

**SKRIPSI**

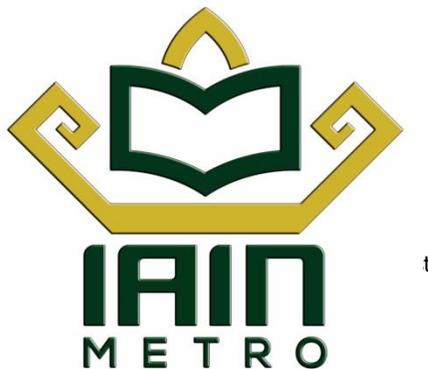
**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PAKAIAN SECARA KREDIT DITINJAU DARI  
ETIKA BISNIS ISLAM**

**(Studi Kasus Di Desa Adijaya Kecamatan Pekalongan Lampung Timur)**

**Oleh:**

**FIAN ARISKA**

**NPM.13102934**



**Jurusan : Ekonomi Syariah  
Fakultas: Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO**

**1441 H /2020 M**

SKRIPSI

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PAKAIAN SECARA KREDIT DI TINJAU DARI  
ETIKA BISNIS ISLAM  
(Studi Kasus Di Desa Adijaya Kecamatan Pekalongan Lampung Timur)

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:  
Fian Ariska  
NPM. 13102934

Pembimbing I : Dr. Suhairi,S.Ag.,MH

Pembimbing II : Zumaroh.M.E.Sy

Jurusan: Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

1441 H/ 2020 M

## NOTA DINAS

Nomor :  
Lampiran : 1 (Satu) berkas  
Prihal : Pengajuan Munasqosah

Kepada Yth,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro  
di-  
Tempat

*Assalamu'alaikum Warahmatillahi Wabarakatuh*

Setelah kami adakan pemeriksaan dan pertimbangan seperlunya, maka skripsi yang telah disusun oleh:

Nama : Fian Ariska  
NPM : 13102934  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah (Esy)  
Judul : FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN SECARA KREDIT  
DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus di Desa  
Adijaya Pekalongan Lampung Timur)

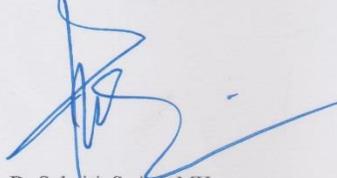
Sudah dapat kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk dimunaqosahkan.

Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

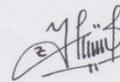
Metro, Juli 2020

Pembimbing I



Dr. Suhajri, S. Ag., MH  
NIP. 19721001199903 1 003

Pembimbing II



Zumaroh, M.E.Sy  
NIP. 19790422 200604 2 002

## HALAMAN PERSETUJUAN

JudulSkripsi : FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN SECARA  
KREDIT DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM (Studi  
kasus di Desa Adijaya Kecamatan Pekalongan Lampung  
Timur)

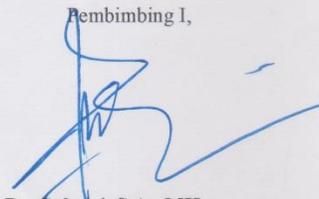
Nama : Fian Ariska  
Npm : 13102934  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah (ESy)

Menyetujui,

Untuk dimunaqsyahkan dalam sidang munaqsyah Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri ( IAIN) Metro.

Metro, Juli 2020

Pembimbing I,



Dr. Suhairi, S.Ag.MH  
NIP. 19721001 199903 1 003

PembimbingII,



Zumaroh, M.E.Sy  
NIP.19790422 200604 2 002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki.Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

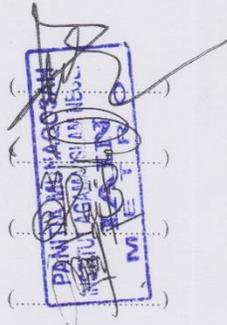
**PENGESAHAN SKRIPSI**

No. 2312/In-23-7/PP-00.9/09/2020

Skripsi dengan judul: FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN SECARA KREDIT DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus Di Desa Adijaya Kecamatan Pekalongan Lampung Timur), Disusun oleh: Fian Ariska, NPM 13102934, Jurusan: Ekonomi Syariah telah diujikan dalam Sidang Munaqosah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam pada hari/ tanggal: Selasa, 21 Juli 2020.

**TIM PENGUJI:**

Ketua/Moderator : Dr. Suhairi.S.Ag.MH  
Penguji I : Suci Hayati, M.S.I  
Penguji II : Zumaroh, M.E.Sy  
Sekertaris : Dian Oktarina, M.M



Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam



Winda Ninsiana, M.HUM  
NIP. 19720923 200003 2 002

## **ABSTRAK**

### **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN SECARA KREDIT DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus Di Desa Adijaya Kecamatan Pekalongan Lampung Timur)**

**Oleh:  
Fian Ariska**

Pembelian dengan cara kredit adalah suatu pembelian yang dilakukan terhadap suatu barang, yang pembayaran harga barang tersebut dilakukan secara berangsur-angsur sesuai dengan tahapan pembayaran yang telah disepakati kedua belah pihak yaitu penjual dan pembeli. Jumlah angsuran dan jangka waktu pembayaran perlu kesepakatan yang jelas antara penjual dan pembeli sehingga tidak akan memberatkan pihak pembeli. Karena transaksi secara kredit ini harus ditulis agar jelas.

Jual beli kredit merupakan mekanisme jual beli dimana harga barang dibayarkan secara berkala (cicilan) dalam jangka waktu yang disepakati, dimana penjual harus menyerahkan barang secara kontan sedangkan pembeli membayar harga barang secara cicilan dengan jumlah dan jangka waktu tertentu. Cara jual beli kredit ini tidak dilarang dalam islam, karena dengan adanya sistem kredit dapat memudahkan seseorang untuk mendapatkan barang yang diinginkan karena tidak perlu adanya uang tunai untuk mendapatkannya. bahwa dalam transaksi jual beli harus memperhatikan rukun dan syarat yang telah disyariatkan islam, agar dalam bertransaksi terjadi kesinambungan antara kedua belah pihak dan adanya kesepakatan tanpa adanya paksaan.

Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian pakaian secara kredit di Desa adijaya pekalongan lampung timur ditinjau dari etika bisnis islam, penelitian menggunakan metode kualitatif lapangan (*fieldresearch*). Informasi yang dibutuhkan dalam hal ini adalah konsumen dan pedagang yang melakukan transaksi jual beli kredit di Desa Adijaya Kecamatan Pekalongan Lampung Timur.

Adapun yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini adalah para pembeli pakaian secara kredit di Desa Adijaya Kecamatan Pekalongan Lampung Timur. faktor yang paling utama yang di utarakan dari responden tentang ketertarikan mereka terhadap pembelian yang di dalamnya meliputi kejujuran, karena kejujuranlah yang menjadi faktor terpenting yang harus dimiliki oleh seorang pedagang dan yang paling diharapkan oleh seorang pembeli.

## ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fian Ariska  
NPM : 13102934  
Jurusan : Ekonomi Syariah (Esy)  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

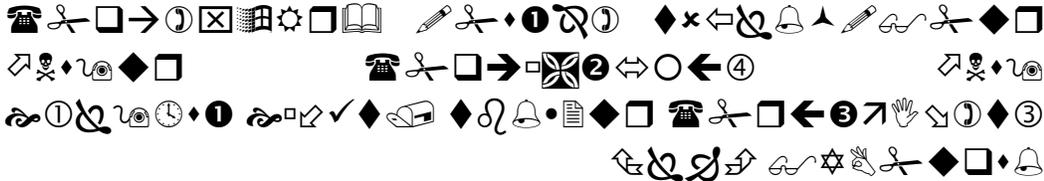
Metro, Juli 2020

Yang Menyatakan



Fian Ariska  
13102934

**HALAMAN MOTTO**



*“Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebih-lebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) ditengah-tengah antara demikian’. (Q.S Al-Furqan : 67)*

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, Dengan mengucapkan rasa syukur dan memohon ridho kepada Allah SWT, sholawat dan salam tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Dengan rasa bahagia kupersembahkan skripsi ini sebagai ungkapan rasa hormat dan cinta kasihku yang tulus kepada:

1. Ibunda (Sumarti) dan ayahanda (Sukur) tercinta yang selalu mengasuh dan mendidikku sejak kecil dan selalu mendoakan mengharapkan keberhasilanku.
2. Kakakku Ariyanto yang selalu memberikan motivasi dengan kata-kata semangatnya.
3. Sahabat-sahabatku yang selalu membantu dan memberikan canda tawa disetiap suka maupun duka.
4. Bapak/Ibu Dosen IAIN Metro khususnya Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak membantu dan memberikan ilmu pengetahuan kepadaku selama ini.
5. Semua teman-temanku FEBI angkatan 2013 yang tidak mungkin disebutkan satu persatu memberi motivasi bagi peneliti, semoga sukses selalu.
6. Serta almamater IAIN Metro yang selalu ku banggakan.

## **KATA PENGANTAR**

*Assalamu'alaikum wa rohmatullahi wa barokatuh...*

Alhamdulillahirobbil'alamin segala puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan taufik dan hidayah-NYA kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga selalu dilimpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya, kepada para sahabatnya, dan semua umatnya.

Dalam skripsi ini peneliti membahas mengenai “Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pakaian Secara Kredit Di tinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Di Desa Adijaya Kecamatan Pekalongan Lampung Timur)”, dengan ini peneliti mengharapkan agar dapat dipahami apa yang sudah tertera dengan semestinya.

Peneliti ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Selama menyelesaikan skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak.ucapan terima kasih peneliti sampaikan kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag, selaku Rektor IAIN Metro.
2. Ibu Dr. Widhiya Nin Siana, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Dharma Setyawan, M.A selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah.

4. Bapak Dr. Suhairi, S.Ag.MH, selaku Dosen Pembimbing I yang ditengah kesibukannya, beliau masih dengan sabar membimbingku dan memberikan pengarahan sehingga skripsi ini dapat peneliti selesaikan.
5. Ibu Zumaroh, M.E.Sy selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan waktu, bimbingan, motivasi dan petunjuk sehingga skripsi ini dapat peneliti selesaikan.
6. Bapak dan Ibu Dosen Syariah Jurusan Ekonomi Syariah yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan dan pengalaman kepada peneliti.
7. Semua pihak yang telah membantu peneliti yang tidak bisa sebutkan satu per satu yang telah membantu peneliti menyelesaikan skripsi.

Semoga Allah Swt. Memberikan rahmat dan Hidayah-Nya kepada semua pihak yang telah membantu peneliti, namun peneliti menyadari keterbatasan yang ada pada diri peneliti, oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat peneliti harapkan. Akhir kata peneliti ucapkan terimakasih atas segala perhatiannya.

***Wassalamu'alaikum wa rohmatullahi wa barokatuh.***

Metro, Juli 2020



Fian Ariska

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>NOTA DINAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ORISINILITAS PENELITIAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	<b>viii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	<b>1</b>
B. Pertanyaan Penelitian .....	<b>9</b>
C. Tujuan Penelitian .....	<b>9</b>
D. Manfaat Penelitian .....	<b>10</b>

E. Penelitian Relevan .....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>13</b>
A. Jual Beli Kredit .....	13
1. Definisi Jual Beli .....	13
2. Rukun dan Syarat Jual Beli .....	14
3. Unsur-unsur kredit .....	20
B. Keputusan Pembelian Produk .....	22
1. Pengertian Keputusan Pembelian Produk .....	22
2. Tahap Pengambilan Keputusan Pembelian Produk .....	23
3. Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk.	26
C. Etika Bisnis Islam .....	31
1. Pengertian Etika Bisnis Islam .....	31
2. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam .....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>40</b>
A. Jenis dan Sifat Penelitian .....	40
B. Sumber Data.....	42
C. Teknik Pengumpulan Data.....	43
D. Teknik Analisis Data.....	44
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>46</b>

A. Gambaran Umum Sejarah Singkat Berdirinya Desa Adijaya Kecamatan Pekalongan Lampung Timur .....	46
B. Praktek Jual Beli Pakaian Di Desa Adijaya Lampung Timur ....	49
C. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pakaian Secara Kredit .....	53
D. Tinjaun Etika Bisnis Islam Terhadap Keputusan Pembelian pakaian Secara Kredit Di Desa Adijaya Kecamatan Pekalongan Lampung Timur .....	56
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>60</b>
A. Kesimpulan .....	60
B. Saran .....	60

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Dalam memenuhi kebutuhan hidupnya, manusia pasti memerlukan manusia lain, karena manusia adalah makhluk sosial yang tidak dapat hidup secara individu. Allah SWT telah menjadikan manusia saling membutuhkan dengan yang lain supaya mereka tolong menolong, tukar menukar keperluan dan semua urusan kepentingan hidup dan pemenuhan kebutuhan hidup, untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari banyak cara yang bisa ditempuh termasuk melalui perniagaan atau jual beli, agar manusia dapat memenuhi segala kebutuhan hidup sehingga semuanya dapat berjalan sesuai tuntunannya.

Dalam dunia bisnis dikenal dua jenis transaksi jual beli yang biasa dilakukan, yaitu secara tunai atau *cash* dan dengan cara mengangsur atau kredit.<sup>1</sup> Transaksi tunai terjadi ketika memang memiliki jumlah uang yang cukup sehingga tidak perlu membelinya secara mengangsur/kredit. Sementara transaksi kredit terjadi karena tidak tersedianya uang yang cukup, namun kebutuhan hidup semakin

---

<sup>1</sup>Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Alih Bahasa : Samson Rahman, ( Jakarta : Pustaka Al Kautsar, 2001), h. 117

mendesak maka masyarakat dapat melakukan suatu transaksi secara kredit untuk memenuhi kebutuhannya tersebut.

Kredit berasal dari bahasa latin *credare* yang artinya percaya. Maksud dari percaya bagi si pemberi kredit adalah ia percaya kepada si penerima kredit bahwa kredit yang disalurkan pasti akan dikembalikan sesuai perjanjian. Sedangkan bagi si penerima kredit merupakan penerimaan kepercayaan sehingga mempunyai kewajiban untuk membayar sesuai jangka waktu.<sup>2</sup> Jadi seorang debitur dan kreditur harus benar-benar memiliki rasa percaya satu sama lainnya, sehingga akan terjalin suatu kerjasama yang tidak akan menekan salah satu pihak. Jadi didalam melakukan transaksi secara kredit sebuah kepercayaan antara pihak pemberi maupun penerima kredit merupakan hal utama demi tercapainya kerjasama yang baik.

Pembelian dengan cara kredit adalah suatu pembelian yang dilakukan terhadap suatu barang, yang pembayaran harga barang tersebut dilakukan secara berangsur-angsur sesuai dengan tahapan pembayaran yang telah disepakati kedua belah pihak yaitu penjual dan pembeli.<sup>3</sup> Jumlah angsuran dan jangka waktu pembayaran perlu kesepakatan yang jelas antara penjual dan pembeli sehingga tidak akan memberatkan pihak pembeli. Karena transaksi secara kredit ini harus ditulis agar jelas.

