

**LAPORAN AKHIR  
PENELITIAN DOSEN ISI YOGYAKARTA  
SKEMA PENELITIAN TERAPAN**



**PERANCANGAN APLIKASI PASAR MUAMALAH BERBASIS  
SISTEM OPERASI ANDROID**

Peneliti:

- 1. Andika Indrayana, S.Sn., M.Ds**  
NIP : 198211132014041001
- 2. Nur Praditya Wibisono**  
NIM : 1612433024

**Dibiayai oleh DIPA ISI Yogyakarta tahun 2020  
Nomor: DIPA-023.17.2.667539/2020 tanggal 27 Desember 2019  
Berdasarkan SK Rektor Nomor: 381/IT4/HK/2020 tanggal 9 Oktober 2020  
Sesuai Surat Perjanjian Pelaksanaan Penelitian  
Nomor: 4027/IT4/PG/2020 tanggal 3 Juli 2020**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA  
LEMBAGA PENELITIAN  
November 2020**

**HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN AKHIR  
PENELITIAN DOSEN INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA  
SKEMA PENELITIAN TERAPAN**

**Judul Kegiatan** : Perancangan Aplikasi Pasar Muamalah Berbasis Sistem Operasi Android

**Ketua Peneliti**

Nama Lengkap : Andika Indrayana, S.Sn., M.Ds.  
Perguruan Tinggi : Institut Seni Indonesia Yogyakarta  
NIP/NIK : 198211132014041001  
NIDN : 0013116201  
Jab. Fungsional : Lektor  
Jurusan : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : FSR  
Nomor HP : 081392189989  
Alamat Email : andikaindrayana@gmail.com  
Biaya Penelitian : DIPA ISI Yogyakarta : Rp. 12.000.000  
Tahun Pelaksanaan : 2020

**Anggota Mahasiswa (1)**

Nama Lengkap : Nur Praditya Wibisono  
NIM : 16122433024  
Jurusan : DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
Fakultas : SENI RUPA

Mengetahui  
Dekan Fakultas FSR



**Dr. Timbul Baharjo, M.Hum.**  
NIP 196911081993031001



Yogyakarta, 27 November 2020  
Ketua Peneliti



**Andika Indrayana, S.Sn., M.Ds.**  
NIP 198211132014041001

Menyetujui  
Ketua Lembaga Penelitian



**Dr. Nur Sahid, M.Hum**  
NIP 196202081989031001

## RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan aktivitas pasar muamalah di Indonesia dalam bentuk prototipe aplikasi (*Apps*) berbasis sistem operasi Android dengan dua capaian. *Pertama*, untuk mengembangkan media yang digunakan sebelumnya menjadi aplikasi untuk perangkat bergerak (*mobile devices*) agar lebih mudah digunakan dan lebih personal. *Kedua*, untuk memudahkan pengguna dalam aktivitas muamalah dalam satu platform, baik untuk jual beli, promosi, dan berbagi informasi.

Untuk menghasilkan desain yang dapat menjawab permasalahan, penelitian ini menggunakan beberapa metode yaitu observasi dan SWOT untuk objek permasalahan, metode pustaka untuk literatur, metode proses desain dan metode Sprint untuk perancangan.

Hasil yang dicapai dari penelitian ini adalah desain aplikasi dapat mengintegrasikan berbagai aktivitas yang sebelumnya dilakukan menggunakan berbagai media, menjadi satu platform yang lebih mudah digunakan.

**Kata kunci:** *pasar muamalah, perdagangan islam, desain interaksi, platform, aplikasi*

## PRAKATA

Puji dan syukur kami ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas terselesaikannya laporan kemajuan penelitian yang berjudul: PERANCANGAN APLIKASI PASAR MUAMALAH BERBASIS SISTEM OPERASI ANDROID di tahun 2020 ini. Penelitian ini bertujuan untuk menciptakan prototipe aplikasi yang nantinya dapat digunakan untuk mengakomodasi kegiatan muamalah di Indonesia.

