



## Analisis pengelolaan keuangan islam pada usaha bisnis online Yulianinghoky Multibeauty Skincare di Kabupaten Tulungagung

Rizka Alifia Sapnawati<sup>1</sup>, Amalia Nuril Hidayati<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung

<sup>1</sup>[Rizkaalifia41@gmail.com](mailto:Rizkaalifia41@gmail.com), <sup>2</sup>[amalianoeril@gmail.com](mailto:amalianoeril@gmail.com)

### Info Artikel

#### Sejarah artikel:

Diterima 20 Mei 2022

Disetujui 16 Juni 2022

Diterbitkan 25 Juni 2022

### Kata kunci:

Bisnis online; Pengelolaan keuangan islam; Pengelolaan usaha; Pelaku usaha mikro; Harga pokok produk

### Keywords :

Online business; Islamic financial management; Business management; cMicro business actors; Product cost

### ABSTRAK

Maraknya pelaku usaha bisnis online pada saat ini, ditengah situasi pandemic covid 19 dengan pembatasan aktivitas sosialnya menjadikan bisnis yang berbasis online sebagai alternatif yang dapat di pertimbangkan. Penelitian ini tertuju pada sisi pengelolaan keuangan Islam bisnis online. Tak terkecuali dalam mengelola keuangan dalam suatu bisnis. Dengan usaha yulianinghoky multibeauty skincare sebagai objek penelitian dengan pengelolaan keuangan Islam yang di terapkan dalam bisnis online. Fokus penelitian dalam jurnal ini adalah (1) Bagaimana pengelolaan keuangan pada usaha bisnis online yulianinghoky multibeauty skincare? (2) Apakah pengelolaan keuangan usaha bisnis yulianinghoky multibeauty skincare sudah sesuai dengan prinsip pengelolaan keuangan Islam? (3) Apa kendala dalam pengelolaan usaha bisnis online yulianinghoky multibeauty skincare? (4) Apa solusi dari kendala dalam pengelolaan usaha bisnis online yulianinghoky multibeauty skincare. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelaku usaha mikro atau pelaku bisnis online ini belum menerapkan pengelolaan Islam karena masih mengandung unsur tidak jelas dalam pembagian keuntungan dan harga pokok produknya (gharar).

### ABSTRACT

*The rise of online business entrepreneurs at this time, in the midst of the COVID-19 pandemic situation with restrictions on social activities, makes online-based businesses an alternative that can be considered. This research is focused on the Islamic financial management side of online business. No exception in managing finances in a business. With Yulianinghoky's multibeauty skincare business as an object of research with Islamic financial management applied in online business. The focus of the research in this journal is (1) How is financial management in the online business of Yulianinghoky multibeauty skincare? (2) Is the financial management of the Yulianinghoky multibeauty skincare business in accordance with the principles of Islamic financial management? (3) What are the obstacles in managing Yulianinghoky's multibeauty skincare online business? (4) What is the solution to the problems in managing Yulianinghoky's multibeauty skincare online business?. This research method uses a qualitative research approach with the type of case study research.. The results of this study indicate that these micro business actors or online business actors have not implemented Islamic management because they still contain unclear elements in the distribution of profits and the cost of their products (gharar).*



©2022 Penulis. Diterbitkan oleh Program Studi Akuntansi, Institut Koperasi Indonesia.

Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi CC BY

(<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

## PENDAHULUAN

Seiring perkembangan zaman pada saat ini cara dan gaya hidup manusia juga kian terus berubah. Seperti contohnya kita berbicara mengenai era modern, yang kaitanya sangat erat dengan peran perkembangan teknologi. Teknologi merupakan sebuah perangkat guna membantu aktivitas manusia yang dapat mengurangi ketidak pastian yang disebabkan oleh hubungan sebab akibat yang melingkupi dalam mencapai suatu tujuan (Noegroho, 2010) dalam (Putri, 2014). Teknologi akan terus bertransformasi dengan seiring berkembangnya zaman. Dan juga pastinya akan selalu beradaptasi dengan hal hal baru yang akan terjadi dikarenakan peran teknologi yang akan terus *upgrade*. Dan di era modern seperti yang terjadi Sekarang ini generasi millennial seolah dituntut untuk selalu berinovasi menciptakan hal hal baru diluar sana. Maka dari itu generasi millennial merupakan asett bangsa yang sangat amat berharga yang harus selalu di damping oleh negara demi masa depan bangsa yang lebih baik diantaranya dalam bidang teknologi, Pendidikan dan juga perekonomian (Sylvia et al., 2021).

Pemanfaatan internet pada bidang ekonomi dengan munculnya situs jual beli online atau e-commerce yang mempermudah proses transaksi tanpa adanya pertemuan antara penjual dan pembeli secara langsung. E-commerce muncul dikarenakan anggapan ketidak efisiensi manusia dalam melakukan perdagangan secara konvensional, dengan langsung mendatangi toko-toko, pasar, mall, dan tempat perdagangan lainnya Selain itu ditambah oleh faktor perkembangan internet yang membuat belanja online menjadi alternatif baru (Sundari & Syaikhudin, 2021).

