

## BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Gambaran Umum Objek Penelitian

#### 1. Sejarah Maxalminuz Clothing

*Maxalminuz Clothing* adalah usaha yang bergelut di bidang jasa pembuatan disain sablon kaos, jaket, kemeja, dan blezer. *Maxalminuz Clothing* dalam usaha ini tidak menjual jasa desain sablonnya saja melainkan mulai bahan mentah sampai barang jadi dia yang mengerjakan. Seperti, pembelian bahan kain, sablon, sampai menjahit. Dalam pemesanan barang, konsumen menerima bersih atau barang siap pakai. Sistem yang digunakan dalam penjualan *online* adalah *pre-order*. *Pre-order* adalah barang tidak *ready stok* atau pesan dan pembayaran dilakukan di depan atau belakang dan barang diserahkan kemudian. Akan tetapi bagi para penjual tangan kedua (*seller*), biasanya menerapkan sistem *down payment* atau biasa disebut uang muka, misalnya membayar 30% sampai 50% dari harga yang dipesan.<sup>1</sup>

*Maxalminuz Clothing* berdiri pada tahun 2013, sudah dikenal oleh banyak orang, terkhusus di kalangan anak milenial yang banyak memanfaatkan jasa desain dari *maxalminuz clothing*. Pada tahun 2013 *maxalminuz clothing* menggunakan *facebook* sebagai media pemasaran jasa desain di dunia maya. Pemasaran yang dimulai tahun 2013 melalui *facebook* ini, memiliki pengaruh insentif terhadap pemesanan barang intensif. Kenyataannya dengan cara *memposting* beberapa hasil desain gambar ke akun *facebook*. *Maxalminuz clothing* dapat mengetahui respon *like* dan komentar atas desain gambar dari para pengikut sosial media melalui akun tersebut. *Maxalminuz clothing* memulai usaha sablon dari lingkup kecil, melalui proses penawaran jasa desain sablon kepada teman-teman terdekat. Awal

---

<sup>1</sup> Risky Ramadani, wawancara oleh penulis, 05 November 2019, wawancara 3, transkrip.

menjalankan usaha sablon, dalam hal *marketing* jasa desain menggunakan cara penyampaian dari mulut ke mulut (*mouth to mouth*) untuk memperkenalkan jasa desain kepada suatu perkumpulan dan teman-teman terdekat. Metode *marketing mouth to mouth* berjalan selama dua setengah tahun sejak awal berdirinya *maxalminuz clothing*. Dalam perjalanan usaha desain, tidak berjalan dengan mulus, banyak hambatan yang dihadapi oleh saudara Risky. Saudara Risky adalah salah satu pembisnis asal Kudus yang menfaatkan *facebook* sebagai media pemasarannya dan sebagai media komunikasi utama dalam memasarkan produk hasil kreasinya. Terutama dalam proses pemasaran desain yang belum banyak dikenal oleh orang-orang. Tetapi setelah selang beberapa tahun memasarkan dari mulut ke mulut, saudara Risky mempunyai ide untuk memanfaatkan media sosial yaitu *Facebook*, untuk memasarkan desain buatannya. Alasan saudara Risky memanfaatkan akun sosial berupa *Facebook* sebagai media pemasaran adalah karena minat pengguna *facebook* sangatlah banyak, terutama kalangan anak-anak muda. Biaya yang dikenakan saudara Risky pun relatif terjangkau, waktu dan tempat pemasaran lebih fleksibel. Segmen pasar yang dibidik adalah para remaja, yang tingkat emosionalnya tinggi sehingga mudah dalam proses penawaran jasa desain. Rata-rata konsumen yang menggunakan jasa desain sablon berasal dari kalangan anak muda.<sup>2</sup>

Sebagai anak muda yang memiliki jiwa *interpreneur*, saudara Risky berfikir secara inovatif dalam melihat perkembangan teknologi komunikasi dan informasi. Dalam menjalankan bisnisnya, saudara Risky menerapkan prinsip pemasaran yang berbeda dibandingkan dengan pemasaran jasa lainnya. Model pemasaran yang awalnya dari mulut ke mulut atau *virtual word* oleh para teman-teman. Memunculkan ide kreatif di benak saudara Rizky. Ide untuk memasarkan jasa desainnya yang sudah dikenal oleh banyak orang,

---

<sup>2</sup> Risky Ramadani, wawancara oleh penulis, 05 November 2019.

dengan cara yang berbeda yaitu dengan merambah ke sosial media yang lain yaitu *Whatsapp*. *Booming Whatsap* yang banyak digemari oleh khalayak umum khususnya, para anak muda. Dimanfaatkan sebagai media pemasaran jasa desain secara *on-line*.

## 2. Nama dan Alamat *Maxalminuz Clothing*

### a. Nama Usaha

Usaha yang dijalankan oleh saudara Risky diberi nama *Maxalminuz Cloting*. Nama ini diambil, karena inspirasi dari nama salah satu nama pemuda Ashabul Kahfi yaitu Maxal. Kata *Maxal* di ambil dari bahasa arab, yaitu kata *maximianus* penulisan dalam ejaan bahasa Indonesia adalah *maxal*. Dahulu di sebuah gunung terdapat gua yang diberi nama “Gua 7 pertapa”, yang berletak di Turkitepat di kota Efesus. Kisah ini terjadi sekitar 1.400 tahun silam, yakni ketika raja Decius dari Roma sekira 249-251 M menduduki pemerintahanya.

Kejadian ini telah menjadi celaan masyarakat terutama bagi penganut Islam dan Kristen selama 300 tahun. Di sebabkan ada tujuh pemuda beriman tidur selama 300 tahun. Ketika pemerintahan Maharaja Theododius II yang beragama Nasrani, mereka ke 7 pemuda baru terbangunkan dari tidurnya. Kemudian di bangunlah gereja nasrani setelah adanya kejadian tersebut. Ketujuh pemuda itu adalah manusia yang beriman kepada Allah SWT. Ke tujuh pemuda tersebut bernama Maksimalina, Tamlikha, Martunus, Bainunus atau Nainunus, Sarbunus, Dzunuanus, Kasyfitatanunus dan bersama seekor anjing bernama Qitmir yang menjaga ketujuh pemuda tersebut. Disaan para penduduk lainnya kufur terhadap ALLAH, ke tujuh pemuda inilah yang hanya beriman kepada Nya . Dinyatakan dalam Al-quran tentang keimanan mereka, yang artinya:

“*Sesungguhnya mereka adalah pemuda-pemuda yang beriman kepada Tuhan mereka dan kami tambahkan kepada mereka petunjuk*”. (QS. AlKahfi:13)

**b. Alamat Usaha**

*Maxalminuz Clothing* terletak di desa Tergo Rt.5/Rw.2, samping masjid besar Tergo, kecamatan Dawe, kabupaten Kudus.

