

Justisia Ekonomika

Jurnal Magister Hukum Ekonomi Syariah

Vol 7, No 2 tahun 2023 hal 904-920

EISSN: 2614-865X PISSN: 2598-5043 Website: <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JE/index>

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA BISNIS JASA TITIP BERDASARKAN PRINSIP-PRINSIP ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI KASUS PADA INSTAGRAM @TWINSCOLL_)

Nor Alfi Laili¹, Dony Burhan Noor Hasan²

^{1,2} Universitas Trunojoyo Madura

e-mail: 200721100158@student.trunojoyo.ac.id¹, donyburhan@trunojoyo.ac.id²

Abstract

Online buying and selling has now spread worldwide, with trading systems and types of products being highly diversified. Consequently, proxy shopping services have emerged to facilitate the shopping process for the public. @twinscoll_ is one of the deposit service providers that has been running its business for quite some time. However, there are several reasons that make this proxy shopping business less effective. This research aims to identify and analyze the marketing strategies employed by the deposit service provider @twinscoll_ based on the principles of Islamic business ethics. The research methodology utilized in this study is qualitative, employing interview techniques with online purchasing service providers. Data sources include books, journals, and other references related to this research. This research is conducted due to the identification of some principles that do not align with Islamic business ethics, necessitating a shift in the business model based on Islamic principles. Therefore, this study explores new strategies implemented by the proxy shopping service in introducing or marketing its business without compromising Islamic principles.

Keyword : *Marketing Strategy, Entrustment Services, Islamic Business Ethics*

A. PENDAHULUAN

Perdagangan online kini sudah berkembang secara pesat, hal ini sehingga banyaknya kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat. Perkembangan dunia perdagangan ini sangatlah perlu adanya pemahaman syariah, untuk menjaga dari hal-hal yang haram agar tidak menjadi bagian dari jual beli online. Seiring berkembangnya zaman yang juga berdampak terhadap perdagangan online yang mana sudah mulai muncul suatu bisnis

yang mengikuti perkembangan zaman salah satunya adalah bisnis jasa titip.

Jasa titip adalah sebagai perantara antara penjual dan pembeli. Dalam hal ini tugas dari pihak penyedia jasa titip ialah membelanjakan barang yang ingin di beli oleh pihak penitip produk. Untuk biaya jasa titip tidak akan menambahkan harga produk dengan, akan tetapi pihak jasa titip boleh menentukan ketentuan biaya jasa titip setiap barangnya.¹

¹ Putu R Brahmanta dan Ketut A Sukranatha, "Keabsahan Usaha Jasa Titip Online Di Indonesia

Ditinjau Dari Perspektif Hukum Perjanjian," *Jurnal Kertha Desa* 8, no. 6 (2020): 2.

Akad yang dipakai pada transaksi jasa titip merupakan ujah yang sesuai dengan ajaran islam sertapemberian fee atau upah adalah salah satu prinsip yang ada pada ketentuan etika berbisnis dalam islam, prinsip-prinsip tersebut antara lain adalah prinsip kejujuran, keadilan dan sama-sama menguntungkan. Penerapan ujah dalam praktik jasa titip adalah boleh karena akad Wakalah bil Ujah membolehkan mengambil manfaat dari proses Wakalah yang dilakukan oleh dua pihak. Namun jika dilihat persepektif etika bisnis islam bahwasanna penerapan proses kegiatan jasa titip jika berdasarkan ketentuan islam merupakan suatu bentuk dari prinsip integritas moral, karena konsep ketaatan yang diterapkan tentu sudah menggambarkan niat dan maksud yang baik dalam bisnis.²

Etika merupakan aturan yang di tetapkan kelompok masyarakat bertujuan membimbing anggotanya yang bersifat wajib untuk di kerjakan. Selain itu bisnis adalah aktivitas yang seseorang bertujuan menyediakan barang dan jasa agar memperoleh keuntungan.³ Etika bisnis dalam syariah islam bertujuan agar dapat memberikan pemahaman kepada manusia dalam menjalankan suatu kerjasama, agar tidak memiliki rasa dengki dan dendam dalam berbisnis. Oleh karena itu setiap

individu yang sering melakukan kegiatan ekonomi baik pebisnis atau hanya sekedar menjalankan aktivitas ekonomi saja juga perlu memiliki pengetahuan tentang etika berbisnis dalam islam dengan tujuan agar dapat terhindar dari hal-hal yang dilarang oleh Allah SWT.⁴

Etika bisnis islam juga mempunyai arti prinsip atau etika yang dapat memilah kelakuan yang baik dan buruk dalam melakukan bisnis yang juga harus sesuai dengan pedoman dalam islam. Penerpan etika bisnis dalam islam, para pedagang akan merasa sadar akan perilaku yang baik serta dapat memberikan batasan pasa setiap kegiatan yang akan membuatnya jauh dari ajaran islam. Adapun prinsip prinsip etika bisnis islam menurut Imaddudin dalam Ekonomi Pembangunan Islam meliputi:

a) Prinsip Kejujuran

Dalam islam, jujur adalah hal yang paling penting dalam bisnis. Nabi Muhammad SAW menyuruh kita bersikap jujur saat berbisnis.

b) Prinsip Keadilan

Dalam kegiatan bisnis sikap adil menjadi salah satu penentu bijak tidaknya seseorang dalam berbisnis, prinsip keadilan wajib diterapkan pada pelayanan produk yang berkualitas, selain kualitas, kuantitas, takaran dan timbangan harus sesuai pada prinsip keadilan.

² Rahmatul Huda dan Parman Komarudin, "PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DESA ANJIR SERAPAT TENGAH TENTANG ETIKA BISNIS ISLAM DALAM TRANSAKSI JASA TITIP," *JURNAL PENGABDIAN AL-IKHLAS UNIVERSITAS ISLAM KALIMANTAN MUHAMMAD ARSYAD AL BANJARY* 8, no. 1 (27 Agustus 2022): 82, <https://doi.org/10.31602/jpaiuniska.v8i1.7327>.

³ Marinus R Manurung, "MORAL DAN ETIKA DALAM DUNIA BISNIS MENJELANG PASAR

BEBAS," *ALIANSI*, t.t., 2, http://dokumen.stimaimmi.ac.id/Jurnal_Aliansi/JURNAL_VOL.3_NO.5_JULI_2008.pdf.

