

ABSTRAK

Dini Harianti, (2017) : *Transaksi Jual Beli Online Via Akun Media Sosial (Instagram) Pada Mahasiswa Fekonsos Jurusan Manajemen Konsentrasi Pemasaran Menurut Perspektif Ekonomi Syariah*

Penelitian ini dilatar belakangi bahwa jual beli *online* adalah segala kegiatan yang menyangkut kegiatan berbisnis (jual beli) dengan media internet untuk mencapai tujuannya, dimana pihak penjual dan pihak pembeli tidak harus bertemu langsung (*face to face*) untuk melakukan transaksi pembelian. Dari beberapa macam situs penjualan *online* pada saat ini yang sering digunakan atau sangat populer dikalangan mahasiswa/i yaitu akun media sosial *Instagram*. Adapun masalah yang ada dalam penelitian ini secara umum adalah terkait obyek transaksi yang diperjualbelikan terdapat ketidak cocokan gambar yang di *upload* dengan yang diterima dan ketidak cocokan dalam waktu pengiriman barang

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara mendalam transaksi jual beli *online* via akun media sosial *Instagram*, selain itu untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam melakukan transaksi jual beli *online* via akun media sosial *Instagram*, serta untuk mengetahui prinsip jual beli *online* dalam perspektif ekonomi Islam.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan. Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa jurusan Manajemen konsentrasi Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN SUSKA RIAU tahun 2014 yang berjumlah 172 orang. Dikarenakan kuantitas ini terlalu besar maka peneliti mengambil sampel sebanyak 50 orang dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan observasi, wawancara, kuesioner dan dokumentasi.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa transaksi jual beli *online* via akun media sosial *Instagram* terdapat dua jenis transaksi dengan status barang yang *ready* dan status barang yang *pre-order (istishna'* dan *salam)*. Saat melakukan transaksi pembelian antara penjual dan pembeli hanya melalui media sosial *Line*, *WhatsApp* dan *Blackberry Messenger*, sedangkan sistem pembayaran tergantung antara kesepakatan penjual dan pembeli, misalnya melakukan pembayaran dimuka dan sistem COD (*Cash On Delivery*). Selain itu sistem pengiriman barang terdapat tiga cara yaitu si penjual mengantarkan langsung kepada pembeli atau sebaliknya dengan cara menggunakan jasa ekspedisi. Disamping itu, masih terdapat kendala yang dihadapi oleh penjual dan pembeli berupa ketidak cocokan barang yang di *upload* di *Instagram* dengan yang diterima atau adanya keterlambatan pengiriman. Faktor pendukung dalam melakukan transaksi jual beli *online* via akun media sosial *Instagram* berdasarkan pencapaian yang sangat tinggi yaitu ketersediaan informasi dan kemenarikan *desain website*, sedangkan pencapaian yang tinggi terdiri dari kemudahan dalam melakukan transaksi dan motivasi. Sedangkan faktor penghambat dalam melakukan transaksi jual beli *online* via akun media sosial *Instagram* berdasarkan pencapaian yang tinggi yaitu kepercayaan, kenyamanan dan biaya yang sangat tinggi. Menurut pandangan Islam, langkah-langkah transaksi jual beli *online* via akun media sosial *Instagram* pada mahasiswa Fekonsos jurusan Manajemen konsentrasi Pemasaran sebagian besar sudah menjalankan transaksi jual beli *online* sesuai dengan prinsip Islam.

Namun, masih terdapat beberapa penjual yang masih kurang sesuai dengan prinsip perdagangan Islam.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