**3. Visi Misi dan Komitmen Maxalminuz Cloting**

Setiap perusahaan pasti mempunyai visi, misi, dan tujuan yang dijadikan sebagai rujukan dan tumpuan dalam memajukan perusahaannya. Visi, misi, serta tujuan *maxalminuz cloting* yakni:<sup>3</sup>

a. Visi

Dengan berlandaskan iman dan taqwa *Maxalminuz Cloting* menjadi salah satu usaha *home industry* yang menarik, bermanfaat, dan dapat bersaing di Indonesia.

b. Misi

- 1) Memberikan pelayanan yang baik untuk pembeli. Pembeli adalah raja.
- 2) Menbuat rasa kebersamaan produk *home industry* kepada orang-orang.
- 3) Menambah kreatifitas orang-orang untuk menuangkan pikiran dalam sebuah desain dan produk.
- 4) Mengurangi pengangguran di daerah.

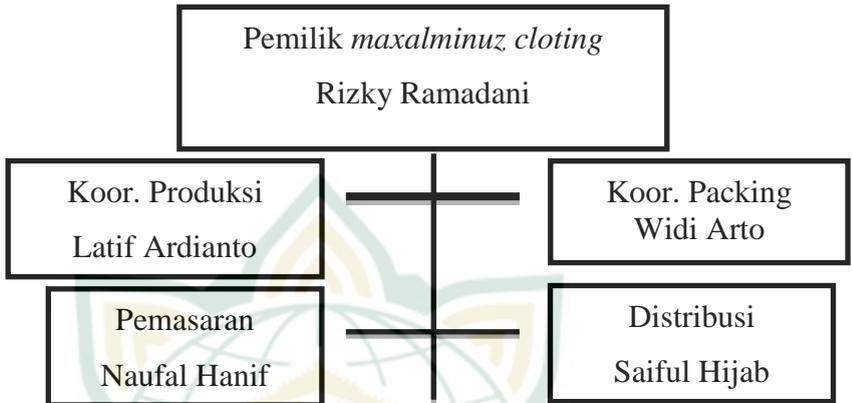
c. Komitmen *Maxalminuz Cloting*

Komitmen *maxalminuz cloting* tetap menjaga kualitas produk dan pelayanan yang terbaik pada konsumen. Dengan menjaga kualitas bahan dasar sablon dan *date line* waktu pemesanan para konsumen. Kepuasan konsumen adalah kepercayaan yang harus dijaga.

---

<sup>3</sup> Risky Ramadani, wawancara oleh penulis, 04 September 2019.

#### 4. Struktur Organisasi



#### B. Data Penelitian

##### 1. Penerapan Pemasaran Melalui Media Sosial Khususnya Di Maxalminuz Cloting Dawe Kudus.

Penggunaan *Facebook* dimanfaatkan oleh *Maxalminuz Clothing* karena keberadaan media sosial tersebut sudah banyak dikenal dan digunakan oleh banyak orang. Adapun tujuan pemanfaatan media sosial (*Facebook*) dalam memasarkan jasa desain adalah sebagai berikut:

- a. Memperkenalkan jasa disain,
- b. Memperoleh pembeli baru,
- c. Memperoleh pembeli yang setia,
- d. Meningkatkan penjualan produk,
- e. Membangun kepercayaan,

Untuk mendapatkan timbal balik (*feedback*) dari konsumen baik berupa masukan, ataupun kritikan mengenai jasa disain buatannya. *Facebook* di fungsikan untuk mempromosikan, mengenalkan desain-desain kepada para calon konsumen. Adapun praktek pemasaran melalui *Facebook* di *Maxalminuz Clothing* adalah sebagai berikut:

##### 1) *Update* Status

Dalam meng-*update* status di halaman *Maxalminuz Clothing*, dengan contoh kata-kata:

“Bahan : *Catton Combet 30s* Sablon : *Matsui*

ink IDR 75k *Maxalminuz Clothing* Kudus Hp/WA : 085701593197”.

2) *Posting* Gambar dan video

*Maxlminuz Clothing* dalam memperbaharui gambar atau mem-*posting*, tidak terlalu sering. Hanya kalau ada desain gambar terbaru, kemudian baru di-*posting*. Dan dalam tahap pemasaran, *Maxalminuzr Clothing* hanya menyajikan postingan gambar-gambar dari desain yang belum ada dan terbaru, mengenai gambar bergerak atau video tidak terkait dalam ranah *peosting*.

3) *Tagging*

Dalam *tagging* atau penandaan melalui pertemanan ini, *Maxalminuzr Clothing* memanfaatkan teman-teman yang ada di *Facebook* untuk pemberitahuan kalau ada yang baru. Kadang-kadang orang lain dengan tujuan untuk menambah akun temannya dan supaya orang-orang tahu tentang produknya tersebut.<sup>4</sup>

4) Membuat *Fan page*

Nama *fan page* atau halaman Ulin adalah “*Maxalminuz Clothing*”. *Fan page Maxalminuz Clothing* hanya berisi tentang gambar-gambar yang di-*posting*.

## 2. Optimalisasi Penggunaan Media Sosial Melalui *Facebook* Sebagai Media Pemasaran Di *Maxalminuz Clothing Dawe Kudus*

Menurut saudara Rizky, Konten aplikasi *Facebook* dalam media dalam halnya menjaga toko offline atauu be fisik, media sosial ini perlu adanya pembaharuan. *Maxalminuz Clothing* yang sering mengubah data tampilan yang sejatinya adalah perwakilan atau toko mereka dalam dunia maya. Untuk memperbaharui gambar *Maxalminuz Clothing* tidak terlalu sering, hanya kalau ada

---

<sup>4</sup> Risky Ramadani, wawancara oleh penulis, 05 November 2019.

gambar desain yang terbaru, kemudian ia tampilkan atau meng-*upload* gambar tersebut di *facebook*.

