mukmin agar melaksanakan segala urusan dengan cermat, jujur, dan ikhlas. Baik untuk urusan duniawi maupun urusan agama. Dalam persaksian, mereka harus adil menerangkan apa yang sebenarnya, tanpa memandang siapa orangnya, sekalipun akan menguntungkan lawan dan merugikan sahabat dan kerabat.

c. Prinsip Kehendak Bebas (*FreeWill*)

Kebebasan merupakan bagian penting, tetapi kebebasan tersebut jelas bersifat terbatas dan tidak membawa dampak kerugian bagi umat. Bagi individu, kebebasan akan memberikan peluang yang selebarlebarnya untuk agar selalu aktif berkarya, bekerja dalam segala potensi yang dimiliki demi mendapatkan tujuan. Dan tentunya aspek kebebasan tersebut dikorelasikan dengan kehidupan social yang ada dengan melalui zakat, infak, dan sedekah. Namun kebebasan manusia tidak mutlak, melainkan terbatas karena dalam skema etika Islam manusia adalah pusat ciptaan Tuhan. Sekaligus menjadi wakil Tuhan dimuka bumi, dengan ini bertujuan agar manusia dapat mengendalikan kehidupannya sendiri sebagai khalifah di muka bumi [12].

d. Tanggung Jawab (*Fardh/Responsibility*)

Pertanggungjawaban berarti bahwa manusia sebagai pelaku bisnis mempunyai tanggung jawab moral kepada Tuhan atas perilaku bisnisnya. Penerapan tanggung jawab dalam etika bisnis yaitu pertama, pengusaha yang berperilaku tidak etis, tidak menyalahkan karena persoalan bisnis atau karena setiap orang juga yang berperilaku tidak etis. Kedua, pelaku bisnis harus bertanggung jawab atas tindakannya. Ketiga, semua kewajiban harus diharagai, dan menepati perjanjian bisnis yang sah [13].

e. Prinsip Kebenaran, Kebajikan dan Kejujuran (*truth, goodness, honesty*)

Prinsip kebenaran ini mengandung dua unsur penting kebajikan dan kejujuran. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap, dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi) proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya dalam meraih atau menetapkan keuntungan. Dengan prinsip kebenaran etika bisnis Islam ini sangat berpengaruh dalam menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerjasama atau perjanjian dalam bisnis. Dalam Al-Qur'an keharusan bersikap jujur dalam dunia bisnis tercantum dalam Q.S Asy-Syu'ara 181-182:

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ۖ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ۖ

Artinya: "Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan (181) dan timbanglah dengan timbanga yang benar (182).

2.6. Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, dan juga menerapkan filter digital dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial lainnya. Instagram merupakan salah satu media sosial yang dapat digunakan sebagai promosi produk atau jasa.

Instagram adalah sebuah aplikasi berbasis Android yang memungkinkan penggunaanya mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik instagram sendiri. Nama Instagram berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata "insta" berasal dari kata "instan", seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih

dikenal dengan sebutan “foto instan”. Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata “gram” berasal dari kata “telegram”, dimana cara kerja telegram sendiri adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan Instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah Instagram berasal dari instan-telegram [14].

Instagram dapat menjadi tempat untuk menemukan berbagai macam informasi dari berita, hiburan, promosi produk, hingga kegiatan sehari-hari orang lain. Instagram juga dapat menjadi wadah untuk mendapatkan eksistensi bagi orang yang menggunakannya. Selain itu, Instagram merupakan media sosial yang dinilai paling efektif sebagai sarana promosi oleh pengelola industri di dunia.

METODELOGI PENELITIAN

Jenis penelitian yang dilakukan penulis adalah lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang langsung berhubungan dengan obyek yang akan diteliti. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang dapat diamati. Metode kualitatif yang menyajikan hakekat hubungan antara peneliti dan responden secara langsung dan metode ini lebih peka sehingga dapat menyesuaikan diri dan banyak penajmaan pengaruh bersama terhadap pola-pola nilai yang dihadapi peneliti. Penelitian ini mengkaji kegiatan pelaku bisnis untuk memastikan seberapa pengaruhnya etika bisnis Islam dalam UKM terhadap pemanfaatan media sosial Instagram.

3.1. Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data-data yang diperlukan dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode-metode sebagai berikut:

a. Observasi

Metode Observasi Observasi adalah sebagai suatu proses dengan cara melihat, mengamati, dan mencermati, serta merekam perilaku secara sistematis untuk suatu tujuan tertentu. Observasi adalah suatu kegiatan mencari data yang dapat dilakukan untuk memberikan suatu kesimpulan atau diagnosa.

