

Analisis Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli Online di Indonesia

D Purnomo¹, Teguh Lesmana², Fitri Novilia³,
Djoko Wijono⁴, Asri Ady Bakri⁵

Politeknik LP3I Jakarta¹, Universitas Islam Bunga Bangsa Cirebon², Universitas
Pendidikan Indonesia³, Universitas Proklamasi 45⁴,
Universitas Muslim Indonesia⁵
djumatpurnomo@gmail.com

ABSTRACT

The development of the world of technology and increasingly advanced internet networks has an impact on people's consumption techniques, thus giving rise to new shopping channels, namely online. People's need for fast information is very easy, can be accessed by anyone, anytime and anywhere. Internet technology has a very big effect on trade or business. Can access information on goods from anywhere, both from prices, specifications, and making purchase transactions. The purpose of this study is to analyze Islamic business ethics in online buying and selling transactions in Indonesia. This research approach collects data through literature studies, which involve reading literature from various sources including books, journals and reports using qualitative and deductive approaches. The findings in this study are that the application of Islamic business ethics in online buying and selling transactions in Indonesia has not been fully implemented, because there are still some sellers who violate the principles of Islamic business ethics. One example is that there are still some sellers who provide escorts or summaries so that the goods received by the buyer do not match the specifications, the seller does not respond to goods complained about by the buyer, and there are still sellers who do not accept returns.

Keywords: *Islamic Business Ethics, Buying and Selling, Online*

ABSTRAK

Perkembangan dunia teknologi dan jaringan internet yang semakin maju, berdampak pada teknik konsumsi masyarakat, sehingga memunculkan saluran belanja baru yaitu secara *online*. Kebutuhan masyarakat akan informasi yang cepat sangatlah mudah, dapat diakses oleh siapa saja, kapan saja dan di mana saja. Teknologi internet mempunyai efek yang sangat besar pada perdagangan atau bisnis. Dapat mengakses informasi barang dari mana saja baik dari harga, spesifikasi, dan melakukan transaksi pembelian. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli *online* di Indonesia. Pendekatan penelitian ini mengumpulkan data melalui studi literatur, yang melibatkan pembacaan literatur dari berbagai sumber termasuk buku, jurnal dan laporan dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan deduktif. Temuan dalam penelitian ini adalah penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli *online* di Indonesia belum sepenuhnya diterapkan, karena masih ada beberapa pihak penjual yang melanggar prinsip etika bisnis Islam. Salah satu contohnya masih terdapat beberapa penjual yang melakukan kecurangan atau kebohongan sehingga barang yang diterima oleh pembeli tidak sesuai dengan spesifikasi, pihak penjual

tidak merespons barang yang dikomplain oleh pembeli, dan masih ada penjual yang tidak menerima pengembalian barang.

Kata Kunci: Etika Bisnis Islam, Jual Beli, *Online*

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia teknologi dan jaringan internet yang semakin maju, berdampak pada teknik konsumsi masyarakat, sehingga memunculkan saluran belanja baru yaitu secara *online*. Kebutuhan masyarakat akan informasi yang cepat sangatlah mudah, dapat diakses oleh siapa saja, kapan saja dan di mana saja. Teknologi internet mempunyai efek yang sangat besar pada perdagangan atau bisnis. Dapat mengakses informasi barang dari mana saja baik dari harga, spesifikasi, dan melakukan transaksi pembelian. Hal ini sangat menghemat waktu dan biaya bagi calon pembeli, karena tidak perlu datang ke toko atau tempat transaksi sehingga dari tempat duduk saja mereka dapat mengambil keputusan dengan cepat. Kegiatan bisnis menggunakan teknologi internet yang sedang marak saat ini adalah jual beli *online* (Permata et al., 2024).

Saat ini jual beli *online* sudah sangat marak terjadi, terlebih lagi banyaknya platform *marketplace* dan media sosial lainnya yang menjembatani terjadinya jual beli tersebut. Dalam jual beli *online*, penjual akan menawarkan produk dalam bentuk deskripsi penjelasan dan gambar saja. Oleh sebab itu, pembeli harus lebih cermat dalam memilih produk yang akan dibeli agar tidak terjadi kekecewaan ketika barang datang (Andari, 2021). Persoalan mengenai transaksi jual beli *online* yakni dikarenakan para pihak tidak bertemu secara fisik, sehingga kesepakatan antar kedua belah pihak dilakukan secara elektronik. Jual beli *online* adalah suatu proses membeli dan menjual produk-produk secara elektronik oleh konsumen atau dari perusahaan ke perusahaan dengan komputer sebagai perantara transaksi bisnis. Akibatnya prinsip hukum yang berlaku dalam dunia nyata, seperti waktu dan tempat terjadinya transaksi, serta kapan suatu transaksi dinyatakan berlaku menjadi sulit ditentukan (Estijayandono, 2019).

