

DAFTAR ISI

| | |
|--|-----------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| LEMBAR PERSETUJUAN | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN | iii |
| PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN | iv |
| MOTTO | v |
| PERSEMBAHAN..... | vi |
| KATA PENGANTAR..... | vii |
| DAFTAR TABEL | ix |
| DAFTAR LAMPIRAN | x |
| PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN | xi |
| ABSTRAK | xiii |
| <i>ABSTRACT</i> | xiv |
| المخلص..... | xv |
| DAFTAR ISI..... | xvi |
| BAB I: PENDAHULUAN | |
| A. Konteks Penelitian | 1 |
| B. Fokus Penelitian | 8 |
| C. Tujuan Penelitian | 9 |
| D. Manfaat Penelitian..... | 9 |
| 1. Secara Teoritis..... | 9 |
| 2. Secara Praktis..... | 10 |
| E. Penegasan Istilah..... | 10 |

| | |
|--|-----------|
| 1. Penegasan Konseptual | 11 |
| 2. Penegasan Operasional | 12 |
| F. Sistematika Pembahasan | 13 |

BAB II: KAJIAN TEORI

| | |
|--|-----------|
| A. Strategi Penjualan..... | 15 |
| 1. Produk (<i>Product</i>)..... | 16 |
| 2. Penetapan Harga (<i>Price</i>) | 17 |
| 3. Distribusi (<i>Place</i>)..... | 18 |
| 4. Promosi (<i>Promotion</i>)..... | 19 |
| 5. Proses (<i>Process</i>)..... | 19 |
| 6. Orang (<i>People</i>)..... | 20 |
| 7. Bukti fisik (<i>Physical Evidence</i>) | 20 |
| 8. Pendapat Masyarakat (<i>People Opinion</i>) | 20 |
| 9. Kekuatan Politik (<i>Political Power</i>)..... | 21 |
| B. Jual Beli Online (<i>E-Commerce</i>)..... | 23 |
| 1. Pengertian Jual Beli Online (<i>E-Commerce</i>)..... | 23 |
| 2. Tempat Jual Beli Online..... | 24 |
| 3. Proses Transaksi..... | 26 |
| 4. Jenis Transaksi | 28 |
| C. Etika Bisnis Islam | 31 |
| 1. Pengertian Etika Bisnis Islam | 31 |
| 2. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam | 33 |
| D. Fake Order | 37 |
| 1. Pengertian <i>Fake Order</i> | 37 |
| 2. <i>Fake Order</i> dalam Penjualan Online di Shopee..... | 39 |
| 3. Langkah-Langkah <i>Fake Order</i> | 40 |
| E. Penelitian Terdahulu..... | 42 |

BAB III: METODE PENELITIAN

| | |
|---|-----------|
| A. Jenis dan Pendekatan Penelitian | 47 |
| 1. Jenis penelitian..... | 47 |

| | |
|--|-----------|
| 2. Pendekatan Penelitian | 48 |
| B. Lokasi Penelitian | 49 |
| C. Kehadiran Peneliti | 50 |
| D. Sumber Data | 50 |
| 1. Data Primer | 51 |
| 2. Data Sekunder | 52 |
| E. Teknik Pengumpulan Data | 52 |
| 1. Wawancara Mendalam (<i>in Depth Interview</i>) | 52 |
| 2. Observasi (<i>Observation</i>) | 53 |
| 3. Dokumentasi (<i>Documentation</i>) | 54 |
| F. Teknik Analisis Data | 54 |
| 1. Kondensasi Data (<i>Data Condensation</i>) | 55 |
| 2. Penyajian Data (<i>Data Display</i>) | 55 |
| 3. Penarikan Kesimpulan/Verifikasi (<i>Conclusion Drawing/Verifications</i>) | 56 |
| G. Pengecekan Keabsahan Data | 56 |
| H. Tahap-Tahap Penelitian | 58 |
| 1. Tahap Persiapan | 58 |
| 2. Tahap Pengumpulan Data | 59 |
| 3. Tahap Analisa Data | 59 |
| 4. Tahap Pelaporan | 59 |
| BAB IV: HASIL PENELITIAN | |
| A. Paparan Data | 60 |
| 1. Gambaran Umum Online Shop @Rumahsehat_ | 60 |
| 2. Strategi Penjualan dengan Sistem <i>Fake Order</i> pada Online Shop @Rumahsehat_ | 62 |
| B. Temuan Penelitian | 76 |

BAB V: PEMBAHASAN

| | |
|---|------------|
| A. Strategi Penjualan dengan Sistem <i>Fake Order</i> pada Online Shop Rumahsehat_ Desa Bendiljati Wetan Kecamatan Sumbergempol Kabupaten Tulungagung | 78 |
| 1. Strategi Produk (<i>Product</i>) | 81 |
| 2. Strategi Harga (<i>Price</i>) | 82 |
| 3. Strategi Tempat (<i>Place</i>) | 83 |
| 4. Strategi Promosi (<i>Promotion</i>) | 83 |
| 5. Strategi Orang (<i>People</i>) | 83 |
| 6. Strategi Proses (<i>Process</i>) | 84 |
| 7. Strategi Bukti Fisik (<i>Physical Evidence</i>) | 84 |
| 8. Pendapat Masyarakat (<i>People Opinion</i>)..... | 84 |
| 9. Kekuatan Politik (<i>Politic Power</i>)..... | 85 |
| B. Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Strategi Penjualan dengan Sistem <i>Fake Order</i> pada Online Shop Rumahsehat_ Desa Bendiljati Wetan Kecamatan Sumbergempol Kabupaten Tulungagung | 85 |
| 1. Produk (<i>Product</i>)..... | 87 |
| 2. Harga (<i>Price</i>) | 88 |
| 3. Tempat (<i>Place</i>)..... | 90 |
| 4. Promosi (<i>Promotion</i>)..... | 90 |
| 5. Orang (<i>People</i>)..... | 91 |
| 6. Proses (<i>Process</i>)..... | 91 |
| 7. Bukti Fisik (<i>Physical Evidence</i>)..... | 92 |
| 8. Pendapat Masyarakat (<i>People Opinion</i>)..... | 93 |
| 9. Kekuatan Politik (<i>Politic Power</i>)..... | 93 |
| BAB VI: PENUTUP | |
| A. Kesimpulan | 95 |
| B. Saran | 96 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 97 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN | 102 |