

**PERSPEKTIF HUKUM ISLAM TERHADAP TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE DENGAN MODEL
PERIKLANAN PADA TOKO PAKAIAN DI KECAMATAN JONGGAT
KABUPATEN LOMBOK TENGAH**

Wildan

Prodi Ekonomi Syari'ah, Fakultas Syari'ah IAI Qamarul Huda

Email: wildanahmad@gmail.com

ABSTRAK

Penjualan *online* dinilai lebih mudah untuk dilakukan. Perilaku konsumen juga ikut berubah dengan adanya pandemi *Covid-19*. Pelaku usaha mau tidak mau harus memiliki strategi baru agar mampu bertahan dan mengikuti kebutuhan konsumen. Dalam penelitian ini akan membahas Perspektif Hukum Islam Terhadap Transaksi Jual Beli *Online* Dengan Model Periklanan pada 5 toko pakaian di Kecamatan Jonggat Kabupaten Lombok Tengah. Metode penelitian ini menggunakan kumpulan data dari studi kasus. Data yang diperoleh dianalisis secara kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa transaksi jual beli *online* yang ada di pada toko pakaian di Kecamatan Jonggat Kabupaten Lombok Tengah sudah sesuai dengan hukum ekonomi Islam. Ekonomi Islam tidak mempermasalahkan apakah bahasa iklan mengandung makna *denotatif* atau *konotatif*, selama bahasa iklan mencerminkan akhlak, sehingga bahasa iklan tersebut berada dalam koridor mentaati norma-norma agama dan sosial, serta mencerminkan sifat *siddiq* (kejujuran). Hal ini ditunjukkan berdasarkan data yang diperoleh dari periklanan yang dilakukan oleh pada toko pakaian di Kecamatan Jonggat Kabupaten Lombok Tengah melalui *Facebook* dan *Whatsapp* menggunakan bahasa iklan yang baik dan sopan serta gambar produk yang tidak melanggar konten produksi. Konsumen juga memiliki respon positif terhadap keberadaan pada toko pakaian di Kecamatan Jonggat Kabupaten Lombok Tengah karena mampu memberikan sarana jual beli yang praktis, cepat, aman dan mudah. Jual beli *online* juga sangat bermanfaat bagi konsumen, karena dapat memberikan keamanan dan kenyamanan dalam bertransaksi, terlebih menghadapi ketatnya persaingan di pasar global saat ini.

Kata Kunci : Online Shop, Hukum Ekonomi Islam, Periklanan

ABSTRACT

Online sales are considered easier to do. Consumer behavior has also changed with the Covid-19 pandemic. Business actors inevitably have to have new strategies to be able to survive and keep up with consumer needs. This research will discuss the Islamic Law Perspective on Online Buying and Selling Transactions Using Advertising Models in 5 clothing stores in Jonggat District, Central Lombok Regency. This research method uses data collection from case studies. The data obtained was analyzed qualitatively. Based on the research results, it shows that online buying and selling transactions in clothing shops in Jonggat District, Central Lombok Regency are in accordance with Islamic economic law. Islamic economics does not matter whether advertising language contains denotative or connotative meaning, as long as the advertising language reflects morals, so that the advertising language is in the corridor of complying with religious and social norms, and reflects the nature of *siddiq* (honesty). This is shown based on data obtained from advertising carried out by clothing stores in Jonggat District, Central Lombok Regency via Facebook and WhatsApp using good and polite advertising language and product images that do not violate production content. Consumers also have a positive response to the existence of clothing shops in Jonggat District, Central Lombok Regency because they are able to provide practical, fast, safe and easy buying and selling facilities. Buying online is also very beneficial for consumers, because it can provide security and comfort in transactions, especially in the face of tight competition in today's global market.

Keywords: Online Shop, Islamic Economic Law, Advertising

PENDAHULUAN

Dalam ekonomi Islam juga terdapat kegiatan muamalah, yaitu tukar menukar barang atau sesuatu yang memberi manfaat dengan cara yang ditentukan, seperti jual beli, sewa-menyewa, upah-mengupah, pinjam-meminjam, urusan bercocok tanam, berserikat dan usaha lainnya. Agama telah memberikan aturan terhadap masalah muamalah ini untuk kemaslahata umam. Dengan teraturnya muamalah, maka kehidupan manusia jadi terjamin dengan sebaik-baiknya dan teratur tanpa adanya penyimpangan-penyimpangan yang merugikan. Salah satu bentuk kegiatan muamalah yang dibolehkan oleh Allah Subahanahu Wataala adalah jual beli.