Islam telah mengatur semua kegiatan manusia termasuk dalam melakukan jual beli *online* dengan memberikan batasan apa saja yang boleh dilakukan (Halal) dan apa saja yang tidak diperbolehkan (Haram). Dalam Islam, bisnis yang dijalankan harus berdasarkan syariat Islam, aturan atau etika yang ada dilakukan untuk menjaga pelaku bisnis agar mendapatkan rezeki yang halal serta di ridhai oleh Allah SWT dan terwujudnya kesejahteraan yang merata. Maka dari itu etika bisnis Islam memiliki peran penting dalam menjalankan bisnis. Dengan berlandaskan syariat Islam pebisnis akan membawa kepada kesejahteraan dunia dan akhirat. Etika pelaku bisnis seperti ramah, amanah, takwa dan selalu melibatkan Allah di setiap kegiatannya, sehingga dalam melakukan kegiatan bisnis seorang pebisnis akan menghindari dari kegiatan yang buruk seperti curang, berbohong, menipu, mengurangi takaran timbangan, pengoplosan barang kualitas bagus dengan yang kurang bagus, mengabaikan konsumen yang datang dan lain sebagainya (Lubis et al., 2021). Dalam penelitian yang

dilakukan oleh (Adi, 2021) menjelaskan bahwa jual beli *online* menurut hukum Islam adalah boleh selama objek atau barang yang dijual tidak haram dan tidak mengandung unsur riba, penipuan (*gharar*) dan perjudian (*maisyir*).

Etika Bisnis Islam adalah segala perilaku bisnis dalam bertransaksi seharusnya tidak sekedar bertujuan mencari keuntungan sebesar-besarnya dan semaksimalnya, akan tetapi juga mencari keridhaan dan keberkahan atas rezeki yang diberikan oleh Allah SWT. Keuntungan bukanlah semata-mata tujuan yang harus selalu diprioritaskan dalam bisnis. Dunia bisnis juga harus berfungsi sebagai sosial dan harus dijalankan dengan memperhatikan etika-etika yang ada di dalam Islam (Yega Meliza et al., 2023).

Pada hakikatnya tujuan penerapan etika bisnis Islam di bidang perdagangan adalah agar terciptanya pendapatan yang berkah dan mulia, sehingga akan mewujudkan pembangunan manusia yang berkeadilan dan stabilisasi untuk mencapai pemenuhan kebutuhan, kesempatan kerja penuh dan distribusi pendapatan yang merata tanpa harus mengalami ketidakseimbangan yang berkepanjangan di masyarakat (Zainur Ridho et al., 2023). Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Ulum, 2020) menemukan bahwa praktik transaksi jual beli *online* yang terjadi pada situs *e-commerce*, telah menunjukkan adanya prinsip-prinsip jual beli dalam Islam yang terfasilitasi melalui berbagai kebijakan dan protokol pembelian.

Berdasarkan paparan latar belakang di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli *online* di Indonesia. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan pemahaman terkait etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli *online* di Indonesia. Sehingga dapat menjadi masukan bagi para penjual dan pembeli di situs *e-commerce* dalam menerapkan etika bisnis Islam pada setiap transaksi jual beli yang dilakukan secara *online*, agar pihak penjual dan pembeli saling mendapatkan kepuasan dalam melakukan transaksi jual beli *online*, sehingga kedua belah pihak tidak merasa dirugikan.

TINJAUAN LITERATUR

Etika Bisnis Islam

Istilah Etika berasal dari bahasa Yunani yaitu *ethos* yang dalam bentuk jamaknya (*ta etha*) berarti adat istiadat atau kebiasaan. Dalam hal ini etika berkaitan dengan nilai-nilai, tata cara hidup yang baik, aturan hidup yang baik dan segala kebiasaan hidup yang dianut dan diwariskan dari satu orang ke orang lain dari satu generasi ke generasi yang lain. Menurut pemikiran Islam etika lebih dipahami sebagai akhlak atau adab yang bertujuan untuk mendidik moralitas manusia. Akhlak berasal dari bahasa Arab, yaitu isim masdar dari kata *akhlaqa, yukhliq, ikhlaqan*, yang berarti *al-sajiyah* (perangai), *al-thabi'ah* (kelakuan, *tabi'at*, watak dasar), *al-'adat* (kebiasaan, kelaziman), *al-muru'ah* (peradaban yang baik). Sedangkan kata bisnis atau usaha sendiri berasal dari bahasa Inggris yaitu *Bussiness*, yang dibentuk dari kata sifat *busy* yang artinya kesibukan. Dapat diartikan sebagai aktivitas ekonomi mulai dari kegiatan membuat (produksi), menjual (distribusi), membeli (konsumsi) barang dan

jasa serta kegiatan penanaman modal (investasi). Jadi dapat disimpulkan bahwa etika bisnis Islam adalah sikap atau perilaku manusia dalam menjalankan segala kegiatan ekonomi baik dalam kegiatan produksi, konsumsi, distribusi dan investasi yang berpedoman pada nilai-nilai Islam (Firdiyanti et al., 2024).