⁴ Amir Salim, "Analisis Pemahaman Dan Penerapan Etika Bisnis Islam Pedagang Pengumpul Barang Bekas Di Kota Palembang," *Islamic Banking : Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah* 4, no. 1 (13 Agustus 2018): 59, <https://doi.org/10.36908/isbank.v4i1.55>.

c) Prinsip Kehendak Bebas

Dalam etika bisnis islam konsep kehendak bebas adalah manusia bisa membuat kebebasan dalam membuat kontrak yang sesuai. Bagaimanapun, salah satu syarat sahnya jual beli adalah kemauan bebas atau kemauan sendiri.

d) Prinsip Tanggung Jawab

Tanggung jawab perlu diterapkan dalam berbisnis. Pada dasarnya tanggung jawab harus dimiliki oleh seorang pembisnis dan perlu digunakan saat melakukan kegiatan bisnisnya, bukan hanya semuanya selesai jika hal yang dikehendaki tercapai, atau memperoleh keuntungan.

e) Prinsip Ikhsan (Tauhid)

Konsep tauhid adalah sebuah ukuran yang sifatnya vertikal dan horizontal. Karena dari dua ukuran tersebut terdapat suatu hubungan yang konsepnya antara Tuhan dan makhluknya, serta antara manusia dan manusia lainnya.⁵

Oleh karena itu akibat jual beli online di seluruh dunia terus semakin berkembang pesat, maka di perlukan teknik pemasaran yang modern. Pasar bisnis juga menuntut produk dengan kualitas yang lebih tinggi, pengiriman yang lebih cepat, pelayanan

yang lebih baik, dan harga yang lebih rendah. Perusahaan bisnis perlu meningkatkan proses pengembangan produk mereka karena siklus hidup produk yang lebih singkat. Mereka juga perlu mencari cara yang lebih baik agar dapat menyalurkan dan mempromosikan produk mereka dengan biaya yang lebih rendah.⁶

Pemasaran adalah salah satu hal penting dalam sebuah bisnis untuk mencapai target pasar. Pemasaran juga sebagai kunci utama suksesnya sebuah bisnis di zaman sekarang. Kotler dan Armstrong menyampaikan bahwasannya suksesnya sebuah perusahaan bisnis bergantung pada strategi pemasarannya. Konsep pemasaran dikontrol oleh bauran pemasaran. Bauran pemasaran adalah sebuah konsep pemasaran dengan menggunakan beberapa variabel pemasaran yang dikontrol, digunakan oleh pemasar dalam memperoleh tujuan pemasaran⁷. Ekonomi islam mempunyai beberapa prinsip serta karakteristik yang tidak sama dengan ekonomi saat ini, yaitu ekonomi kapitalis. Secara teori, hampir sama antara konsep pemasaran modern dengan konsep pemasaran dalam islam. Yang menjadi pembeda adalah pemasaran dalam islam mengutamakan atau lebih menitik beratkan pada aturan-aturan dalam kegiatan

⁵ Dyah Ayu Rahmawati dan Muhammad Ersya Faraby, "IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM PEDAGANG MUSLIM PADA DESTINASI WISATA PANTAI LOMBANG," *Jurnal Industri Pariwisata* 5, no. 2 (21 Januari 2023): 212, <https://doi.org/10.36441/pariwisata.v5i2.1426>.

⁶ Hilmiatus Sahla dkk., "KONSEP PEMASARAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM," *JURNAL PIONIR* 5, no. 2 (25 Februari 2019): 57, <https://doi.org/10.36294/pionir.v5i2.452>.

⁷ Purnama Putra, Elita Ichwan Putri, Umami Khoiriyah, 2023., EVALUASI STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN MULTIMANFAAT IB PADA MASA PANDEMI (STUDI KASUS BANK BTN SYARIAH KANTOR CABANG BEKASI), *Jurnal: Justisia Ekonomika Magister Ekonomi Syariah*, Vol : 7, No : 1, e-ISSN 2598-5043 p-ISSN 2614-865X, <https://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JE/article/view/18282>

pemasaran.⁸ Pemasaran dalam al-Qur'an memiliki dua dimensi, yaitu dimensi duniawi dan ukhrawi. Di sisi lain, etika pemasaran konvensional hanya memperhatikan dimensi duniawi. Realitas ini mendorong peneliti untuk menyelidiki lebih lanjut aspek etika pemasaran, dengan menggunakan ayat-ayat etika pemasaran dalam al-Qur'an sebagai fokus penelitian dan mengevaluasi relevansinya dalam konteks perbankan syariah.⁹

Perkembangan zaman juga membuat sistem pemasaran yang juga semakin berkembang seperti adanya giveaway yang mulai banyak digunakan sebagai alat dalam memasarkan bisnis seseorang. Giveaway adalah kegiatan di mana sponsor memberikan hadiah gratis kepada siapa pun sesuai dengan produk yang mereka tawarkan, namun peserta harus memenuhi syarat tertentu untuk memenuhi syarat mendapatkan hadiah gratis tersebut. Giveaway telah banyak diadakan di Indonesia, dan jumlah ini cenderung terus meningkat seiring dengan perkembangan bisnis online di platform media sosial seperti Instagram.¹⁰

Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Septa Maresi dan Abubakar Sidik (2022) diketahui bahwa praktik bisnis jastip belum dirasakan efektif bagi mahasiswa Muhammadiyah karena belum memenuhi prinsip-prinsip bisnis dalam Islam tidak adanya kejelasan tentang pengambilan fee di awal akad sehingga membuat konsumen merasa di curangi dan dirugikan, hal tersebut terjadi karena pihak penjual yang kurang jujur dan kurang amanah.

Penelitian yang dilakukan Elisa (2018) ada praktik-praktik dalam jasa titip yang tidak sah, seperti jasa titip yang tidak memiliki izin atau legalitas yang memungkinkan mereka untuk memperjual belikan barang-barang dari toko dan mendapatkan keuntungan dari transaksi tersebut tanpa sepengetahuan pembeli dan pemilik toko. Praktik semacam ini melanggar prinsip amanah yang seharusnya menjadi prinsip inti bagi pelaku jasa titip.

Pada penelitian Richa Angkita Mulyawisdawati (2019) bahwa masih banyak pedagang yang kurang memahami dengan baik etika bisnis Islam, yang menyebabkan munculnya beberapa permasalahan di pasar Grong-Grong, Kabupaten Pidie, Aceh. Dalam proses transaksi, baik pedagang maupun pembeli seringkali mengabaikan prinsip-prinsip etika, karena mereka masih terpaku pada praktik bisnis konvensional yang sudah dikenal sebelumnya. Oleh karena itu, diperlukan perubahan pola bisnis yang bersandar pada prinsip-prinsip Islam.