Pemasarannya juga memanfaatkan fasilitas-fasilitas yang ada di Facebook. Seperti, *fan page*, mengunggah gambar dan membuat status seputar gambaran pemasarannya. Pembaharuan isi aplikasi *Facebook* tersebut dibagi menjadi pembaharuan konten yang terkait dengan deskripsi desain dan perubahan yang terkait dengan konsumen. Sementara pembaharuan konten atau gambar yang terkait dengan interaksi dengan konsumen bisa dalam bentuk komentar untuk jawaban dari konsumen seputar dengan konten atau gambar yang ditawarkan. Aktivitas yang dilakukan Maxalminus Clothing dalam memasarkan jasanya melalui *Facebook*, diantaranya adalah:<sup>5</sup>

a. Mengunggah foto hasil desain

Mengunggah foto yang dilakukan *Maxalminus Clothing* adalah bentuk metode untuk memasarkan jasa desain melalui *Facebook* yang banyak dikunjungi oleh orang banyak. Jadi, lebih mudah dilihat dan dikenal oleh banyak orang. Sehingga pada langkah seperti ini, lebih menghemat biaya, waktu, dan tenaga. daripada model pemasaran secara manual atau terjun langsung dilapangan.

b. Menulis Status

Menuliskan status tentang jasa desain dengan pemberian nama *Clotingan*, nomor *handphone* dan *no whats app*.

c. Tag Foto

Memberikan *tag* foto hasil desain kepada calon pelanggan, dilakukan sebagai salah satu cara memasarkan produk melalui *Facebook*. Disisi lain, upaya ini dilakukan agar orang-orang *nge-like* dan dapat mengetahui gambar yang di posting.

---

<sup>5</sup> Risky Ramadani, wawancara oleh penulis, 05 November 2019.

d. Membuat *fan Page*

Membuat *fan page* ditujukan untuk para pengikut atau orang-orang yang menyukai desainnya. Jadi orang-orang yang suka dengan desain gambarnya, terkumpul menjadi satu di halaman untuk mempermudah *Maxalminus Clothing* dalam mengenalkan desain terbarunya.

e. Membuat Produk *Review*

Aktivitas ini dilakukan oleh *Maxalminus Clothing* untuk memasarkan jasa desainnya, dengan cara membuat tinjauan kembali mengenai produk tersebut. Dengan menjelaskan secara detail hasil desain yang ditawarkan, *maxalminus clothing* berharap calon pembeli atau konsumen dapat lebih mengenal lebih dekat jasa desain dan tertarik untuk memesannya. Biasanya dalam mendeskripsikan jasa desain, berupa bahan yang akan dibuat seperti apa, harga, dan sablon yang digunakan.

f. Meng-Add *Facebook* pembeli

*Maxalminus Clothing* menambahkan tanda *facebook* pembelinya sebagai salah satu aktivitas pemasaran jasa desain melalui *facebook* supaya pelanggan yang telah memesan kepada *Maxalminus Clothing* bisa ikut juga memasarkan jasa disainnya, melalui aktivitas *add* pada *facebook*.<sup>6</sup>

g. Menambahkan Teman

Salah satu strategi *Maxalminus Clothing* dalam memasarkan jasa desain tersebut adalah dengan cara menambahkan banyak teman untuk mengikutinya. Dengan cara ini, di harapannya adalah mereka dapat memperbesar jangkuan koneksi sasaran pasar dan konsumen yang berkunjung mampu meningkatkan jumlah pemesanan jasa desainnya. Memberikan Komentar di situs Orang lain. Selain aktivitas-

---

<sup>6</sup> Risky Ramadani, wawancara oleh penulis, 05 November 2019.

aktivitas yang dilakukan di atas *Maxalminus Clothing* juga terkadang pergi ke kolom komentar orang hanya untuk meninggalkan komentar mengenai pemasaran produknya, dengan cara menaruh *link* yang langsung menuju ke halamannya di kolom komentar. Harapannya agar orang tersebut yang dijadikan target pasar akan mengunjungi balik halaman *Facebook*-nya dan dapat melihat jasa desain yang ditawarkan oleh *maxalminus clothing*. Terkait dengan aktivitas pembaharuan konten atau gambar, yang *me-like posting-an* gambar bisa sekitar 60 orang dengan sekali *posting* gambar yang tidak ditentukan waktunya. Untuk yang memperbaharui konten atau gambar *facebook* dalam media sosial dengan interaksi terhadap calon konsumen, jumlahnya kadang lebih sedikit dibandingkan dengan aktivitas memperbarui konten atau gambar terkait dengan deskripsi jasa desain. Dalam menggunakan media sosial khususnya *facebook* sebagai media pemasaran jasa desain, dirasa mempunyai banyak hambatan dalam memasarkan jasa desainnya. Dalam pertanyaan terbuka ini, diketahui bahwa ragam hambatan yang dialami *maxalminus clothing* adalah keterbatasan pemahaman mengenai pemasaran melalui internet, keterbatasan alat media yang memadai untuk memasarkan jasa desain melalui *facebook* dan pengguna *facebook* juga sedikit. Pemesanannya pun bisa 4-5 pesanan dalam satu bulan. Bentuk pesannya juga beragam dari yang kaos, jaket, kemeja dan blezer. Pemesannya juga ada yang dari wilayah Karisidenan Pati dan Semarang. Untuk sementara, pemesanan masih berada di wilayah Jawa Tengah.

### 3. Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Pemasaran Melalui Media Sosial Khususnya *Facebook* Di *Maxalminus Clothing*

Rizky Ramadani selaku pemilik dan kepala produksi *Maxalminus Clothing* dalam bertransaksi dan memberikan komentar kepada konsumen *Maxalminus Clothing* bertutur kata dengan sopan sesuai dengan syariat Islam. Dasar kepercayaan pun diterapkan *Maxalminus Clothing* dalam kegiatan pemesanan.<sup>7</sup> Tujuannya agar dapat membangun kepercayaan konsumen dan membangun kredibilitas *Maxalminus Clothing* dalam berkarya.

Dalam menetapkan harga, dari pihak *maxalminus clothing* memberi kelonggaran sebelum tercapainya harga deal. Pertama-tama, biasanya diberikan tawaran kepada konsumen dengan harga yang pantas. Kalau pihak konsumen tidak setuju dengan pihak *maxalminus clothing*. Biasanya harganya akan diturunkan, tetapi tetap dengan mendapatkan laba. Contoh, dalam memberikan harga Rp.75.000/ kaos. Tetapi pihak konsumen tidak setuju, pihak *maxalminus clothing* dapat menurunkan harga menjadi Rp.70.000/ kaos. Kunci dari transaksi adalah saling rela dan ikhlas satu dengan yang lain. Artinya saat proses akad, sebagai seorang penjual memberikan kelonggaran mengecek ataupun berfikir secara matang kepada calon pembeli. Orientasinya adalah agar tidak memunculkan perasaan kecewa bagi kedua belah pihak, yaitu dari sang penjual maupun sang pembeli.