Jika ditambah melihat fenomena-fenomena dalam dunia perdagangan yang sekarang terjadi di tengah wabah covid-19 banyak sekali dari kalangan masyarakat yang terpaksa diberhentikan dari pekerjaan sebelumnya selama pembatasan sosial terjadi. Dan dari titik inilah bisnis berbasis online mulai dipandang dan lebih di perhitungkan, karena pelaku usaha yang bisa tetap bertahan adalah yang berani menghadapi perubahan dengan mengambil keuntungan dari perubahan itu sendiri (Soebiantoro et al., 2013).



Sumber: katadata.co.id dalam teknologi.id diakses pada tanggal 7 Januari 2019 pkl. 14.20

**Gambar 1 Pertumbuhan Pengguna Internet Tahun 2014 sampai 2021**

Sumber: Supply Chain Indonesia (2019)

Berdasarkan data pada gambar 1 diatas menunjukkan pertumbuhan jual beli di E-commerce di Indonesia di tingkat global mengalami peningkatan yang pesat. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai transaksi E-commerce atau toko online yang di prediksi akan melebihi 230% di tahun 2021 menjadi US\$ 4,48 triliun atau setara dengan Rp. 60.467 triliun (Yasmin, 2019).

Jadi, dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan pengguna *e-commerce* di Indonesia akan terus bertambah disetiap tahunnya melihat kemudahan dan kepraktisan dalam jual beli online. Selain itu juga dilihat dari banyaknya peminat guna sebagai pelaku usaha online yang kini digandrungi masyarakat karena jangkauannya yang luas dan praktis dan juga melihat adanya potensi dan tingkat konsumsi yang cukup tinggi di Indonesia. Maka kedepanya bisnis online digadang dapat menjadi solusi sebagai mata pencaharian masyarakat yang diharapkan dapat menstabilkan Kembali perputaran ekonomi ditengah pembatasan sosial masarakat (Shaferi & Handayani, 2014). Terlebih lagi dengan munculnya internet ditengah-tengah masyarakat yang telah dimanfaatkan oleh banyak para pelaku bisnis sebagai wadah guna menjual produk-produknya secara online, lalu dengan kemudian saat ini bisa disebut dengan istilah bisnis online atau yang dikenal dengan *online shop* (Febriyanti & Dzakiyah, 2019).

Bisnis berarti suatu organisasi yang menjual barang atau jasa pada konsumen atau bisnis lainnya, guna mendapatkan keuntungan atau laba. Kata bisnis dari bahasa inggris yaitu business, yang berkata dasar busy yang berarti “sibuk” dalam konteks individu, komunitas, ataupun masyarakat. Dalam artian, sibuk mengerjakan aktivitas dan suatu pekerjaan yang mendatangkan keuntungan. Namun, menurut pendapat peneliti bisnis online merupakan suatu kegiatan jual beli antara penjual dan pembeli yang memanfaatkan platform penjualan online contohnya pada *e-commerce*. Adapun bisnis online adalah bisnis yang dijalankan secara online yang menggunakan jaringan internet. Sedangkan informasi yang akan disampaikan atau dijual biasanya menggunakan media website, jejaring sosial dan forum jual beli.

Akan tetapi permasalahan yang paling sering terjadi pada usaha bisnis toko online yaitu pengelolaan keuangan usahanya yang kurang serius dikarenakan usaha ini hanya dianggap sebagai usaha sampingan, dan rata-rata bersifat pendek dan pengelolaan keuangannya yang tidak konsisten. Maka dari itu usaha bisnis online ini sangat perlu diperhatikan manajemen usaha dan terkhusus manajemen keuangannya, dikarenakan pengusaha masih mencampurkan antara dana usaha dan juga uang pribadi yang mengakibatkan pengelolaan modal menjadi terkendala, Jika dalam mengelola

keuangan pada suatu usaha teratur maka juga akan menciptakan peluang usaha bagi bisnis ini untuk dapat berkembang dimasa yang akan datang (Shaferi & Handayani, 2014).