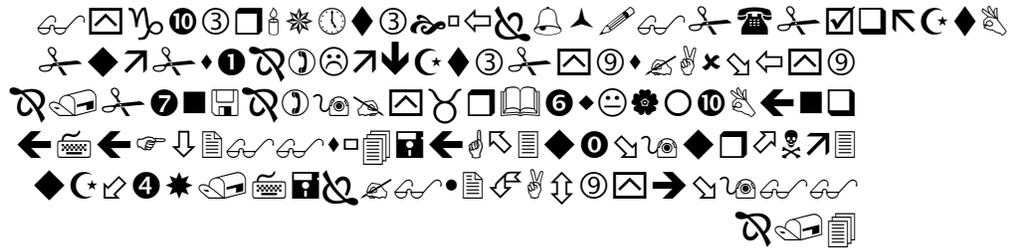
---

h.93 <sup>2</sup> Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002),

<sup>3</sup> Suhrawardi K. Lubis, *Hukum Ekonomi Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2000), h. 143

Hal tersebut harus benar-benar jelas agar tidak terjadi kesalah-pahaman atau mungkin pengingkaran hak dan kewajiban antara dua pihak yang bertransaksi. Misalnya dengan menggunakan perjanjian hitam diatas putih, bisa menggunakan materai dan adanya saksi.<sup>4</sup> Karena saksi akan memperkuat perjanjian tersebut.

Sebagaimana firman Allah SWT dalam surat Al-Baqarah ayat 282



Artinya: *Hai orang-orang yang beriman apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan hendakny kamu menuliskannya. Dan hendakny seorang penulis diantara kamu menuliskannya dengan benar. ( QS. Al- Baqarah : 282 )*<sup>5</sup>

Ayat diatas mengandung makna bahwa firman Allah SWT tersebut menerangkan dengan sejelas-jelasnya tentang transaksi yang tidak tunai ini demi menjaga kesejahteraan umat. Karena Islam menjaga umatnya dari perpecahan agar pihak-pihak yang terkait dalam transaksi tersebut harus terus mengingat Allah SWT sehingga ia tidak akan berani melakukan pengingkaran terhadap perjanjian tersebut. Karena Allah SWT

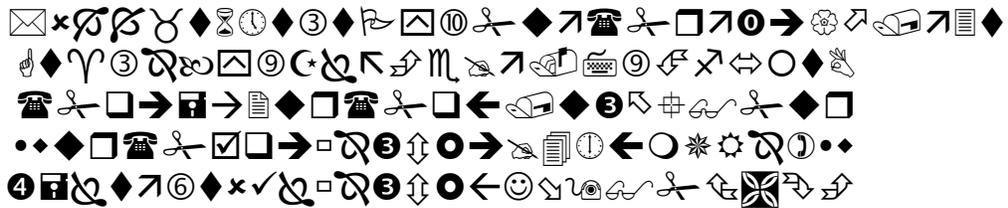
---

<sup>4</sup>*Ibid*, h. 118

<sup>5</sup> Departemen Agama RI Al-Hikmah, *Al Quran dan Terjemahnya*, ( Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2008), h. 47

menginginkan umatnya melakukan kontrak dengan cara yang baik dan menjadi kesepakatan yang mereka lakukan. Dengan tujuan agar kontrak tersebut lurus dan benar sehingga semua bentuk keraguan dan ketidakadilan dapat terhapuskan.

Al-Quranul Karim memberikan petunjuk mengenai konsumsi yang dideskripsikan secara jelas mengenai penggunaan barang-barang yang baik dan yang tidak penting, sebagaimana dalam Firman Allah SWT QS. Al-Ar'aaf ayat 31:



Artinya: “ Hai anak adam pakailah pakaianmu yang indah disetiap (memasuki) masjid makan dan minumlah, dan jangan berlebih-lebihan sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan”<sup>6</sup>

ayat diatas mengandung makna bahwa sebagai manusia harus memperhatikan cara mengkonsumsi yang baik dan benar sesuai dengan tuntunan ajaran Islam, jangan melampaui batas yang dibutuhkan oleh tubuh dan tidak pula berlebih-lebihan.

Perilaku konsumsi lebih mengutamakan pembelian kebutuhan-kebutuhan pokok seperti kebutuhan sandang, pangan, papan. Jangan

---

<sup>6</sup>Ibid, h. 154

mengonsumsi sesuatu yang bersifat konsumtif yang akan menimbulkan sikap boros untuk hal-hal yang bukan kebutuhan primer.

Berdasarkan uraian di atas, dalam penggunaan harta harus lebih mengutamakan kebutuhan pokok, adanya konsep hemat dan menggunakan harta untuk sesuatu yang bermanfaat, sehingga dalam pemenuhan kebutuhan hidup sehari-hari seseorang dalam mengonsumsi dan menggunakan harta sesuai dengan kebutuhan. Dan jangan mengonsumsi barang yang berlebihan yang akan menimbulkan sikap boros.

Etika bisnis adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus komit padanya dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai daratan atau tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat. Selain itu etika bisnis juga dapat berarti pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis, yaitu refleksi tentang perbuatan baik, buruk, terpuji, tercela, benar, salah, wajar, pantas, tidak pantas dari perilaku seseorang dalam berbisnis atau bekerja.

Dari uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa etika bisnis islam adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, salah, dan halal, haram dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas yang sesuai dengan syariah.

Realitas yang terjadi di Desa Adijaya Pekalongan Lampung Timur, ibu-ibu rumah tangga memanfaatkan cara kredit ini didalam memenuhi kebutuhannya baik untuk dirinya sendiri maupun keperluan keluarga. Banyak faktor yang mempengaruhi ibu-ibu rumah tangga melakukan kredit, seperti karena mengikuti trend dan tidak ingin ketinggalan jaman, pengaruh tetangga, atau karena keinginan sendiri atau mungkin karena kebutuhan mendesak.<sup>7</sup>

Penuturan ibu Ks seorang ibu rumah tangga dengan membeli barang yang dikredit selain pakaian ada barang-barang lain seperti perabot rumah tangga. Seiring melakukan kredit karena memudahkan untuk mendapatkan barang yang diinginkan, dan cara pembayarannya pun bisa diangsur dan bisa kapan saja, tidak ada tempo sewaktu-waktu ada uang bisa dicicil, ibu Ks melakukan pembelian kredit karena mengikuti trend dan malu jika harus ketinggalan jaman dan untuk kebutuhan sandang karena pakaian merupakan kebutuhan penting dan setiap orang pasti memiliki keinginan untuk membeli pakaian. Ada kekurangan yang dirasakan dengan pembelian kredit, selain harganya lebih mahal dari harga kontan dan harus memikirkan cicilannya.<sup>8</sup>

Begitupula Ibu Ls yang menuturkan dalam membeli pakaian sering membeli secara kontan, membeli secara kredit ketika tidak ada uang,

---

<sup>7</sup>Pra Survey 18 September 2017, Wawancara konsumen

<sup>8</sup>Ibu Ks, Pembeli Pakaian, *Wawancara 15 oktober 2017*

biasanya cara bayarnya memilih dengan tempo. Membeli pakaian karena mengikuti trend masa kini dan tidak ingin ketinggalan model, biasanya saya melihat pakaian bagus buat anak atau saya dan bisa dikredit langsung mengambil barang tersebut. Ada keuntungan dan kekurangannya dalam pembelian kredit ini, menguntungkan bisa menambah koleksi baju-baju saya dan anak-anak dan pembayarannya bisa dicicil. Menyulitkan, ketika harus memikirkan cicilan tiap bulan, dan manambah biaya pengeluaran.<sup>9</sup>

Ibu Sr menuturkan saya berdagang pakaian sudah dari tahun 2012, dan melakukan transaksi tunai dan kredit. Pembelian dapat dilakukan dengan tunai namun biasanya saya menawarkan pembelian barang dengan transaksi kredit pada setiap konsumen, dengan tempo 1-2 bulan, yang disesuaikan dengan harga pakaian dan kesepakatan dengan pembeli, ada keuntungan dan kelemahan tersendiri dari penjualan tunai atau kredit . ketika pembelian tunai saya bisa langsung belanja kembali, tetapi kalau kredit harus sabar menunggu pembeli membayar. Penjualan kredit juga menguntungkan karena dengan pembelian kredit bisa memperoleh untung yang lebih dari penjualan tunai. Dengan adanya kredit ini sedikit melancarkan bisnis saya, karena sudah ada pelanggan tetap dan mereka pasti tertarik untuk mengambil kembali.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup>Ibu Ls, Pembeli Pakaian, *Wawancara 21 oktober 2017*

<sup>10</sup> Ibu Sr, Penjual Pakaian, *Wawancara 05 Desember 2017*

Dilihat dari penjabaran para konsumen diatas perilaku konsumsi lebih mengutamakan pembelian kebutuhan-kebutuhan pokok seperti kebutuhan sandang, pangan, papan. Jangan mengkonsumsi sesuatu yang bersifat konsumtif yang akan menimbulkan sikap boros untuk hal-hal yang bukan kebutuhan primer.

Etika bisnis adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus komit padanya dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai daratan atau tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat. Selain itu etika bisnis juga dapat berarti pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis, yaitu refleksi tentang perbuatan baik, buruk, terpuji, tercela, benar, salah, wajar, pantas, tidak pantas dari perilaku seseorang dalam berbisnis atau bekerja.

Realitas di atas dapat memicu adanya minat beli konsumen dikalangan masyarakat menengah kebawah, dilihat dari penghasilan sebulan dan pengeluaran perhari yang mungkin dirasa tidak cukup untuk memenuhi kebutuhan pokok dan kebutuhan lain. Peran konsumen dalam mengatur pengeluaran rumah tangga haruslah lebih mengutamakan pembelian kebutuhan pokok seperti, kebutuhan primer (sandang, pangan, papan), kebutuhan sekunder (kendaraan), dan kebutuhan pelengkap (perhiasan).

Berdasarkan uraian di atas, transaksi jual beli kredit ini ternyata sangat diminati konsumen, terutama ibu-ibu rumah tangga di Desa Adijaya Pekalongan Lampung Timur, karena pembayarannya yang bisa diangsur dan memudahkan untuk mendapatkan barang yang diinginkan. Peneliti tertarik untuk membahas mengenai transaksi jual beli pakaian secara kredit yang dilakukan ibu-ibu rumah tangga di Desa Adijaya Kecamatan Pekalongan Lampung Timur. Persoalan inilah yang mendorong peneliti untuk meneliti lebih lanjut mengenai “ **Faktor – faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pakaian Secara Kredit Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Di Desa Adijaya Kecamatan Pekalongan Lampung Timur)**”.

## **B. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti merumuskan permasalahan yaitu:

1. Apa Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pakaian secara kredit ?
2. Bagaimana Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap keputusan pembelian pakaian secara kredit di Desa Adijaya Kecamatan Pekalongan Lampung Timur ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pakaian secara kredit ditinjau dari Etika Bisnis Islam di Desa Adijaya Pekalongan Lampung Timur
2. Untuk mengetahui Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap keputusan pembelian pakaian secara kredit di Desa Adijaya Kecamatan Pekalongan Lampung Timur

#### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang ingin diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah Khazanah ilmu pengetahuan khususnya tentang jual beli kredit.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi para pedagang dan umat dalam mengambil keputusan yang berkaitan dengan jual beli kredit.

#### **E. Penelitian Relevan**

Penelitian relevan berisi tentang uraian mengenai hasil penelitian terlebih dahulu tentang persoalan yang akan di kaji.<sup>11</sup> Secara umum penelitian ini telah banyak dilakukan oleh para akademis. Akan tetapi, secara spesifik yang berkaitan dengan judul yang penulis kaji belum ada.

Oktavia Wardani, Jurusan Syari'ah Prodi Ekonomi Islam yang berjudul pelaksanaan kredit motor dengan sistem syari'ah ditinjau dari ekonomi islam di FIF kota Metro, berdasarkan hasil penelitian pelaksanaan atau penerapan kredit motor secara syari'ah di FIF Metro secara teoritis sudah mendekati ketentuan syari'ah, akan tetapi secara teknis pelaksanaannya, akad murobahah yang digunakan tersebut belum maksimal, hal tersebut terbukti dari mekanisme penentuan margin atau keuntungan masih ditetapkan sesuai target perusahaan karena tidak adanya negosiasi, sehingga margin tersebut mirip dengan sistem bunga yang ada pada kredit motor secara konvensional. Serta pemberlakuan denda dan dana sosial yang diterapkan FIF ketika konsumen mengalami keterlambatan pembayaran angsuran yang justru akan memberatkan konsumen.<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> Suraya Murcitaningrum, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Bandar Lampung):Ta'lim Press,2012), h.124.

<sup>12</sup>Oktavia Wardani, *Skripsi pelaksanaan kredit motor dengan sistem syari'ah ditinjau dari ekonomi islam di FIF Metro*, (Metro, STAIN Jurai Siwo Metro)

Septina Handayani, Jurusan Syariah Prodi Ekonomi Islam yang berjudul *Jual beli Secara Kredit di Baitul Maal Wat Tamwil Fajar Metro*, berdasarkan hasil penelitian tersebut di atas diperoleh hasil bahwa banyak masyarakat yang melakukan pembelian barang secara kredit melalui BMT Fajar Metro, karena nasabah dapat memenuhi kebutuhannya untuk membeli barang yang dibutuhkan tanpa harus menyediakan uang tunai dan pembayarannya secara kredit, dengan kredit akan memberikan kelonggaran waktu pengembalian bagi nasabah untuk mengembalikan pembiayaan yang telah diterimanya.<sup>13</sup>

Nur Hidayati, Jurusan Syariah Prodi Ekonomi Islam yang berjudul *Jual Beli Kredit kendaraan Bermotor dalam Tinjauan Ekonomi Islam pada PT Tossa Jaya Sukadana Timur*, berdasarkan hasil penelitian tersebut di atas diperoleh hasil bahwa dalam memberikan kredit motor PT Tossa Jaya belum memenuhi standar yang ditetapkan dalam Islam. Karena tingkat nilai jual dari hasil kredit sejumlah 30% dari hasil penjualan yang dilakukan secara kontan sehingga jika dikalkulasikan mengalami jumlah yang tinggi dalam sistem perolehan keuntungan.<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> Septina Handayani, *Skripsi Jual Beli Secara Kredit di Baitul Mal Wat Tamwil Fajar Metro*, (Metro, STAIN Jurai Siwo Metro)

<sup>14</sup> Nur Hidayati, *Skripsi Jual Beli Kredit Kendaraan Bermotor dalam Tinjauan Ekonomi Islam pada PT Tossa Jaya Sukadana Timur*, ( Metro: STAIN Jurai Siwo Metro)

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dapat diketahui bahwa penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti memiliki kajian yang berbeda, meskipun memiliki fokus kajian yang sama pada tema-tema tertentu. Akan tetapi dalam penelitian yang dikaji oleh peneliti yang akan dilakukan yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pakaian secara kredit ditinjau dari Etika Bisnis Islam (studi kasus di Desa Adijaya Kecamatan Pekalongan Lampung Timur).

