

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

di era digital saat ini, Ulasan *online* menjadi bagian penting dalam strategi pemasaran bisnis. *Google Map* menyediakan platform bagi pelanggan untuk memberikan ulasan terkait layanan dan produk suatu bisnis. Ulasan ini memiliki dampak yang signifikan terhadap citra dan kredibilitas suatu usaha, baik dalam menarik pelanggan baru maupun mempertahankan pelanggan lama (Ghonyah, 2022).

Etika sangat berkaitan dengan moral atau akhlak seseorang, karena dalam kehidupan sehari-hari moral selalu mengarah pada sikap adil, yaitu adanya keseimbangan antara hak dan kewajiban. Komitmen moral dapat diwujudkan dengan nilai-nilai moral yang meliputi persaudaraan, kejujuran, kerjasama, kasih sayang, kemurahan hati, tanggung jawab, loyalitas, disiplin, integritas pribadi atau integritas moral, serta sikap yang menjunjung tinggi kemanusiaan. Etika juga menjelaskan mengenai penilaian terhadap benar dan salah, baik dan buruk, serta tanggung jawab dalam setiap tindakan. Bisnis adalah kegiatan yang dilakukan seseorang atau kelompok untuk menyediakan barang dan jasa dengan tujuan memperoleh keuntungan. Dalam menjalankan bisnis, etika menjadi komponen pendukung para pelaku bisnis terutama dalam membentuk kepribadian, sikap, tindakan, dan perilaku pelaku usaha. Etika juga dipahami sebagai aturan atau rambu-rambu dalam kehidupan bermasyarakat yang dapat membimbing dan mengingatkan seseorang kepada suatu tindakan yang terpuji (Zamzam, Arafik, 2020:18). Menurut Aziz Etika Bisnis Islam adalah upaya untuk memahami mana yang benar dan mana yang salah, kemudian menerapkan hal yang benar tersebut dalam kegiatan usaha, baik dalam produk maupun pelayanan kepada pihak-pihak yang berkepentingan (Aziz, 2013:36).

Etika dalam diri seseorang terlihat dari adanya kesadaran moral, seseorang terwujud dalam kesadaran moral (*moral consciousness*) yang memuat keyakinan benar dan tidak sesuatu. Perasaan yang muncul bahwa ia akan salah bila melakukan sesuatu yang diyakininya tidak benar berangkat dari norma-norma moral dan perasaan *self-respect* (menghargai diri) bila ia meninggalkannya. Tindakan yang diambil olehnya harus ia pertanggungjawabkan pada diri sendiri. Begitu juga dengan sikapnya terhadap orang lain bila pekerjaan tersebut mengganggu atau sebaliknya mendapatkan pujian (Badroen, 2006:6).

Etika dalam Al-Qur'an belum memperlihatkan sebagai suatu struktur yang berdiri sendiri dan terpisah dari struktur lainnya, sebagaimana dipahami dari ilmu dan akhlak. Struktur etika dalam Al-Qur'an lebih banyak menjelaskan tentang nilai-nilai kebaikan dan kebenaran baik pada tataran niat atau ide hingga perilaku dan perangai. Hal ini lebih tegas lagi bila dilihat dari penggambaran sikap dan perilaku Nabi Muhammad saw yang disebut didalam Al-Qur'an sebagai memiliki akhlak yang agung. Keberadaan nilai-nilai ini bersifat terbuka, menjelajah memasuki semua lini bidang kehidupan. Etika bisnis dalam Al-Qur'an dari sudut pandang ini, tidak hanya dapat dilihat dari aspek etika secara parsial, karena bisnis pun dalam pandangan Al-Qur'an telah menyatu dengan nilai-nilai etika itu sendiri. Al-Qur'an secara jelas menggambarkan perilaku-perilaku bisnis yang tidak etis, yang dapat ditelusuri dari muara kebatilan dalam bisnis (Muhammad, Fauroni, 2002:40).