Sistem yang digunakan *maxalminus clothing* dalam kegiatan jual beli adalah menerapkan konsep *preorder*. Dalam ekonomi Islam disebut dengan *bai as-salam*. Untuk proses pemesanan

---

<sup>7</sup> Sondang P Siagian, *Manajemen pemasaran* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2015), 287.

bisa dilakukan di *Facebook*. Apabila di *Facebook* dirasa kurang jelas, dapat diteruskan dengan bertemu langsung secara face to face, untuk memperjelas sesuatu yang sekiranya masih perlu *review*.

Dalam proses pembayaran, *maxalminus lothing* meminta uang muka (DP) minimal sebesar 50% terlebih dahulu sebagai bukti keseriusan dalam memesan dan sebagai modal untuk produksi. Sisa pembayaran bisa dilunasi ketika barangnya telah jadi. Dalam proses pembayaran, dapat diberikan langsung kepada *maxalminus clothing*. Tetapi untuk daerah yang jauh bisa dilakukan dengan cara mengirim lewat Bank atau dapat mentransfer lewat jasa via link. Untuk pemberitahuan pemesanan jika ada pelanggan yang telah membayar. Pihak bank akan menghubungi lewat alat komunikasi dan memberikan keterangan data diri sang pemesan. Dan meminta slip pembayaran dikirimkan berupa foto atau sejenisnya, sebagai bukti bahwa sudah melunasi pembayaran.<sup>8</sup>

Dalam proses pengiriman tergantung akad yang telah disepakati dari awal. *Maxalminuz clothing* untuk pengiriman barang yang telah dipesan, dapat dikirimkan lewat pos. Tetapi juga dapat langsung diambil ditempat.

Apabila dalam proses produksi terjadi kesalahan, baik dalam proses desain, sablon, dan penjahitan yang tidak sesuai dengan perjanjian diawal. *Maxalminus clothing* menggunakan *khiyar* sebagai akad perjanjian. Adapun *khiyar* yang dipilih adalah *khiyar majelis*, artinya melakukan proses tawar menawar ditempat transaksi. Sebelum serah terima barang dilakukan. Sehingga transaksi dilakukan dengan dasar saling percaya dan suka sama suka.

---

<sup>8</sup> Sondang P Siagian, *Manajemen pemasaran*, 287.

### C. Analisis dan Pembahasan

#### 1. Analisis Penerapan Pemasaran Melalui Media Sosial Khususnya Facebook di Maxalminuz Clothing Dawe Kudus

Sudah tidak dianggapnya *search engine optimization (SEO)* yang tidak cukup untuk melakukan efektifitas pemasaran di Internet. Kemudian terlahir *web 2.0* atau yang lebih di pahami dengan media sosial. Diantara media sosial yang populer adalah *Facebook*, *Youtube*, *instagram* dan yang bersangkutan lainnya. Dan disini muncul istilah *SMO (sosial media optimization)* yang merupakan terobosan terbaru dalam *marketing online*, namun bukan berarti teknik lama (SEO) tidak digunakan lagi. Menggabungkan teknik SEO dan SMO untuk aktivitas *marketing* secara *online* akan memberikan hasil yang luar biasa.<sup>9</sup> Hemat pemahamannya adalah menggabungkan aplikasi secara maksimal demi mencapai keuntungan secara optimal, dari segi kepuasan, pemasaran, maupun pelayanan.

Dengan adanya *facebook* ini di jaddikan peluang besar bagi siapa saja yang melakukan apapun mengenai pemasaran atau jual beli *online*, karena adanya *marketing* yang baik dan tidak membutuhkan banyak uang. *Facebook* telah mengembangkan banyak jenis aplikasi yang dapat diinstal para pengguna dan aplikasi-aplikasi inilah yang memberikan nilai tambah bagi *Facebook*.

Seperti yang dilakukan oleh *Maxalminuz Clothing* dalam memasarkan jasa desain. Yang memilih *Facebook*, sebagai wujud implementasi

---

<sup>9</sup> Fathoni Abdurrohman, *Organisasi & Manajemen Sumber Daya Manusia* (Jakarta, PT Rineka Cipta, 2006), 156.

<sup>9</sup> Kadarisman, *Manajemen Kompensasi* (Jakarta, PT Raja Grafindo Persada, 2014), 156.

<sup>9</sup> Fathoni Abdurrohman, *Organisasi & Manajemen Sumber Daya Manusia*, 156.

pemasaran jasa desainnya yang memanfaatkan beberapa fasilitas yang ada di *Facebook*.diantaranya adalah:<sup>10</sup>

a. *Update Status*

Bagi pengguna *Facebook* kebanyakan, *update status* adalah suatu hal biasa dilakukan. Mereka meng-*update status* hanya untuk sekedar eksis di jejaring sosial. Tetapi, di sini bisa memanfaatkan *tool update status* ini untuk mempromosikan produk atau jasa.

Bahan : *Cattoo Combet 30s*

Sablon : *Matsui ink IDR 75k*

*Maxalminuz Clothing*

Kudus

Hp : 085701593197

Fb : *Maalminuz Clothing*

b. *Posting gambar dan video*

Kegiatan posting gambar maupun video, peluangnya lebih besar daripada hanya *update status*. Hipotesisnya adalah kebanyakan seseorang lebih suka melihat-lihat saja daripada membaca. Disisi lain, kelebihan melampirkan gambar atau video tentang produk atau jasa adalah akan semakin banyak orang, teman yang lebih tertarik dengan promosi yang dibuat.

Desain gambar *maxalminuz clothing* di *posting* ke halaman. Dalam mem-*posting* gambar-gambar yaitu untuk memperbaharui gambar lama. Akan tetapi di *Maxalminuz Clothing*

---

<sup>10</sup> Fathoni Abdurrohman, *Organisasi & Manajemen Sumber Daya Manusia*, 156.

hanya mem-*posting* gambar saja tanpa video. Biasanya seminggu sekali.<sup>11</sup>

c. *Tagging*

*Tagging* adalah metode untuk mempromosikan barang dengan cara *tag* atau menandai. Dengan cara ini bisa menandai seseorang di iklan produk. Saat ini menandai seseorang di *posting-an*, orang tersebut akan mendapatkan pemberitahuan khusus bahwa dia telah ditandai di *posting-an* produk atau jasa. Dengan pemberitahuan khusus ini orang yang ditandai lebih mudah mengetahui promosi yang sedang dilakukan.<sup>12</sup> *Maxalminuz Clothing* dalam mem-*posting* gambar disain disertai dengan menandai beberapa teman yang di kenalnya untuk mengenalkan gambar disain terbarunya.

d. Membuat *fan page*

*Fan page* yakni cara promosi terproduktif yang bisa dilakukan menggunakan fitur yang ada *Facebook*. Banyak perusahaan yang melakukan hal ini dikarenang pesatnya pemasaran di fitur ini..<sup>13</sup> *Maxalminuz Clothing* dalam mem-*posting* gambar desain tidak hanya ke grup saja. Tetapi, juga memanfaatkan *fan page* untuk mem-*posting* gambar desain.