Observasi yang peneliti lakukan ialah observasi pasif yang artinya si peneliti datang ke lokasi yang menjadi tempat penelitian, tetapi tidak ikut terlibat dalam aktivitas (jual beli) yang dilakukan oleh objek yang diamati. Dengan ini maka observasi yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu dengan cara mencatat kejadian-kejadian yang terkait dengan transaksi jual beli yang terjadi di toko Galery Jam Tangan Bandar Lampung.

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah cara pengumpulan data yang diperoleh dari dokumen-dokumen yang ada atau catatan-catatan tersimpan, baik berupa catatan transkrip buku surat kabar dan lain sebagainya. Dalam penelitian ini peneliti mengambil dokumentasi dengan cara memfoto beberapa objek dari keadaan di toko Galery Jam Tangan Bandar Lampung.

c. Metode Wawancara (Interview)

Wawancara adalah suatu pengumpulan informasi dengan cara mengajukan sejumlah pertanyaan secara lisan untuk dijawab secara lisan juga ciri utama dalam wawancara ialah adanya

kontak langsung dengan tatap muka antara pencari informasi (interviewer) dan sumber informasi (interviewee). 29 Bentuk wawancara yang dilakukan ialah wawancara dengan terstruktur dan tidak terstruktur. Cara ini dipakai guna memudahkan dalam tercapainya suatu tujuan. Dalam penelitian ini peneliti mewawancarai pengelola toko atau pemilik toko serta beberapa para karyawan di Toko Galery Jam Tangan Bandar Lampung.

3.2. Analisis Data

Analisis data adalah proses dalam penyusunan data secara sistematis yang diperoleh dari wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi serta membuat kesimpulan agar dapat dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Dalam menganalisis data, peneliti menggunakan teknik deskriptif analisis. Penelitian ini berorientasi memecahkan masalah dan melakukan pengumpulan data-data melalui wawancara dan dokumentasi kemudian menganalisis data yang terkumpul untuk mencari hubungan teori dan data yang diperoleh peneliti. Dalam penelitian ini teori yang digunakan adalah teori etika bisnis Islam.

Dalam penelitian ini, penulis akan mendeskripsikan gambaran mengenai Etika Bisnis Islam Toko Galery Jam Tangan Bandar Lampung kemudian data tersebut diolah dan dianalisis dengan pola pikir induktif yang berarti pola pikir yang berpijak pada fakta-fakta yang bersifat khusus kemudian diteliti, dianalisis dan disimpulkan sehingga pemecahan persoalan atau solusi tersebut dapat berlaku secara umum, sehingga apa yang dihasilkan dari penelitian ini dapat berlaku secara umum.

PEMBAHASAN

Analisis Etika Bisnis Islam di Toko Galery Jam Tangan Bandar Lampung Melalui Media Sosial Instagram

Galery Jam Tangan adalah outlet Jam Tangan yang dikenal oleh konsumennya sebagai penyedia Jam Tangan. Toko Galery Jam Tangan merupakan toko yang menggunakan etika bisnis Islam dan etika pemasaran Islam. Prinsip-prinsip etika bisnis Islam meliputi kesatuan, keseimbangan, kejujuran, tanggung jawab dan kebenaran. Sedangkan etika pemasaran Islam meliputi berperilaku yang baik dan simpatik (shidiq), bersikap melayani dan rendah hati (khidmah), menepati janji dan tidak curang, jujur dan terpercaya, menjaga dan mempertahankan kepercayaan (amanah), berperilaku adil dalam berbisnis (al-adl).

Toko Galery Jam Tangan Bandar Lampung mempromosikan produknya kepada customer, seperti dengan cara yaitu memperkenalkan Toko Galery Jam Tangan dan produk-produknya melalui website, brosur, spanduk dan sosial media seperti Instagram. Promosi ini disesuaikan dengan kondisi barang yang dipasarkan, cara ini dianggap paling baik dalam menawarkan produk yang mereka miliki, hal ini sesuai dengan etika pemasaran Islam yaitu tetap menjaga dan mempertahankan amanah.