Dari beberapa penelitian terdahulu penulis ingin lebih mengembangkan bisnis jasa titip dengan menggunakan beberapa strategi yang sudah modern tanpa menghilangkan nilai-nilai dan prinsip etika bisnis dalam Islam. Pada penelitian ini peneliti menggunakan strategi pemasarannya dengan cara endorsement dan giveaway agar dapat menarik pelanggan. Seluruh kegiatan pemasaran ditinjau dalam etika serta prinsip bisnis dalam Islam.

⁸ Muhammad Anwar Fathoni, "KONSEP PEMASARAN DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM," *Jurisdictie: Jurnal Hukum Dan Syariah* 9, no. 1 (30 Juni 2018): 130, <https://doi.org/10.18860/j.v9i1.5135>.

⁹ Moh Toriquddin, "Etika Pemasaran Perspektifal-Qur'an dan Relevansinya dalam Perbankan

Syari'ah," *Journal de Jure* 7 (21 Juni 2016): 117, <https://doi.org/10.18860/j-fsh.v7i2.3518>.

¹⁰ Gina Dwi Astuti, Sandy Rizki Febriadi, dan Ira Siti Rohmah Maulida, "Tinjauan Fiqih Muamalah Akad Juâ€™alah terhadap Praktik Giveaway Bersyarat pada Online Shop," *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah* 6, no. 2 (28 Juli 2020): 1, <https://doi.org/10.29313/syariah.v6i2.22220>.

B. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif metode yang digunakan adalah penelitian lapangan, yang mengharuskan peneliti untuk turun langsung ke lapangan dalam proses pengumpulan data. Penulis melakukan studi langsung di lapangan untuk mendapatkan data yang akurat mengenai strategi pemasaran yang dilakukan dalam bisnis jasa titip online pada akun instagram @twinscoll_ yang menjadi studi kasus pada penelitian ini. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif.

Sumber data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan pihak penyedia layanan jasa titip online dan pengguna layanan tersebut. Sementara data sekunder diperoleh dari berbagai sumber yang sudah ada, seperti buku, jurnal penelitian, artikel, dan lain sebagainya.

Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi langsung dilakukan untuk mengamati strategi pemasaran pada bisnis jasa titip @twinscoll_, dan wawancara digunakan untuk mendapatkan wawasan lebih mendalam.

Dokumentasi juga menjadi bagian penting dalam penelitian ini, baik untuk melengkapi hasil wawancara dan observasi, maupun sebagai alat analisis untuk mengumpulkan teori yang relevan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Umum Jasa Titip @Twinscoll_

Penyedia jasa titip @twinscoll_ merupakan suatu pihak penyedia jasa titip yang fokus pada jasa titip makanan khususnya makanan-makanan viral di sosial media yang sedang di gemari oleh masyarakat. Lokasi penyedia jasa titip @twinscoll_ ini berada di Jl. Banyu Ajuh. Kecamatan Kamal, Kabupaten Bangkalan. Penyedia jasa titip merupakan seorang mahasiswa, motif awal menjalankan bisnis jasa titip ini karena dukungan dari teman-teman yang sering menitipkan barang berupa makanan pada pihak jastip. Seiring berjalannya waktu, bisnis Jasa Titip mulai dikenal banyak orang mulai dari kalangan mahasiswa, dosen, ibu rumah tangga, dan masyarakat lainnya. Berikut beberapa menu makanan yang biasa di jastip pelanggan :

Tabel 1 Daftar Menu Jasa Titip

1. Bluder cokro	Rp 14.000	Rp 3.000
2. Kue lumpur	Rp 3.500	
3. Ayam pok-pok	Rp 10.000	
4. Leker Surabaya	Rp 2.000	
5. Lawson	Rp 18.000	
6. Lontong balap	Rp 12.000	
7. Lontong kupang	Rp 12.000	
8. Bebek carok	Rp 19.000	
9. Tahua	Rp 10.000	
10. Makaroni cuk	Rp 3.000	
11. Lumpia risol	Rp 3.000	
12. Manga plastic	Rp 13.000	
13. Roti_O	Rp 16.000	
14. Roti boy	Rp 15.000	

15. Kare kambing	Rp 11.000	
16. Ketoprak Jakarta		
17. Nasi kebuli	Rp 12.000	
18. Roti sarikaya	Rp 28.000	
19. Gudeg jogja	Rp 15.000	
20. Nasi ayam betutu dan jinggo	Rp 18.000	
21. Terbul jadul		
22. Pukis dan bikang banyumas	Rp 2.500	
23. Serabi khas solo	Rp 3.000	
24. Singkong bojonegoro		
25. Kue rangin		
26. Mie kober	Rp 3.500	
27. Chatime	Rp 5.000	
28. Ubi cilembu		
29. Cincsu station	Rp 15.000	
30. Es pisang ijo	Rp 12.000	
31. Pempek varina	Rp 22.000	
32. Taso bu yani	Rp 20.000	
33. Ote-ote tiram sidoarjo	Rp 10.000	
34. Salad irine	Rp 12.000	
35. MCD	Rp 15.000	
36. KFC	Rp 40.000	
37. Klepon porong	Rp 6.000	
38. Pentol gila		
39. Wizzmie	Rp 20.000	
	Rp 25.000	
	Rp 15.000	
	Rp 10.000	
	Rp 15.000	
	Rp 12.000	

Keterangan : Setiap makanan memiliki fee sebesar Rp 3.000. Jika 1 orang order lebih dari satu barang maka setiap tambahan barang hanya dikenakan fee sebesar **Rp 1.000**.¹¹

2. Mekanis Pelaksanaan Bisnis @twinscoll_

Jasa titip online pada instagram @twinscoll_ ini berawa dari pihak penyedia jasa titip yang keseringan pergi ke luar kota dan biasa di titipkan beberapa barang oleh teman-temannya sehingga dari hal tersebut banyak orang-

orang yang menyuruh untuk open jastip. Mekanisme yang dilakukan oleh penyedia jasa titip @twinscoll_ sebagai berikut :

- a) Survei terlebih dahulu makanan viral yang di sukai orang-orang.
- b) Mencoba atau mencicipi rasa

¹¹ Wawancara dengan Owner @twinscoll, Gambaran Umum Jasa Titip @twinscoll, 25 September 2023, di Kamal.