Dalam ekonomi Islam, bisnis dan etika tidak harus dipandang sebagai dua hal yang bertentangan, sebab, bisnis yang merupakan simbol dari urusan duniawi juga dianggap sebagai integral dari hal-hal yang bersifat investasi akhirat. Artinya, jika orientasi bisnis dan upaya investasi akhirat (diniatkan sebagai ibadah dan merupakan totalitas kepatuhan kepada Tuhan), maka bisnis dengan sendirinya harus sejalan dengan kaidah-kiadah moral yang berlandaskan keimanan kepada akhirat. Bahkan dalam Islam, pengetahuan bisnis

tidak dibatasi dengan urusan dunia saja, tetapi mencakup seluruh kegiatan di dunia yang "dibisniskan" (diniatkan sebagai ibadah) untuk meraih keuntungan atau pahala akhirat. Dalam konsep Islam, sebenarnya Allah telah menjamin bahwa orang yang bekerja keras mencari jatah duniawinya dengan tetap mengindahkan kaidah-kaidah akhirat untuk memperoleh kemenangan duniawi, maka ia tercatat sebagai hamba Tuhan dengan memiliki keseimbangan tinggi (Badroen, 2012:70).

Google Review merupakan fitur yang disediakan oleh *Google Business Profile* sebelumnya *Google My Business* yang berfungsi sebagai sarana bagi pelanggan untuk memberikan ulasan (*review*) dan penilaian (*rating*) terhadap suatu bisnis. Melalui fitur ini, pelanggan dapat membagikan pengalaman mereka, baik positif maupun negatif, terhadap produk, layanan, maupun interaksi dengan bisnis tersebut. Setiap ulasan dilengkapi dengan penilaian berupa bintang dari satu hingga lima yang ditampilkan secara publik di *Google Search* dan *Google maps*. Ulasan tersebut berperan penting dalam membangun kepercayaan konsumen serta meningkatkan optimasi mesin pencari lokal (local SEO) bagi bisnis terkait (Romadhon, 2023).

Google maps adalah sebuah layanan pemetaan daring (*online mapping service*) yang dikembangkan oleh *Google Inc.*, dirancang untuk memberikan informasi geografis secara interaktif kepada pengguna melalui peta digital. Layanan ini tidak hanya menampilkan peta dua dimensi, tetapi juga dapat memberikan tampilan citra satelit, peta jalan, kondisi lalu lintas (*traffic*), serta rute perjalanan yang dapat diakses melalui perangkat komputer maupun *smartphone* (Hernita, 2010: 2). Saat ini, aplikasi tersebut tidak hanya berperan sebagai tempat mencari alamat ataupun peta namun *Google maps* juga bisa dijadikan aplikasi untuk menarik *customer* yang tidak tahu alamat saat sedang mencari tempat makan atau berbelanja.

Maka dari itu, muncul sebuah usaha bisnis pengisian rating dan ulasan pada tempat usaha yang terdapat dalam *Google maps*, rating dan ulasan

berperan cukup penting untuk menaikkan sebuah citra tempat usaha atau juga bisa dikatakan rating dan ulasan dapat membangun sebuah *branding* tempat usaha. Banyak pelaku usaha yang menggunakan jasa pengisian rating dan ulasan pada alamat usaha mereka. Hal ini bukan semata-mata hanya untuk sekedar ajang pamer saja namun hal ini dilakukan demi membangun citra tempat usaha pelaku usaha. Semakin banyak rating dan ulasan maka tempat usaha akan semakin mudah untuk dicari dalam aplikasi *Google*, sebagai salah satu cara menarik konsumen.