Jual beli merupakan suatu jenis kegiatan yang sering dilakukan oleh manusia dalam kehidupan sehari-hari yang dilakukan atas dasar suka sama suka. Kegiatan jual beli merupakan suatu kegiatan rutin yang terjadi pada setiap harinya. Kegiatan jual beli tersebut akan terlaksana apabila terjadi kesepakatan antara kedua belah pihak untuk melakukan pertukaran barang ataupun jasa dengan uang. Seiring dengan perkembangan teknologi yang ada, sarana yang dapat digunakan untuk melakukan kegiatan jual beli pun berkembang menjadi lebih modern.

Dari perkembangan bentuk transaksi jual beli dan pemasaran inilah kemudain kita mengenal istilah *online shop*. *Online shop* merupakan istilah pembelian barang atau jasa dari mereka yang menjual barang atau jasa melalui internet dimana antara penjual dan pembeli tidak pernah bertemu

atau melakukan kontak secara fisik yang dimana barang yang diperjual belikan ditawarkan melalui gambar yang ada di suatu website atau di toko maya. *Online shop* mulai sangat banyak diminati saat pandemi *Covid-19*, memanfaatkan jual beli *online* sebagai sarana untuk menjalankan dimasa pandemi *Covid-19* ini. Dimana usaha dilakukan dengan aplikasi-aplikasi sosial media seperti *Facebook* sebagai sarana untuk melakukan promosi dan transaksi.

Berdasarkan data yang dimiliki oleh *Analytic Data Advertising (ADA)*, tercatat bahwa penggunaan aplikasi untuk berbelanja *online* meningkat hingga 30% dan akan mengalami puncak kenaikan hingga lebih dari 40% (Pebrianto:2020). Berdasarkan *survey* yang dilakukan didapatkan sekitar 30% konsumen berencana untuk berbelanja *online* lebih sering daripada biasanya (Nielson:2020). Peningkatan aktivitas belanja *online* tersebut menyebabkan aktivitas pengiriman barang juga ikut meningkat. Perusahaan jasa pengiriman barang mencatat adanya kenaikan aktivitas pengiriman barang hingga 80% yang didominasi oleh transaksi *e-commerce*. Sedangkan layanan ojek *online* yang mengalami penurunan permintaan sekitar 60 –70%, memilih untuk memfokuskan layanannya untuk pesan antar makanan dan pengiriman barang. Selama pandemi *Covid-19*, perilaku konsumen dalam melakukan pembelian barang juga mulai bergeser untuk lebih memenuhi kebutuhan pokok.

Hal inilah yang membuat toko pakaian di Kecamatan Jonggat Kabupaten Lombok Tengah

mulai aktif mempromosikan barangnya melalui media sosial. Untuk memaksimalkan penjualan, mereka juga menggunakan sistem *cash on delivery* (COD). Sistem *cash on delivery* merupakan pelayanan yang disediakan oleh toko-toko pakaian tersebut dalam memaksimalkan pelayanan kepada konsumen, dimana barang-barang yang dipesan bisa dibayar setelah barang dikirim dan diterima konsumen di rumah. Sistem ini sebagai salah satu upaya dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap produk-produk yang mereka jual. Bentuk kegiatan jual beli ini tentu mempunyai banyak nilai positif, diantaranya kemudahan dalam melakukan transaksi karena penjual dan pembeli tak perlu repot bertemu untuk melakukan transaksi.