## **BAB II**

### **KERANGKA TEORI**

#### **A. Jual Beli Kredit**

##### **1. Definisi Jual Beli**

Jual beli (*al-bai*) secara etimologi atau bahasa adalah pertukaran barang dengan barang (barter). Jual beli merupakan istilah yang dapat digunakan untuk menyebut dari dua sisi transaksi yang terjadi sekaligus, yaitu menjual dan membeli.

Sementara secara terminologi, ada beberapa ulama yang mendefinisikan jual beli. Salah satunya adalah Imam Hanafi, beliau menyatakan bahwa jual beli adalah tukar menukar harta atau barang dengan cara tertentu atau tukar menukar sesuatu yang disenangi dengan barang

yang setara nilai dan manfaatnya nilainya setara dan membawa manfaat bagi masing-masing pihak. Tukar menukar tersebut dilakukan dengan ijab kabul atau saling memberi. Adanya klausul membawa manfaat bagi para pihak, seperti tukar menukar dirham dengan dirham, atau tukar menukar barang yang tidak disenangi atau tidak dibutuhkan seperti bangkai, debu dan seterusnya

Berdasarkan pemaparan berbagai definisi diatas, maka dapat diambil simpulan bahwa jual beli secara terminologi atau istilah adalah tukar menukar harta dengan harta, biasanya berupa barang dengan uang yang dilakukan secara suka sama suka dengan akad tertentu dengan tujuan untuk memiliki barang tersebut. Objek jual beli berupa barang yang diperjualbelikan dan uang pengganti barang tersebut. Hal ini berbeda dengan sewa menyewa atau ijarah yang objeknya berupa manfaat suatu barang atau jasa. Suka sama suka merupakan kunci dari transaksi jual beli, karena tanpa adanya kesukarelaan dari masing-masing pihak, maka jual beli tidak sah.<sup>15</sup>

## **2. Rukun dan Syarat Jual Beli**

Sebagai salah satu bentuk transaksi, dalam jual beli harus ada beberapa hal agar akadnya dianggap sah dan mengikat. Beberapa hal tersebut disebut

---

<sup>15</sup>Imam Mustofa, *FIQIH MU'AMALAH KONTEMPORER*, (Jakarta : PT Grafindo Persada,2016),h.21

sebagai rukun. Ulama Hanafiyah menegaskan bahwa rukun jual beli hanya satu, yaitu ijab. Menurut mereka hal yang paling prinsip dalam jual beli adalah saling rela yang diwujudkan dengan kerelaan untuk saling memberikan barang. Maka jika telah terjadi ijab, disitu jual beli telah dianggap berlangsung. Tentunya dengan adanya ijab, pasti ditemukan hal-hal yang terkait dengannya, seperti para pihak yang berakad, objek jual beli dan nilai tukarnya.

Sementara syarat jual beli ada empat macam, yaitu syarat terpenuhinya akad, syarat pelaksanaan jual beli, syarat sah, dan syarat mengikat. Adanya syarat-syarat ini dimaksudkan untuk menjamin bahwa jual beli yang dilakukan akan membawa kebaikan bagi kedua belah pihak dan tidak ada yang dirugikan.

a. Syarat terpenuhinya akad

Syarat ini merupakan syarat yang harus dipenuhi masing-masing akadjual beli. Syarat ini ada empat, yaitu para pihak yang melakukan transaksi atau akad, akad, lokasi atau tempat terjadinya akad dan objek transaksi. Syarat yang terkait dengan pihak yang melakukan transaksi atau akad ada dua,

- 1) Pihak yang melakukan transaksi harus berakal atau *mumayyiz* dengan adanya syarat ini maka transaksi yang dilakukan oleh orang gila maka tidak sah. Menurut Hanafiyah dalam hal ini tidak

disyaratkan baliq, transaksi yang dilakukan anak kecil yang sudah *mumayyiz* adalah sah.

- 2) Pihak yang melakukan transaksi harus lebih dari satu pihak, karena tidak mungkin akad hanya dilakukan oleh satu pihak, dimana dia menjadi orang yang menyerahkan dan yang menerima.

b. Syarat pelaksanaan jual beli ada dua yaitu

- 1) Kepemilikan dan otoritasnya. Artinya masing-masing pihak yang terlibat dalam transaksi harus cakap hukum dan merupakan pemilik otoritas atau kewenangan untuk melakukan penjualan atau pembelian suatu barang. Otoritas ini dapat diwakilkan kepada orang lain yang juga harus cakap hukum.
- 2) Barang yang menjadi objek transaksi jual beli benar-benar milik sah sang penjual, artinya tidak tersangkut dengan kepemilikan orang lain.

c. Syarat sah jual beli ada dua macam, yaitu syarat umum dan syarat khusus. Adapun syarat umum adalah syarat-syarat yang telah disebutkan diatas dan ditambah empat syarat yaitu

- 1) Barang dan harganya diketahui (nyata)
- 2) Jual beli tidak boleh bersifat sementara (*muaqqat*), karena jual beli merupakan akad tukar menukar untuk perpindahan hak untuk selamanya

- 3) Transaksi jual beli harus membawa manfaat, dengan demikian maka tidak sah jual beli dirham dengan dirham yang sama
- 4) Tidak adanya syarat yang dapat merusak transaksi, seperti syarat yang menguntungkan salah satu pihak. Syarat yang merusak yaitu syarat yang tidak dikenal dalam syara' dan tidak diperkenankan secara adat atau kebiasaan suatu masyarakat.

Sementara syarat khusus ada lima, yaitu

- 1) Penyerahan barang yang menjadi objek transaksi sekiranya barang tersebut dapat diserahkan atau barang tidak bergerak dan ditakutkan akan rusak bila tidak segera diserahkan
  - 2) Diketuainya harga awal pada jual beli *murabahah*, *tauliyah* dan *wadi'ah*
  - 3) Barang dan harga penggantinya sama nilainya
  - 4) Terpenuhinya syarat *salam* seperti penyerahan uang sebagai modal dalam jual beli salam
  - 5) Salah satu dari barang yang ditukar bukan utang piutang
- d. Syarat mengikat dalam akad jual beli

Sebuah akad yang sudah memenuhi rukun dan berbagai syarat sebagaimana dijelaskan diatas, belum tentu membuat akad tersebut dapat mengikat para pihak yang telah melakukan akad. Ada syarat yang menjadikannya mengikat para pihak yang melakukan akad jual beli

- 1) Terbebas dari sifat atau syarat yang pada dasarnya tidak mengikat para pihak
- 2) Terbebas dari khiyar, akad yang masih tergantung dengan hak khiyar baru mengikat ketika hak khiyar telah berakhir, selama hak khiyar belum berakhir maka akad tersebut belum mengikat.<sup>16</sup>

Apapun bentuk jual beli, apapun cara dan media transaksinya maka harus memenuhi syarat dan rukun sebagaimana dijelaskan diatas. Transaksi di dunia maya sebagai salah satu bentuk jual beli juga harus memenuhi syarat-syarat diatas.

Istilah Kredit bukan hal yang asing lagi dalam kehidupan sehari-hari di masyarakat. Berbagai macam transaksi sudah banyak dijumpai seperti jual beli barang dengan cara kreditan. Jual beli tersebut tidak dilakukan sedara tunai (kontan), tetapi pembayaran harga barang dilakukan dengan angsuran. Selain itu dijumpai pula banyak warga masyarakat yang menerima kredit dari koperasi maupun bank untuk kepentingan memenuhi kebutuhan hidupnya. Mereka pada umumnya mengartikan kredit sama dengan utang karena setelah jangka waktu tertentu mereka wajib membayar dengan lunas.<sup>17</sup> Apabila hal tersebut dihubungkan dengan tugas bank, maka terkandung pengertian bahwa

---

<sup>16</sup>*Ibid.*, h.25-30

<sup>17</sup>GatotSupramono, *PerbankandanMasalahKredit*,(Jakarta : RinekaCipta, 2009),h.152

bank selaku kreditur percaya untuk meminjamkan sejumlah uang kepada nasabah (debitur) karena debitur dapat dipercaya kemampuannya untuk membayar lunas pinjamannya setelah jangka waktu yang ditentukan.

Secara etimologi berasal dari bahasa latin *Credare* yang artinya percaya, maksud dari percaya bagi si pemberi kredit adalah ia percaya kepada si pemberi kredit bahwa kredit yang disalurkaninya pasti akan dikembalikan sesuai perjanjian, sedangkan bagi si penerima kredit merupakan penerimaan kepercayaan sehingga mempunyai kewajiban untuk membayar sesuai jangka waktu, sehingga seorang *debitur* atau si pemberi kredit dan *kreditur* atau si penerima kredit harus memiliki rasa percaya satu sama lain demi tercapainya kerjasama yang baik, dan tidak saling merugikan.<sup>18</sup>

Pembelian dengan cara kredit adalah suatu pembelian yang dilakukan terhadap suatu barang yang pembayaran harga barang tersebut dilakukan secara berangsur-angsur sesuai dengan tahapan pembayaran yang telah disepakati kedua belah pihak yaitu penjual dan

pembeli.<sup>19</sup> Jadi kredit yaitu suatu cara untuk mendapatkan barang yang diinginkan dengan penyerahan barang terlebih dahulu, tetapi pembayarannya dilakukan secara angsuran atau bertahap sesuai dengan kesepakatan antara penjual dan pembeli.

Beberapa pengertian tentang kredit tersebut, maka kredit adalah jual beli yang dibayar dengan cara mengangsur dimana harga pokok ditambahkan jumlah keuntungan. Hal ini masuk kedalam jual beli murabahah yaitu pembiayaan saling menguntungkan yang dilakukan oleh *shahib-al-mal* dengan pihak yang membutuhkan melalui transaksi jual beli dengan penjelasan bahwa pengadaan barang dan harga jual terdapat nilai lebih yang merupakan keuntungan atau laba bagi *shahib al-mal* dan pengembaliannya dilakukan secara tunai atau kredit.<sup>20</sup>

Jual beli kredit merupakan jual beli yang tidak asing lagi bagi kalangan menengah kebawah. Sebuah mekanisme jual beli yang memungkinkan untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan dengan keterbatasan yang dimiliki. Dengan mekanisme ini pembeli dapat memiliki barang dengan harga yang relatif mahal tanpa harus membayar kontan/tunai. Jual beli kredit merupakan mekanisme jual beli dimana harga barang dibayarkan secara berkala (cicilan) dalam jangka waktu

---

<sup>19</sup>Suhrawardi K. Lubis, *HukumEkonomi Islam*, (Jakarta: SinarGrafika, 2000), h. 142

<sup>20</sup>Mardani, *FiqhEkonomiSyariahFiqhMuamalah*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2012), h.136

yang disepakati, dimana penjual harus menyerahkan barang secara kontan sedangkan pembeli membayar harga barang secara cicilan dengan jumlah dan jangka waktu tertentu. Cara jual beli kredit ini tidak dilarang dalam islam, karena dengan adanya sistem kredit dapat memudahkan seseorang untuk mendapatkan barang yang diinginkan karena tidak perlu adanya uang tunai untuk mendapatkannya.

Rukun dan syarat diatas dapat disimpulkan bahwa dalam transaksi jual beli harus memperhatikan rukun dan syarat yang telah disyariatkan islam, agar dalam bertransaksi terjadi kesinambungan antara kedua belah pihak dan adanya kesepakatan tanpa adanya paksaan.

### **3. Unsur-unsur kredit**

- a. Kepercayaan (*trust*) adalah sesuatu yang paling utama dari unsur kredit yang harus ada karena tanpa ada rasa saling percaya antara kreditur dan debitur maka akan sangat sulit terwujud suatu sinergi kerja yang baik. Karena dalam konsep sekarang ini kreditur dan debitur adalah mitra bisnis.
- b. Waktu (*time*) adalah bagian yang paling sering-sering dijadikan kajian oleh pihak analisis kredit. Ini dapat dimengerti karena bagi pihak kreditur saat ini menyerahkan uang kepada debitur maka juga harus diperhitungkan juga saat pembayaran kembali yang akan dilakukan oleh debitur itu sendiri, yaitu limit waktu yang disepakati dalam perjanjian yang telah ditandatangani kedua belah pihak. Analisis waktu bagi pihak

kreditur menyangkut dengan analisis dalam bentuk *calculation of time value of money* (hitungan nilai waktu dari uang) yaitu nilai uang pada saat sekarang adalah berbeda dengan nilai uang pada saat yang akan datang.

- c. Risiko, risiko disini menyangkut persoalan seperti *degree of risk*. Disini yang paling dikaji adalah pada keadaan yang terburuk yaitu pada saat kredit tersebut tidak kembali atau timbulnya kredit macet. Ini menyangkut dengan persoalan seperti lamanya waktu pemberian kredit yang menyebabkan naiknya tingkat risiko yang timbul, karena para pembisnis menginginkan adanya ketetapan waktu dalam proses pemberian kredit ini. Lamanya proses pemberian kredit ini tidak terlepas dari berbagai masalah seperti menyangkut dengan kajian dan analisis apakah kredit tersebut layak diberikan dan ukuran kelayakannya sejauh mana untuk pantas dicairkan. Jadi sisi kajian risiko disini menjadi bagian yang paling penting untuk dikaji, sehingga dengan begitu muncullah penempatan jaminan (*colateral*) dalam pemberian kredit.
- d. Prestasi, prestasi yang dimaksud disini adalah prestasi yang dimiliki oleh kreditur untuk diberikan kepada debitur. Pada dasarnya bentuk atau

objek dari kredit itu sendiri adalah tidak selalu dalam bentuk uang tetapi juga boleh dalam bentuk barang dan jasa (*good and service*).<sup>21</sup>

## **B. Keputusan Pembelian Produk**

### **1. Pengertian Keputusan Pembelian Produk**

Keputusan Pembelian menurut Swastha dan Irawan keputusan pembelian adalah pemahaman konsumen tentang keinginan dan kebutuhan akan suatu produk dengan menilai dari sumber-sumber yang ada dengan menetapkan tujuan pembelian serta mengidentifikasi alternatif sehingga pengambil keputusan untuk membeli yang disertai dengan perilaku setelah melakukan pembelian. Sedangkan Irawan dan Farid mengemukakan keputusan pembelian adalah tahap penilaian keputusan yang menyebabkan pembeli membentuk pilihan di antara beberapa merek yang tergabung dalam perangkat pilihan dan membentuk maksud untuk membeli.<sup>22</sup>

### **2. Tahap Pengambilan Keputusan Pembelian Produk<sup>23</sup>**

---

<sup>21</sup>IrhamFahmi, *PENGANTAR MANAJEMENT PENGKREDITAN*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 07

<sup>22</sup>Setiawan Tri Saputra, *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Iphone*, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 50 No. 6 September 2017, h. 87

<sup>23</sup>BagasRifki, *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Internet Yang Dimediasi Oleh Minat Beli*, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Volo. 76 No. 23 September 2016

Tahap-tahap pengambilan keputusan menurut Kotler dan Armstrong (2004) adalah sebagai berikut:

1) Pengenalan kebutuhan ( *need recognition* )

Pengenalan kebutuhan merupakan tahap pertama proses keputusan pembelian dimana konsumen mengenali permasalahan atau kebutuhan. Pembeli merasakan adanya perbedaan antara keadaan aktual dan sejumlah keadaan yang diinginkan . Kebutuhan itu dapat dipicu oleh stimulan internal ketika salah satu kebutuhan normal, lapar, haus naik ke tingkat yang cukup tinggi sehingga menjadi pendorong. Selain itu pula kebutuhan juga dipicu oleh rangsangan eksternal.