Review Google maps merupakan sarana memberi ulasan atau memberi pengaruh terhadap *customer* melalui kata-kata baik maupun buruk (ulasan positif maupun negatif). Ulasan positif bisa berdampak menaikkan tingkat rating tempat yang ada di aplikasi menjadi rekomendasi di dalam *Google maps* sedangkan ulasan negatif memungkinkan memberi dampak buruk terhadap reputasi tempat yang diulas.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat diketahui bahwa jual beli tidak boleh dilakukan atas kemauan dan tata cara sendiri yang menyebabkan kerugian pada orang lain, akan tetapi kegiatan transaksi jual beli mempunyai ketentuan-ketentuan yang mengaturnya, yaitu diatur dalam hukum Islam, yang bersumber dari al-Qur'an dan Sunnah Rasulullah SAW yang semuanya itu terhimpun dalam pembahasan muamalah. Berdasarkan definisi di atas dapat diketahui bahwa jual beli harus dilakukan dengan cara suka sama suka dan juga barang yang dijual itu harus jelas dan tidak ada penipuan. Lain halnya dengan pemilik usaha yang menggunakan jasa orang lain untuk membeli ulasan di *aplikasi google maps* dengan cara memberikan komentar dan rating. Satu ulasan akan di bayar 1.000- 2.000. Pemilik usaha melakukan transaksi dengan jasa pemberi ulasan yang menawarkan paket tertentu, dimana mereka akan menuliskan sejumlah ulasan positif untuk toko tersebut dengan biaya tertentu. Seorang admin jasa penulis ulasan akan memberikan informasi melalui grup WhatsApp untuk meminta anggota grup memberikan ulasan

kepada suatu usaha melalui link *Google maps*. Anggota grup akan dibayar Rp1.000 sampai 2.000 setelah memberikan komentar dan rating positif. Satu akun hanya bisa memberikan satu ulasan saja, dan untuk mendapatkan penghasilan yang lebih banyak biasanya anggota grup akan membuat beberapa akun untuk memberikan ulasan di *aplikasi google maps*. Tujuan pemilik toko membeli ulasan yaitu untuk meningkatkan reputasi usaha. Ulasan dari pengguna lain sangat mempengaruhi keputusan konsumen. Banyak orang yang mengandalkan ulasan untuk memilih tempat yang akan mereka kunjungi. Oleh karena itu, pemilik usaha berlomba-lomba untuk mendapatkan ulasan positif.

Sementara itu, rating dan ulasan yang didapatkan dengan membeli biasanya berbeda dengan yang didapatkan dengan secara langsung, karena rating dan ulasan yang dibeli biasanya hanya bersifat kebohongan dan semata-mata hanya untuk menaikkan citra usaha saja padahal seharusnya sebuah rating dan ulasan harusnya diberi langsung oleh konsumen atau pengunjung yang sudah pernah datang. Biasanya di media sosial, banyak yang menawarkan pembelian rating dan ulasan dengan embel-embel harga yang murah, rating, dan ulasan yang diperjual belikan cepat masuk dan akunnya aman bagi usaha namun akun yang memberikan rating dan ulasan berupa akun *fake* atau akun bohong. Berdasarkan hal tersebut rating dan ulasan juga bisa dikatakan sebagai sarana yang dapat menjebak bagi calon konsumen.

Bisnis jasa pengisian rating dan ulasan ini mempunyai sisi negatif dan juga positif. Dikarenakan bisnis ini berpotensi sebagai sarana penipuan bagi calon konsumen atau pengunjung, dimana yang seharusnya ulasan *Google maps* dilakukan oleh pengunjung yang pernah datang ke tempat atau alamatnya langsung namun sekarang hal tersebut dilakukan tanpa datang ke tempatnya langsung. Namun, bisnis ini bisa dijadikan sarana untuk menjelaskan kualitas toko kepada konsumen melalui komentar positif.

Seharusnya pengisian rating dan ulasan dilakukan bagi konsumen yang pernah berkunjung atau pernah mencoba jasa dari usaha tersebut.