Dari analisis implementasi di atas, dapat dipahami bahwa pemasaran melalui media sosial khususnya *facebook* di *maxalminuz clothing* perlu

---

<sup>11</sup> Fathoni Abdurrohman, *Organisasi & Manajemen Sumber Daya Manusia*, 156.

<sup>12</sup> Fathoni Abdurrohman, *Organisasi & Manajemen Sumber Daya Manusia*, 156.

<sup>13</sup> Fathoni Abdurrohman, *Organisasi & Manajemen Sumber Daya Manusia*, 156.

pemfokusan dalam memilih beberapa fasilitas. Tujuannya agar menjadi optimal dalam pemasarannya. Seperti halnya dalam pemasaran menggunakan *facebook* pribadi, dapat diupayakan dan diberitahukan kepada orang-orang yang telah menerima pertemanan (*facebook*), kemudian *tagging* mereka. Adapun pemasaran menggunakan grup atau *fan page* bersifat lebih khusus, karena hanya orang-orang tertentu yang mengetahuinya dan mengikuti halaman grup atau fan page (anggota grup).

## 2. Analisis Optimalisasi Penggunaan Media Sosial melalui *Facebook* Sebagai Media Pemasaran Di *Maxalminuz Clothing Dawe Kudus*

Dalam era globalisasi dan persaingan yang semakin besar terdapat kecenderungan untuk mengabaikan etika bisnis, melanggar peraturan, pemalsuan, penipuan, korupsi, suap dan lain-lain yang penting perusahaan atau mungkin lebih tepat manajemen tetap eksis dan meraup untung yang besar.<sup>14</sup>

Di zaman sekarang, di semua kalangan orang, *facebook* tidaklah hal yang asing. Mungkin juga sering mendengar dengan istilah *facebook-an*, *update* status, komen, dan sebagainya di dunia nyata atau pun dunia maya semua berubah karena kedatangannya. Di seluruh dunia dan bukan di Indonesia saja, kini *facebook* telah menjadi satu situs yang paling populer. Di tandai dengan semakin banyaknya orang yang telah bergabung dan membuat akaun di *facebook*. *Facebook* memiliki dampak positif dan juga dampak negatif. Dan dampak tersebut, tergantung pengguna akun. Bagaimana menggunakan dan memanfaatkan fasilitas sosial media.

Disini *facebook* memberikan beberapa fasilitas untuk bisnis sehingga dari *facebook* dapat

---

<sup>14</sup> Risky Ramadani, wawancara oleh penulis, 04 September 2019.

menghasilkan uang. Dengan *facebook* sebagai media pemasaran, dapat dioptimalkan dengan memanfaatkan fasilitas-fasilitas yang ada di *facebook*. Harapannya dalam proses pemasaran mampu mencapai tahap optimal. Dan hubungan perdagangan lebih luas.<sup>15</sup>

*Maxalminuz clothing* dalam memasarkan gambar desain hasil kreasinya, memang mengalami peningkatan secara signifikan dan mampu menaikkan grafik penjualan setiap bulannya. Dengan melakukan penawaran melalui fasilitas-fasilitas yang ada di *facebook*. Beberapa informasi untuk membangun suatu kepercayaan yang dilakukan orang-orang yakni:

- a. Mencantumkan informasi tentang profil sebanyak-banyaknya

*Maxalminuz Clothing* dalam *posting* sejumlah gambar desain, selalu mencantumkan informasi mengenai gambarnya. Berupa bahan apa yang digunakan, jenis sablon yang akan digunakan, dan harga.

- b. Memasukkan alamat dan kontak yang bisa dihubungi

*Posting-an* gambar desain *maxalminuz clothing* disertai dengan *kontak* yang bisa dihubungi. tujuannya apabila sewaktu-waktu ada yang ingin memesan. Para konsumen dapat menghubungi kontak yang tertera berupa nomor *handphone* 085701593197.

- c. Mencantumkan beberapa nama perusahaan mitra

*Maxalminuz clothing* dalam memasarkan gambar desain juga *bekerja* sama dengan *Swetsixteen Cloth*. Bentuk kerjasama

---

<sup>15</sup> Hermawan Kertajaya, *perjalanan Pemikiran Konsep Pemasaran hermawan Kertajaya: Dari Indonesia Untuk Dunia Redefinisi, Simplikasi, Dan Futurisasi* (Jakarta: Erlangga, 2010), 59-60.

ini adalah dimana *Swetsixteen Cloth* memesan sejumlah barang dari *maxalminuz clothing*.<sup>16</sup>

- d. Jadilah member dari orang yang terkenal

*Maxalminuz clothing* untuk masalah gambar desain yang akan dibuat. Terkadang mengacu pada distro-distro kota Bandung yang terkenal akan gaya dan produk yang bagus.

- e. Posting sesuatu yang bermanfaat

Dalam mem-*posting* sebuah gambar *maxalminuz clothing* hanya mem-*posting* desain yang unik-unik. Gambar dan tulisannya pun sopan masih dalam lingkup yang wajar.

- f. Masukan foto-foto presentasi yang menakutkan

*Maxalminuz Clothing* dalam mem-*posting* gambar ke dalam *Facebook* yang menampilkan desain-desain terbaru.<sup>17</sup> Sehingga pada saat pengunjung melihat halaman akun media sosial *maxalminuz clothing*, mampu lebih yakin dan tertarik dengan kualitas desain dari *maxalminuz clothing*.

- g. *Penyampaian* pesan

Bentuk penyampain pesan ini *maxalminuz clothing* mem-*posting* sejumlah gambar yang disertai dengan informasi yang jelas tentang gambarnya tersebut. Supaya calon pelanggan bisa menerima dengan bagus. Seperti bahan, harga, dan tinta yang akan digunakan.<sup>15</sup>

Di sisi lain juga terdapat beberapa hambatan yang dihadapi *maxalminuz clothing* dalam

---

<sup>16</sup> Hermawan kerta jaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah marketing*, (Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2008), 26.