- makanan-makanan yang sedang viral.
- c) Setelah itu pihak jasa titip mencoba menghubungi pihak penjual untuk memastikan barang yang di jual tersedia.
 - d) Pihak jasa titip mengunggah story terkait gambar makanan yang akan di jastipkan dengan ketentuan fee Rp 3.000 per barang dan jika calon pembeli ingin menambah barang titip lainnya cukup menambahkan fee Rp 1.000 setiap tambahan barang titipan.
 - e) Calon pembeli memesan kepada pihak penyedia jasa titip terkait barang yang ingin di pesan.
 - f) Calon pembeli yang ingin memesan makanan memberikan DP atau uang muka kepada pihak penyedia jasa titip dengan ketentuan Rp 25.000 – Rp 30. 000 setiap pembelian.
 - g) Penyedia jasa titip menghubungi pihak penjual makanan untuk memesan sesuai banyaknya pesanan untuk disiapkan agar tidak menunggu terlalu lama.
 - h) Pihak penyedia jasa titip mentransfer uang sesuai jumlah pesanan pada pihak penjual.
 - i) Pihak penyedia jastip biasanya melakukan jastip bagi makanan yang letaknya satu arah untuk meminimalisir waktu pengiriman.
 - j) Terdapat tiga rute pengiriman jasa titip online yaitu Kamal-Telang-Bangkalan.¹²

3. Perhitungan bisnis @twinscoll_

Dalam kegiatan bisnisnya @twinscoll_ mengalami keuntungan yang di dapatkan setiap bulannya berbeda, maka dari itu berikut analisis perhitungan bisnis pihak penyedia jasa titip selama 1 tahun :

Table perhitungan bisnis jasa titip @twinscoll_ dala 1 tahun (periode 2022-2023)

Bulan	Jumlah Jastip	Keuntungan
September	70 barang	Rp 350.000
Oktober	40 barang	Rp 200.000
November	30 barang	Rp 250.000
Desember	87 barang	Rp 270.000
Januari	20 barang	Rp 150.000
Februari	25 barang	Rp 170.000
Maret	53 barang	Rp 350.000

¹² Wawancara dengan Owner @twinscoll, Mekanisme Pelaksanaan Bisnis @twinscoll, 25 September 2023, di Kamal.

April	73 barang	Rp 300.000
Mei	25 barang	Rp 300.000
Juni	27 barang	Rp 400.000
Juli	49 barang	Rp 350.000
Agustus	15 barang	Rp 200.000
September	28 barang	Rp 300.000

Jika dilihat dari keuntungannya pihak penyedia jasa titip tidak bisa memenuhi kebutuhan hidupnya hanya dengan mengandalkan keuntungan jasa titip sa. Oleh karena itu untuk lebih memajukan dan mengenalkan bisnis jasa titip @twinscoll_ juga perlu adanya strategi-strategi pemasaran yang modern agar dapat menarik pelanggan baru.¹³

1. Strategi pemasaran jasa titip di instagram @twinscoll_

Jasa titip barang online yang dilakukan oleh penyedia jasa titip pada isntagram @twinscoll_ merupakan penyedia jasa titip yang hanya berfokus pada makanan viral yang sedang di gemari masyarakat baik dari kalangan remaja sampai orang tua juga menyukainya. Oleh karena itu penyedia jasa titip ini selalu update saat ada makanan yang sedang viral. Oleh karena itu dengan adanya media sosial menjadi salah satu alat pemasaran berbasis digital yang di lakukan oleh penyeda jasa titip di instagram @twinscoll_. Adapun strategi pemasaran yang digunakan penyedia jasa titip @twinscoll_ sebagai berikut¹⁴:

a. Pemasaran Melalui Endorsement Instagram

Dalam konteks Islam, endorsement adalah strategi komunikasi pemasaran yang melibatkan tokoh terkenal seperti artis, blogger fashion, dan fashion stylist untuk mendukung produk yang dipromosikan di media sosial. Hal ini dilakukan dengan menjalankan proses sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Endorsement dalam Islam diizinkan selama semua tahap transaksi mematuhi ketentuan syariah dan prinsip moral. Endorsement Islam dianggap sebagai solusi untuk memenuhi kebutuhan pasar yang menginginkan bisnis yang sesuai dengan nilai-nilai agama. Terdapat empat prinsip utama (Key Success Factors) yang harus diperhatikan dalam mengelola bisnis endorsement agar mematuhi nilai-nilai moral yang tinggi.¹⁵

Promosi dengan menggunakan Endorsement merupakan strategi pemasaran yang dilakukan oleh penyedia jasa titip untuk memperkenalkan adanya bisnis Jasa Titip. Promosi ini menggunakan instagram sebagai suatu platform sosial media yang sering dipakai oleh orang banyak. Berikut beberapa hal yang perlu diperhatikan pada

¹³ Wawancara dengan Owner @twinscoll, Perhitungan Bisnis @twinscoll, 25 September 2023, di Kamal.

¹⁴ Wawancara dengan Owner @twinscoll, Strategi pemasaran jasa titip di instagram @twinscoll, 25 September 2023, di Kamal.

¹⁵ Fatihul Khoir, "Konsep Endorsement Dalam Perspektif Islam," *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 2, no. 7 (3 Juni 2023): 4, <https://doi.org/10.56799/jim.v2i7.1816>.

saat mempromosikan pada akun sosial media yang cukup besar sebagai berikut:

1) Pemilihan Akun Endorsement

Akun yang dapat digunakan sebagai promosi adalah akun yang memiliki kriteria sesuai dengan tujuan atau target sasaran sebuah bisnis yang dipromosikan. Contoh target pasar jasa titip adalah akun yang banyak diikuti oleh kalangan mahasiswa karena target pasar jasa titip ini adalah seorang mahasiswa.

1) Pemilihan Waktu Promosi

Waktu juga dapat berpengaruh terhadap promosi bisnis waktu dan hari yang dipilih merupakan jam yang akan menentukan postingan bisnis yang dipilih dengan menyesuaikan pada akun yang bekerjasama dengan bisnis kita.¹⁶

b. Mengadakan Giveaway upaya dalam peningkatan follower

Giveaway adalah salah satu strategi pemasaran digital dengan tujuan memperoleh banyak pengikut baru pada akun sosial media agar dapat meningkatkan popularitas. Giveaway diberikan dengan membagikan hadiah kepada para pengikut. Contoh hadiah yang diberikan adalah uang tunai, voucher, maupun barang. Giveaway dilakukan dengan beberapa persyaratan yang harus dipenuhi agar menarik para

pengikut giveaway diberitahukan melalui akun Instagram terkait giveaway.¹⁷

Dalam pemasaran bisnis agar dapat berhasil dengan baik perlu memperhatikan beberapa elemen penting yang perlu diterapkan dalam bisnis sebagai berikut :

1) Transaction/Cost

Cara ini dapat membantu pihak jasa titip dalam mempersingkat transaksi bisnisnya dengan jangkauan yang luas.