Faktor Pendukung dan Penghambat Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli Online

Adapun faktor pendukung dalam penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli *online* (Purwanti & Pujawati, 2021), yaitu :

1. Kesadaran diri masing-masing yang menyadari bahwa dalam berbisnis memerlukan etika.
2. Meningkatkan kepercayaan pembeli sehingga menjadi pelanggan tetap.

Adapun faktor penghambat dalam penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli *online*, yaitu:

1. Penanaman kesadaran diri masing-masing personal (individu) yang berbeda-beda.
2. Adanya keinginan mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya dengan menghalalkan segala cara.

Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam

Etika Bisnis Islam secara umum menurut Suarny Amran sebagaimana yang dikutip oleh Djohar Arifin, harus berdasarkan prinsip sebagai berikut (Hidayati & Syuhada', 2022) :

1. Prinsip Otonomi, adalah kemampuan untuk mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan keselarasan tentang apa yang baik untuk dilakukan dan bertanggungjawab secara moral atas keputusan yang diambil
2. Prinsip Kejujuran, dalam hal ini kejujuran merupakan kunci keberhasilan suatu bisnis, kejujuran dalam pelaksanaan kontrol terhadap konsumen, dalam hubungan kerja, dan sebagainya.
3. Prinsip Keadilan, adalah setiap orang dalam berbisnis diperlakukan sesuai dengan haknya masing-masing dan tidak ada yang boleh dirugikan.
4. Prinsip Saling Menguntungkan, dalam hal ini setiap orang harus kompetitif dalam berbisnis.
5. Prinsip Integritas Moral, hal ini merupakan dasar dalam berbisnis, harus menjaga nama baik perusahaan tetap dipercaya dan merupakan perusahaan yang terbaik.

Jual Beli Online

Jual beli adalah melepaskan harta dengan mendapatkan harta lain berdasarkan kerelaan atau memindahkan milik dengan mendapatkan benda lain sebagai ganti secara suka rela dan tidak bertentangan dengan *syara'*. Jual beli menjadi sarana manusia untuk saling memenuhi kebutuhan satu sama lain. Keberadaan kegiatan jual beli juga sekaligus menjadi bukti bahwa manusia adalah makhluk sosial

yang dalam pemenuhan kebutuhan hidupnya membutuhkan keterlibatan manusia lain.

Dalam era modern yang ditandai oleh kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, aktivitas jual beli telah mengalami transformasi yang signifikan. Internet dan platform daring telah menjadi landasan bagi munculnya *e-commerce*, yang membawa dampak mendalam terhadap seluruh lanskap perdagangan dunia. Fenomena ini terutama ditemukan dalam konteks jual beli *online*, di mana berbagai produk dan layanan ditawarkan melalui platform daring yang memfasilitasi interaksi antara penjual dan pembeli tanpa adanya kontak fisik (Yarham et al., 2024).

Sistem Transaksi Jual Beli Online Dalam Islam

Dalam sistem transaksi yang berdasarkan prinsip syariah tentunya sesuai pelaksanaannya merujuk dari Al-Qur'an dan al-Hadist, pada sistem transaksi jual beli *online* ini meliputi adanya pihak yang akan melakukan transaksi, kemudian melakukan *shighat* atau pelaksanaan akad dengan perjanjian didalamnya yang akan disetujui kedua belah pihak dengan ikhlas saling ikhlas tanpa ada keraguan, kemudian ada objek atau barang yang akan diakadkan dan pada barangnya tentunya harus baik dan mempunyai nilai manfaat, kemudian bisa di serah terimakan sesuai dengan waktu dan ada sebuah tempat yang telah disepakati (Nabila A'yun et al., 2021).

Jenis dan Mekanisme Transaksi Jual Beli Online

Konsumen jual beli *online* semakin dituntut untuk mengetahui lebih dalam mengenai proses, risiko serta keamanan dari sebuah transaksi *online*. Saat ini jenis transaksi *online* juga semakin beragam mulai dari jenis konvensional dimana pembeli dan penjual harus bertatap muka dalam melakukan proses transaksi hingga yang menggunakan proses transaksi otomatis tanpa harus bertatap muka. Di Indonesia sendiri ada beberapa jenis transaksi jual beli *online* yang biasa dilakukan oleh konsumen jual beli *online* (Suruji et al., 2020), yaitu:

1. Transfer Antar Bank

Transaksi dengan cara transfer antar bank merupakan jenis transaksi yang paling umum dan populer digunakan oleh para pelaku usaha atau penjual online. Jenis transaksi ini juga memudahkan proses konfirmasi karena dana bisa dengan cepat di cek oleh penerima dana atau penjual. Prosesnya adalah pertama-tama konsumen mengirim dana yang telah disepakati lalu setelah dana masuk, maka penjual akan mengirimkan barang transaksi yang dijanjikan.