Pada aplikasi Instagram sebagai media promosi, Galery Jam Tangan mencantumkan harga dan deskripsi produk yang berguna untuk memberikan informasi kepada konsumen. Di sini pemilik toko Galery Jam Tangan juga memiliki strategi untuk menarik para customer dengan cara memberikan promo diskon sampai dengan 50% pada waktu-waktu tertentu seperti akan menjelang Hari Raya Idul Fitri dan saat pergantian tahun. Jadi Toko Galery Jam Tangan Bandar Lampung sudah sesuai dengan prinsip etika bisnis yaitu tanggung jawab. Sikap melayani merupakan sikap utama dari seorang spg/spb terhadap konsumen. Tanpa sikap melayani, yang melekat kedalam kepribadiannya maka ia bukanlah seorang yang berjiwa marketing. Melekat dalam sikap melayani ini adalah sikap sopan santun dan rendah hati terhadap para customer.

Hasil obeservasi Etika Bisnis Islam di Toko Galery Jam Tangan Bandar Lampung, peneliti mengamati *service excellent* yang dijalankan oleh Spg/Spb toko seperti ketika ada pelanggan yang datang salah satu spg/spb toko mengucapkan salam kemudian melayani dengan ramah, sesuai dengan Etika Pemasaran dalam islam. Jadi spg/spb Galery Jam Tangan sudah baik dalam menjalankan *service excellent*.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan maka disimpulkan Strategi Marketing Toko Galery Jam Tangan Bandar Lampung memasarkan produk melalui aplikasi sosial media Instagram dengan cara mempromosikan barang yang dijual, dengan mengedepankan keunggulan atau kualitas produk. Dalam melakukan transaksi penjualan, Galery Jam Tangan Bandar Lampung telah memahami dan menerapkan konsep dan prinsip etika bisnis islam. Toko Galery Jam Tangan dalam menjalankan usaha ini meyakini bahwa apa yang dijual bukan semata-mata hanya untuk mendapatkan keuntungan sebagai tujuan duniawi saja, melainkan juga untuk mendapatkan keridhaan dari Allah SWT atas apa yang diusahakan. Dari hasil analisis yang dilakukan penulis, penulis memberikan saran, yaitu Kepada masyarakat untuk lebih memperhatikan prinsip kehati-hatian dalam setiap transaksi jual beli online, khususnya dalam melihat produk yang ingin dibeli pada situs jual beli online, sesuai dengan prinsip syariat Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Miliza Ghazali, *Buat Duit Dengan Facebook dan Instagram: Panduan Menjana Pendapatan Dengan Facebook dan Instagram*, (Malaysia: Publishing House, 2016), h.8.
- Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Jakarta Timur: Pustaka AlKautsar, 2005), h.42&43
- Al-Baihaqi, Syu'abul Iman (CD Maktabah Samilah), juz 4, bab Hifzhu Al-Lisan, Hadits nomor 221.
- Alwi Musa Muzaiyin, "Perilaku Pedagang Muslim Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam", dalam *Jurnal Qawanin*, Vol. 2 No. 1 (Januari 2018), h. 77-78
- Alma Bukhari, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung:Alfabeta, 2009) 48.
- Bambang Setyo Pambudi, "Penerapan Etika Bisnis Pada Usaha Kecil Dan Menengah Melalui Pemanfaatan Computer Mediated Communication/Media Social Instagram". (*Jurnal pada Teknologi* Vol.- No. 08, 2018, .3.
- K.Bertens Dkk, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Cet, ke 3. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012) h. 4.
- Fakhry Zamzam dan Havis Aravik, *Etika Bisnis Islam (Seni Berbisnis Keberkahan)*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), h.9-11
- Imam Al-Hakam, *Tafsir Alhakam: Dalil AL-Qr'an tentang Etika*, Celeban Timur: Yogyakarta:45.
- Azhari Akmal Tarigan, *Dari Etika Ke Spiritualitas Bisnis Tela'ah Isu-Isu Aktual Dan Masa Depan Pendidikan Tinggi Ekonomi Islam*, PENERBIT IAIN PRESS ISBN 978-979-3020-38-9 h.
- Abdul Aziz, "Etika Bisnis Perspektif Islam" (Alfabeta: Bandung, 2013), h.20
- Syahrudin, *Etika Bisnis dalam Perspektif Hukum Islam; Studi Membangun Sistem Ekonomi yang Humanis*, (Makasar: UIN Alauddin Makasar), 2014.
- Susilowati, "Analisis Etika Bisnis Para Pedagang Muslim di Pasar Totokaton Tulang Bawang Barat", *Skripsi Kearsipan Perpustakaan Pusat IAIN Raden Intan Lampung*, 2015. h.46
- Maria Ulfa, *Efektifitas Instagram Dalam Mempromosikan Penjualan Kamar Batiqa Hotel Pekanbaru*, *Jom Fisip* Vol. 5 No. 1 – April 2018, h. 5.