Etika bisnis Islam mengajarkan bahwa setiap bentuk transaksi harus membawa kemaslahatan dan tidak boleh merugikan salah satu pihak. Jika informasi yang disampaikan melalui ulasan adalah palsu atau direkayasa, maka hal tersebut dapat dikategorikan sebagai bentuk penipuan, karena konsumen menerima informasi yang tidak sesuai dengan kenyataan. Oleh karena itu, praktik jasa ulasan perlu ditinjau lebih dalam menggunakan perspektif etika bisnis Islam untuk mengetahui sejauh mana tindakan ini sesuai atau bertentangan dengan prinsip-prinsip Etika bisnis Islam.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana jasa ulasan dan rating di aplikasi *google maps* dalam perspektif etika bisnis islam?

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka pertanyaan penelitiannya adalah:

1. Bagaimana praktik jasa ulasan dan rating di *aplikasi google maps* ?
2. Bagaimana dampak praktik jasa ulasan dan rating di *aplikasi google maps* ?
3. Bagaimana etika bisnis islam terhadap jasa ulasan dan rating di aplikasi *google maps*?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini ialah:

1. Mengetahui praktik Jasa ulasan dan rating di *aplikasi google maps*.
2. Mengetahui praktik Jasa ulasan dan rating di *aplikasi google maps*.
3. Menganalisis etika bisnis islam terhadap jasa ulasan dan rating di aplikasi *google maps*.

1.5 Signifikansi Penelitian

Signifikansi penelitian ini adalah:

1. Signifikansi Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian Hukum Ekonomi Syariah, khususnya yang berkaitan dengan etika bisnis Islam dalam praktik jasa ulasan dan rating di era *digital*. Melalui kajian terhadap jasa ulasan berbayar di *Google Maps*, penelitian ini diharapkan mampu memperkaya pemahaman akademik mengenai penerapan nilai-nilai kejujuran, amanah, dan keadilan dalam aktivitas ekonomi berbasis *platform digital*.

2. Signifikansi Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai bahan pertimbangan dan rujukan bagi pihak-pihak yang terlibat dalam praktik jasa ulasan dan rating berbayar di *Google Maps* agar lebih memperhatikan prinsip etika bisnis Islam dalam menjalankan aktivitasnya.

1.6 Studi Literatur

Berdasarkan pengamatan penulis, permasalahan yang penulis angkat berbeda dengan masalah yang sudah dibahas sebelumnya. Diantaranya sebagai berikut :

1. Skripsi yang ditulis oleh **Risca Violita Fransisca** Nim. 1921030303 , Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung dengan judul “Tinjauan Hukum Islam dan Hukum Positif Tentang Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Bisnis E-Commerce Terhadap Ulasan Negatif Konsumen Yang Tidak Beritikad Baik”. Penelitian tersebut menjelaskan ulasan palsu atau ulasan yang diberikan oleh oknum yang tidak bertanggung jawab, ulasan negatif berdampak pada penjualan dan kepercayaan konsumen karena ulasan daring memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan bagi konsumen. Penelitian terdahulu difokuskan membahas ulasan yang diberikan oknum tidak bertanggung jawab, sedangkan penelitian yang

akan Peneliti lakukan difokuskan pada jasa ulasan di google map menurut etika bisnis Islam.