Jual menurut kamus ekonomi berarti menawarkan barang atau jasa kepada konsumen (Oktima:2012). Sedangkan beli berarti mengeluarkan uang/kemampuan finansial untuk mendapatkan sesuatu guna memenuhi kebutuhannya (Oktima:2012) Adapun pengertian jual beli secara etimologis adalah menukar harta dengan harta, sedangkan pengertian dari istilah adalah menukar suatu barang dengan barang yang lain dengan cara tertentu (akad). Pengertian ini diperjelas pada pengertian jual beli dalam KUH Perdata pasal 1457 yaitu “Jual Beli adalah suatu persetujuan dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan” (Hakim:2012)

Dalam istilah fiqh, jual beli disebut dengan al-Bai' as-Salam, dalam bahasa Arab terkadang

digunakan untuk pengertian lawannya, yakni kata *asy-syaria'* (beli). Dengan demikian kata al-Bai' berarti kata jual dan sekaligus kata beli (Dewi:2005). Dari beberapa definisi di atas dapat dipahami bahwa inti jual beli adalah suatu perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara suka rela antara kedua belah pihak, yang satu menerima benda-benda dan pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang telah dibenarkan syara' yang disepakati.

Yang dimaksud sesuai ketetapan syara' adalah memenuhi persyaratan-persyaratan, rukun-rukun dan hal-hal lainnya yang ada kaitannya dengan jual beli. Maka bila syarat-syarat dan rukunnya tidak terpenuhi berarti tidak sesuai dengan kehendak syara', sedangkan yang dimaksud dengan benda dapat mencakup pada pengertian barang dan uang. Kemudian sifat benda harus dapat dinilai yakni benda-benda yang berharga dan dapat dibenarkan penggunaannya menurut syara'. Benda itu ada kalanya bergerak (dipindahkan) dan ada kalanya tetap (tidak dapat dipindahkan) yang dapat dibagi-bagi ada kalanya tidak dapat dibagi-bagi, penggunaan harta tersebut dibolehkan sepanjang tidak dilarang syara'.

Periklanan Menurut Hukum Islam

Ekonomi Islam tidak mempermasalahkan apakah bahasa iklan mengandung makna *denotatif* atau *konotatif*. Hal terpenting adalah bahasa iklan harus mencerminkan akhlak, sehingga bahasa iklan tersebut berada dalam koridor mentaati norma-norma agama dan sosial, serta mencerminkan sifat *siddiq* (kejujuran). Di dalam ekonomi Islam, ketentuan

penguat citra adalah tidak boleh melanggar prinsip tahuid, sehingga penguat citra yang mengandung unsur ma'siat (seperti gambar perempuan yang mengubar aurat) tidak diperbolehkan.

Dalam pandangan Islam, iklan harus berdampak pada kemaslahatan ummat. *Khilafah* dalam pondasi bangunan ekonomi Islam. Tujuan ini dapat tercapai apabila para pengiklan tidak berfikir jangka pendek, yaitu untuk menggiring konsumen membeli produk semata, sehingga iklan tersebut menabrak batas-batas norma.

Sebagaimana diketahui bahwa pada zaman sekarang, untuk mempromosikan barang dagangannya, seseorang banyak menggunakan sarana iklan yang memikat, baik yang disampaikan dalam bentuk tulisan, lisan, maupun gambar, baik secara *online* maupun *offline*. Tidaklah mengherankan jika dijumpai banyak umat manusia yang dikelabui dengan model iklan atau promosi barang lainnya, lantaran promosi tersebut hanya bohong semata dan tidak terbukti dalam realita. Dasar hukum mengenai periklanan adalah sebagai berikut.

وَأَعْلَمُوا أَنَّ فِيكُمْ رَسُولَ اللَّهِ لَوْ يُطِيعُكُمْ فِي كَثِيرٍ مِّنَ الْأَمْرِ
لَعَيْنُكُمْ وَلَكِنَّ اللَّهَ
حَبَّبَ إِلَيْكُمُ الْإِيمَانَ وَزَيَّنَهُ فِي قُلُوبِكُمْ وَكَرَّهَ إِلَيْكُمُ الْكُفْرَ
وَالْفُسُوقَ
وَالْعَصْيَانَ أُولَئِكَ هُمُ الرُّشِدُونَ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal

atas perbuatanmu itu.” (Q.S Al-Hujurat (49) : 6).

Maksud ayat diatas adalah bahwa ayat ini termasuk ayat yang mengajarkan adab dan akhlak yang baik, yaitu keharusan mengklarifikasi akan suatu berita agar tidak mudah mengikuti kabar berita yang tidak bertanggung jawab. Dan juga tidak mudah menghukumi orang dengan berbekal informasi yang samar dan tidak pasti kebenarannya. Iklan dengan pujian yang tidak benar, yaitu melakukan pujian yang terdapat kebohongan di dalamnya atau melakukan penipuan, Perbuatan semacam ini adalah zalim dan diharamkan.