2) Pencarian informasi

Pencarian informasi merupakan tahap proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen tergerak untuk mencari informasi tambahan, konsumen mungkin sekedar meningkatkan perhatian atau mungkin pula mencari informasi secara aktif. Konsumen dapat memperoleh informasi dari berbagai sumber. Sumber itu meliputi:

a) Sumber pribadi (keluarga, teman, tetangga, rekan kerja)

- b) Sumber komersial (iklan, penjualan, pengecer, bungkus, situs Web, dll)
- c) Sumber publik (media masa, organisasi pemberi peringkat)
- d) Sumber berdasarkan pengalaman (memegang, meneliti, menggunakan produk)

### 3) Pengevaluasian Alternative

Pengevaluasian alternatif merupakan tahap proses keputusan pembeli dimana konsumen menggunakan informasi untuk mengevaluasi berbagai merek alternatif di dalam serangkaian pilihan. Cara konsumen memulai usaha mengevaluasi alternatif pembelian tergantung pada konsumen individual dan situasi pembelian tertentu.

Dalam beberapa kasus, konsumen menggunakan kalkulasi yang cermat dan pikiran yang logis. Dalam waktu yang lain, konsumen bersangkutan mengerjakan sedikit atau tidak mengerjakan evaluasi sama sekali, melainkan mereka membeli secara impulsif atau bergantung pada intuisi.

### 4) Menentukan pembelian

Menentukan pembelian merupakan tahap proses keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk. Secara umum, keputusan pembelian konsumen akan membeli merek yang

paling disukai, tetapi ada dua faktor yang muncul diantara kecenderungan pembelian dan keputusan pembelian. Faktor pertama adalah sikap orang lain, karena konsumen mungkin membentuk kecenderungan pembelian berdasar pada pendapat yang diharapkan.

Faktor kedua adalah faktor situasi yang tak terduga, karena keadaan tak terduga dapat mengubah kecenderungan pembelian. Dalam keputusan membeli konsumen seringkali ada lebih dari dua pihak yang terlibat dalam proses pembelian. Umumnya ada lima peran yang dapat dilakukan seorang konsumen. Adakalanya kelima peran ini dipegang oleh satu orang, namun sering kali pula peranan tersebut dilakukan oleh beberapa orang. Menurut Kotler (1997) kelima peranan tersebut meliputi :

- a) Pemrakarsa ( *Initiator* ), yaitu orang yang pertama kali menyadari adanya keinginan atau kebutuhan yang belum terpenuhi dan mengusulkan ide untuk membeli suatu barang atau jasa tertentu.
- b) Pemberi Pengaruh ( *Influencer* ), yaitu orang yang pandangan, nasihat atau pendapatannya mempengaruhi keputusan pembelian.
- c) Pengambilan Keputusan ( *Decider* ), yaitu orang yang mengambil keputusan pembelian.
- d) Pembeli ( *Buyer* ), yaitu orang yang melakukan pembelian.

- e) Pemakai ( *User* ), yaitu orang yang mengkonsumsi atau menggunakan barang atau jasa yang dibeli.

### **3. Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk**

Secara umum faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk dibagi menjadi dua, yaitu faktor internal dan faktor eksternal yang dapat diuraikan sebagai berikut:

#### a. Faktor internal

##### 1) Pekerjaan

Sebuah pekerjaan merupakan gambaran dari pencerminan tugas-tugas, kewajiban-kewajiban, serta tanggung jawab nyata dari setiap anggota karyawan terhadap pekerjaannya.<sup>24</sup> Semakin tinggi tingkat pekerjaan maka semakin tinggi pula tingkat pendapatannya sehingga pekerjaan seseorang akan mendorong seseorang untuk menjadi konsumen atas suatu produk yang memiliki daya jual yang cukup tinggi.

##### 2) Sikap dan keyakinan

Sikap adalah suatu evaluasi, perasaan, dan kecenderungan seseorang yang secara konsisten menyukai atau tidak menyukai suatu objek atau gagasan. Sikap menempatkan orang pada kerangka berpikir tentang menyukai atau

---

<sup>24</sup>Veithzal Rivai, *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004)h. 106

tidak menyukai sesuatu, bergerak mendekat atau menjauh dari hal itu. Sikap konsumen adalah faktor penting yang akan mempengaruhi keputusan konsumen.<sup>25</sup>

Keyakinan adalah suatu gagasan deskripsi yang dianut oleh seseorang tentang sesuatu.<sup>26</sup> Kaitannya dengan konsumen keyakinan merupakan gambaran pemikiran yang dianut oleh konsumen tentang gambaran sesuatu. Keyakinan konsumen tentang produk atau merk mempengaruhi keputusan pembelian mereka.<sup>27</sup> Sikap dan keyakinan akan mengarahkan seseorang untuk berperilaku konsisten terhadap produk atau jasa sehingga sikap konsumen untuk memilih suatu produk atau jasa tersebut akan mempengaruhi keyakinan konsumen untuk melakukan pembelian dan menggunakan produk tersebut. Karena sikap dipengaruhi oleh keyakinan, begitu pula sebaliknya keyakinan menentukan sikap.

### 3) Gaya Hidup

Gaya hidup adalah menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana membelanjakan uangnya, dan bagaimana orang mengalokasikan waktu.

---

<sup>25</sup>Suardyono, *PerilakuKonsumen.*,(Jakarta; LenteraIlmuCendikia, 2015),38.

<sup>26</sup>PandjiAnoraga, *ManajemenBisnis*(Jakarta: Rineka cipta, 1997),228

<sup>27</sup>DonniJuniPriansa, *Perilakukonsumen*, (Bandung: Alfabet, 2017),h.37

Selain itu gaya hidup adalah pola hidup seseorang dalam dunia kehidupan sehari-hari yang dinyatakan dalam kegiatan, minat, dan pendapat.<sup>28</sup>

Gaya hidup dari lapisan atas akan berbeda dengan gaya hidup dari lapisan menengah dan dari lapisan bawah. Demikian juga halnya dengan minat konsumen untuk melakukan pembelian barang atau penggunaan jasa pada masing-masing lapisan berbeda-beda.

#### 4) Motivasi

Motivasi adalah dorongan dalam diri individu seseorang dan memaksa dia untuk berbuat.<sup>29</sup> Motivasi merupakan dorongan yang muncul dari dalam diri seseorang yang menjadi faktor penggerak untuk mencapai tujuan tertentu. Dorongan tersebut dihasilkan oleh suatu tekanan yang timbul akibat dari satu kebutuhan yang belum terpenuhi. Terkait dengan konsumen, motivasi bisa diartikan sebagai suatu dorongan yang menggerakkan konsumen untuk memutuskan bertindak kearah mencapai tujuan, yaitu memenuhi berbagai macam kebutuhan dan keinginan. Dengan adanya kebutuhan dan keinginan konsumen, maka seseorang akan melakukan pembelian, memiliki atau mengkonsumsi barang atau jasa, oleh

---

<sup>28</sup>*Ibid.*, 185.

<sup>29</sup>Mulyadi Niti susastro, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*(Bandung: Alfabeta, 2013), h.77

karena itu motivasi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat konsumen melakukan pembelian.

## b. Faktor Eksternal

### 1) Budaya

Budaya adalah sekelompok nilai-nilai sosial yang diterima masyarakat secara menyeluruh dan tersebar kepada anggota-anggotanya melalui bahasa dan simbol-simbol.<sup>30</sup> Budaya adalah konsep yang sangat kompleks, meliputi, ilmu pengetahuan, kepercayaan, seni, hukum, moral, kebiasaan, dan setiap kemampuan dan kebiasaan yang dimiliki individu atau kelompok masyarakat.<sup>31</sup> Kebiasaan-kebiasaan yang tumbuh di lingkungan masyarakat dan telah terpola dalam tatanan kehidupan, secara perlahan akhirnya membentuk budaya. Budaya yang beraneka ragam inilah yang akan menyebabkan kebutuhan yang diperlukan oleh setiap individu berbeda-beda.

### 2) Sosial

Faktor sosial ini terdiri dari kelompok referensi, keluarga, peranan, dan status. Yang dimaksud dengan kelompok referensi, kelompok yang secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi sikap dan perilaku

---

<sup>30</sup>PandjiAnoraga, *ManajemenBisnis*, (Jakarta: RinekaCipta, 1997),h.227.

<sup>31</sup>Mulyadi Niti susastro, *Perilaku Konsumen*, (Bandung: Alfabet, 2013),h.86.

seseorang. Para anggota keluarga juga dapat memberikan pengaruh yang kuat terhadap perilaku pembeli. Ada dua macam keluarga dalam kehidupan pembeli, yaitu keluarga sebagai sumber orientasi yang terdiri dari orangtua; dan keluarga sebagai sumber keturunan, yaitu pasangan suami istri dan anak-anaknya. Kedudukan seseorang dalam setiap kelompok dapat dijelaskan dalam peranan dan status. Setiap peran akan mempengaruhi perilaku pembelian seseorang.<sup>32</sup> Berdasarkan pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa faktor sosial di masyarakat khususnya keluarga akan mempengaruhi minat pembelian bagi seseorang. Tidak hanya keluarga, teman dekat pun bisa saja menjadi pengaruh bagi seseorang untuk memiliki minat atas pembelian suatu barang. Pada dasarnya seseorang akan cenderung meniru suatu perilaku atau gaya hidup yang dimiliki oleh orang terdekat mereka dalam tatanan kehidupan bermasyarakat.

### 3) Harga

Menurut Kotler dan Armstrong harga adalah sejumlah uang yang diminta untuk suatu produk atau suatu jasa. Secara lebih luas dapat dikatakan bahwa harga ialah jumlah semua nilai yang diberikan oleh konsumen untuk memperoleh keuntungan atas kepemilikan atau penggunaan suatu produk atau jasa. Secara historis, harga menjadi faktor utama yang mempengaruhi

---

<sup>32</sup>Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: RinekaCipta, 1997),h227.

pilihan seorang pembeli.<sup>33</sup> Harga merupakan variabel yang dapat dikendalikan dan yang menentukan diterima tidaknya suatu produk oleh konsumen.<sup>34</sup> Harga merupakan salah satu faktor yang menentukan konsumen untuk melakukan pembelian atau tidak. Dengan harga yang murah maka dapat menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk, penetapan harga yang rendah atau murah dibandingkan dengan pesaing juga dapat mengalihkan perhatian konsumen dari produk pesaing yang ada di pasaran. Karena pada umumnya konsumen lebih memilih barang atau produk dengan harga yang murah namun memiliki kualitas yang terjamin atau bagus. Namun setiap produsen tentunya tetap memperhitungkan keuntungan dari setiap penjualan, sehingga harga dan kualitas produk yang ditawarkan biasanya berbanding lurus.

#### 4) Kualitas

Kualitas produk merupakan salah satu hal pendukung yang membuat suatu produk dipilih oleh masyarakat untuk dibeli atau dikonsumsi. Kualitas produk yang ditawarkan akan menentukan bagaimana minat masyarakat terhadap produk tersebut. Kualitas produk adalah keadaan, ciri serta kemampuan sebuah produk dalam menjalankan fungsinya untuk

---

<sup>33</sup>Ari Setyaningrum, Jusuf Udaya dan Efendi, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Yogyakarta: Andi Offset, 2015),h.128.

<sup>34</sup>PandjiAnoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: RinekaCipta, 1997),h.221.

memenuhi serta memuaskan konsumen baik itu dari tampilan, daya tahan, maupun manfaat yang produk tersebut berikan.<sup>35</sup> Kualitas produk yang dibuat oleh suatu perusahaan mempunyai tujuan untuk mengurangi kerusakan dan juga untuk meningkatkan nilai pelanggan atau untuk menarik para konsumen untuk melakukan pembelian atas produk yang ditawarkan. Kualitas produk yang bagus tentunya akan memunculkan minat konsumen untuk melakukan tindakan pembelian suatu produk.

## **C. Etika Bisnis Islam**

### **1. Pengertian Etika Bisnis Islam**

Untuk memahami arti dari etika itu sendiri, apakah “*etika*” maka perlu membandingkan dengan moralitas. Baik etika dan moralitas sering dipakai secara bersamaan serta dapat dipertukarkan dengan pengertian yang sering disamakan begitu saja. Sehubungan dengan hal tersebut, secara teoretis dapat membedakan dua pengertian etika yaitu berasal dari bahasa Yunani “*Ethos*” berarti adat istiadat atau kebiasaan. Sehingga dalam pengertian ini, etika berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik, baik pada diri seseorang maupun suatu masyarakat atau kelompok masyarakat. Hal ini berarti etika berkaitan dengan nilai-nilai, tata cara hidup yang baik, aturan hidup yang

---

<sup>35</sup>Ruri Putri Utami dan Hendra Saputra, “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sayuran Organik di Pasar Sambas Medan,” *Jurnal Niagawan*, Vol 6 No 2 Oktober 2017, h.3.

baik, dan segala kebiasaan yang dianut dan diwariskan dari satu orang ke orang lain atau dari satu generasi ke generasi yang lainnya.

Pengertian tersebut relatif sama dengan moralitas. Moralitas berasal dari bahasa latin “*Mos*” yang dalam bentuk jamaknya “*Mores*” berarti adat istiadat atau kebiasaan. Jadi pengertian secara umum, etika dan moralitas sama-sama berarti merupakan sistem nilai tentang bagaimana manusia harus hidup baik sebagai manusia yang telah di-institusionalisasikan dalam sebuah adat kebiasaan yang kemudian terwujud dalam pola perilaku yang konsisten dan berulang-ulang dalam kurun waktu yang lama sebagaimana layaknya sebuah kebiasaan.<sup>36</sup>

Didalam etika bisnis islam jual beli kredit tidak dilarang dalam islam, karena dengan adanya sistem kredit dapat memudahkan seseorang untuk mendapatkan barang yang diinginkan karena tidak perlu adanya uang tunai untuk mendapatkannya. Jual beli kredit merupakan jual beli yang populer bagi kalangan menengah kebawah. Sebuah mekanisme jual beli yang memungkinkan untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan dengan keterbatasan *income* yang dimiliki. Dengan mekanisme ini, pembeli dapat memiliki barang dengan harga yang relatif mahal tanpa harus membayar kontan atau tunai. Jual beli kredit merupakan mekanisme jual beli dimana

---

<sup>36</sup>Agus Arijanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*, (Jakarta :PT.RajaGrafindo Persada,2014),h.5

harga barang dibayarkan secara berkala (cicilan) dalam jangka waktu yang disepakati, dimana penjual harus menyerahkan barang secara kontan sedangkan pembeli membayar harga barang secara cicilan dalam jumlah dan jangka waktu tertentu.