2) Incentive Program

Berdasarkan hasil penelitian pihak @twinscoll_ menjalankan incentive program ini dengan memberikan promo bagi para pembeli biasa sampai reseller.

3) Site Design

Dalam hal ini pihak layanan jasa titip sering mengupload bentuk dan tekstur serta isian topping dan lainnya yang dapat menarik pembeli, hal ini dilakukan bukan hanya sekedar sistem pemasaran akan tetapi apa yang sudah di promosikan benar-benar sesuai dengan bentuk nyata pada produk sehingga konsumen tidak akan kecewa.

4) Interactive

Setiap proses transaksi selesai pihak @twinscoll_ selalu bertanya terkait kualitas dan kepuasan pembeli serta selalu menanyakan masukan terkait barang-barang titipannya.¹⁸

¹⁶ Muhamad Firly Akbar, "Pengembangan Unit Usaha Titip Barang Kos (Bidang Pemasaran)," 11 Januari 2023, 35, <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/42478>.

¹⁷ Akbar, 37.

¹⁸ Itan Naya Annisa Tyara dan Luluk Hanifah, "Penerapan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan UMKM Kabupaten Lamongan Ditinjau Dari Perspektif Pemasaran Syariah," *Rizquna : Jurnal Hukum Dan Ekonomi*

2) Tinjauan Pemasaran Jasa Titip akun intagram @twinscoll_ Dalam Perspektif Islam

Menurut Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula Pemasaran dalam konsep syariah merupakan sebuah disiplin bisnis yang fokus pada suatu proses penciptaan, penawaran dan perubahan value dari suatu inisiator kepada stakeholdersnya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip muamalah dalam Islam.¹⁹ Pemasaran dalam islam merupakan kegiatan muamalah yang diperbolehkan. Hal ini menunjukkan bahwa tidak boleh didapati akad-akad yang menyimpang dari ajaran Islam. Adapun 4 karakteristik syariah marketing yang dapat menjadi panduan bagipara pemasar sebagai berikut:

a. Teistis (Rabbaniyyah)

Jiwa seorang pemasar syariah harus meyakini bahwa hukum-hukum syariat yang bersifat ketuhanan ini adalah hukum yang paling adil, mampu mewujudkan kebenaran. Hal ini juga di terapkan oleh pihak penyedia jasa titip @twinscoll_ selalu memastikan keamanan dan kehalalan produk jastipnya, serta membandingkan rasa dari makanan yang akan di jastip untuk memastikan makanan tersebut benar-benar enak dan layak di beli agar pelanggan tidak merasa kecewa.

b. Etis (Akhlaqiyyah)

Keistimewaan seorang pemasar syariah selain karena rabbaniyyah juga sangat mengedepankan masalah akhlak (moral, etika) dalam seluruh kegiatannya. Terlihat dalam pelaksanaanya owner @twinscoll_ selalu mengedapkan etika dan moral dalam setiap kegiatan bisnis jastipnya baik dalam pemasaran maupun pelayanannya.

c. Realistis (al-waqi'iyah)

Pemasaran syariah adalah konsep pemasaran yang mudah, sebagaimana keluasan yang berlandaskan syariah islam. Penampilan yang bersih, rapi dan sopan, dari seluruh pakaian yang digunakan. Owner atau pihak penyedia jasa titip @twinscoll_ sudah sangat jujur dalam setiap proses pemasaran yang dilakukan serta dari segi penampilan sudah sesuai syariah.

d. Humanistis (insaniyyah)

Humanistis dalam konsep pemasaran syariah yang memiliki sifat kemanusiaan. Dalam hal ini setiap manusia harus mampu menyamaratakan setiap manusia tanpa membedakan dari segi fisik ataupun lainnya. Hal inilah yang membuat syariah memiliki sifat universal sehingga menjadi Syariah humanistis universal. Dalam hal ini pihak @twinscoll_ tidak pernah membedakan pelanggan baik dari segi

Syariah 1, no. 03 (23 Februari 2023): 37, <https://doi.org/10.56480/rizquna.v1i03.892>.

¹⁹ Fadilah Nur, "Pengertian, Konsep, dan Strategi Pemasaran Syariah," *Salimiya Jurnal Studi Ilmu*

Keagamaan Islam 1, no. 2 (2020): 198, <https://ejournal.iaifa.ac.id/index.php/salimiya>.

derajat atau fisik sekalipun.

Dari beberapa penjelasan diatas maka dapat dilihat bahwa pihak penyedia jasa titip @twinscoll_ sudah sesuai dengan karakteristik marketing syariah. Selain karakteristik marketing syariah, dalam bisnis jasa titip @twinscoll_ juga terdapat konsep pemasaran yang sudah di praktekan oleh penyedia jasa titip di akun istagram @twinscoll_ jika dilihat dari pandangan islam sebagai berikut:

a. *Endorsement* Dalam Pandangan Islam

Pada Instagram kegiatan endorsement dapat banyak ditemukan dari berbagai kalangan asalkan dapat menarik perhatian para pengguna instagram. Dyah, menyampaikan bahwa siapa saja ampu menjadi seorang selebgram (selebriti endorse instgram). Akan tetapi disisi lain endorsement selalu berikan kepada mereka yang sudah terkenal sepertihalnya artis.

Dalam islam, Endorsement tercakup ke dalam kegiatan mu'amalah dan adat. Hukum asal dari kegiatan endorsement adalah boleh selama tidak terdapat sesuatu yang dilarang dalam islam yang dapat membuat hukumnya menjadi terlarang. Berdasarkan firman Allah ta'ala dalam surat Al – Maidah: 2

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى
الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya : “Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-

menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran.” (QS. al-Maaidah: 2)