2. COD (*Cash on Delivery*)

Pada sistem COD sebenarnya hampir dapat dikatakan bukan sebagai proses jual beli secara *online*, karena penjual dan pembeli terlibat secara langsung, bertemu, tawar-menawar, dan memeriksa kondisi barang baru kemudian membayar harga barang. Keuntungan dari sistem ini adalah antara pelaku usaha dan konsumen lebih bisa leluasa dalam proses transaksi. Konsumen bisa melihat dengan detail barang yang akan dibeli. Jenis transaksi ini dipopulerkan oleh *website* jual beli seperti Tokobagus, Berniaga, dan

lainnya. Kekurangan dari sistem ini adalah keamanan baik pelaku usaha maupun konsumen karena boleh jadi pihak yang akan ditemui pelaku usaha atau konsumen adalah orang yang berniat jahat.

3. Kartu Kredit

Kartu kredit merupakan alat pembayaran yang semakin populer, selain memberikan kemudahan dana proses verifikasi, pembeli juga tidak perlu melakukan semua tahap transaksi. Akan tetapi karena tidak semua pembeli mempunyai kartu kredit sehingga cara pembayaran ini menjadi pilihan kedua. Bahkan pengguna dengan kartu kredit pun akan berusaha memastikan bahwa toko si pelaku usaha memiliki tingkat keamanan yang tinggi guna menghindari tindakan pencurian data oleh pihak-pihak tertentu.

4. Rekening Bersama

Jenis transaksi ini disebut juga dengan istilah *escrow*. Cara pembayaran ini mempunyai perbedaan dengan proses pembayaran melalui transfer bank. Jika dalam transfer bank pihak ketiganya adalah bank, sedangkan dengan sistem rekening bersama yang menjadi pihak ketiga adalah lembaga pembayaran yang telah dipercaya baik oleh pihak pelaku usaha maupun konsumen. Prosesnya, yaitu pertama konsumen mentransfer dana ke pihak lembaga rekening bersama. Setelah dana dikonfirmasi masuk, lalu pihak rekening bersama meminta pelaku usaha mengirim barang yang sudah disepakati. Jika barang sudah sampai, baru dana tersebut diberikan pada si pelaku usaha. Dengan sistem ini dana yang diberikan oleh pembeli bisa lebih terjamin keamanannya karena dananya hanya akan dilepas jika barang benar-benar sudah sampai ditangan konsumen. Jika terjadi masalah pun dana bisa ditarik oleh sang konsumen. Sistem ini banyak digunakan pada proses jual beli antar *member* forum Kaskus.

METODE PENELITIAN

Metode kualitatif deduktif digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk menganalisis etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli *online* di Indonesia. Penelitian ini menggunakan konsep etika bisnis Islam dan jual beli *online* sebagai unit analisisnya, dan datanya dikumpulkan melalui studi literatur dari berbagai sumber seperti laporan, buku, dan jurnal. Metode analisis kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif komparatif, yang berarti menggambarkan atau mendeskripsikan keadaan objek penelitian untuk mengetahui dan menganalisis masalah yang dihadapi oleh subjek penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli *Online* di Indonesia

Dalam jual beli *online*, barang tidak langsung diserahkan kepada pembeli. Ada kurir yang bertindak sebagai pihak ketiga yang menjadi wakil penjual untuk menyerahkan barang kepada pembeli. Madzhab Syafi'i memperbolehkan jual beli

yang diwakilkan Akan tetapi kurir tersebut harus memiliki surat tugas atau surat kuasa dalam melakukan tugasnya. Seorang wakil boleh melakukan transaksi jual beli dengan tiga syarat: Pertama, Barang yang dititipkan harus dijual sesuai harga yang berlaku di daerahnya. Kedua, Tidak menjual untuk keuntungan dirinya sendiri. Ketiga, jika ingin menggunakan nama pemilik harus dengan izin pemilik (orang yang diwakilkan). Dalam madzhab Syafi'i jual beli melalui kurir ini dinamakan jual beli wakalah (perwakilan) (Hidayat et al., 2023).

Secara istilah wakalah adalah memberikan amanat kepada orang yang dipercaya untuk mengerjakan apa yang harus kita kerjakan dengan kesepakatan yang telah dibuat kedua belah pihak. Madzhab Syafi'i memperbolehkan wakalah (perwakilan) dalam setiap urusan manusia secara individu, seperti jual beli, pernikahan, perceraian, kerja sama, perdamaian dan sebagainya. Akad wakalah tidak mengikat, salah satu pihak bisa membatalkan kapan pun, jika salah satu meninggal maka akad keduanya gugur. Berdasarkan penjelasan di atas maka transaksi jual beli *online* di Indonesia rata-rata menggunakan akad wakalah.