Dengan konteks diatas harga yang disepakati dalam jual beli kredit bisa sama dengan harga pasar (*market price*), lebih besar atau bahkan lebih rendah. Namun demikian yang lebih lazim berlaku adalah harga jual lebih tinggi dari harga pasar yang sebenarnya, jika barang tersebut dibayar kontan pembeli bisa saja akan membayar lebih murah. Berbeda ketika barang tersebut dibeli secara kredit, maka terdapat *interest* (kepentingan) penjual untuk menaikkan harga jual lebih tinggi dari harga pasar (kontan).<sup>37</sup>

## **2. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam**

Dengan memperhatikan Al-Qur'an melalui praktek mal bisnis *al-bathil*, *al-fasad* dan *azh-zhalim*, maka pakar ekonomi muslim mengemukakan sejumlah prinsip (aksioma) dalam ilmu ekonomi Islam yang mesti diterapkan dalam bisnis syari'ah, antara lain:

### **a. Tauhid (Keesaan Tuhan)**

---

<sup>37</sup>Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fiqh Muamalah*, (Yogyakarta:Pustaka Pelajar,2010),h.275

“Tauhid adalah azaz filsafat ekonomi Islam yang menjadi orientasi dasar dari ilmu ekonomi dan praktek bank syariah, yang paradigmanya relevan dengan nilai logik. Etik dan estetik yang dapat difungsionalisasikan ketengah tingkah laku ekonomi masyarakat”<sup>38</sup> Islam mengatur bahwa segala aktifitas tidak boleh terlepas dari nilai-nilai ke-Tuhan-an termasuk dalam aktifitas ekonomi. Tauhid menjadi prinsip dasar yang menjadi patokan apa saja yang boleh dan tidaknya dikerjakan dalam aktifitas ekonomi.

Seorang muslim haruslah mentaati aturan Allah, dimanapun dan dalam keadaan apapun baik itu di masjid, di dunia kerja, muamalah, atau aspek apapun dalam kehidupannya. Hal ini tertuang dalam ayat berikut ini:



Artinya: “Katakanlah (Muhammad), sesungguhnya, shalatku, ibadahku, hidupku, dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan seluruh alam”. (Q.S Al-An’am (6) : 162)<sup>39</sup>

Islam tidak membatasi usaha apa yang boleh dikerjakan selagi tidak bertentangan dengan syariat Islam. Dengan berpedoman pada prinsip tauhid, pelaku bisnis dan pekerja akan menghindarkan usaha yang haram menuju keusaha yang halal. Adapun didalam bidang ekonomi, mengantarkan para

---

<sup>38</sup>Muhammad, *Aspek Hukum Dalam Muamalat*, (Yogyakarta: GrahaIlmu, 2007),82.

<sup>39</sup>QS. Al-An’am (6) : 162

pelaku ekonomi untuk berkeyakinan bahwa harta benda adalah milik Allah semata.

b. *Nubuwwah* (Kenabian)

Allah sebagai pencipta yang *Rahman* bijaksana tidak membiarkan manusia begitusaja di dunia tanpa mendapat bimbingan. Maka dari itu untuk umat muslim Allah telah mengirimkan “manusia model” yang terahir dan sempurna untuk diteladani sampai akhir zaman, yakni Nabi Muhammad SAW. Sifat-sifat utama yang harus diteladani oleh manusia pada umumnya serta pelaku ekonomi dan bisnis pada khususnya, adalah sebagai berikut:

1) *Siddiq* (benar, Jujur)

Sifat *Siddiq harus* menjadi visi hidup setiap muslim, yakni “hidup kita berasal dari yang Maha benar maka hidup di dunia harus dijalani dengan benar pula”. Dari konsep *Siddiq* ini, muncul turunan konsep khas ekonomi dan bisnis, yakni efektifitas (mencapai tujuan yang tepat, benar) dan *efisiensi* (melakukan kegiatan dengan benar, yakni menggunakan teknik dan metode yang tidak menyebabkan kemubaziran. Karena mubazir berarti tidak benar).

2) Amanah (tanggungjawab, kepercayaan, kredibilitas)

Amanah harus menjadi misi hidup setiap muslim karena sifat ini akan membentuk kredibilitas yang tinggi dan sikap penuh tanggungjawab yang penuh pada individu muslim. Sifat amanah memainkan peranan yang

fundamental dalam ekonomi dan bisnis, karena kredibilitas dan tanggungjawab kehidupan ekonomi dan bisnis akan hancur.

3) *Fathanah* (Kecerdukan, kebijaksanaan, intelektualitas)

Sifat ini dipandang sebagai strategi hidup setiap muslim. Potensi yang paling berharga dan termahal yang hanya diberikan pada manusia adalah akal (intelektualitas). Adapun implikasi ekonomi dan bisnis sifat ini adalah bahwa segala aktifitas harus dilakukan dengan ilmu, kecerdikan dan pengoptimalan semua potensi akal.

4) *Tabligh* (Komunikasi, keterbukaan, pemasaran)

Sifat ini merupakan teknik hidup muslim, karena setiap muslim mengemban tanggungjawab da'wah, yakni menyeru, mengajak, serta memberitahu. Bila sifat ini telah mendarah daging pada setiap pelaku ekonomi dan bisnis maka individu-individu tersebut akan menjadi lihai dan tangguh.<sup>40</sup>

c. Keseimbangan

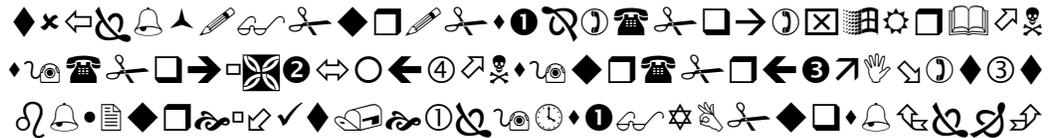
Prinsip keseimbangan dalam ekonomi memiliki kekuatan untuk membentuk mozaik pemikiran seseorang bahwa sikap moderat (keseimbangan) dapat mengantarkan manusia kepada keadaan seharusnya adanya fungsi sosial bagi harta benda.<sup>41</sup> Keseimbangan yang terwujud dalam kesederhanaan, hemat

---

<sup>40</sup>Adiwarman A Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta, PT Raja GrafindoPersada, 2010), 35

dan menjauhi sikap pemborosan. Seperti yang terdapat dalam Q.S Al-Furqan :

67



Artinya: “Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebih-lebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) ditengah-tengah antara demikian“. (Q.S Al-Furqan : 67)<sup>42</sup>

Keseimbangan merupakan nilai dasar yang mempengaruhi berbagai aspek tingkah laku ekonomi seorang muslim. Didalam keseimbangan ekonomi Islam ini yaitu adanya kesederhanaan, hemat, dan menjauhi pemborosan.

#### d. Kebebasan Individu

Menurut Islam, setiap individu akan dimintai pertanggungjawaban diakhirat nanti sesuai dengan apa yang diperbuatnya selama didunia. Kebebasan individu merupakan implikasi dari tanggungjawab individu terhadap aktifitas kehidupannya termasuk aktifitas ekonomi. Oleh karena itu, “Islam menaruh nilai yang tinggi pada kebebasan bertindak individu disegala bidang kegiatannya seperti, kegiatan sosial, politik, ekonomi, dan moral.”<sup>43</sup> Kebebasan individu didalam segala perbuatannya harus berpatokan kepada

---

<sup>42</sup>Q.S Al-Furqan (25) : 67

<sup>43</sup>Muhammad Sharif Chaundhry, *Sistem Ekonomi Islam: Prinsip Dasar*, (Jakarta: Kencana, 2012), 44.

syariat Islam yang terkandung dalam Al-Qur'an dan hadist, sehingga terhindar dari perbuatan dosa.

e. Keadilan

Keadilan adalah masalah yang mudah dikatakan, tetapi sulit untuk diterapkan dan dilaksanakan. Prinsip keadilan mencakup segala aspek kehidupan, baik dibidang hukum, sosial, politik, dan ekonomi. Untuk itu harus diterapkan dalam kehidupan ekonomi seperti proses distribusi, konsumsi, dan sebagainya.<sup>44</sup> Didalam bidang konsumsi, berlebih-lebihan merupakan ciri khas masyarakat yang tidak mengenal Tuhan, dikutuk dalam Islam dan disebut dengan *israf* (pemborosan) atau *tabzir* (menghambur-hamburkan harta tanpa guna), pemborosan berarti penggunaan harta secara berlebih-lebihan.<sup>45</sup> Islam sangat melarang perbuatan yang melampaui batas (*israf*), termasuk pemborosan dan berlebih-lebihan (bermewah-mewahan), yaitu membuang-buang harta dan menghambur-hamburkannya tanpa faedah serta manfaat dan hanya memperturutkan nafsu.<sup>46</sup>

---

<sup>44</sup>Nurul Huda, *Ekonomi Makro Islam Pendekatan Teoretis*, (Jakarta: Kencana, 2009), 5

<sup>45</sup>M. NurRianto Al Arif, *Pengantar Ekonomi Syariah Teori Dan Praktek*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2005), 188-189.

<sup>46</sup>*Ibid*, 193.

Menurut Ascarya dalam bukunya *Akad dan Produk Bank Syariah*, prinsip-prinsip ekonomi Islam yang sering disebut dalam berbagai literatur ekonomi Islam dapat dirangkum menjadi lima hal yaitu:

- a. Hidup hemat dan tidak bermewah-mewahan
- b. Menjalankan usaha yang halal
- c. Implementasi zakat
- d. Penghapusan/pelarangan riba
- e. Pelarangan maysir.<sup>47</sup>

Kelima prinsip di atas, dapat diketahui bahwa sistem ekonomi Islam berbeda dengan sistem ekonomi kapitalis. Dalam melakukan kegiatan ekonomi, manusia harus menyeimbangkan antara kebutuhan dunia dan akhiratnya seperti dilarang melakukan kegiatan yang dapat membuat orang lain merasa dirugikan, harus menjalankan usaha yang halal, hidup hemat dan tidak bermewah-mewahan karena pada hakikatnya semua yang ada di bumi ini adalah milik Allah SWT dan semuanya akan kembali kepada Allah SWT.

---

<sup>47</sup>Ascarya, *AkaddanProduk Bank Syariah*, (Jakarta: PT Raja GrafindoPersada, 2008), 7.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Dan Sifat Penelitian**

##### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), “penelitian lapangan yaitu suatu penelitian yang dilakukan di lapangan atau di lokasi penelitian, suatu tempat yang dipilih sebagai lokasi untuk menyelidiki gejala obyektif sebagai terjadi di lokasi tersebut, yang dilakukan juga untuk penyusunan laporan ilmiah”.<sup>48</sup> Menurut Nurul Zuriah penelitian lapangan adalah penelitian yang memusatkan perhatian pada suatu kasus secara intensif dan terperinci mengenal latar belakang keadaan sekarang yang dipermasalahkan dan dikaji dalam penelitian.<sup>49</sup> Penelitian lapangan ini datanya diperoleh dari informasi yang benar-benar dibutuhkan. Informasi yang dibutuhkan dalam hal ini adalah konsumen dan pedagang yang melakukan

---

<sup>48</sup>Abdurrahman Fathoni, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006), h. 96

<sup>49</sup>Nurul Zuriah, *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), h.

transaksi jual beli kredit di Desa Adijaya Kecamatan Pekalongan Lampung Timur.

Berdasarkan keterangan tersebut peneliti mengadakan penelitian lapangan di Desa Adijaya kecamatan Pekalongan Lampung Timur.

## **2. Sifat Penelitian**

Sesuai dengan judul dan fokus permasalahan yang diambil maka sifat penelitian ini adalah deskriptif karena peneliti berupaya mengumpulkan fakta yang ada dan mengungkapkan masalah dan keadaan sebagaimana adanya yang kemudian diteliti dan dipelajari sebagai kesatuan yang utuh.

Penelitian deskriptif adalah suatu penelitian yang bermaksud mengadakan pemeriksaan dan pengukuran-pengukuran terhadap gejala tertentu. Sedangkan bentuk dari penelitian ini adalah kualitatif yaitu menggambarkan apa yang terjadi di lapangan. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang dilakukan dalam *setting* tertentu yang ada dalam kehidupan riil (alamiah) dengan maksud untuk mencari tahu secara mendalam dan memahami suatu fenomena.<sup>50</sup>

---

<sup>50</sup>Rianto Adi, *Metode Penelitian Sosial Dan Humas*, ( Jakarta: Granit, 2004), h. 130.

Penelitian ini bertujuan untuk menggali dan mendeskripsikan fakta-fakta yang terjadi mengenai Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pakaian Secara Kredit di Desa Adijaya Kecamatan Pekalongan Lampung Timur.

## **B. Sumber Data**

Menurut Suharsimi Arikunto yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian adalah “ subjek darimana data dapat diperoleh”.<sup>51</sup>

Mengenai sumber data yang peneliti gunakan dalam penyusunan skripsi ini peneliti kelompokkan menjadi dua bagian, yaitu:

### **1. Sumber Data Primer**

Sumber data primer adalah sumber pertama dimana sebuah data dihasilkan.<sup>52</sup> Adapun yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini adalah para pembeli dan penjual pakaian secara kredit di Desa Adijaya Kecamatan Pekalongan Lampung Timur.

### **2. Sumber Data Sekunder**

Sumber data sekunder adalah “sumber penunjang dan perbandingan yang berkaitan dengan masalah. “Adapun yang menjadi sumber penunjang dalam penelitian ini adalah buku-buku yang ada kaitannya dengan

---

<sup>51</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. (Jakarta: Rieneka Cipta, 2006), .h 129

<sup>52</sup>Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial&Ekonomi*, (Jakarta:Kencana Perdana Media Group, 2013), h.129.

permasalahan tersebut di antaranya buku tentang Teori dan Praktek Ekonomi Islam, Fiqih Muamalah, Doktrin Ekonomi Islam, Etika Bisnis dalam Islam dan lain sebagainya.

### **C. Teknik Pengumpulan Data**

Adapun teknik yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian adalah sebagai berikut:

#### **1. Wawancara**

Wawancara atau *interview* adalah suatu bentuk komunikasi verbal jadi semacam percakapan yang bertujuan memperoleh informasi.<sup>53</sup>

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan jalan tanya jawab sepihak yang dikerjakan secara sistematis dan berlandaskan kepada tujuan penyelidikan.