Hal ini juga dipraktekkan berdasarkan ketentuan syariah, yaitu tidak sedang berkolaborasi dengan akun-akun yang mengandung kemungkar, lalu berisikan pengetahuan yang baik. Karena Rasulullah sudah memberikan contoh dalam kegiatan perdagangan beliau melakukan transaksi secara jujur, adil, tidak pernah membuat pelanggannya kecewa, tepat janji dan setiap barang dagangannya sesuai standar kualitas dan permintaan pelanggan.²⁰ Pada umumnya dilakukan seringkali tidak mematuhi undang-undang perlindungan konsumen, dan dalam proses tersebut, sering terjadi pelanggaran kode etik. Pelanggaran ini biasanya terjadi ketika pemasar melakukan promosi produk kepada konsumen. Meskipun pemerintah telah mengatur hal ini melalui undang-undang perlindungan konsumen No. 8 tahun 1999 Pasal 17 Ayat 1, tetapi masih banyak terdapat jenis pelanggaran, seperti memberikan informasi yang keliru, mengeksploitasi kejadian atau orang tanpa izin yang berwenang, dan melanggar etika serta ketentuan peraturan perundang-undangan terkait periklanan. Pemasar seringkali diidentifikasi dengan kegiatan perdagangan yang cenderung mencerminkan kecurangan, penipuan, paksaan, dan lainnya, yang dapat merusak citra profesi pemasar. Persepsi negatif terhadap pemasar kemungkinan besar berasal dari praktek pemasaran konvensional yang lebih fokus pada keuntungan jangka pendek, menggunakan berbagai trik dan strategi untuk mencapai keuntungan maksimal.²¹

b. *Giveaway* Dalam Pandangan Islam

²⁰ Amalina Mashfufah, “Kajian Hukum Jasa Endorse Dalam Media Sosial (Instagram): Studi Pada Akun Lambe Turah,” *Journal of Islamic Business Law* 3, no. 1 (31 Maret 2019): 44.

²¹ Hajar Swara Prihatta, “Pemasaran dalam Perspektif Ekonomi Islam,” *Maliyah : Jurnal Hukum Bisnis Islam* 8 (20 Juni 2018): 110, <https://doi.org/10.15642/maliyah.2018.8.1.65-93>.

Pelaksanaan *Giveaway* ini harus dilakukan berdasarkan syariah, yaitu dengan tidak merugikan salah satu pihak, tidak curang terhadap pemenang, dan tidak ada perbedaan sesuai tujuan awal pelaksanaan *Giveaway* adalah sedekah. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Al-Qur'an Surat Al-Hadid: 18

إِنَّ الْمُصَدِّقِينَ وَالْمُصَدِّقَاتِ وَأَقْرَضُوا اللَّهَ
قَرْضًا حَسَنًا يُّضَاعَفُ لَهُمْ وَلَهُمْ أَجْرٌ كَرِيمٌ

“Sesungguhnya orang-orang yang bersedekah baik laki-laki maupun perempuan dan meminjamkan kepada Allah dengan pinjaman yang baik, akan dilipatgandakan (balasannya) bagi mereka; dan mereka akan mendapat pahala yang mulia”. (QS. Al-Hadid:18)

. pada pelaksanaannya pihak penyedia jasa titip menetapkan persyaratan, sementara peserta adalah pihak yang mengikuti persyaratan dan ketentuan yang telah ditetapkan oleh penyelenggara. Persyaratan ini dapat disesuaikan oleh penyelenggara, tetapi umumnya melibatkan peserta untuk mengikuti atau mengikuti akun toko online tersebut, memberikan komentar atau menandai teman sebanyak-banyaknya di postingan, dan me-repost atau memajang ulang foto produk dengan syarat bahwa akun peserta tidak diatur sebagai akun pribadi. Tujuan dari praktik ini adalah untuk meningkatkan jumlah pengikut dan partisipasi serta meningkatkan kesadaran tentang toko online tersebut. Sebagai imbalannya, penyelenggara memberikan hadiah kepada peserta, meskipun tidak semua peserta dijamin mendapatkan

hadiah.²²

3) Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam pada bisnis jasa titip di akun instagram @twinscoll_

Dalam etika Islam menegaskan kebebasan manusia untuk bertindak dan bertanggung jawab, yang berasal dari kepercayaan kepada kekuasaan Tuhan yang Maha Kuasa. Pandangan Islam mengenai manusia, baik dalam hubungannya dengan dirinya sendiri maupun lingkungan sosialnya, dapat dijelaskan melalui empat aksioma etika. Aksioma-etika tersebut bersama-sama membentuk suatu kerangka yang tidak dapat diabaikan.²³ Menurut Imaddudin, ada lima dasar prinsip dalam etika Islam, yaitu : kesatuan (unity), keseimbangan (equilibrium), kehendak bebas (free will), tanggung jawab (responsibility), Prinsip Benevolence (Ihsan).

a. Kesatuan (Tauhid/Unity)

Dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim, maka Islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan. Pada prinsip ini, penyedia jasa titip @twinscoll_ sudah menerapkan prinsip tauhid dalam setiap memasarkan produk, sebelum mempromosikan produk penyedia jasa titip mencoba dan mencicipi terlebih dahulu produk yang akan di promosikan pada bisnis jasa titipnya. Jika makanan yang akan di

²² Temmy Zamilah, Rina Nurhayati, dan Eka Ahadiyah Suryana, “Analisis Praktik Giveaway Dalam Perspektif Ekonomi Syariah di Akun Instagram Arifah.id,” *EKSISBANK (Ekonomi Syariah dan Bisnis Perbankan)* 6, no. 1 (10 Juni 2022): 3, <https://doi.org/10.37726/ee.v6i1.404>.

²³ Rina Desiana dan Noni Afrianty, “LANDASAN ETIKA DALAM EKONOMI ISLAM,” *Al-Intaj : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 3, no. 1 (15 Maret 2017): 123, <https://doi.org/10.29300/aij.v3i1.1166>.

promosikan benar-benar enak, nikmat dan lezat agar pihak calon pembeli atau penitip nantinya tidak kecewa dengan rasa makanan tersebut. Dengan demikian calon pembeli atau penitip barang nantinya akan percaya dan akan memakai jasa titip @twinscoll_ ini kembali karena sudah terbukti amanah dan sesuai dengan apa yang di pasarkan.

b. Keseimbangan (Equilibrium/Adil)

Pada konsep pembisnis dituntut untuk bersikap adil dalam seluruh kegiatan bisnisnya, tidak membedakan dari segi apapun dan prinsip ini dituntut untuk memperlakukan konsumen sesuai dengan acuan keadilan. Pada prinsip ini, pihak penyedia jasa titip @twinscoll_ belum seutuhnya menerapkan prinsip keseimbangan karena pada prinsip keseimbangan ini pihak jasa titip tidak sepenuhnya memberikan keadilan. Calon konsumen yang sudah lama dan sudah sering menitipkan barang tidak dimintakan uang muka terlebih dahulu jadi proses pembayaran dilakukan di akhir secara keseluruhan. Hal ini berbeda dengan calon pembeli baru yang masih di mintakan uang muka terlebih dahulu. Perbedaan ini dilakukan untuk menghindari adanya penipuan yang akan dilakukan oleh calon konsumen baru sehingga pihak penyedia jasa titip tidak mengalami kerugian. Maka dengan ini penyedia jasa titip @twinscoll_ belum bisa dikatakan menerapkan prinsip keseimbangan.