2. Skripsi yang ditulis oleh **Nila Rahayu** Nim. 401180265 Jurusan Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponogoro dengan judul "Analisis Penerepan Etika Bisnis Islam dalam Jual Beli Online di Tetty Nymas Grosir Cekok Ponogoro". Permasalahan penelitian ini yaitu di Tetty Nymas Grosir Ponorogo, jual beli online yang dilakukan di Tetty Nymas Grosir Ponorogo kurang memperhatikan kualitas produk serta keasliannya. Sebagai pelaku usaha muslim di haruskan untuk melakukan kejujuran dalam berdagang agar mendapatkan kemaslahatan. Namun kondisi tersebut masih belum sejalan dengan realita yang ada di Tetty Nymas Grosir Cekok Ponorogo. Dimana tindakan dan ucapan tidak sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Sebagai contoh terdapat produk merek ternama namun dijual dengan harga yang sangat murah jauh dibandingkan dengan harga barang originalnya dan untuk daya ketahanan produk sangat berbeda pula. Namun dalam hal pemasaran selalu mengatakan barang yang dijual original dan produk bergaransi. perbedaannya adalah objek dan tempat pnelitian yang berbeda. sedangkan penelitian yang akan Peneliti lakukan difokuskan jasa ulasan di google map menurut etika bisnis Islam.
3. Skripsi yang ditulis oleh **Pratiwi Astuti Kasim** Nim. 1612018 Jurusan Hukum Ekonomi Syari'ah Fakultas Syari'ah IAIN Manado dengan judul skripsi "Praktik Jual Beli Pakaian Bekas Pada Masyarakat Muslim alam Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus di Desa Ongkaw Tiga Kecamatan Sinonsayang Kabupaten Minahasa Selatan)". praktik jual beli pakaian bekas di pasar pinasungkulan penjual/pengecer membeli pakaian bekas tersebut kepada agen dengan cara pemesanan melalui via telepon, kemudian keadaan baju atau pakaian bekas berada di dalam karung (ball) yang diikat menggunakan tali, sehingga penjual/pengecer tidak bisa memeriksa atau mengetahui kecacatan dan kerusakan dari barang

tersebut. Setelah transaksi selesai, penjual eceran memeriksa pakaian yang berada dalam karung (ball) untuk memisahkan beberapa pakaian yang rusak atau caca sedangkan praktik transaksi antara penjual/pengecer ke masyarakat transaksi jual belinya seperti biasa yang terjadi dalam masyarakat atau pada pasar-pasar pada umumnya. Praktek jual beli pakaian bekas antara penjual/pengecer dengan pembeli dilakukan dengan sistem eceran, dengan harga eceran dimulai dari harga Rp. 5000 sampai Rp. 50.000/potong. Cara masyarakat muslim onkawa tiga membeli pakaian bekas dengan cara di pilih dan di periksa kelayakan pakaian tersebut. Penelitian di atas berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis karena penelitian di atas berkaitan dengan jual beli pakaian bekas sedangkan penelitian ini tentang jasa ulasan di *aplikasi google maps* menurut etika bisnis Islam.

4. Skripsi yang ditulis oleh **Zidan Alkhairi** Nim. 180602151 Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh dengan judul “Analisa Pemanfaatan Google Bisnisku sebagai Media Promosi dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM di Kota Banda Aceh (Dikaji dalam Perspektif Ekonomi Syariah)”. Di Kota Banda Aceh UMKM memiliki peranan yang sangat penting dalam mengurangi angka pengangguran dan kemiskinan, dengan berkembangnya UMKM di Kota Banda Aceh dapat membantu dan membuka kesempatan kerja bagi masyarakat sehingga dapat meningkatkan taraf kesejahteraan masyarakat dan pelaku bisnis. Dalam Ekonomi Islam mengembangkan UMKM tidak hanya mengandalkan keahlian dalam berniaga, tetapi juga bagaimana pengusaha dapat menerapkan prinsip-prinsip Islami dalam membangun dan mengembangkan usaha, serta memudahkan para pelaku UMKM untuk dapat membangun aktifitas ekonomi yang baik. Dengan maju nya UMKM, dapat dipastikan berperan penting dalam kesejahteraan masyarakat dan juga berdampak baik bagi perekonomian suatu Negara maupun daerah.

Perbedaan dengan penelitian di atas adalah permasalahannya tentang pengaruh penggunaan google bisnisku, sedangkan penelitian ini membahas tentang *Google maps*.