Para peneliti banyak yang mengemukakan pendapatnya mengenai pengertian pengelolaan. Kasmir mengemukakan bahwa segala aktivitas yang berhubungan dengan perolehan, pendanaan dan pengelolaan aktiva dengan beberapa tujuan menyeluruh. Sedangkan menurut Hartati seluruh proses tersebut dilakukan guna mendapatkan pendapatan perusahaan dengan meminimalkan biaya, selain itu dalam penggunaan dan pengalokasian dana yang efisien dapat memaksimalkan nilai perusahaan. Arianti berpendapat bahwa manajemen keuangan merupakan proses perencanaan, pengorganisasian, pengisian staf, kepemimpinan, dan juga pengontrolan guna optimalisasi penggunaan sumber-sumber dan pelaksanaan tugas-tugas dalam mencapai tujuan organisasional secara efektif dan efisien. Namun menurut Anwar bahwa manajemen keuangan yaitu suatu disiplin ilmu yang mempelajari tentang pengelolaan keuangan perusahaan baik dari sisi pencarian sumber dana, pengalokasian dana, maupun pembagian hasil keuntungan perusahaan. Selain itu Kuswadi berpendapat bahwa manajemen keuangan (pengelolaan keuangan) yaitu bagaimana suatu bisnis diselenggarakan guna mendapatkan dana, cara memperoleh dana, penggunaan dana tersebut, dan bagaimana bisnis didistribusikan (Wahid et al., 2021). Namun, menurut pendapat peneliti bahwa pengelolaan keuangan merupakan kegiatan mengelola pendapatan keuangan perusahaan secara efisien guna memaksimalkan kegiatan perusahaan.

Pengertian pengelolaan keuangan Islam (manajemen keuangan Islam) menurut Muhamad yaitu bisa diartikan sebagai manajemen terhadap fungsi-fungsi keuangan dengan bingkai syari'ah Islam yang berkaitan dengan masalah keuangan perusahaan. Pada zamanya rasululloh SAW merupakan kepala negara pertama yang memperkenalkan konsep baru dibidang keuangan negara pada abad ke-7 pada masa tersebut, semua penghimpunan kekayaan negara harus dikumpulkan terlebih dahulu kemudian dikeluarkan sesuai dengan kebutuhan negara. Adapun sumber APBN terdiri atas *kharaj*, zakat, khumus, jizyah, dan lain-lain, seperti *kaffarah* dan harta waris. Tempat pengumpulan dana itu disebut *bait al mal* yang pada masa Nabi Muhammad SAW terletak di Masjid Nabawi.

Menurut istilah pengelolaan yang baik yaitu pengelolaan dalam mendapatkan dana dan menggunakan dana tersebut dengan efisien, sehingga perusahaan laba dan dapat bertahan dimasa mendatang. Jika pengelolaan keuangan dikelola dengan baik maka dapat menghindarkan perusahaan dari kegagalan usaha. Pengelola suatu usaha perlu juga memperhatikan fungsi manajemen keuangan guna meningkatkan kualitasnya. Peran pengelolaan Keuangan juga sangatlah penting didalam menjalankan suatu organisasi atau perusahaan. Karena dalam pelaksanaannya, dibutuhkan pengelolaan keuangan yang baik demi tercapainya suatu tujuan tertentu. Pengelolaan keuangan yang baik seperti halnya dapat menggunakan dana tersebut secara efisien untuk perputaran usahanya kedepan. Dengan harapan dapat meminimalisir kesalahan dalam operasional usaha yang berhubungan dengan keuangan. Pengelolaan keuangan bisa dikatakan sebagai Tindakan untuk mencapai tujuan-tujuan keuangan dimasa yang akan datang. Pengelolaan keuangan meliputi pengelolaan keuangan pribadi, pengelolaan keuangan keluarga, dan pengelolaan keuangan perusahaan (Shaferi & Handayani, 2014).

Multibeauty skincare merupakan salah satu bisnis online yang sangat berkembang pesat di kabupaten Tulungagung, kini bisnis berbasis online ini semakin hari mempunyai banyak peminat karena syarat bergabung dengan bisnis ini yang tergolong mudah. Alasan peneliti tertarik mengambil judul ini karena dilihat semakin hari usaha skincare ini sangat berkembang diantara banyak nya produk skincare yang banyak dijual di pasaran. peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana pengelolaan keuangan pada usaha bisnis ini, apakah pengelolaan keuangannya sudah sesuai pada pengelolaan keuangan islam atau belum. Dengan menjauhi transaksi-transaksi objek haram seperti riba, maysir, gharar, risywah, dan juga tadlis. Objek penelitian ini pada usaha online Yulianinghoky multibeauty skincare yang berada di lingkungan pagutan, desa Tamban, kecamatan Pakel, kabupaten Tulungagung yang merupakan salah satu agen yang usaha bisnisnya berkembang pesat saat ini. Berikut data keuangan tahunan dari Yulianinghoky:

**Tabel 1 Rekapitulasi Keuangan Yulianinghoky**

Tahun	Pendapatan
2019	Rp. 445.000
2020	Rp. 17.342.000
2021	Rp. 10.545.000

Sumber: Pencatatan Keuangan Sederhana Yulianinghoky 2019-2021

Dari tabel 1 diatas bisa disimpulkan bahwa pada setiap bulan nya pemasukan keuangan dari Yulianinghoky Multibeauty Skincare tidak stabil. Jika dilihat dari tahun ke tahun maka bisa dilihat pada tahun 2019 pemasukan dari usaha ini sebesar Rp. 455.000 ribu rupiah sedangkan pada tahun 2020 pendapatan usahanya sebesar Rp.17.342.000 ribu rupiah, sedangkan pendapatannya pada tahun 2021 berjumlah Rp. 10.545.000 ribu rupiah.

Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa pendapatan Yulianinghoky mengalami naik turun (belum stabil) karena pada umumnya pendapatan keuangan pada suatu usaha tergantung dari tinggi rendahnya permintaan suatu produk tersebut.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, Penelitian kualitatif yaitu dengan melakukan kajian terhadap literatur dengan sumber data primer, dan sesuai dengan permasalahan yang akan dikaji oleh peneliti (Sugiyono, 2019), maka jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian Studi Kasus yang digunakan guna menanggapi suatu isu atau permasalahan dengan menggunakan suatu kasus. Lokasi pada penelitian ini di lingkungan pagutan Desa Tamban kecamatan Pakel kabupaten Tulungagung. Sumber data terkait dengan perolehan data dalam penelitian yang berkaitan langsung dengan subyek yang di teliti. Pada penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Data dianalisis menggunakan beberapa Langkah sesuai teori Miles, Huberman, dan Saldana yaitu menganalisis data dengan langkah kondensasi data (*data condensation*), menyajikan data (*data display*), dan menarik simpulan atau verifikasi (*conclusion drawing and verification*) Kondensasi data merujuk pada proses pemilihan (*selecting*), pengerucutan (*focusing*), penyederhanaan (*simplifying*), peringkasan (*abstracting*), dan transformasi data (*transforming*), Secara lebih terperinci. Pengecekan keabsahan data menggunakan triangulasi, triangulasi menekankan pada proses pengecekan data dari berbagai sumber. Objek pada penelitian ini adalah owner dari usaha bisnis Multibeauty skincare, konsumen dari multibeauty skincare, dan juga PLUT KUMKM, yang pertama ada Informan selaku owner dari multibeauty skincare kabupaten tulungagung, kemudian konsumen dari Yulianinghoky selaku Informan kedua, selanjutnya Informan ketiga merupakan konsumen dari Yulianinghoky, Informan keempat selaku konsumen dari yulianinghoky, dan Informan ke lima merupakan dari PLUT KUMKM.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengelolaan usaha bisnis online Yulianinghoky dengan melihat pengelolaan keuangan, pengelolaan keuangan islam apakah sudah sesuai dengan prinsip Islam, kendala yang dihadapi, maupun solusi dari kendala yang dihadapi pada usaha ini. Yang diharapkan dengan mengetahui sistem pengelolaan usaha online dapat dilihat potensi kedepanya usaha tersebut.

### **Pengelolaan Keuangan Pada Usaha Bisnis Online Yulianinghoky Multibeauty Skincare**

Karena kurangnya pengetahuan beliau selaku owner dari Multibeauty Skincare mengenai manajemen keuangan yang baik dalam mengelola keuangan yang baik itu seperti apa dan bagaimana, agar laporan keuangan usaha dapat tercatat secara jelas dan rinci antara keluar masuknya modal dan keuntungan. Dari wawancara dengan mbak Yulia selaku owner dari Yulianinghoky Multibeauty skincare beliau menjelaskan bahwa sejak usaha bisnis ini berdiri beliau masih menggunakan pencatatan keuangan secara sederhana hanya dengan mencatat pemasukan setiap bulan nya atau setiap bonus dari hasil penjualanya cair. *Pertama*, penjelasan dari mbak Leyli mengenai pengelolaan keuangan dari Yulianinghoky menurutnya pencatatan keuangan yang hanya dicatat sederhana dan alakadarnya itu kurang akurat sebab suatu saat bisa hilang dan mudah untuk di manipulasi pencatatanya. Lalu juga bisa menimbulkan fraud dalam pencatatanya. Fraud merupakan kecurangan atau tindakan yang dilakukan seseorang untuk menguntungkan diri sendiri. Lalu saran dari beliau seharusnya menggunakan sistem aplikasi akuntansi meskipun sederhana seperti buku kas, myob dll.

*Kedua*, penjelasan dari mbak Delya yang menurutnya pencatatan secara sederhana itu kurang efektif karena kita jadi tidak tahu secara rinci uang modal tersebut dialokasikan untuk keperluan penunjang usaha apa saja dan apakah setiap bulan ini mengalami keuntungan atau kerugian. Di era sekarang banyak aplikasi yang dapat digunakan untuk pencatatan keuangan usaha contoh saja pada

aplikasi Buku kas. *Ketiga*, penjelasan dari mbak Indah baginya pencatatan secara manual (sederhana) kurang efektif. Jangan hanya mempunyai pandangan bahwa ukuran bisnisnya masih sangat kecil yang sering kali menjadi alasan pencatatan keuangan usaha yang masih diabaikan. Padahal pembenahan pencatatan keuangan harus dibiasakan sedari awal usaha. Jadi dalam mengelola usaha itu kita tau mengenai perkembangan usahanya, sederhanya seperti apakah penjualan bulan ini meningkat dari bulan lalu, serta variasi produk apa yang paling dicari konsumen itu juga menjadi masukan agar produk yang dijual lebih variatif.