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara semi terstruktur dimana dalam hal ini peneliti hanya mengajukan pertanyaan-pertanyaan sesuai dengan kerangka pertanyaan yang telah dipersiapkan. Sedangkan narasumber diberikan kebebasan dalam memberikan jawaban. Wawancara ini digunakan untuk mendapatkan data tentang proses pelaksanaan penelitian ini yang di dapatkan dari narasumber dan untuk mendapatkan informasi tentang kredit pakaian terhadap minat beli konsumen di Desa Adijaya Kecamatan Pekalongan Lampung Timur.

---

<sup>53</sup>Nasution S, *Metode Research*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2011), h. 113

Wawancara yang dilakukan adalah untuk menggali informasi lebih dalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian pakaian secara kredit di Desa Adijaya Kecamatan Pekalongan Lampung Timur, wawancara dilakukan kepada para pembeli pakaian secara kredit.

## 2. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variable yang berupa catatan, buku, surat kabar, majalah, agenda dan lain-lain yang berhubungan dengan masalah penelitian.

Teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data contoh denah lokasi penempatan tempat yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual dan sesuai dengan masalah penelitian.<sup>54</sup>

Sehingga penelitian ini, dokumentasi yang dikumpulkan dapat berupa lembaran sejarah, visi, misi, dan struktur organisasi dengan tempat penelitian yaitu di Desa Adijaya Kecamatan Pekalongan Lampung Timur yang diperoleh dari dokumen-dokumen yang berisi gambaran mengenai Desa Adijaya Kecamatan Pekalongan Lampung Timur.

## **D. Teknik Analisis Data**

---

<sup>54</sup>Muhammad, *metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), h. 152

Analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, menemukan pola, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat di kelola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan orang lain.<sup>55</sup>

Berdasarkan penjelasan diatas maka analisis data dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif lapangan dan bersifat deskriptif yaitu penelitian yang dilakukan memiliki pemahaman awal mengenai situasi masalah yang dihadapi.<sup>56</sup>

Setelah data yang diperlukan terkumpul, maka peneliti menyusun dan menarik kesimpulan dengan cara berfikir induktif dalam menganalisis data, yaitu suatu metode berfikir yang berangkat dari fakta-fakta yang khusus dan konkrit, peristiwa konkrit, kemudian dari fakta atau peristiwa yang khusus dan konkrit tersebut ditarik secara generalisasi yang mempunyai sifat umum.

Teknik analisis kualitatif pada dasarnya mempergunakan pemikiran logis, analisis dengan logika, dengan induksi, deduksi, analogi, komparasi dan sejenis dengan itu.<sup>57</sup> Oleh karena itu, individu pada penelitian ini bahwa peneliti

---

<sup>55</sup>Lexy J. Meolong, *Metode Penelitian Kualitatif* Edisi Revisi, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2009), h. 248

<sup>56</sup>Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), h. 89

<sup>57</sup>Sutrisno Hadi, *Metode Research jilid 1*, (Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM, 2009), h. 42

akan menyampaikan serta menggambarkan suatu fakta konkrit mengenai bagaimana keputusan pembelian pakian secara kredit ditinjau dari Etika Bisnis Islam.

## **BAB IV**

### **PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Sejarah Singkat Berdirinya Desa Adijaya Kecamatan Pekalongan Lampung Timur**

##### **1. Sejarah Desa Adijaya Kecamatan Pekalongan Lampung Timur**

Desa Adijaya Kecamatan Pekalongan, pada dasarnya hasil dari pemekaran wilayah Desa Adirejo Kecamatan Pekalongan, berdasarkan Peraturan Daerah (PERDA) Nomor 04 Tahun 2011 Tentang Pembentukan 7 Desa di Kabupaten Lampung Timur. Berdasarkan PERDA tersebut, Desa Adirejo dimekarkan menjadi Desa Adirejo dan Desa Adijaya. Desa Adijaya berdiri pada tanggal 6 Desember 2011. Awal Pemekaran Desa Adijaya Memiliki Luas 415 Ha yang terdiri dari 5 Dusun dan 18 Rukun Tetangga (RT) dengan jumlah kepala keluarga 832 KK dan kepadatan penduduk 2930 Jiwa.1 Setelah Desa Adijaya secara resmi berdiri sendiri, untuk pejabat sementara Kepala Desa adalah Bapak Supriyadi pada tahun 2011-2012, Kemudian digantikan Bapak Yusuf Efendi pada Tahun 2012, Bapak Bagus Rahmat Tahun 2013, kemudian pada akhir tahun 2013 dilakukan pemilihan Kepala Desa serentak di Kabupaten Lampung Timur dan ditetapkan Kepala Desa definitif yaitu Bapak Agus Supendi hingga sekarang.

Berdasarkan data diatas Desa Adijaya merupakan Desa baru di Kecamatan Pekalongan sehingga Peraturan-Peraturan Desa yang dibuat sudah tidak bergantung kepada Desa Induk yaitu Desa Adirejo, kemudian diputuskan dalam

Peraturan Desa terbentuklah Lima Kepala Dusun dan 18 Rukun Tetangga dari jumlah penduduk sebanyak 2930 jiwa. Kemudian untuk jangka waktu Kepala Desa Adijaya menjabat selama satu tahun dikarenakan jabatan tersebut hanya sebatas pengganti pelaksana tugas, dikarenakan sejak terbentuknya Desa Adijaya pada Tahun 2011 akhir Kepala Desa Adijaya dijabat Bapak Supriyadi, pada tahun 2012 Bapak Supriyadi meninggal dunia dan digantikan oleh Bapak Yusuf Efendi pada periode waktu berjalan, dan pada tahun 2013 jabatan Kepala Desa diserahkan oleh Bapak Bagus Rahmat dikarenakan Bapak Yusuf Efendi sebelumnya menjabat sebagai Sekretaris Desa, dan diharuskan ada pergantian karena terjadi ganda jabatan, kemudian pada tahun 2013 akhir dilakukan pemilihan definitif untuk Kepala Desa Periode 2014-2019 pada pemilihan tersebut bapak Agus Suspendi terpilih sebagai Kepala Desa periode 2014-2019.<sup>58</sup>

Adapun pada saat ini struktur organisasi di Desa Adijaya Kecamatan Pekalongan Lampung Timur.

- a. Kepala desa : Agus Suspendi
- b. Sekretaris Desa : Rudi supriawan
- c. Kaur Keuangan : Darma Pranata
- d. Kaur Pemerintahan : Yusuf Efendi
- e. Kaur Pembangunan : Bagus Rahmat
- f. Kaur Umum : Supriono

---

<sup>58</sup>Dokumentasi Profil Desa Adijaya Kecamatan Pekalongan pada tahun 2017

- g. Kasi Pertanian : Sujono
- h. Kepala Dusun I : Heri Sugianto
- i. Kepala Dusun II : Budi Hartono
- j. Kepala Dusun III : Zarkasi
- k. Kepala Dusun IV : Sarbani
- l. Kepala Dusun V : M.Makruf

2. Letak Geografis Desa Adijaya Kecamatan Pekalongan Lampung Timur

- a. Sebelah Utara : Desa Adirejo Kecamatan Pekalongan
- b. Sebelah Barat : Desa Adirejo Kecamatan Pekalongan
- c. Sebelah Timur : Desa Sidodadi Kecamatan Pekalongan
- d. Sebelah Selatan : Desa Balerejo Kecamatan Batanghari

**B. Praktek Jual Beli Kredit Pakaian Di Desa Adijaya Lampung Timur**

Berdasarkan dari sumber data yang peneliti kumpulkan terkait dengan Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pakaian Secara Kredit Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Di Desa Adijaya Kecamatan Pekalongan Lampung Timur), maka dapat dijelaskan bahwa berdasarkan hasil wawancara dengan para konsumen yang telah melakukan jual beli secara kredit.

Saat pencarian data terkait dengan judul skripsi peneliti ada 3 orang narasumber yang telah peneliti wawancarai yaitu 2 orang konsumen yang bernama Ibu Lasmini

dan Ibu Kasini dan 1 orang penjual kredit yang bernama Ibu Siti Rohani. Dari kedua konsumen tersebut memiliki pendapat yang berbeda terkait dengan pembelian barang secara kredit.

1. Hasil Wawancara dengan konsumen yang membeli barang kredit

- a. Ibu Kasini adalah konsumen yang beralamat di Desa Adijaya Kecamatan Pekalongan Lampung Timur, beliau mengutarakan bahwa beliau sering berbelanja pakaian dengan cara kredit, tidak hanya pakaian yang beliau beli dengan cara kredit namun ada juga barang barang seperti perabotan rumah yang beliau beli dengan cara kredit.

Ibu Kasini beranggapan jika membeli dengan cara kredit lebih mudah karena dapat di bayar dengan cara mencicil sedikit demi sedikit dan tidak di pastikan berapa nominal cicilan yang harus di bayarnya. Selain itu beliau membeli pakaian dengan cara kredit karena mengikuti trend dan malu jika harus ketinggalan jaman dan untuk kebutuhan sandang karena pakaian merupakan kebutuhan penting dan setiap orang pasti memiliki keinginan untuk membeli pakaian.

- b. Ibu Lasmini adalah konsumen yang beralamat di Desa Adijaya Kecamatan Pekalongan Lampung Timur, beliau mengutarakan bahwa dalam membeli pakaian sering membeli secara kontan, membeli secara kredit ketika tidak ada uang, biasanya cara bayarnya memilih dengan tempo. Membeli pakaian karena mengikuti trend masa kini dan tidak ingin ketinggalan model.

biasanya saya melihat pakaian bagus buat anak atau saya dan bisa dikredit langsung mengambil barang tersebut. Ada keuntungan dan kekurangannya dalam pembelian kredit ini, menguntungkan bisa menambah koleksi baju-baju saya dan anak-anak dan pembayarannya bisa dicicil. Menyulitkan ketika harus memikirkan cicilan tiap bulan, dan menambah biaya pengeluaran.

2. Wawancara dengan pedagang yang menjual barangnya dengan cara kredit.
  - a. Ibu Siti Rohani adalah warga Desa Adijaya yang profesinya sebagai penjual pakaian dan barang-barang perabotan rumah tangga yang beliau jual dengan cara kontan maupun dengan cara kredit.

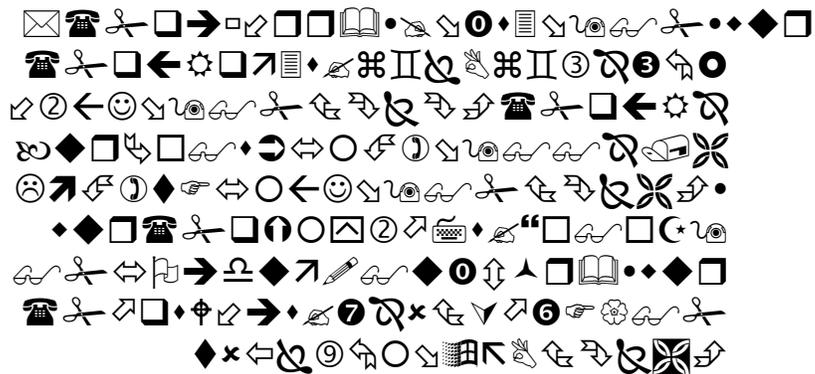
Ibu Siti Rohani saat peneliti mewawancarai mengutarakan bahwa beliau berdagang sudah dari tahun 2012, dan melakukan transaksi tunai dan kredit. Pembelian dapat dilakukan dengan tunai namun biasanya saya menawarkan pembelian barang dengan transaksi kredit pada setiap konsumen, dengan tempo 1-2 bulan, yang disesuaikan dengan harga pakaian dan kesepakatan dengan pembeli, ada keuntungan dan kelemahan tersendiri dari penjualan tunai atau kredit .

ketika pembelian tunai saya bisa langsung belanja kembali, tetapi kalau kredit harus sabar menunggu pembeli membayar. Penjualan kredit juga menguntungkan karena dengan pembelian kredit bisa memperoleh untung yang lebih dari penjualan tunai. Dengan adanya kredit ini

sedikit melancarkan bisnis saya, karena sudah ada pelanggan tetap dan mereka pasti tertarik untuk mengambil kembali. Jika konsumen pada pembayarannya sudah pada saat jatuh tempo dan belum bisa membayarnya maka saya merasa dirugikan dan merasa kecewa karena tidak konsekuensi dengan kesepakatan yang sudah ada, dengan demikian hilangnya rasa kepercayaan saya terhadap konsumen tersebut. pada akhirnya saya kesusahan untuk memutar kembali untuk dijadikan modal.

Dari penjelasan ibu rohani di atas dapat kita ambil kutipan bahwa yang dilakukan ibu siti rohani adalah sebagaimana lumrahnya pedagang biasa yang menjual barangnya dengan cara kredit maupun kontan namun yang harus di perhatikan adalah sebagai penjual yang baik harus menjual barang dagangannya dengan cara yang jujur.

Allah SWT berfirman dalam Al-Quran Surat Ash-shu'ara ayat 181-183:



181. Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu Termasuk orang-orang yang merugikan;182. Dan timbanglah dengan timbangan yang lurus. 183. Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan

*janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan;*<sup>59</sup>

Ayat di atas memerintahkan kepada manusia untuk jujur dalam kegiatan yang dilakukannya, jika tipuan di kutuk dan di larang, maka kejujuran adalah suatu keharusan bagi kita setiap manusia. Orang-orang yang tidak jujur akan selalu melakukan penipuan pada orang lain, kapan pun dan dimanapun kesempatan itu terbuka bagi dirinya, Al-Quran melarang dengan tegas ketidak jujuran itu.

### **C. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pakaian Secara Kredit**

Berdasarkan dari sumber data yang peneliti kumpulkan terkait dengan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pakaian Secara Kredit Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam Studi Kasus di desa Adijaya Kecamatan Pekalongan Lampung Timur, maka dapat dijelaskan bahwa berdasarkan hasil wawancara dengan para konsumen yang melakukan jual tersebut ada beberapa faktor yang mempengaruhinya yaitu:

1. Faktor Harga, adalah pengorbanan real dan material yang diberikan oleh konsumen untuk memperoleh atau memiliki suatu produk namun

---

<sup>59</sup>QS-Ash-shu'ara :181-183

melihat kondisi materil yang ia miliki. Hal ini sesuai dengan isi pembahasan peneliti saat mewawancarai ibu kasini.

Ibu Kasini mengatakan bahwa iya lebih suka membeli dengan cara kredit dikarenakan pembayaranya mudah bisa dicicil, sehingga beliau tidak terlalu mengeluarkan uang banyak sekaligus. Seperti halnya dengan Ibu Lasmini.<sup>60</sup>

Ibu Lasmini mengutarakan bahwa ia lebih suka membeli pakaian atau barang dengan cara kontan namun ketika beliau tidak memiliki uang cukup untuk membeli secara kontan beliau melakukan pembelian secara kredit.