<sup>17</sup> Buchari Alma, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2009), 258-259.

memasarkan jasa desain. Adapun hambatan tersebut diantaranya banyak pengguna *facebook* yang memanfaatkan untuk sekedar formalitas. Karena banyak pengguna *facebook* yang hanya membuat update status dan kalau ada yang numpang promosi di profil merasa terganggu. Karena menghalangi kebebasannya dalam hal mengakses.

### 3. Analisis Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Pemasaran Melalui Media Sosial Facebook Di *Maxalminuz Clothing Dawe Kudus*

*Nature* dari perusahaan secara mendasar telah berubah dengan munculnya ekonomi baru ini. Perubahan ini mengubah cara perusahaan yang dijalankan dan cara memberikan *value* kepada pelanggan. Agar tidak tenggelam oleh gelombang perubahan maka perusahaan di tuntut untuk menemukan kembali strategi, dan mampu membalikinya menjadi *sustainable value* agar sukses menghadapi ekonomi baru.

Teknologi informatika bersifat *given* dalam pengertian setiap perusahaan memiliki akses yang sama untuk mendapatkan keuntungan. terjadinya digitalisasi di karenakan Kemajuan yang begitu pesat di bidang digitalisasi.<sup>18</sup>

Ketika orang menjadi lebih emosional bukan rasional maka itulah tanda perubahan yang mendasar di dunia yang interaktif ini. Ketika data, informasi, dan knowledge mudah diakses karena adanya Internet dengan kecepatan tinggi di seluruh dunia. Orang-orang mampu menggunakan teknologi ini untuk peran mereka sebagai human-being daripada economic animals. Orang sebagai konsumen tidak hanya sebagai pengambil keputusan yang rasional tetapi juga emosional.<sup>19</sup>

---

<sup>18</sup> Buchari Alma, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2009), 258-259.

<sup>19</sup> Buchari Alma, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2009), 258-259.

Syariah marketing adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan value dari suatu inisator kepada stakeholder-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam Islam. Sesuai dengan yang dilakukan oleh Maxalminuz Clothing dalam memasarkan jasa desainnya yang memberikan keterangan secara jelas dan apa adanya tentang produk yang dipasarkan.<sup>20</sup>

Karakteristik syariah marketing yang biasa digunakan sebagai panduan bagi pemasar sesuai dengan yang dilakukan oleh maxalminuz clothing. Adapun karakteristik syariah marketing sebagai berikut:

a. Teistic (*Rabbaniyah*)

Hal ini merupakan dimana kondisi ini tercipta bukan karena keterpaksaan, tetapi karena tercipta dari kesadaran akan adanya nilai-nilai religius dalam setiap transaksi, sehingga sadar dan tidak merugikan pihak lainnya. Hal ini adalah salah satu sifat *syariah marketing* yang religius.

Terbukti dengan *Maxalminuz Clothing* dalam menerima pesanan dari konsumen. Ia harus memiliki *brand* yang lebih baik, karena bisnis syariah adalah bisnis kepercayaan kepada seorang pemesan, bisnis berkeadilan dalam memberikan harga, dan bisnis yang tidak mengandung tipu muslihat dalam memberikan keterangan untuk produk jasa desainnya.

b. Etis (*Akhlaqiyah*)

Seperti halnya yang dicontohkan oleh Rosulullah SAW, yakni mengedepankan nilai-

---

<sup>20</sup> Ekawati Rahayu Ningsih, *Manajemen Pemasaran Syariah* (Kudus: Stain Kudus, 2009), 17.

nilai moral dan etika santun dalam melakukan kegiatan muamalah

. Sesuai dengan Maxalminuz Clothing dalam melayani konsumennya yang bertutur kata dengan sopan.<sup>20</sup> Sesuai dengan firman Allah yang menganjurkan ummatnya dalam melakukan pemasaran dengan sifat rendah hati, berwajah manis, bertutur kata baik dan berperilaku sopan.<sup>21</sup>

Firman Allah dalam surat Luqman ayat: 18-19, yang artinya: *”Jangalah kamu memalingkan mukamu dari manusia (karena sombong) dan janganlah kamu berjalan dimuka bumi dengan angkuh. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang yang sombong lagi membanggakan diri, sederhanakan kamu dalam berjalan, dan lunakkanlah suaramu. Sungguh seburuk-buruk suara ialah suara keledai”*. (QS. Luqman:18-19)<sup>22</sup>

c. Realistis (*Al-Waqiiyyah*)

sebagaimana keleluasaan syariah Islamiyah yang melandasinya, realistis adalah sifat dari marketing syariah yang fleksibel.

Maxalminuz Clothing dalam memasarkan jasa disainnya, berusaha untuk memperbarui gambar yang di-posting dan menyertakan keterangan tentang gambar desainnya. Jadi, barang pesanan yang selesai dibuat itu sama dengan keterangan yang dipromosikan.

d. Humanistis (*Al-Insaniyyah*)

Pengertiannya adalah bahwa syariah diciptakan untuk manusia agar derajatnya terangkat, sehingga sifat-sifat kehevanannya dapat terkekang dengan panduan syariah. Dan sifat kemanusiaannya tetap terjaga dan terpelihara.

---

<sup>21</sup> Ekawati Rahayu Ningsih, *Manajemen Pemasaran Syariah*, 17.

*Maxalminuz Clothing* dalam menerapkan konsep humanistik. Sepak terjangnya apabila terjadi kesalahan pada saat produksi yang tidak sesuai dengan akad yang telah disepakati. *Maxalminuz Clothing* memberikan tawaran atau perjanjian kepada pelanggan untuk memperbaikinya. Dalam menentukan harga juga dipertimbangkan bersama agar tidak saling merugikan.<sup>22</sup>

*Facebook* yang sekarang ini digunakan oleh para pembisnis sebagai alat untuk memasarkan dan mempromosikan produk-produk sudah banyak diminati. Facebook yang digunakan sebagai media jual beli online memaksa konsumen untuk bertransaksi secara online juga. Transaksi secara online merupakan pesanan dalam model bisnis era global yang non face, dengan hanya melakukan transfer data lewat maya atau via Internet yang mana antara penjual dan pembeli tidak saling bertatap muka melainkan bertemu di dunia maya. Perkembangan teknologi inilah yang bisa memudahkan transaksi jarak jauh, dimana manusia bisa dapat bertransaksi secara singkat walaupun tanpa face to face. Akan tetapi dalam suatu bisnis yang terpenting adalah memberikan informasi yang akurat dan mencari keuntungan. Tujuannya agar tidak terjadi penyelewangan kepercayaan saat dalam berbisnis.

transaksi secara online atau yang biasa disebut dengan e-commerce yang sama dengan transaksi bai as-salam. Bai as-salam adalah transaksi jual beli di mana barang yang diperjualbelikan belum ada. Oleh karena itu barang diserahkan secara tangguh, sedangkan pembayaran dilakukan tunai. Dalam transaksi ini kuantitas, kualitas, harga, dan waktu penyerahan barang harus ditentukan secara pasti. Sesuai dengan

---

<sup>22</sup> Rizky Ramadani, wawancara oleh penulis, 04 September 2019, wawancara 2, transkip.