Sedangkan Ibu Efriza selaku PLUT KUMKM menjelaskan bahwa masalah yang sering terjadi pada umkm di Indonesia adalah masalah keuangan biasanya disebabkan oleh kurangnya kemampuan pemilik umkm dalam mengelola dan membukukan keuangan usaha. Sehingga pemasukan dan pengeluaran keuangan menjadi tidak tercatat secara rapi dan jelas. Dengan melalui pembukuan jadi dapat melihat kondisi dan perkembangan bisnisnya. Dan dengan adanya pembukuan ini dapat dijadikan patokan dalam merancang strategi bisnis kedepannya. Pencatatannya jangan hanya di buku saja lebih baik di catat dalam pencatatan akuntansi supaya lebih rapi dan jelas antara uang masuk, uang keluar, keuntungan, dan juga kerugiannya.

### **Apakah Pengelolaan Keuangan Usaha Bisnis Yulianinghoky Multibeauty Skincare sudah sesuai dengan Prinsip Pengelolaan Keuangan Syariah**

Menurut Mbak Yulia selaku *owner* dari Yulianinghoky bahwa bisnis yang dikelolanya saat ini Insyaaloh sudah syariah dari cara mengelolanya. karena antar sesama mitra mempunyai keuntungan yang sama . Jadi, dilihat dari seberapa banyak mitra dapat menjual produknya semakin banyak box yang terjual maka semakin banyak juga bonus yang didapat, dalam arti bukan untuk di satu pihak hanya upline saja tapi rata antara sesama mitra. Memang bisnis ini masuk dalam multilevel namun kan ada yang haram dan halal dan juga dikatakan merugikan orang lain karena hanya untung salah satu pihak bukan kedua pihak.

Penjelasan dari Mbak Leyli mengenai Pengelolaan Keuangan Islam Yulianinghoky menurutnya untuk pengelolaan keuangan dari bisnis Multibeauty itu sendiri sudah menerapkan prinsip pengelolaan keuangan Islam, dapat dilihat dari bentuk reward yang diberikan perusahaan kepada mitra-mitranya yang dapat mencapai target akan diberangkatkan umroh. Jika sebuah perusahaan saja mempunyai niat seperti itu, bisa dipastikan pengelolaan keuangannya berlandaskan syariat Islam begitupun dengan Yulianinghoky selaku mitra. Selain itu, guna menghindari persaingan di pasar, perusahaan juga menerapkan HET untuk setiap produk, sehingga mengurangi kecurangan dalam berdagang.

*Selanjutnya*, Penjelasan dari Mbak Delya mengenai Pengelolaan Keuangan Islam Yulianinghoky menurutnya sudah, bisa di buktikan bisnis multibeauty ini sama-sama menguntungkan kedua belah pihak. Adapun contohnya seperti kita membeli produk tersebut dengan harga pabrik, manfaat dan khasiat barangnya juga seperti yang tertera di penjelasan, contoh barang dalam gambar maupun aslinya juga sama. Selain itu bisnis ini juga tidak merugikan konsumen maupun mitranya. Untuk bonus yang didapat murni dari penjualan masing-masing mitra. Adapun bonusnya bermacam-macam berupa uang dan juga berupa barang, dan itu semua real bisa didapatkan semua bonus-bonusnya. Maka begitu juga dengan pengelolaan keuangan pada yulianinghoky juga pasti sudah mengikuti syariat Islam kalau perusahaannya saja menurutnya sudah sesuai dengan prinsip pengelolaan keuangan Islam, apalagi dengan mitranya cara mengelola keuangannya pasti juga sesuai dengan syariat Islam.

Penjelasan dari Mbak Indah mengenai Pengelolaan Keuangan Islam Yulianinghoky, *menurut* pendapatnya sudah, pengelolaan keuangan di bisnis multibeauty itu sudah sesuai dengan prinsip pengelolaan keuangan islam, karena dari harga produknya itu sendiri dari perusahaan sampai dengan ke konsumen sama tidak kurang dan tidak lebih karena perusahaan sudah menentukan HET dan tidak boleh dari mitra atau agen menaikkan harga produk. Untuk pendapatan reward yang di dapatkan dari join di bisnis ini dengan mitra Yulianinghoky tidak hanya menguntungkan pihak *upline* nya saja tapi beliau juga mendapat untung. Jadi apa yang didapat itu sesuai dari apa yang sudah dilakukan, jika mendapatkan reward seperti halnya emas satu gram bisa dicairkan dalam bentuk emas maupun diuangkan semisal diuangkan akan di transfer ke rekening masing-masing dan tidak ada potongan. Jadi pengelolaan keuangan pada Yulianinghoky menurutnya sudah mengikuti syariat”