Dalam penelitian ini, kami mengucapkan banyak terima kasih kepada ISI Yogyakarta atas dukungannya, baik secara material maupun non-material. Tak lupa, kami ucapkan terima kasih kepada Program Studi Desain Komunikasi Visual. Kami menyadari bahwa penelitian ini jauh dari kata sempurna, karena itu, kritik dan masukan yang membangun akan sangat kami butuhkan untuk penelitian yang lebih baik kedepannya.

Semoga penelitian ini dapat memberikan pengetahuan yang bermanfaat bagi masyarakat, baik akademik maupun umum. Akhir kata, kami mengucapkan terima kasih.



Yogyakarta, November 2020

Ketua Penelitian

Andika Indrayana, S.Sn., M.Ds.

NIP: 19821113201404 1 001

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN .....	1
RINGKASAN .....	2
PRAKATA .....	3
DAFTAR GAMBAR .....	5
DAFTAR LAMPIRAN .....	6
BAB I. PENDAHULUAN .....	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA .....	11
BAB III. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN .....	19
BAB IV. METODE PENELITIAN .....	20
BAB V. HASIL YANG DICAPAI .....	23
BAB VI. KESIMPULAN .....	35
DAFTAR PUSTAKA .....	36
LAMPIRAN .....	37
- Draft Artikel Ilmiah	
- Bukti status submission artikel ilmiah	
- Copy Sertifikat HKI	
- Produk Prototipe Aplikasi	
- Copy Surat Pernyataan Tanggungjawab Belanja (SPTB) 100%	
- Rekapitulasi Penggunaan Anggaran 70%	
- Rekapitulasi Penggunaan Anggaran 30%	



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Bagan <i>roadmap</i> penelitian .....	21
Gambar 2.	Menu <i>onboarding</i> berupa pengenalan singkat mengenai aplikasi .....	25
Gambar 3.	Menu untuk melakukan login di aplikasi .....	26
Gambar 4.	Menu untuk melakukan pendaftaran akun di aplikasi .....	27
Gambar 5.	Menu utama dari aplikasi .....	28
Gambar 6.	Menu daftar pedagang di aplikasi .....	28
Gambar 7.	Menu informasi pasar muamalah di Indonesia .....	29
Gambar 8.	Menu informasi seputar daya beli dinar, dirham dan fulus .....	29
Gambar 9.	Menu informasi mengenai Wadi'ah .....	30
Gambar 10.	Menu informasi komunitas muamalah di Indonesia .....	31
Gambar 11.	Menu untuk mempromosikan produk pedagang .....	31
Gambar 12.	Menu informasi seputar muamalah .....	32
Gambar 13.	Menu untuk jual cepat produk di aplikasi .....	33
Gambar 14.	Menu informasi toko pedagang .....	33
Gambar 15.	Menu pengaturan akun pengguna .....	34

## DAFTAR LAMPIRAN

Draft Artikel Ilmiah

Bukti status *submission* artikel ilmiah

Copy Sertifikat HKI

Desain Prototipe Aplikasi

Copy Surat Pernyataan Tanggungjawab Belanja (SPTB) 100%

Rekapitulasi Penggunaan Anggaran 70% Penelitian Dosen ISI Yogyakarta

Rekapitulasi Penggunaan Anggaran 30% Penelitian Dosen ISI Yogyakarta



## BAB I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pasar merupakan salah satu tempat di mana manusia melakukan aktivitas perdagangan. Selama ribuan tahun sebelum era modern, pasar pada dasarnya merupakan ruang di mana masyarakat secara bebas melakukan aktivitas jual beli tanpa adanya monopoli, sewa, pajak, riba hingga pemaksaan alat tukar untuk bertransaksi. Di era modern, perdagangan yang sesuai dengan fitrah tersebut mulai didominasi dengan model perdagangan berbasis monopoli distribusi seperti hadirnya mall, supermarket hingga hipermarket, dan penerapan sewa, pajak, dan alat transaksi tertentu. Adanya monopoli distribusi membuat barang-barang komoditas akan lebih banyak terserap dan dijual oleh pemodal besar atau pemilik pasar karena secara umum para pemodal besar memperoleh biaya untuk memperoleh barang dan tempat dengan cara kredit ribawi, sedangkan para pedagang kecil dengan modal yang kecil akan semakin sedikit mendapatkan barang dan akhirnya akan semakin tersisihkan. Hanya pedagang dengan modal besar yang dapat menyewa dan membayar pajak di pasar modern dan memperoleh lebih banyak stok barang.