Di Indonesia sendiri ada beberapa jenis transaksi jual beli *online* yang biasa dilakukan oleh konsumen jual beli *online* (Wahyuni, 2019), diantaranya yaitu:

1. *Cash on Delivery* (COD)

a) Membayar ke penjual langsung

Penjual dan pembeli menentukan tempat yang disepakati untuk bertransaksi sehingga pembeli dapat memeriksa kondisi produk apakah sesuai yang digambarkan oleh penjual, dan penjual dapat menerima pembayaran secara langsung.

b) Membayar melalui jasa kurir (*Delivery Service*)

Penjual dan pembeli sepakat untuk menggunakan jasa kurir/*delivery service* untuk mengirimkan produk dari penjual dan pembeli membayar uang pembelian barang melalui jasa kurir/*delivery service*.

2. *Debit on Delivery* atau *Credit on Delivery*

Selain COD, ada pula transaksi dengan cara *Debit on Delivery* yaitu pembeli bertransaksi dengan menggunakan kartu debit yang dikeluarkan bank, pembeli dapat menggesek secara tunai kepada agen pengiriman setelah menerima pesanan. Atau bisa pula menggunakan kartu kredit yang dikeluarkan oleh bank dengan cara transaksi seperti *Debit on Delivery*.

3. Menggunakan Transfer Rekening Bank

Pembayaran atas pembelian barang dibayarkan dengan cara transfer uang antar bank. Pembeli melakukan transfer uang melalui bank dan juga melalui ATM. Atau pembeli melakukan transfer antar bank menggunakan metode *internet banking* yaitu cara transfer ke rekening bank melalui internet.

4. Menggunakan Dompot Virtual

Dompot Virtual adalah tempat penyimpanan uang di dunia maya, cara kerjanya sama seperti kartu debit. Selain itu juga dompet virtual dapat digunakan pengguna guna menyimpan dana hasil penjualan (*remit*) dan dana

hasil pengembalian (*refund*) transaksi. Dompot virtual ini bermacam-macam jenisnya seperti Dana, Ovo, Gopay dan lain-lain.

5. Menggunakan *Escrow Account*

Escrow Account atau *Escrow Service* adalah sebuah metode pembayaran untuk penjual maupun pembeli melalui pihak ketiga, dimana pembeli akan mentransferkan uang ke rekening agen elektronik, dan agen elektronik mentransferkan uang ke penjual. Istilah ini dikenal juga dengan nama rekening bersama atau rekber. Rekber adalah suatu instansi yang berperan sebagai perantara dalam terjadinya transaksi *online*.

Mekanisme rekber adalah pembeli dan penjual sepakat memilih rekber tertentu dan siapa yang akan membayar *fee* rekber, lalu pembeli mentransferkan yang ke rekber. Setelah itu rekber memberikan notifikasi kepada penjual bahwa pembeli telah mentransferkan uangnya. Lalu penjual mengirimkan barangnya melalui jasa kurir. Setelah barang sampai di tujuan, pembeli menginformasikan kepada rekber bahwa barang telah sampai. Terakhir rekber mentransferkan uang pembayaran pembeli kepada penjual.

Etika sangat diperlukan dalam kehidupan sehari-hari termasuk dalam kegiatan jual beli. Dalam jual beli *online* terdapat etika bisnis yang mengaturnya agar kegiatan jual beli *online* dapat dilaksanakan dengan baik. Etika Bisnis Islam adalah suatu perilaku dalam menjalankan bisnis agar sesuai dengan syariat Islam sehingga dalam pelaksanaannya tidak terjadi rasa kekhawatiran karena dianggap sebagai hal yang baik dan benar. (Nuriyah Nuraini & Yunaita Rahmawati, 2023)

Dalam hal penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli *online* terdapat beberapa prinsip yang harus diterapkan, antara lain sebagai berikut:

1. Prinsip Kesatuan (Tauhid)

Kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, dan sosial menjadi keseluruhan yang homogen, serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh. Dari konsep ini maka Islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan ini pula maka etika dan bisnis menjadi terpadu, vertikal maupun horizontal, membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam sistem Islam (A. Wati et al., 2021).