Sebagai agama *rahmatan lil'alam*, tentunya Islam tidak membiarkan begitu saja tindakan yang mengarah pada risiko adanya tipuan atau gharar dalam jual beli. Hal ini karena kerelaan antara dua pihak yang berinteraksi dalam jual beli tersebut tidak dapat terwujud padahal Allah menyuruh adanya kerelaan dalam sebuah transaksi sebagaimana firman Allah Subahanhu Wa Ta'ala QS. al-Nisa': 29.

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

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu” (Q.S an-Nisa (4) : 29).

Ayat ini menjelaskan bahwa Allah Subhanahu Wa Ta'ala. memberi pengecualian atas kebolehan

Wildan

memakan harta hasil perniagaan yang didapatkan dengan jalan sukarela, dan Allah mengharamkan untuk memakan harta dengan jalan yang batil. Oleh karenanya tidak diragukan lagi bahwa tindakan yang menipu baik secara lisan maupun perbuatan termasuk memakan harta dengan jalan batil karena di dalamnya tidak mengandung unsur kerelaan. Terdapat banyak hadis yang menunjukkan keharaman penipuan (*gharar*).

Sehingga dapat disimpulkan bahwa Islam tidak melarang bentuk promosi periklanan, sebagaimana diketahui bahwa prinsip dalam *mu'amalah* adalah boleh selama tidak ada *dalil* yang melarangnya. Atas dasar itu maka hukum iklan penjualan pada asalnya adalah boleh, selama dilakukan menurut cara yang dibenarkan oleh syariat, tidak menimbulkan bahaya, penipuan ataupun *gharar*.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan adalah metode kualitatif sesuai dengan permasalahan dan tujuan penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan dan menganalisa data secara mendalam mengenai pemahaman jual beli dan hukum Islam terhadap masyarakat dalam bertransaksi *online*, berdasarkan konteks permasalahan dalam penelitian ini maka penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain metode deskriptif. Pemilihan lokasi penelitian sangat penting dalam rangka mempertanggungjawabkan data yang diambil. Dalam penelitian ini lokasi penelitian ditetapkan dilakukan pada 5 toko pakaian yang ada di Kecamatan Jonggat Kabupaten Lombok Tengah

Nusa Tenggara Barat. Peneliti memilih toko pakaian tersebut sebagai objek penelitian karena memiliki banyak peluang untuk memasarkan produk dan setelah masyarakat mengenal sistem transaksi secara *online*, maka tingkat penggunaan layanan jual beli *online* semakin meningkat, dengan ini para distributor memanfaatkan media sosial untuk menjual produk yang ada di toko pakaian mereka secara *online* dan mengetahui proses transaksi jual beli dengan sistem *online* apakah sesuai dengan hukum Islam atau bertentangan dengan hukum Islam.

Adalah cara-cara yang ditempuh oleh peneliti dalam rangka mendapatkan data dan informasi yang diperlukan agar sesuai dengan ciri-ciri penelitian kualitatif yakni Observasi, Wawancara dan Dokumentasi

Teknik analisis data adalah proses kategori urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori dan satuan uraian dasar, ia membedakannya dengan penafsiran yaitu memberikan arti yang signifikan terhadap analisis, menjelaskan pola uraian dan mencari hubungan di antara dimensi-dimensi uraian. Analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu wawancara, pengamatan yang sudah dituliskan dalam catatan lapangan, dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar, foto, dan sebagainya. Pada dasarnya analisis data ini didasarkan pada pandangan paradigmanya yang positivisme. Analisis data itu dilakukan dengan mendasarkan diri pada penelitian lapangan apakah : satu atau lebih dari satu situs. Jadi seorang analis

Wildan

hendak mengadakan analisis data harus menelaah terlebih dahulu apakah pengumpulan data yang telah dilakukannya satu situs atau lebih

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian

Adapun nama dan jumlah toko pakaian yang diambil sebagai sampel dalam penelitian ini yang berlokasi di Kecamatan Jonggat Lombok Tengah adalah sebagai berikut:

Tabel Toko Pakaian di Wilayah Kecamatan Jonggat

No.	Nama Toko	Alamat
1	Pomelo Shop	Desa Jelantik
2	Aira Fashion	Desa Barejulut
3	Toko Arfa	Desa Pengejok
4	Yunita Collection	Desa Puyung
5	Toko Larisa	Desa Ubung

Sumber: Data Primer, Diolah

Tabel Daftar Jenis-Jenis Barang Yang Dijual pada Toko-toko Pakaian di Kecamatan Jonggat

No	Nama Barang	Kisaran Harga
1.	Tas	Rp. 35.000 - 85.000
2.	Sepatu	Rp. 30.000 - 125.000
3.	Skincare	Rp. 15.000 - 190.000
4.	Aksesoris Wanita	Rp. 5.000 - 25.000
5.	Hijab	Rp. 11.000 - 30.000
6.	Baju/celana dewasa (pria dan wanita)	Rp. 45.000 - 185.000
7.	Baju/celana anak-anak (pria dan wanita)	Rp. 30.000 - 100.000
8.	Seragam sekolah (pria dan wanita)	Rp. 70.000 - 130.000
9.	Sandal dewasa (pria dan wanita)	Rp. 35.000 - 100.000
10	Sandal anak-anak (pria dan wanita)	Rp. 20.000 - 65.000
11.	Boneka	Rp. 65.000 - 200.000
12	Tumbler	Rp. 25.000 - 45.000

.		
13.	Kacamata anak/dewasa	Rp. 11.000 - 20.000

Sumber: data primer, diolah.

Jual Beli *Online* Dalam Prespektif Hukum Ekonomi Islam Pada Toko Pakaian di Kecamatan Jonggat

Pada penelitian ini untuk memperoleh data yang dibutuhkan peneliti untuk menjawab permasalahan tersebut peneliti melakukan proses wawancara dengan narasumber yang bersangkutan. Wawancara yang dilakukan yaitu dengan cara mencari informasi-informasi penjualan melalui media internet seperti *Facebook* dan *Whatsapp*, data yang diperoleh peneliti dilengkapi dengan dokumentasi foto saat proses wawancara di *Facebook* dan *Whatsapp* sedang berlangsung.

Diketahui bahwa took-toko pakaian tersebut di dalam memasarkan produk yang dijual sering memberikan potongan harga (*price discount*) kepada konsumen. Tujuannya adalah untuk menarik minat para pembeli sehingga penjualannya dapat meningkat setiap harinya. Dan untuk penerapan *price discount* diberikan kepada para pembeli yang minimal membeli 3 biji pakaian. Selain itu, harga yang di tawarkan di masing-masing took pakaian tersebut tergolong relative terjangkau dengan kualitas yang baik dan model yang beraneka ragam, mulai dari pakaian anak-anak hingga pakaian dewasa.

Seluruh toko pakaian dalam penelitian ini melaksanakan jual beli melalui *onlinenya* sesuai dengan Syari'at Islam. Islam memperbolehkan jual beli *online* selama tidak melanggar ketentuan syariat,

dan penetapan harga maupun kualitas barang selama tidak berlebihan dalam memasarakan, dan harus sesuai dengan yang dilakukan di pasar tanpa ada pertimbangan kemasalahatan para pedagang. Dari penjelasan diatas dapat diketahui bahwa seluruh took pakaian tersebut selalu memberikan kualitas yang sangat baik. Maka tentunya hal ini masih selaras dengan syariat agama Islam.

Islam memiliki prinsip-prinsip dalam jual beli *online* adalah sebagai berikut:

a) Kerelaan

Adanya akad ijab dan qabul, ijab ditandai dengan uraian pembelian dalam halaman tas belanja, qabul ditandai dengan kesediaan pembeli melakukan konfirmasi pembelian sesuai dengan ringkasan pembelian. Pelaksanaan ijab dan qabul pada toko-toko pakaian tersebut dilakukan melalui perantara tulisan dan tindakan digital.

b) Kemanfaatan

Objek dan subjek transaksi bermanfaat secara fungsional, produk yang dijual bermanfaat langsung bagi konsumen, bukan produk najis, atau produk yang diharamkan, yakni pakaian Muslim dan Muslimah. Hal ini sesuai ungkapan para pelanggan toko-toko pakaian tersebut yakni mereka senang berbelanja pada toko-toko tersebut karena banyak pilihan pakaian muslim/Muslimah yang tersedia dan variatif jenisnya.