Dalam perkembangannya, pasar masa kini telah berkembang tidak hanya berupa pasar secara fisik di suatu lokasi, tetapi juga virtual (*marketplace*) dengan memanfaatkan teknologi digital seperti media sosial maupun platform atau aplikasi (*Apps*) yang dapat diakses menggunakan komputer pribadi, laptop, tablet hingga gawai. Selain itu, kehadiran pasar virtual juga semakin dinamis dalam cara bertransaksi di mana masyarakat dapat menggunakan berbagai alat tukar untuk pembayaran, mulai dari uang rupiah hingga uang digital yang diakomodasi oleh berbagai teknologi finansial yang didukung oleh tiap platform *marketplace*. Model pembayaran juga dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti transfer dari rekening pribadi, dibayar tunai dengan cara bertemu langsung (*cash on delivery/COD*), atau memakai alat pembayaran yang disediakan secara langsung oleh platform atau aplikasi yang digunakan. Pasar virtual merupakan ruang baru



bagi masyarakat untuk melakukan aktivitas jual-beli secara dinamis tanpa ada batasan ruang, waktu, bahkan cara transaksi.

Sebagai wujud perkembangan teknologi, pasar virtual pada dasarnya juga memiliki kekurangan dalam cara menjual dan bertransaksi. Pasar virtual menggunakan gambar sebagai medium untuk menjual dan pembeli tidak mengetahui bagaimana kualitas dari produk yang ditawarkan. Momen tersebut seringkali disebut dengan ZMOT (*zero moment of truth*), berkebalikan dengan model lama yaitu FMOT (*first moment of truth*), di mana pembeli dapat melihat langsung barangnya dan memutuskan untuk bertransaksi secara langsung (Lecinski, 2011). Dalam perkembangannya, pasar virtual juga seringkali menciptakan masalah baru, antara lain adanya penipuan, tidak sesuainya barang yang ditampilkan dan yang datang, hingga memerlukan transaksi virtual dengan uang digital. Selain itu, pasar virtual juga memunculkan fenomena baru yaitu adanya penjual yang sebenarnya berposisi sebagai *dropshipper* yang pada dasarnya tidak memiliki stok barang tetapi hanya berperan sebagai perantara dan barang nantinya akan dikirimkan oleh pedagang yang sebenarnya.

Melihat fenomena mengenai pasar di atas, anggota masyarakat muslim di Indonesia yang tergabung dalam komunitas muamalah dan komunitas dinar dirham berupaya untuk menghadirkan pasar yang sesuai dengan fitrahnya, sekaligus sesuai dengan syariat Islam, yaitu pasar muamalah. Pasar ini mengakomodasi aktivitas jual-beli yang sesuai dengan syariat Islam, baik dalam hal ruang maupun cara bertransaksi, yang berkebalikan dengan pasar modern. Pasar muamalah secara mekanismenya tidak menerapkan sewa dan klaim tempat, dan sekaligus tanpa adanya pajak dan riba. Pasar ini akan menjamin bahwa pedagang akan bertemu atau bertransaksi langsung dengan pembeli, tidak seperti dalam pasar virtual yang seringkali diperantarai oleh *dropshipper*. Dalam hal transaksi, di pasar muamalah ini juga menerapkan prinsip tidak adanya pemaksaan alat pembayaran untuk jual-beli, dan dapat menggunakan dinar (emas), dirham (perak) dan barter sebagai alat dan cara transaksi, selain penggunaan rupiah dalam bentuk fisik maupun digital. Kedua faktor tersebut menjadikan pasar muamalah sebagai alternatif pasar yang menarik bagi masyarakat, terutama umat muslim.