Berbeda dengan beberapa pendapat diatas Ibu Efriza selaku PLUT KUMKM berpendapat berbeda mengenai pengelolaan keuangan Yulianinghoky, menurutnya bisnis multibeauty itu tidak

mengandung unsur riba, maysir, tadlis, risywah. Namun menurutnya bisnis ini mengandung unsur Gharar. *Gharar* merupakan sebuah transaksi yang objeknya tidak ada kejelasan. Karena adanya ketidakjelasan antar harga pokok per batang dari penjualan sabun. Sedangkan perusahaan juga tidak menjelaskan berapa harga pokok sehingga bisa dijual dipasaran dengan harga 75 ribu rupiah. Keuntungan yang di dapat pada setiap batang sabun itu kan tidak jelas dari 75 ribu itu berapa harga aslinya dan keuntungan di setiap sabun nya. Kecuali perusahaan menjelaskan pada setiap batang sabun multibeauty itu misalnya dari 75 ribu harga pokoknya 50 ribu lalu 25 ribu keuntungan yang di dapatkan mitra itu baru ada kejelasan. Apalagi jika membeli 1 box dengan mendapatkan 5 sabun dengan harga yang lebih murah yang awalnya untuk pembelian 1 pcs sabun dengan harga 75 ribu sedangkan kalau pembelian 1 box mendapatkan 5 pcs sabun jadi kan harusnya harganya untuk 1 box 375 ribu tetapi dari perusahaan hanya menjual seharga 300 ribu untuk 5 pcs sabun. *Jadi*, antara pendapat para informan ada yang sependapat dan ada juga yang tidak.

### **Apa Kendala dalam Pengelolaan Usaha Bisnis Online Yulianinghoky Multibeauty?**

Mbak Yulia selaku owner menjelaskan bahwasanya dari usaha skincare ini ada kendala-kendala pada saat merintis bisnis ini. Dari sisi Internal yaitu minimnya modal, karena beliau masih berstatus pelajar/mahasiswa dan belum bekerja serta hanya mengandalkan uang saku pemberian orang tuanya. Selain itu, untuk mempromosikan produk jualannya beliau harus promosi sana-sini untuk menarik pelanggan karena multibeauty yang merupakan produk tergolong baru pada saat itu di daerahnya. Lalu dengan meningkatnya banyak peminat produk yang di jualnya. Kalau banyak dari usaha mikro yang gulung tikar saat pandemic justru multibeauty semakin banyak peminat karena pembelinya yang mudah. Dengan penjualan melalui via sosial media dan juga ecommerce karena jangkauannya yang luas serta dengan penjualan dengan ecommerce jadi meminimalisir penularan covid kepada orang lain karena tidak adanya pertemuan langsung anatara penjual dan pembeli. Kendala dari sisi internal usaha ini berupa modal yang minim sehingga beliau harus meminjam modal lagi karena semakin banyaknya peminat produknya. Sedangkan Kendala eksternal nya adalah pesaing produk yang serupa banyak produk-produk berupa sabun kecantikan dan Kesehatan dengan harga yang lebih rendah.

Menurut Mbak Leyli pada usaha yulianing ini kurangnya strategi pemasarannya yang kurang luas. Hanya melalui sosial media pribadinya. Harusnya beliau mempunyai akun sosial media sendiri untuk pemasaran produknya tersebut supaya lebih terlihat profesional. Lalu, menurut pendapat mbak Delya seharusnya dilihat dari tempat usahanya yang masih berada di rumah pribadi, menjadikan konsumen kurang tau jika ingin membeli secara offline karena ada juga pastinya konsumen yang ada dalam satu kota ataupun kecamatan ingin langsung ke offline store nya. Karena tempat usahanya yang jauh dari jalan raya sehingga konsumen bingung jika ingin pembelian secara langsung. Selanjutnya, menurut mbak Indah yaitu kurangnya Inovasi produk untuk menarik pelanggan seperti halnya membuat konten yang menarik tentang multibeauty itu apa, apakah produknya sudah aman, bagaimana cara penggunaan produknya dsb. Sehingga konsumen tertarik untuk mencoba produk tersebut, itu yang beliau lihat jika dibandingkan dengan usaha yang serupa. Kemudian pendapat mengenai Kendala dari usaha Yulianinghoky menurut Ibu Efriza selaku PLUT KUMKM bahwa masalah yang sering di alami para pelaku umkm yaitu Modal. Masih banyak pelaku umkm yang belum tahu menahu mengenai koperasi simpan pinjam. Koperasi simpan pinjam merupakan Lembaga bukan bank dengan kegiatan usaha menerima simpanan dan memberikan pinjaman uang kepada anggotanya. Padahal itu sangat membantu para pelaku usaha mikro untuk mendapatkan pinjaman modal.