Berdasarkan analisis yang dilakukan peneliti, dalam proses jual beli *online* pembeli tidak melihat secara langsung barang yang akan dibeli. Pembeli hanya melihat tampilan gambar dari barang yang dijual, sehingga pembeli belum bisa memastikan secara konkret terhadap barang yang ingin dibeli. Pada situs *e-commerce* sendiri hanya menampilkan gambar dan deskripsi penjelasan untuk setiap produknya, namun pembeli bisa melihat penilaian yang diberikan kepada pihak *e-commerce*, berupa saran, kesan, bahkan komplain tentang pelayanan *e-commerce* tersebut. *Review* ini bisa berpengaruh pada pembeli terhadap barang yang ingin dibeli. Karena saran, kesan, juga komplain dapat menjadi pertimbangan jadi tidaknya proses

transaksi di toko *online* pada situs *e-commerce*. Dan di kolom komentar banyak sekali komentar-komentar dari para pembeli tentang pelayanan di toko *online* pada situs *e-commerce* tersebut. Jika ditinjau etika bisnis Islam jual beli *online* diperbolehkan selama barang yang diperjualbelikan sesuai dengan tampilan barang dan spesifikasi pada deskripsi toko *online* tersebut. Artinya jual beli *online* pada situs *e-commerce* boleh dilakukan, dengan catatan harus sesuai dengan tampilan dan deskripsi (spesifikasi barang) pada etalase-etalase yang dipajang di toko *online* pada situs *e-commerce* tersebut, serta tidak menyimpang dari perilaku penipuan sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam.

2. Prinsip Keseimbangan

Prinsip keseimbangan pada dataran ekonomi, menentukan konfigurasi aktivitas-aktivitas distribusi, konsumsi serta produksi yang terbaik, dengan pemahaman yang jelas bahwa kebutuhan seluruh anggota masyarakat yang kurang beruntung dalam masyarakat Islam didahulukan atas sumber daya riil masyarakat. Dengan demikian, Islam menuntut keseimbangan antara hak pembeli dan penjual.

Berdasarkan analisis yang dilakukan peneliti, bahwa jual beli *online* di situs *e-commerce* sudah sesuai dengan prinsip keseimbangan, yang mana prinsip keseimbangan sangat memperhatikan hak pembeli dan hak penjual. Dimana disini diberikan kebebasan kepada konsumen apabila barang yang dipesan tidak sesuai dengan yang di pesan maka konsumen memiliki hak untuk mengembalikan atau menukar barang tersebut kepada penjual.

3. Prinsip Kehendak Bebas

Kehendak bebas dalam etika bisnis Islam adalah manusia memiliki kebebasan untuk membuat kontrak dan menepatinya ataupun mengingkarinya. Adapun kehendak bebas atau kehendak sendiri merupakan salah satu syarat sahnya jual beli. Dalam jual beli yang dimaksud dengan kehendak sendiri, yaitu bahwa dalam melakukan perbuatan jual beli salah satu pihak tidak melakukan paksaan atas pihak lain, sehingga pihak lain tersebut melakukan perbuatan jual beli bukan atas kemauan sendiri, tapi ada unsur paksaan. Jual beli yang dilakukan bukan atas dasar kehendak sendiri hukumnya adalah tidak sah.

Berdasarkan analisis yang dilakukan peneliti, Pada situs *e-commerce* pihak penjual tidak pernah memaksakan konsumen untuk membeli barang yang mereka jual, konsumen membeli barang dengan dasar suka sama suka tanpa adanya unsur keterpaksaan. Oleh karena itu, jual beli *online* di situs *e-commerce* telah sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam. Karena, dalam proses transaksi jual beli, tidak ada unsur keterpaksaan yang diberikan penjual kepada konsumen untuk membeli produk yang telah di jual di situs *e-commerce*. Selain itu pembeli juga memiliki banyak pilihan dalam memilih produk yang dibutuhkan, karena banyaknya pilihan yang ditawarkan oleh penjual.

4. Penerapan Prinsip Tanggung Jawab

Tanggung jawab adalah kewajiban setiap pihak dalam melakukan transaksi jual beli. Bagi penjual harus bertanggung jawab atas barang yang dijual, sedangkan pembeli bertanggung jawab untuk membayar barang yang dia inginkan. Sikap tanggung jawab harus dimiliki semua pihak dalam transaksi jual beli agar tidak ada pihak yang dirugikan. Karena setiap pihak harus bertanggung jawab atas apa yang diperbuat.