Pasar muamalah seringkali diadakan tiap sebulan atau seminggu sekali di tempat-tempat yang disediakan oleh individu atau lembaga secara sukarela. Tercatat, pasar muamalah pertama di Indonesia adalah di Depok, Tangerang, yang telah eksis sejak tahun 2009 yang diselenggarakan oleh Amirat Nusantara. (<https://republika.co.id/berita/oidlx1301/pasar-muamalah-jalankan-ekonomi-sesuai-sunah-rasul>. Diakses 11 Juli 2020). Saat ini, keberadaan pasar muamalah di Indonesia semakin bertambah seperti di Yogyakarta, Semarang, Aceh, Medan, Tanjungpura, Lubuk Linggau, Banjarmasin, Jambi, Bengkulu, Bekasi, Malang, hingga Payakumbuh (<https://www.instagram.com/pasar.muamalah/>. Diakses 11 Juli 2020).

Pasar muamalah pada saat ini masih bersifat terbatas pada kalangan umat muslim tertentu terutama yang tergabung dalam komunitas dinar, dirham dan fulus (DDF). Komunitas ini sejak tahun 2000an sering berdakwah mengenai penggunaan koin emas (dinar), perak (dirham) serta tembaga (fulus) yang berfungsi untuk membayar zakat (khusus dinar dan dirham), harta simpanan dan sekaligus alat tukar bimetal bebas inflasi selain mata uang rupiah. Dalam perjalanan aktivitasnya, komunitas ini seringkali tergabung di grup media sosial seperti Telegram, WhatsApp, Instagram hingga Facebook untuk saling bertukar informasi, berdakwah, menawarkan barang, *pre-order* (PO) produk untuk nantinya dibayar di pasar, hingga perencanaan kegiatan pasar bulanan atau mingguan. Di grup media sosial pasar muamalah Yogyakarta yang penulis bergabung sebagai anggotanya, hingga bulan Juli 2020 terdapat sebanyak 216 pedagang di grup Telegram (Komunitas Muamalah Yogyakarta) dan sebanyak 106 pedagang di grup WhatsApp (PM Yogyakarta Official) dengan berbagai kategori produk.

Dari observasi yang dilakukan di grup Telegram dan WhatsApp Pasar Muamalah Yogyakarta, terdapat dua aktivitas utama yang dapat dijelaskan sebagai berikut: *Pertama*, anggota grup seringkali mengunggah informasi mengenai penawaran produk, dakwah muamalah dari berbagai sumber di internet, hingga diskusi, dan *Kedua*, admin seringkali mengisi dengan dakwah, informasi daya beli DDF harian, moderator diskusi dan percakapan antar anggota, dan perencanaan

pasar mingguan. Perencanaan pasar ini meliputi penawaran oleh admin mengenai siapa saja pedagang yang akan bergabung di pasar, berikut produk yang akan dijualnya dengan cara mengisi secara bergiliran oleh tiap anggota.

Selain adanya grup di media sosial berbasis percakapan, pasar muamalah di Indonesia juga memiliki media untuk berbagi informasi maupun menjalin hubungan antara pedagang dan pembeli berupa website yaitu pasarmuamalah.net. Pada website ini, tercatat sebanyak 3792 pedagang dari berbagai daerah di Indonesia, dan jumlah pengguna sebanyak 12.042. Pedagang dari Yogyakarta sendiri tercatat sebanyak 144. Jumlah pedagang yang terdaftar menunjukkan bahwa antusias masyarakat untuk bergabung dan berjualan di pasar muamalah cukup tinggi.

Dari hasil evaluasi awal di atas, maka pasar muamalah dapat dikembangkan baik secara teknologi, desain dan kontennya agar dapat mengakomodasi berbagai kebutuhan masyarakat dalam bermuamalah yang lebih terpadu, terintegrasi dan personal agar lebih memudahkan dalam aktivitas sekaligus adaptif dengan perkembangan zaman. Untuk dapat menyelesaikan permasalahan tersebut, platform berbasis aplikasi (*Apps*) yang dapat dioperasikan menggunakan gawai (*mobile device*) merupakan media yang tepat untuk digunakan.

## **B. Rumusan Masalah**

Bagaimana merancang aplikasi pasar muamalah berbasis sistem operasi Android?

## **C. Batasan Masalah**

Dalam penelitian ini, dilakukan pembatasan masalah, yaitu:

1. Aplikasi terbatas pada sistem operasi Android.
2. Informasi menu aplikasi dibatasi pada: Daftar pedagang, Pasar muamalah, Dinar dirham, Wadi'ah, Sedekah, Media dan Info Muamalah.