### **Apa Solusi dari Kendala dalam Pengelolaan Usaha Bisnis Online Yulianinghoky Multibeauty?**

Mbak Yulia menjelaskan bahwa solusi dari kendala yang dihadapinya dalam mengelola bisnis ini adalah dari modal beliau meminjam sejumlah uang dari orang tuanya untuk tambahan modal usaha. Kemudian untuk pesaing beliau lebih mengutamakan kualitas dari produk multibeauty walau harga produk yang serupa banyak dijual dipasaran tetapi dari segi manfaat dari multibeauty yang bisa dijamin kualitasnya bagus karena memakai bahan-bahan yang sangat bagus. Jadi, dalam menghadapi kendala-kendala dalam menjalankan usaha ini beliau menjelaskan seperti pada penjelasan diatas bahwa beliau mengedepankan kualitas produknya walaupun banyak produk yang harganya lebih rendah dibandingkan produk yang beliau jual. Menurut pendapat mbak Leyli untuk membuat branding pada sosial media yang lebih baik guna menarik konsumen untuk jadi penasaran dengan produk yang di promosikan tersebut.

Kemudian, menurut pendapat mbak Delya terkait tempat usahanya yang belum mempunyai outlet, alangkah lebih baiknya jika masih terkendala dengan modal untuk membeli suatu tempat usahanya dengan menyewa suatu ruko untuk dijadikan offline store benefitnya konsumen dari Yulianinghoky tidak bingung jika ingin order secara offline mereka bisa mendatangi outlet tersebut. Kemudian ada pendapat dari mbak Indah yang menurutnya Supaya banyak konsumen tau tentang produk Multibeauty ini solusinya mencoba promosi/iklan dengan selebgram-selebgram yang punya ratusan ribu followers walau harganya sedikit mahal tapi feedback yang dihasilkan juga sebanding dengan biaya promosinya. Lalu dari Ibu Efriza sendiri selaku PLUT KUMKM memberi solusi bahwa harusnya pihak owner dari Yulianinghoky Multibeauty untuk mencari informasi mengenai pinjaman modal dan simpanan untuk Umkm yang berguna jika owner ingin menyimpan uang usaha ataupun meminjam modal guna kebutuhan usaha. Kemudian pihak owner dapat mengikuti training para pelaku umkm ataupun seminar bisnis untuk pengembangan usahanya.

### **Penelitian Terdahulu**

Naili Saadah (2018), Perencanaan Keuangan Islam Sederhana dalam Bisnis *E-commerce* pada pengguna *Online Shop*, tujuan penelitian untuk mengkaji bagaimana bisnis *e-commerce* dapat bersinergi dengan Islam melalui perencanaan keuangan Islam sederhana. Metode analisis dalam penelitian ini adalah Studi Etnografi dan Studi Kasus. Dengan hasil para pelaku UMKM yang memanfaatkan e-commerce pada usahanya telah menerapkan perencanaan keuangan Islam secara sederhana dengan melakukan pengalokasian anggaran atau dana usaha untuk kebutuhan ibadah (zakat, infaq, dan sedekah).

Kiki Dzakiyah dan Novi Febriyanti (2019) dengan judul Analisis Pengelolaan Keuangan Islam pada Pelaku Usaha Kecil Bisnis Online Anggota Himpunan Pengusaha Muda Indonesia Perguruan Tinggi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya (HIPMI PT UINSA SURABAYA). Tujuan penelitian untuk mengetahui bagaimana usaha yang sedang dijalankan menerapkan pengelolaan keuangan Islam dalam prakteknya. Metode analisis pada penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini ialah fenomenologi. Dengan hasil para pengusaha yang tergabung dalam organisasi ini telah melakukan penerapan pengelolaan keuangan Islam dengan melalui terhadap dana untuk zakat, infaq serta sedekah. Namun, pengendalian kas perencanaan keuangan serta pelaporannya belum dilaksanakan secara terstruktur.

Munika Azzuhro (2020). Dengan judul Analisis hukum Islam terhadap Jual Beli dengan Sistem Dropship pada Marketplace Shopee Akun Toko 'fariz\_shop'. Tujuan penelitian ini untuk menjawab terhadap suatu masalah diantaranya mengenai bagaimana sistem jual beli online secara dropship di marketplace dan menganalisis hukum jual beli online dalam perspektif Islam. Metode analisis yang digunakan adalah field research dengan observasi dan wawancara dengan pihak-pihak yang terkait dan menganalisis dan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Dengan hasil analisis akun toko 'fariz\_shop' yang terdapat beberapa hal yang melanggar ketentuan komunitas pengguna shoppee yang disebabkan mengunggah produk yang berbau duplikat dalam satu marketplace, Menurut pandangan Islam memperbolehkan kegiatan jual beli online Dropship dengan ketentuan pelaku menjalankan Kerjasama wakalah dengan supplier (pemilik produk), yakni pelaku dropship mempromosikan diri sebagai wakil dari supplier dalam memperjual belikan produk yang berkaitan.