Dari dua penjabaran Ibu-ibu Konsumen di atas dapat dilihat bahwa mereka suka membeli barang dengan cara yang mereka suka, namun mereka juga masih memperhatikan dan mempertimbangkan kondisi keuangan mereka saat ingin membeli suatu barang, hal tersebut dapat dikaitkan dengan surah Al-Munafiqun Ayat 9 :



---

<sup>60</sup>Hasil wawancara dengan ibu Lasmini Pada tanggal 03 Desember 2019

9. *Hai orang-orang beriman, janganlah hartamu dan anak-anakmu melalaikan kamu dari mengingat Allah. Barangsiapa yang berbuat demikian Maka mereka Itulah orang-orang yang merugi.*<sup>61</sup>

Dalam surat tersebut mengandung makna bahwa kita sebagai manusia yang telah diberi harta oleh Allah SWT harus menjaganya, seperti halnya dengan jual beli kita sebagai manusia harus membelikan harta kita kepada barang – barang yang bermanfaat dan tidak mubazir.

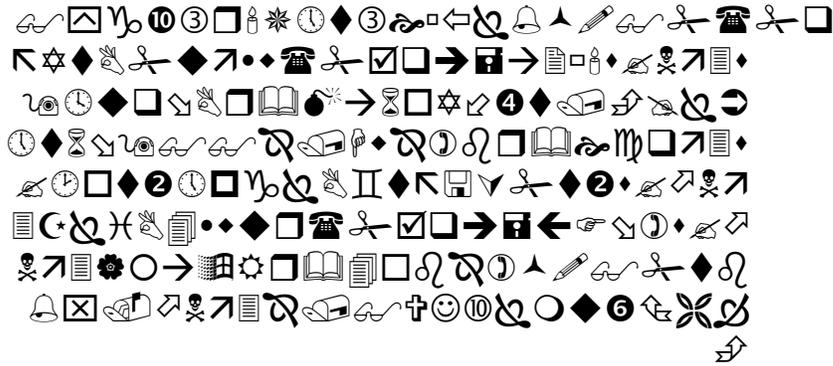
2. Faktor Acuan, merupakan pengaruh dari luar yang ikut memberikan rangsangan bagi konsumen dalam memiliki produk. Hal ini sesuai dengan sesuai dengan yang diutarakan oleh kedua konsumen tersebut yaitu adalah ibu Kasini dan Ibu Lasmini, beliau mengutarakan bahwa mereka membeli barang atau pakaian karena megikuti tren dengan tujuan tidak ketinggalan jaman.<sup>62</sup>
3. Faktor Gaya Hidup, merupakan pengaruh yang timbul dari diri sendiri karena kebiasaan dari masing - masing individu. Hal ini sama kaitanya dengan yang di sampaikan oleh Ibu Kasini yang memiliki ambisi apabila beliau membeli barang atau pakaian selalu melakukannya dengan cara kredit. Namun apabila dikaitkan dengan etika bisnis islam

---

<sup>61</sup>QS- Al-Munafiqun : 9

<sup>62</sup> Hasil Wawancara Dengan Ibu Lasmini dan Kasini Pada Tanggal 17 Desember 2019

hal ini boleh – boleh saja asalkan tidak ada yang merasa di rugikan antara penjual dan pembeli, hal ini sesuai dengan surat An-nisa ayat 29



29. *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*<sup>63</sup>.

Dari ayat diatas mengandung makna bahwa transaksi jual beli adanya barang dan adanya kesepakatan antara penjual dan pembeli atas dasar kerelaan diantara kedua belah pihak dan suka sama suka.

**D. Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Secara Kredit Di Desa Adijaya Kecamatan Pekalongan Lampung Timur**

---

<sup>63</sup>QSA-nisa :29

Manusia merupakan makhluk sosial yang saling membutuhkan satu sama lain dalam berbagai hal, termasuk dalam hal melakukan kegiatan ekonomi dalam rangka memenuhi kebutuhan hidupnya. Manusia tidak mungkin bisa memenuhi kebutuhan hidupnya seorang diri, mengingat begitu banyak serta beragamnya kebutuhan itu sendiri. Keterbatasan manusia akan mendorong untuk berhubungan satu sama lain dalam pemenuhan kebutuhannya, baik dengan bekerja sama, melakukan tukar-menukar barang maupun dengan cara melakukan jual beli dan lain sebagainya.

Jual beli (*al-bai*) secara etimologi atau bahasa adalah pertukaran barang dengan barang (*barter*). Jual beli merupakan istilah yang dapat digunakan untuk menyebut dari dua sisi transaksi yang terjadi sekaligus, yaitu menjual dan membeli.<sup>64</sup>

Dengan demikian perkataan jual beli menunjukkan adanya duaperbuatan dalam satu peristiwa, yaitu adanya satu pihak menjual dan satu pihak membeli, maka dalam hal ini terjadilah bahwa dalam perjanjian jual beli terlibat dua pihak yang ingin menukar atau melakukan kegiatan Secara Lughowi, pengertian jual beli yaitu saling menukar atau pertukaran menurut pengertian syariat Islam, jual beli adalah pertukaran harta tertentu dengan kata lain berdasarkan keridhaan, atau memindahkan hak milik berdasarkan persetujuan dan hitungan materi.

---

<sup>64</sup> Imam Mustofa, *FIQIH MU'AMALAH KONTEMPORER*, (Jakarta : PT Grafindo Persada, 2016), h.21



Secara umum, Jual beli secara kredit di berbolehkan secara syariat, Hal ini berdasarkan Firman Allah :



*Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya.(QS-Al Baqarah – 282)<sup>66</sup>*

Ibu Siti Rohani adalah salah satu penjual pakaian yang menjual barangnya dengan cara kredit, beliau sering kali menjual barangnya secara kredit dikarenakan untungnya lebih banyak walaupun terkadang beliau harus menunggu pembayarannya sampai berminggu-minggu. Selain itu masyarakat khususnya Desa Adijaya terutama Ibu-ibu lebih senang membeli barang/pakaian dengan cara kredit.<sup>67</sup>

Namun terkadang juga ada pelanggan yang menunggak pada saat pembayaran/tidak tepat waktu, hal ini mengakibatkan ibu Siti Rohani merasa di rugikan dan menganggap pelanggan tidak konsisten dan tidak sesuai dengan kesepakatan awal, hal tersebut bertentangan dengan QS An-nahl ayat 91 :



<sup>66</sup>QS- Al Baqarah : 282

<sup>67</sup> Hasil Wawancara Dengan Ibu Siti Rohani Pada Tanggal 09 Januari 2020



91. *Dan tepatilah Perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah(mu) itu, sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpahmu itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat)*<sup>68</sup>

Didalam ayat tersebut dikatakan oleh Allah SWT melarang keras kepada hambanya untuk ingkar janji dan melakukan sumpah-sumpah yang membawa kepada kebinasaan.

---

<sup>68</sup>QSA-nahl :91

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil temuan dan pembahasan yang telah dilakukan dapat disimpulkan:

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian pakaian secara kredit adalah harga atau pembayaran secara kredit, acuan dan gaya hidup.
2. Faktor-faktor tersebut ditinjau dari Etika Bisnis Islam. Didalam Islam tidak melarang adanya jual beli kredit, karena memudahkan konsumen untuk mendapatkan suatu barang tersebut. Harga atau pembayaran secara kredit cukup membantu konsumen yang tidak dapat membeli secara tunai dan konsumen memenuhi kewajiban dalam membayar. Faktor acuan dan gaya hidup dalam rangka memenuhi kebutuhan diperbolehkan, selagi tidak berlebihan.

#### **B. SARAN**

Faktor harga, acuan dan gaya hidup merupakan sebuah faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian secara kredit, pedagang hendaknya tidak menaikkan harga secara berlebihan kepada konsumen. Dengan pembayaran secara kredit sangat membantu konsumen yang tidak dapat membeli barang

secara tunai dan konsumen mempunyai kewajiban sepenuhnya untuk membayar pada waktu yang telah ditentukan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahm at Fathoni, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006)
- Agus Arijanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*, (Jakarta :PT.Raja Grafindo Persada,2014)
- Departemen Agama RI Al-Hikmah, *Al Quran dan Terjemahnya*, ( Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2008)
- Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fiqh Muamalah*, (Yogyakarta:Pustaka Pelajar,2010)
- Ferdinand, *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2002)
- Gatot Supramono, *Perbankan dan Masalah Kredit*,(Jakarta : Rineka Cipta, 2009)
- Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*,
- Imam Mustofa, *FIQIH MU'AMALAH KONTEMPORER*, (Jakarta : PT Grafindo Persada,2016)
- Irham Fahmi, *PENGANTAR MANAJEMEN PENGKREDITAN*, (Bandung: Alfabeta,2010)
- Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2002),
- Lexy J. Meolong, *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2009)
- Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2012)
- Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008)

- Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Alih Bahasa : Samson Rahman, ( Jakarta : Pustaka Al Kautsar, 2001)
- Nasution S, *Metode Research*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2011)
- Nugroho J, Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Pranada, 2003)
- Nur Hidayati, *Skripsi Jual Beli Kredit Kendaraan Bermotor dalam Tinjauan Ekonomi Islam pada PT Tossa Jaya Sukadana Timur*, ( Metro: STAIN Jurai Siwo Metro)
- Nurul Zuriah, *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan*, (Jakarta:Bumi Aksara,2009)
- Oktavia Wardani, *Skripsi pelaksanaan kredit motor dengan sistem syari'ah ditinjau dari ekonomi islam di FIF Metro*, (Metro, STAIN Jurai Siwo Metro)
- Rianto Adi, *Metode Penelitian Sosial Dan Humas*, ( Jakarta: Granit, 2004)
- Schiffman, Leon & Leslie Kanuk, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT. Indeks, 2007)
- Septina Handayani, *Skripsi Jual Beli Secara Kredit di Baitul Mal Wat Tamwil Fajar Metro*, (Metro, STAIN Jurai Siwo Metro)
- Sofjan Assauari, *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep, Dan Strategi)*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002)
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. (Jakarta: Rieneka Cipta, 2006)
- Suhrawardi K. Lubis, *Hukum Ekonomi Islam*, (Jakarata: Sinar Grafika, 2000)
- Suraya Murcitaningrum, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Bandar Lampung):Ta'lim Press,2012)
- Sutrisno Hadi, *Metode Research jilid 1*, (Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM, 2009)
- Muhammad, *Aspek Hukum Dalam Muamalat*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007)
- Adiwarman A Karim, *EkonomiMikro Islam*, (Jakarta, PT Raja GrafindoPersada, 2010)

- Muhammad Sharif Chaundhry, *Sistem Ekonomi Islam: Prinsip Dasar*, (Jakarta: Kencana, 2012)
- M. Nur Rianto Al Arif, *Pengantar Ekonomi Syariah Teori Dan Praktek*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2005)
- Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008)
- Nurul Huda, *Ekonomi Makro Islam Pendekatan Teoretis*, (Jakarta: Kencana, 2009)
- Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta : PT. Raja GrafindoPersada, 2002)
- Veithzal Rivai, *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan* (Jakarta: PT Raja GrafindoPersada, 2004)
- Suardyono, *Perilaku Konsumen.*, (Jakarta; Lentera ilmu Cendikia, 2015)
- Donni Juni Priansa, *Perilaku konsumen*, (Bandung: Alfabet, 2017)
- Mulyadi Niti susastro, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan* (Bandung: Alfabeta, 2013)
- Ari Setyaningrum, Jusuf Udaya dan Efendi, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Yogyakarta: Andi Offset, 2015)
- Muhammad Sharif Chaundhry, *Sistem Ekonomi Islam: Prinsip Dasar*, (Jakarta: Kencana, 2012)
- Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi*, (Jakarta: Kencana Perdana Media Group, 2013)



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Inggimulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Fian Ariska                      Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam /ESy  
NPM : 13102934                      Semester / TA : XII/ 2019-2020

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis / 24-1-2019	LBM Irti Irti tentang Variabel Judul Cerita dan lokasi	- konsep judul dan cerita pada LBM berm. per Masalah berm. perhatian.	<i>[Signature]</i>
	3-2-2019		- Cari Referensi Metode yang baru-baru  - Teori bab II, disesuaikan dengan kebutuhan analisis  - penulisan, Irti Pedoman  - sumber data primer d disesuaikan datanya  - Teknik analisis bln gelas, diperbaiki.	<i>[Signature]</i>

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs,

Zumaroh, M.E.Sy  
NIP. 19790422 200604 2 002

Fian Ariska  
NPM. 13102934



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Fian Ariska                      Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam /ESy  
NPM : 13102934                      Semester / TA : XII/ 2019-2020

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin / 08-04-2019	✓	- LBM Baum sistematis. - terdapat banyak teori yang tidak terlalu penting. - Cerita dideskripsikan di bahasa tulis ya baik jangan bahasa lisan.	zf
	5-7-2019	✓	- setelah mengutip teori, deskripsikan di bahasa sendiri - teknik wawancara ditujukan ke siapa sesuaikan sumber data primer	zf

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs,

Zumaroh, M.E.Sy  
NIP. 19790422 200604 2 002

Fian Ariska  
NPM. 13102934



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iaih@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : **Fian Ariska** Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam /ESy  
NPM : 13102934 Semester / TA : XII/ 2019-2020

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	20-8-2019	✓	Acc proposal, lanjutkan konsultasi ke pembimbing 2	f

Dosen Pembimbing II

**Zumaroh, M.E.Sy**  
NIP. 19790422 200604 2 002

Mahasiswa Ybs,

**Fian Ariska**  
NPM. 13102934



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL**

Nama : **Fian Ariska**                      Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam /ESy  
NPM : 13102934                      Semester / TA : XII/ 2019-2020

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Selasa, 27/10/19	✓	Dasem mola	

Dosen Pembimbing I

**Dr. Subatri, S.Ag., MH**  
NIP. 19721001 199903 1 003

Mahasiswa Ybs,

**Fian Ariska**  
NPM. 13102934



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jln. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 Alangmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : FIAN ARISKA  
NPM : 13102934

Fakultas/Jurusan : FEBI/ESY  
Semester/TA : XIV/2020

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	22-1-2020	✓	<ul style="list-style-type: none"><li>- Outline Teori di Bab II disesuaikan kebutuhan analisis</li><li>- Tambahkan teori keputusan pembelian produk di bab II</li><li>- Outline bab IV disesuaikan tujuan penelitian</li></ul>	zf
	23-1-2020	✓	Acc outline lanjutan konsultasi ke Pembimbing I	zf

Dosen Pembimbing II,

**Zumaroh.M.E.Sy**  
NIP. 197904222006042002

Mahasiswa Ybs,

**Fian Ariska**  
NPM. 13102934



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jln. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 Alangmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: lainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : FIAN ARISKA  
NPM : 13102934