5. Penelitian **Hasbulloh** nim. 20302121 yang berjudul “Analisis Hukum Ekonomi Syariah terhadap Jual Beli Jasa Pengisian Rating dan Ulasan Customer di Alamat Aplikasi Google Maps dalam Membangun Citra Alamat Usaha” mengkaji praktik jasa pengisian rating dan ulasan Google Maps dengan menggunakan pendekatan hukum ekonomi syariah yang berfokus pada keabsahan akad, rukun dan syarat transaksi, serta penentuan status hukum praktik jual beli jasa ulasan tersebut menurut ketentuan syariah, sehingga perhatian utamanya diarahkan pada sah atau tidaknya transaksi yang dilakukan oleh para pihak. Adapun penelitian penulis mengkaji praktik jasa ulasan Google Maps dengan menggunakan pendekatan etika bisnis Islam yang menekankan pada penilaian perilaku dan praktik bisnis para pelaku usaha, khususnya terkait prinsip kejujuran, keadilan, transparansi, dan tanggung jawab moral dalam aktivitas ekonomi digital. Penelitian penulis juga memfokuskan kajian pada potensi munculnya unsur penipuan, ketidakjelasan, dan penyesatan konsumen dalam praktik jasa ulasan Google Maps serta dampaknya terhadap kepercayaan konsumen.

1.7 Kerangka Teori

Menelusuri asal usul etika tak lepas dari asli kata *ethos* dalam bahasa Yunani yang berarti kebiasaan (*custom*) atau (*character*). Etika adalah studi menyeluruh tentang apa yang dianggap baik, buruk, harus, benar, salah, dan konsep umum lainnya yang membantu kita menerapkannya pada apa pun. Oleh karena itu, etika dapat dimaknai sebagai dasar dari moralitas seseorang dan sebagai filsuf dari cara mereka berperilaku (Badroen, 2007: 5).

Moralitas berfungsi sebagai dasar etika bisnis, yang merupakan kumpulan prinsip mengenai apa yang baik, buruk, benar, dan salah dalam

lingkungan bisnis. Dengan kata lain, kepatuhan terhadap seperangkat nilai dan standar dalam berurusan dengan orang lain dan melakukan bisnis diperlukan bagi pembisnis untuk berhasil mencapai "tanah" atau tujuan organisasi mereka. Etika bisnis mempengaruhi hubungan perusahaan dengan karyawannya, hubungan karyawan dengan perusahaan, dan hubungan perusahaan dengan agen atau pihak ketiga. Etika mendorong manusia untuk mengembangkan kapasitas terbaiknya. Bisnis yang menerapkan etika dan kejujuran akan meningkatkan nilai entitasnya sendiri. Jika kepuasan pelanggan tetap terjaga di tengah tingkat persaingan yang meningkat dan kebutuhan pelanggan yang semakin meningkat, bisnis akan menjadi tahan lama dan dapat dipercaya dalam jangka panjang (Nawatmi: 2010, 51).

Etika Bisnis Islam adalah suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah yang selanjutnya untuk melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan (Aziz, 2013:36). Dalam etika bisnis prinsip utama yang ditentukan Islam adalah dalam melakukan transaksi bisnis harus dilakukan secara sah dan tidak bertentangan dengan hukum. Selain itu, untuk meraih kesuksesan dalam berbisnis kita hendaknya memperhatikan aturan berbisnis dan melakukan strategi dalam berbisnis dengan benar. Maka dari itu Islam juga mengatur pedoman dalam berbisnis agar kita dalam berbisnis mendapatkan keuntungan sekaligus keberkahan. Persoalan etika inilah yang menjadi tumpuan kesuksesan dalam berbisnis (Fauzia, 2013:3).

Mengenai etika bisnis Islam telah tercantum dalam QS. AnNisa ayat 29. Larangan membunuh diri sendiri mencakup juga larangan membunuh orang lain, sebab membunuh orang lain berarti membunuh diri sendiri, karena umat merupakan suatu kesatuan. Ayat ini telah menggariskan prinsip-prinsip dasar dalam berusaha atau berdagang, yang wajib ditaati oleh para pelaku usaha Islam dan harus diingat kalau kegiatan berusaha atau berdagang itu bukan

sekedar untuk memenuhi kebutuhan diri sendiri saja, melainkan untuk memenuhi kebutuhan manusia secara keseluruhan yang hidup di muka bumi.