Maxalminuz Clothing menggunakan sistem preorder. Dimana dalam bertransaksi kepada para pemesan dengan menghadirkan gambar desain, dengan ketentuan menyatakan sifat benda secara konkret dan diserahkan kemudian sampai batas waktu tertentu.

Seperti halnya Maxalminuz Clothing mendapat pesanan dari Anam Sarang berupa kaos yang telah ditentukan spesifikasinya secara jelas mulai dari bahan, ukuran, warna dan model. Tetapi, pada saat barang sudah dikirim kepada pemesan ternyata kaos tersebut terjadi kesalahan pada proses penjahitan ukuran yang seharusnya ukuran M dijadikan S. Pemesan atau penerima salam komplain kepada Maxalminuz Clothing atas kesalahan yang terjadi. Maxalminuz Clothing mengajukan tawaran kepada pemesan atau penerima salam untuk menggantinya tapi dengan ketentuan bahwa yang ukuran Large (L) dijadikan M. Pemesan atau penerima setuju. Tetapi kesalahan yang terjadi tersebut ditanggung oleh pihak Maxalminuz Clothing semua, karena semua itu murni kesalahan dari pihak Maxalminuz Clothing dalam memproduksi.<sup>23</sup>

Dalam hal ini orang yang menerima salam boleh menuntut kepada pihak yang dipesani untuk menggantinya. Sebab yang dijadikan acuan adalah penakaran kembali oleh pembeli. Menurut Imam Abu Hanifah, asy-Syafi'i, ats-Tsauri, al-Auza'i dan al-Laits berpendapat bahwa pembeli tidak boleh membelinya kecuali sesudah menakarnya. Maka ia tidak boleh menerimanya kecuali sesudah penjual menakarnya barang tersebut untuk membeli, karena takaran merupakan syarat sahnya jual beli, maka demikian pula halnya penerimaan. Mereka juga beralasan dengan apa yang disebutkan dalam hadist, yang artinya: "Sesungguhnya nabi saw

---

<sup>23</sup> Rizky Ramadani, wawancara oleh penulis, 05 November 2019, wawancara 2, transkrip.

melarang menjual makanan, sehingga berlaku padanya dua sha' (takaran), yaitu sha' dari pembeli dan sha' dari penjual".

Adapun syarat-syarat bai as-*salam* yaitu:

a. Modal transaksi *bai as-salam*

*Maxalminuz Clothing* dalam proses pembayaran dilakukan di depan dengan meminta 50% dari jumlah harga yang telah ditentukan sebagai bentuk keseriusan dan sebagai modal untuk produksi. Sisa pembayaran dilunasi ketika barangnya telah selesai dibuat. Pembayaran dilakukan ditempat akad. Sisanya bisa ditransfer lewat bank atau bertemu langsung.

Ketika pemesan atau pembeli tidak membayar penuh, maka kegiatan transaksi ini gagal atau tidak terpenuhi. Namun jika pembelinya membayar penuh barang yang di pesan maka transaksi ini sah.

Akan tetapi, menurut Usmani sebagaimana telah dikutip oleh Ascarya, mengatakan bahwa Imam Malik berpendapat 'penjual dapat memberikan kelonggaran dua atau tiga hari kepada pembeli', tetapi hal ini bukan merupakan bagian dari akad.<sup>24</sup>

Bisa disimpulkan bahwa pembayaran bisa dilakukan dengan cara memberikan setengah harga yang telah disepakati kepada penjual (*maxalminuz clothing*). Karena zaman sekarang banyak terjadi penipuan dan untuk menghindari hal itu cara seperti ini bisa diterapkan. Dan cara transaksi seperti ini diaplikasikan karena persaingan pasar juga semakin ketat ini bisa jadi salah satu strategi dalam menjalankan bisnis, asalkan tidak ada yang dirugikan.

b. *Al-Muslam Fiihi* (Barang)

Pesanan yang masuk di *Maxalminuz Clothing* harus jelas mengenai bahan, jenis sablon yang akan digunakan dan harga yang disepakati bersama.

---

<sup>24</sup> Rizky Ramadani, wawancara oleh penulis, 05 November 2019, wawancara 2, transkrip.

Penentuan tanggal, waktu dari pihak Maxalminuz Clothing biasanya tahap pengerjaannya selama 2 samapai 3 minggu. Tempat penyerahan barang kepada para pemesan. Biasanya diambil ke tempat produksi.

Menurut Imam Syafi'i dan beberapa ulama Hanafi mengatakan bahwa Rasulullah SAW. tidak menetapkan periode minimum sebagai syarat sahnya akad salam. Satu-satunya syarat yang harus disebutkan dalam hadits ini adalah bahwa waktu penyerahan harus ditetapkan secara tegas sehingga tidak boleh ada batas waktu minimum. Para pihak dapat menetapkan tanggal penyerahan sesuai dengan persetujuan bersama.

Dengan jarak waktu 2 minggu dalam pengerjaan jasa sablon. Dirasa cukup karena proses pembuatan sampai finishing membutuhkan waktu yang cukup lama karena ada beberapa tahap pengerjaan. Untuk pengiriman barang pesanan, terkadang diambil ditempat untuk daerah sekitar area Kudus. Seperti halnya daerah Kudus dan Pati diambil ditempat. Adapun pesanan yang berasal dari jauh seperti Serang dikirim lewat JNT.

Bisnis online yang diterapkan Maxalminuz Clothing adalah bisnis berdasarkan muamalah. Bisnis online diizinkan selama bisnis tersebut tidak mengandung kegiatan yang dilarang. Transaksi penjualan online dimana barang hanya berdasar pada deskripsi yang disediakan oleh penjual. Namun, jika deskripsi tidak sesuai maka hak khiyar bisa digunakan.

Khiyar merupakan hak menentukan pilihan antara meneruskan atau membatalkan akad. Macam-macam khiyar yang biasa digunakan oleh para penjual yaitu khiyar majelis, khiyar syarat, dan khiyar aib. Tapi dalam transaksi bai as salam (online) khiyar yang di digunakan adalah khiyar majelis. Khiyar majelis adalah khiyar yang diterapkan oleh syara', selama para pihak masih di

tempat transaksi, mereka nertransaksi semata-mata hanya karena akad.