c. Kehendak Bebas (Free Will)

Bebas adalah hal utama dalam teori etika bisnis islam, namun kebebasan jangan sampai merugikan kelompok lainnya. Pada prinsip ini, penyedia jasa titip @twinscoll_ mengimplementasikan suatu prinsip kehendak bebas yaitu konsumen bebas dalam banyaknya pesanan jasa titip yang akan dipesan bahkan fee yang di berikan lebih murah di setiap penambahan barang titipan. Secara umum setiap satu barang biaya titipnya dikenakan sebesar Rp 3.000 akan tetapi pada penyedia jasa titip @twinscoll_ ini memberikan kemudahan pada konsumen yang membeli lebih dari satu produk yang mana biaya titipnya hanya dikenakan Rp. 1.000 setiap tambahan barang..

d. Tanggungjawab (Responsibility)

Setiap bisnis wajib menerapkan sikap pertanggung jawaban baik dari sisi konsumen maupun pihak penjual. Prinsip tanggung jawab yang dilakukan oleh @twinscoll_ barang yang dititipkan akan sampai dalam keadaan aman. Sejauh ini konsumen tidak masalah terhadap kecacatan ataupun tampilan dari barang titipannya. Bentuk lain tanggung jawab yang dilakukan pihak penyedia jasa titip yaitu siap menerima masukan dan saran terkait barang jastipnya dan selalu bertanggung jawab dalam segi pengiriman akan diantarkan sampai ke tempat pelanggan . Hal tersebut merupakan salah satu bentuk pertanggung jawaban pihak penyedia jasa titip dan konsumen.

e. Prinsip Benevolence (Ihsan)

Prinsip ini berhubungan dengan sikap pedagang dalam melayani dan memperlakukan konsumen. Pada prinsip ini, @twinscoll_ sudah menerapkan prinsip ihsan dalam segi pelayanan serta selalu memberikan kualitas yang baik dalam barang jastipnya. Barang yang akan dikirim akan di packing semenarik dan seaman mungkin. Pihak jasa titip juga sering mengkomunikasikan tentang barang jastipnya dengan konsumen terkait kepuasan jasa titipnya.²⁴

Dalam islam nilai dan etika dalam seluruh hal terkait kehidupan manusia ditentukan secara keseluruhan salah satunya adalah perdagangan. Dalam islam menerangkan bahwasanya tidak semua barang dan jasa dapat dikonsumsi dan diproduksi. Kesadaran akan hal ini akan menjadi sebuah kekuatan dalam seluruh perbuatan. Oleh karena itu perlu adanya beberapa sikap yang perlu di miliki oleh pembisnis dalam islam.

1) Shiddiq

Konten pemasaran yang dibuat harus benar dan sesuai fakta dalam melaksanakan kegiatan jual belinya. Jujur memiliki artian luas. Tidak berbohong, tidak melakukan penipuan, tidak membuat-buat fakta, serta tidak ingkar terhadap janji dan lain sebagainya. Pada hal ini pihak penyedia jasa titip @twinscoll_ sudah menerapkan Shidiq (jujur) yang dalam setiap konten

pemasaran yang dibuat selaras dengan apa yang disampaikan sesuai pada kenyataan yang ada.

2) Tabligh

Dilihat dari makna katanya, tabligh sendiri memiliki makna yang berarti penyampaian atau menyampaikan. Sedangkan secara istilah, tabligh merupakan kegiatan menyampaikan ajaran Allah dan Rasulnya kepada orang lain ataupun umat muslim. Pihak penyedia jasa titip mampu menyampaikan keunggulan-keunggulan produk dengan menarik dan tepat sasaran tanpa meninggalkan kejujuran dan kebenaran. Dalam hal ini pihak pemasaran yang dilakukan jasa titip @twinscoll_ sesuai dengan apa yang benar-benar terkandung dalam barang atau makanan yang di jastipkan dan tidak ada unsur penipuan.

3) Amanah

Amanah artinya dapat dipercaya, memiliki rasa tanggung jawab, arti lain dari amanah adalah keinginan untuk dalam memperoleh sesuatu selaras dengan ketetapan yang di tentukan. Menyesuaikan hal-hal yang berkaitan dengan sikap jujur dan saling melengkapinya. Seorang pembisnis atau pedagang wajib memiliki rasa tanggung jawab pada setiap bisnis yang dimilikinya. pihak penyedia jasa titip @twinscoll_ mampu menjaga kepercayaan para penitip barang dengan tidak mengurangi takaran setiap produk yang

²⁴ Darmawati Darmawati, "ETIKA BISNIS DALAM PERSPEKTIF ISLAM : EKSPLORASI PRINSIP

dititipkan para pelanggannya.

4) Fathanah

Fathanah artinya cerdas. Dalam hal ini fathanah memiliki makna bahwa setiap orang yang melakukan pemasaran harus paham akan seluruh hal-hal yang menjadi kewajibannya dalam melakukan usaha. Dalam hal ini pihak penyedia jasa titip @twinscoll_ sudah memahami, mengerti, dan mendalami segala hal yang berkaitan dengan segala macam yang ada dalam dunia bisnisnya.²⁵

D. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, pihak penyedia jasa titip @twinscoll_ yang dalam kegiatan pemasaran bisnis jasa titipnya sudah menggunakan

strategi yang modern dan menyesuaikan perkembangan zaman. Dalam melakukan pengembangan bisnisnya pihak penyedia jasa titip sudah menyesuaikan dengan syariat. Cara pihak jasa titip menjalankan bisnisnya sudah sesuai dengan etika berbisnis dalam islam. Dari strategi pemasaran yang dilakukan berpengaruh besar terhadap bisnis jasa titip, karena dari endorsement konsumen dapat mengetahui adanya layanan jasa titip ini serta giveaway juga dapat menarik calon pembeli untuk mencoba menggunakan jasa titip @twinscoll_ maka secara tidak langsung dapat menambah pengikut baru pada akun sosial media jasa titip @twinscoll_. Dalam hal ini tidak hanya menguntungkan bagi pihak jasa titip saja, akan tetapi orang-orang yang jualannya dijadikan sebagai barang titipan juga merasa sangat terbantu dengan adanya layanan jasa titip pada instagram @twinscoll_.