c) Kejuuran

Adanya informasi yang benar dan lengkap tentang kualitas, harga, dan waktu penyerahan barang. Tidak melakukan penipuan informasi lengkap (warna, harga, sampai bahan baku yang digunakan), termasuk info tata cara perawatan. Waktu penyerahn

jelas, karena yang memilih jenis pengiriman adalah pembeli. Untuk menghindari penipuan transaksi, toko-toko pakaian tersebut menggunakan rekening atas nama Toko sehingga lebih aman. Untuk menghindari penipuan kualitas, setiap produk yang masuk ke toko-toko pakaian tersebut harus melewati proses yang sangat ketat.

d) Akhlak/Etika

Melakukan kebaikan dan menghindari keburukan dalam transaksi. Penyampaian informasi secara benar dan jujur serta tidak melakukan praktik riba (secara langsung), saling memberikan manfaat. Seperti yang dikatakan oleh para konsumen yakni toko-toko pakaian tersebut juga memberikan pelayanan yang cukup ramah terhadap semua pembeli, tidak hanya kepada pembeli yang langsung mendatangi toko tetapi juga kepada pembeli yang membeli melalui online". Hal ini untuk menarik minat dari pembeli yang ingin membeli pakaian dari toko-toko pakaian tersebut.

Model Periklanan Dalam Ekonomi Islam pada Toko-Toko Pakaian di Kecamatan Jonggat

a. Implementasi dan *Price Discount* Dalam Penjualan pada Toko-Toko Pakaian di Kecamatan Jonggat

Implementasi dapat diartikan sebagai suatu penerapan atau pelaksanaan dari sebuah perencanaan yang sebelumnya telah disusun secara matang. Implementasi ini dapat diterapkan setelah konsep yang dibuat telah dianggap sempurna. Seperti yang dikatakan oleh para pemilik toko-toko pakaian tersebut, implementasi ini nantinya akan bermuara terhadap aktifitas ataupun tindakan dikarenakan

Wildan

adanya suatu sistem bagi kegiatan yang sudah terencana yang nantinya akan dapat mencapai suatu *goal*.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai implementasi dan *price discount*, toko-toko pakaian tersebut menggunakan sarana yaitu:

- a) *Sales Promotion* atau promosi penjualan
- b) *Promosi* melalui sosial media

Iklan dapat didefinisikan sebagai sebuah informasi produk yang memuat barang dan jasa yang disampaikan oleh penjual ke calon pembeli dengan melalui sponsor suatu sosial media. Dengan adanya suatu iklan, maka masyarakat umum dapat memperoleh informasi sebanyak mungkin dari suatu produk yang telah ditawarkan oleh penjual.

Promosi periklanan pada toko-toko pakaian tersebut banyak memanfaatkan sosial media sebagai perantaranya. Sosial media yang digunakannya yaitu aplikasi Facebook. Dengan menggugah setiap kegiatan, promo-promo, potongan harga dan keunggulan-keunggulan yang dimiliki oleh toko-toko pakaian tersebut dapat menumbuhkan ketertarikan calon konsumen.

Seperti saat acara 17 Agustus tahun 2023 yang lalu, toko-toko pakaian tersebut menyediakan barang/perlengkapan untuk gerak jalan dan karnaval, toko-toko pakaian tersebut menyediakan perlengkapan seperti baju atau kaos yang bertemakan kemerdekaan. Demikian pula pada hari raya Idul Fitri, toko-toko pakaian tersebut menyediakan pakaian muslim/Muslimah dengan warna putih polos atau berdasarkan pesanan para pelanggan.

c) Melalui diskon (potongan harga)

toko-toko pakaian tersebut mengadakan diskon besar-besaran ketika bulan Ramadhan saja, diskon besar-besaran sampai 50% untuk menarik minat beli pelanggan. Seperti yang dikatakan Rahmawati, pemilik Pomelo Shop di Desa Jelantik “Penjualan bulan Ramadhan sangat meningkat, pada bulan Ramadhan kemarin pendapatan Pomelo Shop samapi 60 juta, tetapi kalau pada bulan-bulan lainnya hanya sampai 20 juta per bulan.