Seperti contoh yang dilakukan oleh Maxalminuz Clothing yang memilih khiiyar majelis dalam setiap bertransaksi dengan pemesan atau pelanggan. Maxalminuz Clothing dalam bertransaksi dengan Anam Serang yang memesan barang kepada Maxalminuz Clothing dengan spesifikasi sebagai berikut: kaos item dengan lengan panjang 17 buah dan lengan pendek 13 buah, bahan catton combet 30s dan sablon Matsui ink IDR 75k, dengan warna merah dan biru pada bagian gambarnya. Dengan transaksi tersebut Maxalminuz Clothing dengan Anam Serang yang masih dalam tempat transaksi, membuat perjanjian apabila ada ketidak sesuaian dengan yang dipesan barang boleh dikembalikan dan diperbaiki kembali.<sup>25</sup>

Transaksi online dibolehkan menurut Islam berdasarkan prinsip-prinsip yang ada dalam perdagangan menurut Islam. Imam Hanafi juga berpendapat tentang jual beli sesuatu yang belum dilihat hanya ada gambar saja itu dibolehkan. Akan tetapi Imam Hanafi mensyaratkan khiiyar ketika barang telah ada. Imam Malik menyatakan bahwa ketika ciri-ciri barang yang dipesan ada pada barang tersebut maka jual beli harus berlangsung. Akan tetapi jika barang yang ada tidak sesuai dengan gambaran atau ciri-cirinya pada saat akad, maka pembeli mempunyai pilihan untuk melanjutkan jual beli atau membatalkannya.<sup>26</sup>

*Maxalminuz Clothing* pernah melakukan kesalahan dalam proses pengiriman barang pesanan. Barang yang dipesan tidak sesuai dengan perjanjian awal. Pihak yang memesan dengan cepat memberitahukan kepada Maxalminuz Clothing

---

<sup>25</sup> Adimarwan Karim, *Bank Islam (Analisis Fiqih Dan Keuangan)* (Jakarta: IIIT Indonesia, 2003), 87.

<sup>26</sup> Adimarwan Karim, *Bank Islam (Analisis Fiqih Dan Keuangan)*, 87.

lewat telepon bahwa barang yang dikirim salah. *Maxalminuzn Clothing* memberikan tenggang waktu pengembalian barang. Tujuannya barang untuk diperbaiki selama satu minggu. Karena dalam proses pengiriman kadang membutuhkan waktu 3 hari untuk proses pengiriman.

Menurut Enang Hidayat jual beli tidak mesti harus dilakukan berhadapan di majelis akad (ittihad al-majelis). Akan tetapi transaksi (akad) bisa dilakukan jarak jauh, asalkan syarat dan rukunnya terpenuhi, seperti melalui Internet atau online dan yang semisalnya. Sebagaimana yang di maknai oleh Imam Abu Hanifah dan Imam Malik yang mengatakan berpisah ucapan (tafarruq fi al-aqwal), bukan berpisah badan (tafarruq fi al-abdan). Karena yang dimaksud khiyar majelis dengan ma lam yatafarruqa (selama keduanya belum berpisah) ialah khiyar yang dilakukan antara ijab dan qabul dan yang dikehendaki dengan tafaarruq ialah selesainya akad itu sendiri.

Khususnya dianalogikan dengan prinsip transaksi as-salam kecuali pada barang atau jasa yang tidak boleh untuk diperdagangkan sesuai dengan syariat Islam dan yang terpenting dari proses jual beli ini adalah:

- 1) Barang yang diperjual belikan adalah barang yang berbentuk, halal dan jelas pemiliknya.
- 2) Tidak ada unsur manipulasi dalam transaksi. Sehingga harus menyepakati harga transaksi.
- 3) Saling rela antara kedua belah pihak. Dengan melalui prosedur yang benar.<sup>27</sup>

Adapun skema dasar bisnis online adalah:

- 1) Kedua pihak yang bertransaksi
- 2) Bertukarnya barang dari kedua belah pihak

---

<sup>27</sup> Ika Yuliana & Abdul Kadir, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Persepektif Maqoshid al-Syari'ah* (Jakarta: Kencana, 2014), 250-251.

- 3) Dalam proses transaksi media online lah sebagai media utamanya
- 4) Adanya ijab qobul yaitu as-salam

Keunggulan jual beli *online* diantaranya yaitu:

- 1) Bagi orang yang sibuk dalam pekerjaannya, hal ini sangatlah berguna untuk memenuhi keinginannya, karena tak harus datang langsung ke toko penjalnya.
- 2) Banyaknya produk yang bervariasi, dan juga toko yang banyak, sehingga pembeli dapat melihat terlebih dahulu dan mempertimbangkan mana harga yang cocok untuknya.
- 3) Pembeli dapat dengan mudah membandingkan produk serta harga dengan toko-toko online yang lainnya, sehingga pembeli memiliki banyak pilihan dan dapat lebih bijak dalam berbelanja.
- 4) Proses ini di permudah dengan adanya pembayaran melalui ATM ataupun aplikasi yang telah disediakan pembuatnya khusus untuk perihal pembayaran *online*.

Di samping mempunyai kelebihan dalam jual beli *online*, juga memilki beberapa kekurangan diantaranya yaitu:

- 1) Maraknya kasus manipulasi ataupun penipuan, bayar tidak sesuai deskripsi ataupun barang telah di bayar namun tidak di kirim.
- 2) Dikenakan biaya tambahan sebagai biaya ongkos kirim.
- 3) Tidak dapan mencoba barang yang akan di beli, karena hanya melihat dari foto saja.
- 4) Membutuh waktu agar barang sampai pada pemesan karena adanya pengiriman yang terprpsedur, biasanya 1-3 hari.<sup>28</sup>

---

<sup>28</sup> Ika Yuliana & Abdul Kadir, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Persepektif Maqoshid al-Syari'ah* , 250-251.

Jadi, kalau ada yang ingin melakukan pembelian atau pemesanan barang dengan secara *online* pastikan dulu kantor tempat pemesanan yang akan dipesani itu dapat dipercaya. Karena sekarang ini banyak tempat pemesanan yang menjual barangnya secara *online* itu kadang tidak sesuai dengan apa yang telah dipasarkan. Kadang ada juga uang telah dikirim tapi barangnya tidak dikirim atau sebaliknya. Dengan begitu diharapkan dalam proses akad jual beli, produsen dan konsumen mampu membangun kepercayaan terlebih dahulu. Harapannya adalah agar tidak terjadi tindak manipulasi dan kerugian antar penjual dan pembeli.