²⁵ Fasya Fasya, "ETIKA PERDAGANGAN DALAM AL-QUR'AN," *Al - Muamalat: Jurnal*

Referensi

- [1] Akbar, Muhamad Firly. “Pengembangan Unit Usaha Titip Barang Kos (Bidang Pemasaran),” 11 Januari 2023. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/42478>.
- [2] Astuti, Gina Dwi, Sandy Rizki Febriadi, dan Ira Siti Rohmah Maulida. “Tinjauan Fiqih Muamalah Akad Juâ€™alah terhadap Praktik Giveaway Bersyarat pada Online Shop.” *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah* 6, no. 2 (28 Juli 2020): 468–72. <https://doi.org/10.29313/syariah.v6i2.22220>.
- [3] Brahmanta, Putu R, dan Ketut A Sukranatha. “Keabsahan Usaha Jasa Titip Online Di Indonesia Ditinjau Dari Perspektif Hukum Perjanjian.” *Jurnal Kertha Desa* 8, no. 6 (2020).
- [4] Darmawati, Darmawati. “ETIKA BISNIS DALAM PERSPEKTIF ISLAM : EKSPLORASI PRINSIP ETIS AL QUR’AN DAN SUNNAH.” *Mazahib*, 2013. <https://doi.org/10.21093/mj.v11i1.118>.
- [5] Desiana, Rina, dan Noni Afrianty. “LANDASAN ETIKA DALAM EKONOMI ISLAM.” *Al-Intaj : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 3, no. 1 (15 Maret 2017). <https://doi.org/10.29300/aij.v3i1.1166>.
- [6] Fasya, Fasya. “ETIKA PERDAGANGAN DALAM AL-QUR’AN.” *Al - Muamalat: Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah* 1, no. II (2016): 112–24.
- [7] Fathoni, Muhammad Anwar. “KONSEP PEMASARAN DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM.” *Jurisdictie: Jurnal Hukum Dan Syariah* 9, no. 1 (30 Juni 2018): 128–46. <https://doi.org/10.18860/j.v9i1.5135>.
- [8] Huda, Rahmatul, dan Parman Komarudin. “PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DESA ANJIR SERAPAT TENGAH TENTANG ETIKA BISNIS ISLAM DALAM TRANSAKSI JASA TITIP.” *JURNAL PENGABDIAN AL-IKHLAS UNIVERSITAS ISLAM KALIMANTAN MUHAMMAD ARSYAD AL BANJARY* 8, no. 1 (27 Agustus 2022). <https://doi.org/10.31602/jpaiuniska.v8i1.7327>.
- [9] Khoir, Fatihul. “Konsep Endorsement Dalam Perspektif Islam.” *ULIL ALBAB : Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 2, no. 7 (3 Juni 2023): 3023–2030. <https://doi.org/10.56799/jim.v2i7.1816>.
- [10] Manurung, Marinus R. “MORAL DAN ETIKA DALAM DUNIA BISNIS MENJELANG PASAR BEBAS.” *ALIANSI*, t.t. http://dokumen.stimaimmi.ac.id/Jurnal_Aliansi/JURNAL_VOL.3_NO.5_JULI_2008.pdf.
- [11] Mashfufah, Amalina. “Kajian Hukum Jasa Endorse Dalam Media Sosial (Instagram): Studi Pada Akun Lambe Turah.” *Journal of Islamic Business Law* 3, no. 1 (31 Maret 2019): 40–50.
- [12] Nur, Fadilah. “Pengertian, Konsep, dan Strategi Pemasaran Syariah.” *Salimiya Jurnal Studi Ilmu Keagamaan Islam* 1, no. 2 (2020). <https://ejournal.iaifa.ac.id/index.php/salimiya>.
- [13] Prihatta, Hajar Swara. “Pemasaran dalam Perspektif Ekonomi Islam.” *Maliyah : Jurnal Hukum Bisnis Islam* 8 (20 Juni 2018): 96–124. <https://doi.org/10.15642/maliyah.2018.8.1.65-93>.
- [14] Purnama Putra, Elita Ichwan Putri, Ummi Khoiriyah, 2023., EVALUASI STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN MULTIMANFAAT IB PADA MASA PANDEMI (STUDI KASUS BANK BTN SYARIAH KANTOR CABANG BEKASI), *Jurnal: Justisia Ekonomika Magister Ekonomi Syariah*, Vol : 7, No : 1, e-ISSN 2598-5043 p-ISSN 2614-865X, <https://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JE/article/view/18282>
- [15] Rahmawati, Dyah Ayu, dan Muhammad Ersya Faraby. “IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS

- ISLAM PEDAGANG MUSLIM PADA DESTINASI WISATA PANTAI LOMBANG.” *Jurnal Industri Pariwisata* 5, no. 2 (21 Januari 2023): 209–18. <https://doi.org/10.36441/pariwisata.v5i2.1426>.
- [16] Sahla, Hilmiatus, Muhammad Sayuti, Ricky Syahputra, dan Arif Arif. “KONSEP PEMASARAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM.” *JURNAL PIONIR* 5, no. 2 (25 Februari 2019). <https://doi.org/10.36294/pionir.v5i2.452>.
- [17] Salim, Amir. “Analisis Pemahaman Dan Penerapan Etika Bisnis Islam Pedagang Pengepul Barang Bekas Di Kota Palembang.” *Islamic Banking: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah* 4, no. 1 (13 Agustus 2018): 57–74. <https://doi.org/10.36908/isbank.v4i1.55>.
- [18] Toriquddin, Moh. “Etika Pemasaran Perspektifal-Qur’an dan Relevansinya dalam Perbankan Syari’ah.” *Journal de Jure* 7 (21 Juni 2016): 116. <https://doi.org/10.18860/j-fsh.v7i2.3518>.
- [19] @twinscoll, Owner. Gambaran Umum Jasa Titip @twinscoll, 25 September 2023. Kamal. ———. Mekanis Pelaksanaan Bisnis @twinscoll, 25 September 2023. Kamal. ———. Perhitungan Bisnis @twinscoll, 25 September 2023. Kamal. ———. Strategi pemasaran jasa titip di instagram @twinscoll, 25 September 2023. Kamal.
- [20] Tyara, Itan Naya Annisa, dan Luluk Hanifah. “Penerapan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan UMKM Kabupaten Lamongan Ditinjau Dari Perspektif Pemasaran Syariah.” *Rizquna : Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah* 1, no. 03 (23 Februari 2023): 27–42. <https://doi.org/10.56480/rizquna.v1i03.892>.
- [21] Zamilah, Temmy, Rina Nurhayati, dan Eka Ahadiyah Suryana. “Analisis Praktik Giveaway Dalam Perspektif Ekonomi Syariah di Akun Instagram Arifah.id.” *EKSISBANK (Ekonomi Syariah dan Bisnis Perbankan)* 6, no. 1 (10 Juni 2022): 1–15. <https://doi.org/10.37726/ee.v6i1.404>.