Membangun kultur bisnis yang sehat, idealnya dimulai dari perumusan etika yang akan digunakan sebagai norma perilaku sebelum aturan (hukum) perilaku dibuat dan dilaksanakan. Sebagai kontrol terhadap individu pelaku dalam bisnis yaitu melalui penerapan kebiasaan atau budaya moral atas pemahaman dan penghayatan nilai-nilai dalam prinsip etika sebagai inti kekuatan suatu perusahaan dengan mengutamakan kejujuran, bertanggung jawab, disiplin, berperilaku tanpa diskriminasi. Karena itu, etika bisnis Islam secara umum harus berdasarkan prinsip-prinsip sebagai berikut: kesatuan (tauhid), keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebenaran (kebajikan dan kejujuran).

1.8 Metode Penelitian

1.8.1 Jenis Penelitian

Jenis Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yaitu suatu metode penelitian yang berupaya memahami fenomena sosial secara mendalam dengan menggambarkan keadaan atau peristiwa sebagaimana adanya berdasarkan data yang diperoleh dari lapangan penelitian. Pendekatan ini menekankan pada pemahaman terhadap makna, persepsi, dan pandangan para subjek penelitian terhadap situasi yang mereka alami, bukan pada pengukuran angka atau analisis statistik (Sugiyono, 2019: 9). Melalui pendekatan ini, peneliti dapat menggambarkan secara rinci proses pelaksanaan jasa ulasan, bentuk interaksi antar pelaku, serta nilai-nilai etika yang muncul di dalamnya.

1.8.2 Informan Penelitian

Untuk mengumpulkan data tentang tinjauan etika bisnis islam terhadap jasa ulasan di *aplikasi google maps*. penulis menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pengambilan berdasarkan karakteristik atau sifat informan

(Sugiyono, 2010:85). Dipilihnya teknik ini karena teknik *purposive sampling* digunakan untuk memperoleh sampel yang benar-benar bermakna. Permasalahan yang terkait dengan Jasa Ulasan dan Rating di Aplikasi *Google Maps* dalam Persepektif Etika Bisnis Islam.

1.8.3 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang akurat peneliti langsung melakukan wawancara langsung melalui narasumber yang terlibat dengan cara daring atau *online*.

1. Observasi

Observasi merupakan suatu metode pengumpulan data yang dilakukan melalui observasi lapangan untuk memperoleh informasi mengenai kejadian yang akan diteliti (Adi, 2004, 70). Observasi yang dilakukan di sini adalah Peneliti mengamati aktivitas komunitas daring tempat terjadinya transaksi jasa ulasan, termasuk cara kerja jasa tersebut, komunikasi antaranggota, dan strategi promosi yang digunakan.

2. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu cara untuk mengumpulkan data dengan cara komunikasi, yaitu melalui kontak atau hubungan pribadi antara pewawancara (pengumpul data) dengan responden (sumber data) (Adi, 2004, 72). Dilakukan terhadap beberapa narasumber yang terlibat, seperti admin jasa ulasan (Gmaps mantul freelance riviuw *google maps* & aplikasi) dan 10 anggota grup yang menulis ulasan.

3. Dokumentasi

Dokumentasi berupa teknik pengumpulan data dengan cara Pengumpulan tangkapan layar (screenshot), arsip pesan, dan contoh ulasan yang dipublikasikan di *Google maps*.

1.8.4 Teknis Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan metode analisis data deskriptif kualitatif, atau metode prosedur penelitian deskriptif metode prosedur penelitian yang menggambarkan tentang suatu kejadian untuk memperoleh kesimpulan dari orang yang diamati dalam bentuk kata-kata tertulis atau lisan (Moleong, 2015, 4). Sehingga dengan analisis data ini, dapat menggambarkan apa yang akan didapatkan dari temuan penelitian dan memperoleh kesimpulan dari masalah yang akan diteliti.