Fakultas/Jurusan : FEBI/ESY  
Semester/TA : XIV/2020

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	24-1-2020	✓	<ul style="list-style-type: none"><li>- Di LOM ditakan apa yg menjadi pertimbangan masyarakat membeli Pakcain secara kredit</li><li>- bab II, Tambahkan teori yg belum ada sesuai outline</li><li>- Sumber data primer &amp; informan yg diwawancarai di sesuaikan</li></ul>	

Dosen Pembimbing II,

Zumaroh.M.E.Sy  
NIP. 197904222006042002

Mahasiswa Ybs,

Fian Ariska  
NPM. 13102934



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jln. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Tringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : FIAN ARISKA  
NPM : 13102934

Fakultas/Jurusan : FEBI/ESY  
Semester/TA : XIV/2020

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	27-1-2020	✓	Acc bab I-III, lanjutkan konsultasi ke pembimbing I	af

Dosen Pembimbing II,

**Zumaroh.M.E.Sy**  
NIP. 197904222006042002

Mahasiswa Ybs,

**Fian Ariska**  
NPM. 13102934



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jln. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 Alingmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : FIAN ARISKA  
NPM : 13102934

Fakultas/Jurusan : FEBI/ESY  
Semester/TA : XIV/2020

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
		<p>Celso - Pertanyaan penelitian 23/6-20 Dipeleki. Selain Catur - Tugun &amp; manfaat masyarakat - Sumber data primer Δ Yang diumumkan Dipeleki. Selain Catur</p>	

Dosen Pembimbing I

Dr. Suhairi, SAg., MH  
NIP. 197210011999031003

Mahasiswa Ybs,

Fian Ariska  
NPM. 13102934



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jln. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 Alangmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : FIAN ARISKA  
NPM : 13102934

Fakultas/Jurusan : FEBI/ESY  
Semester/TA : XIV/2020

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin 29/10/20 16	Apa Bab I - IV lagi dan penulisan Bab IV - V	

Dosen Pembimbing I

Dr. Shairi, SAg., MH  
NIP. 197210011999031003

Mahasiswa Ybs,

Fian Ariska  
NPM. 13102934



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Fian Ariska  
NPM : 13102934

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy  
Semester/TA : XIV/2020

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	29/20 08	✓	<ul style="list-style-type: none"><li>- Profil terlalu panjang, sederhanakan</li><li>- Penyajian data hasil penelitian masih zig zag, belum sistematis sehingga belum terbaca alur pikirnya untuk menjawab pertanyaan penelitian</li><li>- APD belum digunakan sepenuhnya sehingga data yang diperoleh minim</li><li>- Analisis belum ada</li><li>- Sumber data primer belum diwawancara seluruhnya</li><li>- Hati-hati pengetikan istilah asing</li></ul>	

Dosen Pembimbing II

**Zumaroh, M.E.Sy**  
NIP. 19790422 200604 2 002

Mahasiswa Ybs,

**Fian Ariska**  
NPM. 13102934



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Fian Ariska  
NPM : 13102934

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy  
Semester/TA : XIV/2020

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	d/ 20 / 07	✓	<ul style="list-style-type: none"><li>- Analisis diperbaiki sesuai data lapangan, fokus ke pertanyaan penelitian</li><li>- Kesimpulan dikembalikan ke pertanyaan penelitian. Sudah menjawab secara sederhana atau belum</li><li>- Saran diberikan berdasarkan kesimpulan</li></ul>	

Dosen Pembimbing II

**Zumaroh, M.E.Sy**  
NIP. 19790422 200604 2 002

Mahasiswa Ybs,

**Fian Ariska**  
NPM. 13102934



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Fian Ariska  
NPM : 13102934

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy  
Semester/TA : XIV/2020

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	07/20 /07	✓	ACC Bab IV-V, lanjutkan konsultasi ke pembimbing 1	

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs,

**Zumaroh, M.E.Sv**  
NIP. 19790422 200604 2 002

**Fian Ariska**  
NPM. 13102934



KEMENTERIAN AGAMA REPULIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jln. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 Alringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : FIAN ARISKA  
NPM : 13102934

Fakultas/Jurusan : FEBI/ESY  
Semester/TA : XIV/2020

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis, 9/7-20	- Pembahasan polanya alunya  - Kesimpulan perbeda. Semi akhir	

Dosen Pembimbing I

Dr. Suhairi, SAg, MH  
NIP. 197210011999031003

Mahasiswa Ybs,

Fian Ariska  
NPM. 13102934



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jln. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 Alirangmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : FIAN ARISKA  
NPM : 13102934

Fakultas/Jurusan : FEBI/ESY  
Semester/TA : XIV/2020

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Jumat, 16/1/20	Ace Bab IV-4 untuk ringkasan	

Dosen Pembimbing I

**Dr. Suhairi, SAg., MH**  
NIP. 197210011999031003

Mahasiswa Ybs,

**Fian Ariska**  
NPM. 13102934

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PAKAIAN SECARA KREDIT DI TINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM (Studi  
Kasus Di Desa Adijaya Kecamatan Pekalongan Lampung Timur)**

**OUT LINE**

**HALAMAN SAMPUL DEPAN**

**HALAMAN JUDUL**

**HALAMAN ABSTRAK**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**HALAMAN OROSINILITAS PENELITIAN**

**HALAMAN MOTTO**

**HALAMAN PERSEMBAHAN**

**HALAMAN KATA PENGANTAR**

**BAB I PENDAHULUAN**

- A. Latar Belakang
- B. Pertanyaan Penelitian
- C. Tujuan Penelitian
- D. Manfaat Penelitian
- E. Penelitian Relevan

## **BAB II LANDASAN TEORI**

### **A. Jual Beli Kredit**

1. Definisi Jual Beli
2. Rukun dan Syarat Jual Beli
3. Unsur-unsur kredit

### **B. Keputusan Pembelian Produk**

1. Pengertian Keputusan Pembelian Produk
2. Tahapan Pengambilan Keputusan Pembelian Produk
3. Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk

### **C. Etika Bisnis Islam**

1. Pengertian Etika Bisnis Islam
2. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam

## **BAB III METODE PENELITIAN**

- A. Jenis dan Sifat Penelitian
- B. Sumber Data
- C. Teknik Pengumpulan Data
- D. Teknik Analisis Data

## **BAB IV HASIL PENELITIAN**

- A. Gambaran Umum Sejarah Berdirinya Desa Adijaya Kecamatan Pekalongan Lampung Timur
- B. Praktek Jual Beli Kredit Pakaian Di Desa Adijaya Lampung Timur
- C. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pakaian Secara Kredit

D. Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Secara  
Kredit Di Desa Adijaya Kecamatan Pekalongan Lampung Timur

**BAB V PENUTUP**

- A. Kesimpulan
- B. Saran

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Metro, Januari 2020

Peneliti



**Fian Ariska**  
NPM. 13102934

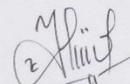
Mengetahui,

Pembimbing I



**Dr. Suhairi, S.Ag., MH**  
NIP. 19721001 199903 1 003

Pembimbing II



**Zumaroh, M.E., Sy**  
NIP. 19790422 200604 2 002

## ALAT PENGUMPULAN DATA (APD)

### FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN SECARA KREDIT DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM

(Studi Kasus Di Desa Adijaya Kecamatan Pekalongan Lampung Timur)

#### A. Wawancara

1. Wawancara Kepada Penjual
  - a. Sejak kapan anda menjual pakaian?
  - b. Transaksi pembelian seperti apa yang utama anda tawarkan kepada konsumen?
  - c. Sistem pembayaran seperti apa yang lebih diminati konsumen?
  - d. Berapa jangka waktu kesepakatan pembayaran yang anda berikan kepada konsumen ?
  - e. Bagaimana jika konsumen dalam pembayarannya tidak tepat waktu?
  - f. Keuntungan dan kelemahan apakah yang anda rasakan dari penjualan tunai dan kredit ?
  - g. Apa faktor-faktor konsumen membeli secara kredit ?
2. Wawancara Kepada pembeli
  - a. Untuk kebutuhan siapa anda membeli pakaian?
  - b. Pada situasi seperti apa anda membeli pakaian ?
  - c. Apakah ada tanggungan kredit lain selain pakaian?
  - d. Sistem pembayaran yang seperti apa yang anda pilih? Cash apa tempo (kredit)?
  - e. Ibu membeli pakaian karena kebutuhan atau karena keinginan?
  - f. Keuntungan dan kekurangan apakah yang anda rasakan dalam pembelian secara kredit ?
  - g. Mengapa anda membeli pakaian secara kredit ?

Metro, Juli 2020

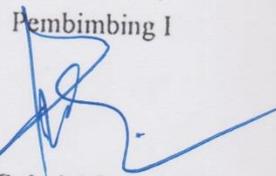
Peneliti



Fian Ariska  
NPM. 13102934

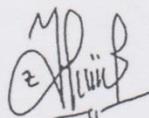
Mengetahui,

Pembimbing I



Dr. Suhairi, S.Ag., MH  
NIP. 19721001 199903 1 003

Pembimbing II



Zumaroh, M.E.Sy  
NIP. 19790422 200604 2 002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;  
Website: [www.metrouniv.ac.id](http://www.metrouniv.ac.id); email: [iaimetro@metrouniv.ac.id](mailto:iaimetro@metrouniv.ac.id)

Nomor : B-156a/ln.28/FEBI/PP.00.9/05/2017

03 Mei 2017

Lampiran :-

Perihal : **Pembimbing Skripsi**

Kepada Yth:

1. Dr. Suhairi, S.Ag.,MH
2. Zumaroh, M.E.Sy  
di – Metro

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk masing-masing sebagai Pembimbing I dan II Skripsi mahasiswa :

Nama : Fian Ariska  
NPM : 13102934  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah (Esy)  
Judul : Kredit Pakaian Terhadap Minat Beli Konsumen Menengah Kebawah Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Di Desa Adijaya Pekalongan Lampung Timur)

Dengan ketentuan :

1. Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan Proposal sampai selesai Skripsi:
  - a. Pembimbing I, mengoreksi out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi setelah pembimbing II mengoreksi.
  - b. Pembimbing II, mengoreksi proposal, out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi, sebelum ke Pembimbing I.
2. Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah yang dikeluarkan oleh LP2M Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
4. Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
  - a. Pendahuluan ± 2/6 bagian.
  - b. Isi ± 3/6 bagian.
  - c. Penutup ± 1/6 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Saudara diucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*



Dekan,

*Wan*  
Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum.  
NIP. 197209232000032002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
UNIT PERPUSTAKAAN**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Inringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
M E T R O Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA  
Nomor : P-587/In.28/S/U.1/OT.01/06/2020**

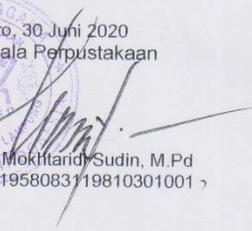
Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : FIAN ARISKA  
NPM : 13102934  
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2019 / 2020 dengan nomor anggota 13102934.

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas dari pinjaman buku Perpustakaan dan telah memberi sumbangan kepada Perpustakaan dalam rangka penambahan koleksi buku-buku Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 30 Juni 2020  
Kepala Perpustakaan  
  
Drs. Mokhtarid Sudin, M.Pd  
NIP.1958083119810301001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iaim@metrouniv.ac.id

Nomor : 2006/In.28/D.1/TL.00/06/2020  
Lampiran : -  
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,  
Kepala Desa Adijaya Kec.  
Pekalongan Lampung Timur  
di-

Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 2005/In.28/D.1/TL.01/06/2020, tanggal 30 Juni 2020 atas nama saudara:

Nama : **FIAN ARISKA**  
NPM : 13102934  
Semester : 14 (Empat Belas)  
Jurusan : Ekonomi Syari'ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di Desa Adijaya Kec. Pekalongan Lampung Timur, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN SECARA KREDIT DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI KASUS DI DESA ADIJAYA KECAMATAN PEKALONGAN LAMPUNG TIMUR)".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Metro, 30 Juni 2020

Wakil Dekan I,

**Drs. H. M. Saleh MA.**  
NIP. 19650111 199303 1 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iaim@metrouniv.ac.id

**SURAT TUGAS**

Nomor: 2005/ln.28/D.1/TL.01/06/2020

Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro,  
menugaskan kepada saudara:

Nama : **FIAN ARISKA**  
NPM : 13102934  
Semester : 14 (Empat Belas)  
Jurusan : Ekonomi Syari'ah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di Desa Adijaya Kec. Pekalongan Lampung Timur, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN SECARA KREDIT DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI KASUS DI DESA ADIJAYA KECAMATAN PEKALONGAN LAMPUNG TIMUR)".
  2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

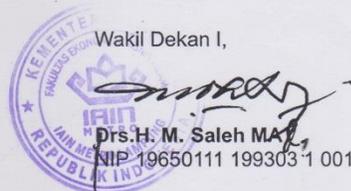
Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro  
Pada Tanggal : 30 Juni 2020

Mengetahui/  
Pejabat Setempat



Wakil Dekan I,

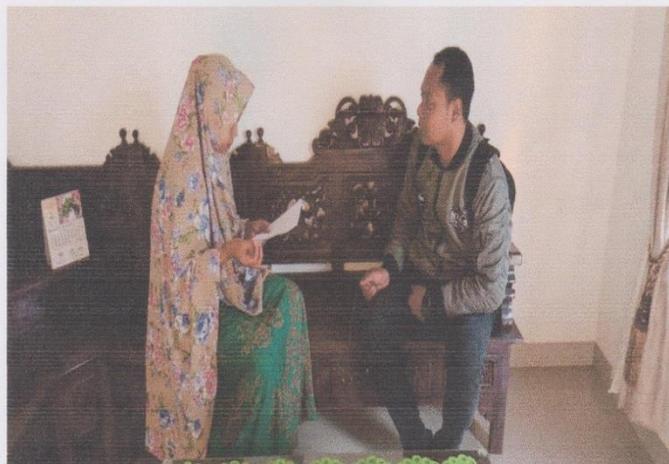


**Drs. H. M. Saleh MA**  
NIP. 19650111 199303 1 001

Gambar 1.1 wawancara dengan penjual pakaian



Gambar 1.2 wawancara dengan konsumen



## RIWAYAT HIDUP



Peneliti dilahirkan di Desa Adirejo Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur. Dilahirkan pada tanggal 10 Desember 1993, anak kedua dari pasangan bapak Sukur dan ibu Sumarti.

Pendidikan taman kanak-kanak peneliti ditempuh di TK Pertiwi Adirejo Pekalongan dan selesai pada tahun 2000, kemudian melanjutkan pendidikan dasar di SD Negeri I Adirejo Pekalongan dan selesai pada tahun 2006, sedangkan pendidikan menengah pertama peneliti tempuh di SMPN 2 Pekalongan dan selesai pada tahun 2009. Kemudian sekolah menengah keatas ditempuh di SMK Ganesa Metro dan selesai pada tahun 2012. Kemudian melanjutkan pendidikan di STAIN Jurai Siwo Metro dimulai Dari semester I pada tahun 2013 yang sekarang beralih menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.