Sedangkan dalam penelitian ini mengambil judul Analisis Pengelolaan Keuangan Islam pada Usaha Bisnis Online di Kabupaten Tulungagung. Tujuan pada penelitian ini untuk mengetahui pengelolaan keuangan Islam pada usaha online Yulianinghoky Multibeauty skincare apakah sudah sesuai dengan prinsip keuangan Islam atau belum. Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan penelitian Kualitatif dengan pendekatan penelitian Studi kasus. Dengan hasil penelitian bahwa dalam pengelolaan keuangan pada Yulianinghoky masih menggunakan pencatatan keuangan sederhana dan belum sesuai dengan prinsip keuangan Islam.

### **KESIMPULAN**

Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian yaitu bahwa pengelolaan keuangan dapat memberikan gambaran tentang potensi usaha mikro kecil dan menengah berbasis internet atau bisnis online. Pengelolaan keuangan pada usaha Yulianinghoky Multibeauty masih menggunakan pencatatan sederhana dalam usaha ini harusnya memiliki pencatatan keuangan atau pembukuan yang lebih baik guna memiliki pencatatan yang akurat di era sekarang ini banyak aplikasi pembukuan untuk lebih

memudahkan pencatatan keuangan. Pengelolaan keuangan Islam pada usaha ini masih mengandung unsur gharar atau ketidak jelasan antara harga pokok produk dan keuntungan yang diperoleh setiap produk tersebut. Karena kita sebagai seorang muslim hendaknya juga menerapkan prinsip-prinsip yang di bolehkan maupun dilarang oleh agama dalam bermuamalah. Kendala yang dihadapi pada usaha ini mengenai modal, belum adanya karyawan, dan offline store yang belum tersedia, kurangnya Inovasi mengenai pemasaran melalui iklan berbayar, strategi pemasaran dengan membuat konten-konten yang menarik. Mengikuti seminar maupun training para pelaku bisnis dan usaha menengah agar menambah wawasan mengenai pengembangan usaha dan bagaimana strategi pemasaran yang baik. Bisnis online memiliki potensi yang positif bagi perkembangan usaha. Pengelolaan keuangan memberikan analisis, jika usaha ini dikelola dengan baik, akan memberikan keuntungan bagi usaha.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Azzuhro, M. (2020). Analisis hukum islam terhadap jual beli dengan sistem dropship pada marketplace shoppe akun toko" Fariz\_shop". *UIN Sunan Ampel Surabaya*.
- Bafadhil, H. (2018). Zakat serikat usaha dalam perspektif ekonomi islam. *ILTIZAM Journal of Shariah Economics Research*, 2(2), 1–24.
- Febriyanti, N., & Dzakiyah, K. (2019). Analisis pengelolaan keuangan islam pada pelaku usaha kecil bisnis online anggota himpunan pengusaha muda indonesia perguruan tinggi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. *El-Qist : Journal of Islamic Economics and Business (JIEB)*, 9(2), 102–115. <https://doi.org/10.15642/elqist.2019.9.2.102-115>
- Masruroh, A. (2013). Mengelola keuangan secara syariah dalam rangka menumbuhkan good money habit. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 5(1).
- Noegroho, A. (2010). *Teknik Komunikasi*. Graha ilmu.
- Putri, D. M. (2014). Peran media online dalam pembangunan Provinsi Banten. *Journal Communication Spectrum: Capturing New Perspectives in Communication*, 3(1), 31–46.
- Saadah, N. (2018). Perencanaan keuangan Islam sederhana dalam bisnis e-commerce pada pengguna online shop. *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 9(1), 105–128.
- Shaferi, I., & Handayani, S. R. (2014). Identifikasi Pengelolaan Keuangan terhadap Peluang Usaha Online. *Sustainable Competitive Advantage (SCA)*, 4(1).
- Soebiantoro, A., Sasongko, H., & Wijayanto, J. (2013). *Merek Indonesia harus bisa*. Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sundari, A., & Syaikhudin, A. Y. (2021). *Manajemen ritel (Teori dan strategi dalam bisnis ritel)*. Academia Publication.
- Sylvia, I. L. A., Purwati, S. T., Sriyami, Y., Th, S., & Rukiyem, S. T. (2021). *Guru hebat di era milenial*. Penerbit Adab.
- Wahid, Y. N., Nengsih, T. A., & Orinaldi, M. (2021). *Analisis Pengelolaan Keuangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Di Kecamatan Alam Barajo Kota Jambi*. UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
- Wahyuningtyas, A. C. (2019). Berbisnis Online Melalui Media Sosial. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 7(2), 96–102.
- Yasmin, G. N. S. A. (2019). *Peran Logistik dalam Kemajuan E-Commerce di Indonesia*. Supplychain Indonesia.