Berdasarkan analisis, dalam proses jual beli *online*, ketika barang tersebut sudah sampai di tangan pembeli, barang yang diterima tidak sesuai dengan barang yang di jual pada situs toko *online* tersebut, baik itu spesifikasi, jenis, dan sifat barang yang dijual, dan ketika pembeli mengajukan hak komplain (*refund*) kepada situs toko *online*, tidak semua penjual toko *online* mau merespons terhadap barang yang di komplain. Pada situs *e-commerce* sendiri tidak semua *reseller*/penjual berlaku jujur dalam jual beli *online*, ada beberapa penjual yang tidak jujur sehingga merugikan pembeli. Dan ada juga penjual yang salah mengirimkan barangnya kepada pembeli. Namun ketika pembeli mengajukan hak komplain (*refund*) kepada situs toko *online* tersebut, tidak semua *reseller*/penjual toko *online* mau merespons terhadap barang yang di komplain, dan ada juga yang menolak hak komplain terhadap pelanggan tersebut. Jika ditinjau etika bisnis Islam, maka jelas hal tersebut melanggar prinsip tanggung jawab. Manusia harus berani mempertanggungjawabkan segala pilihannya tidak saja di hadapan manusia, bahkan yang paling penting adalah kelak di hadapan Allah SWT. Dalam perniagaan prinsip tanggung jawab sangatlah penting, prinsip ini merupakan modal utama bagi pelaku bisnis manakala diinginkan bisnisnya mendapat kepercayaan dari konsumen dan masyarakat luas. Dalam jual beli *online* tersebut pihak yang terikat/terlibat haruslah bersikap tanggung jawab khususnya bagi para pelaku bisnis, boleh mengambil keuntungan dalam jual beli namun hak pembeli harus tetap dihormati.

5. Prinsip Kebenaran

Kebenaran disini meliputi kebajikan dan kejujuran. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi) proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan.

Berdasarkan analisis yang dilakukan peneliti, dalam jual beli *online*, kebenaran/kejujuran dalam transaksi merupakan unsur yang sangat penting dan salah satu syarat utama dalam jual beli *online* di Indonesia. Pada situs *e-commerce* sendiri, dalam menampilkan barang dan deskripsi diwajibkan untuk para *reseller*/penjual untuk menjual sesuai dengan tampilan dan deskripsi dengan barang yang dijual, dengan tujuan untuk membangun kepercayaan masyarakat dan kepuasan masyarakat terhadap pelayanan situs *e-commerce* sendiri. Jika ditinjau etika bisnis Islam, prinsip kebenaran berlaku dalam segala bentuk muamalah, etika bisnis Islam sangat menjaga dan

berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi. Dalam jual beli *online* tersebut, semua pihak dituntut untuk berperilaku kebenaran dalam bertransaksi, pada situs *e-commerce* sendiri sudah sesuai dengan aturan yang berlaku namun masih terdapat beberapa *reseller*/penjual yang berperilaku curang dengan mengirimkan barang yang tidak sesuai dengan spesifikasi. Ketika pihak pelanggan mengajukan pengembalian pada barang (*refund*), tidak semua *reseller*/penjual mau menerima *refund* pelanggan. Sehingga kebanyakan masyarakat hanya bisa menerima dan memberi tanda “bintang” serta kolom komentar atas ketidakpuasan pelanggan terhadap *reseller*/penjual pada toko *online* tersebut.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli *online* di Indonesia belum sepenuhnya diterapkan, karena masih ada beberapa pihak penjual yang melanggar prinsip etika bisnis Islam. Salah satu contohnya masih terdapat beberapa penjual yang melakukan kecurangan atau kebohongan sehingga barang yang diterima oleh pembeli tidak sesuai dengan spesifikasi, pihak penjual tidak merespons barang yang dikomplain oleh pembeli, dan masih ada penjual yang tidak menerima pengembalian barang. Oleh karena itu, setiap pihak yang bertransaksi harus menepati semua kontrak yang telah ia buat. Dan harus bersikap jujur dan bertanggungjawab khususnya bagi para pelaku bisnis, boleh mengambil keuntungan dalam jual beli namun hak pembeli harus tetap dihormati.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, F. K. (2021). Perspektif Jual Beli Online dalam Perspektif Hukum Islam dan KUHPerduta. *Lisyabab: Jurnal Studi Islam Dan Sosial*, 2(1), 91–102. <https://doi.org/10.58326/jurnallisyabab.v2i1.66>
- Ainiyyah, F. adella, & Wildana. (2021). Transaksi Jual Beli Online dalam Perspektif Islam (Studi Kasus MH Whitening Skin). *Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam*, 2(2), 1–12. <https://doi.org/10.55623/au.v2i2.35>
- Andari, K. W. (2021). *Tingkat Pengunjung*. 6(June), 107–119. <https://doi.org/https://doi.org/10.30631/ijoieb.v6i2.1045>
- Arhadian Roliansyah, Amelia Putri Utami, Asnaini, A., & Nonie Afrianty. (2022). Analisis Transaksi Jual Beli Online Di Marketplace Shopee Menurut Konsep Bisnis Islam Pada Masa Pandemi Covid 19. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 1(5), 443–456. <https://doi.org/10.53625/juremi.v1i5.1675>
- Estijayandono, K. D. (2019). Etika Bisnis Jual Beli Online Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 3(1), 53–68. <https://doi.org/10.26618/j-hes.v3i1.2125>