Seperti halnya yang Pomelo Shop terapkan dalam periklanan di media sosial dikutip dari akun *Facebook* milik Yunita Collection ini:

Nama barang : Barang/pakaian

Ukuran : Ukuran barang/pakaian

Warna/motif : Warna barang/pakaian

Dalam mengiklankan barang Yunita Collection tersebut juga mengiklankan produknya dengan sangat rapi, ketika memposting barang di akun *facebook* toko-toko pakaian tersebut menjejerkan produknya satu persatu seperti “Ketika barang atau baju anak-anak di *upload* bersamaan dan ketika baju dewasa seperti gamis atau barang lainnya diposting bersamaan juga”, seperti yang dikatakan Yunita: “Supaya warna dan ukurannya gampang dicari dan dilihat juga sangat rapi”.

Gambar yang di iklankan di Toko Larisa juga masih dibidang sangat sopan, karena tentunya dengan memasang foto/produk yang sesuai dengan syariat Islam. Seperti yang dikatakan Cici Riana, salah seorang konsumen di toko tersebut: “Saya sangat suka berbelanja di Toko Larisa ini karena dalam

Wildan

mengiklankan barangnya sangat rapi dan memasang foto masih sangat rapi”

KESIMPULAN

Asil analisis data dan beberapa uraian diatas beberapa kesimpulan yang dapat diambil pada temuan hasil penelitian ini adalah sistem jual beli *online* pada Toko-toko Pakaian yang ada di Kecamatan Jonggat Kabupaten Lombok Tengah diterapkan dengan cara promosi penjualan dan potongan harga (*discount*) melalui akun media sosial *facebook* dan *whatsapp*. Hal ini sesuai dengan hukum ekonomi Islam yang menekankan pada jual beli dengan model periklanan memiliki dampak positif yang dianggap praktis, cepat dan mudah. Produksi iklan yang ada pada Toko-toko Pakaian yang ada di Kecamatan Jonggat Kabupaten Lombok Tengah diterapkan dengan cara periklanan melalui media sosial *facebook* dan *whatsapp* menggunakan bahasa iklan yang baik dan sopan serta gambar produk yang tidak melanggar konten produksi. Hal ini berdasarkan jawaban responden yang merasa puas terhadap pelayanan Toko-toko Pakaian yang ada di Kecamatan Jonggat Kabupaten Lombok Tengah.

DAFTAR PUSTAKA

Gemala Dewi, *Hukum Perikatan Islam Indonesia*, Jakarta: Prenada Media, 2005 cet. Ke-1
Lukman Hakim (2012), *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*,(Jakarta:Erlangga), 2012
Nasional *Pebrianto*, F. Riset: Belanja Online Meningkat Pesat DI Tengah Pandemi Covid-19. 2020.
Nielsen, Rice Aganst COVID-19: A Deep Dive On How Indonesia Consumens Are Recting To The. Virus. 2020.

Nurul Oktima, kamus Ekonomi, (Surakarta:Aksara Sinergi Media), 2012
Al-Qur'an dan terjemahan,(tangerang banten: Forum Pelayan Al-qur'an,2015),h.420.
Arif Yusuf Hamali, *Pemahaman Strategi Bisnis & kewirausahaan*, Jakarta:Prenada Media,2016
Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta,2015
Indira Guntarayana, 2022. *Analisis Strategi Bisnis Pemasaran coffe shop*. Jurnal Translitera, 11(1),p, 70-81
Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktik*, Jakarta: PT Rienka Cipta, 2004
Muhammad ismail yusanto dan Muhammad karebet widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, Jakarta:Gema insani, 2002
Muhammad Nizar, ”Prinsip Kejujuran Dalam Perdagangan Versi Islam”. Pasuran: *Jurnal Hukum Islam, Ekonomi Dan Bisnis*, Vol 4, No 1, Tahun 2018.
M. Cecep Nanang, *Pemilik Kedai Manggis The Rune*, Wawancara pada tanggal 11 juli 2023.
M. Nur Rianto, *Pengantar Ekonomi Syariah Teori Dan Praktik*, bandung: pustaka setia,2015