- Firdiyanti, S. I., Saifullah, M., Muyassarrah, M., & AR, F. Y. (2024). Etika Bisnis dalam Islam: Dampak dan Analisis Jual Beli Thrifting. *OIKONOMIKA: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 5(1), 12–27. <https://doi.org/10.53491/oikonomika.v5i1.1176>
- Hidayat, M. S., Sutisna, S., & Hakiem, H. (2023). Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Jual Beli Online. *Mizan: Journal of Islamic Law*, 6(3), 433. <https://doi.org/10.32507/mizan.v6i3.1272>
- Hidayati, S., & Syuhada', S. (2022). Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Tingkat Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional. *ADILLA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Syari'ah*, 5(1), 20–38. <https://doi.org/10.52166/adilla.v5i1.2889>
- Lubis, R., Nawawi, M. K., & Hakiem, H. (2021). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli pada Wirausaha Muslim. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(2), 246–255. <https://doi.org/10.47467/elmal.v4i2.622>
- Nabila A'yun, Q. A., Chusma, N. M., Putri, C. N. A., & Latifah, F. N. (2021). Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Pada E-Commerce Populer Di Indonesia. *JPSDa: Jurnal Perbankan Syariah Darussalam*, 1(2), 166–181. <https://doi.org/10.30739/jpsda.v1i2.998>
- Nuriyah Nuraini, & Yunaita Rahmawati. (2023). Analisis Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Klitik Kecamatan Kismantoro Kabupaten Wonogiri. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 2(2), 259–276. <https://doi.org/10.21154/niqosiya.v2i2.954>
- Permata (Universitas Muhammadiyah Lampung), R. J., Albab (Universitas Muhammadiyah Lampung), U., & (Universitas Muhammadiyah Lampung), M. (2024). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Jual Beli Marketplace. *Muamalatuna*, 7(1), 17–27. <https://doi.org/10.36269/muamalatuna.v7i1.2462>
- Purwanti, N., & Pujawati, A. (2021). Penerapan Etika Bisnis Dalam Transaksi E Commerce (Studi Pada Penjual Pengguna Media Sosial Instagram). *Al-Mujaddid | Jurnal Ilmu-Ilmu Agama*, 3(1), 62–78. <https://doi.org/https://doi.org/10.51482/almujaddid.v3i1.45>
- Suruji, R. S., Disa Nusia Nisrina, Nurwahida, & Muh.Rifai. (2020). Perlindungan Konsumen Terhadap Jual Beli Online (Suatu Kajian Uupk, Etika Bisnis Islam Dan Hukum Islam). *Jurnal Adz-Dzahab: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(2), 98–109. <https://doi.org/10.47435/adz-dzahab.v5i2.452>
- Ulum, M. (2020). Prinsip-Prinsip Jual Beli Online dalam Islam dan Penerapannya pada e-Commerce Islam di Indonesia. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 17(1), 49–64. <https://doi.org/10.34001/jdeb.v17i1.1115>
- Wahyuni, E. S. (2019). Trend Jual Beli Online Melalui Situs Resmi Menurut Tinjauan Etika Bisnis Islam. *Jurnal BAABU AL-ILMI: Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 4(2), 186. <https://doi.org/10.29300/ba.v4i2.2429>

- Wati, A., Paramansyah, A., & Damayanthi, D. (2020). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli: *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 1(2), 184–200. <https://doi.org/10.47467/elmal.v1i2.344>
- Wati, A., Paramansyah, A., & Damayanthi, D. (2021). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli: *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 2(2), 184–200. <https://doi.org/10.47467/elmal.v2i2.344>
- Wati, D., Arif, S., & Devi, A. (2021). Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online di Humaira Shop. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(1), 141–154. <https://doi.org/10.47467/elmal.v3i1.654>
- Widodo, A., & Fahrizal. (2022). Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Bisnis Berbasis Teknologi Komunikasi. *MAUIZOH: Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi*, 7(2), 163–180. <https://doi.org/10.30631/mauizoh.v7i2.66>
- Yarham, M., Anggraini, A., Saragih, S. A., Siregar, S., & Aulya, C. R. (2024). Perspektif Ekonomi Syariah dalam Jual beli Online di Kota Barus. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(1), 434–436. <https://doi.org/https://doi.org/10.30651/jms.v9i1.21507>
- Yega Meliza, Widiyanti, W. E., & Khasanah, U. N. (2023). Literature Review : Pentingnya Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Kegiatan Transaksi E-Commerce Pada Marketplace Shopee. *Journal of Management and Innovation Entrepreneurship (JMIE)*, 1(2), 168–179. <https://doi.org/10.59407/jmie.v1i2.317>
- Zainur Ridho, Siti Aisyah, & Abdul Mannan. (2023). Implementasi Etika Bisnis Islam Pada UKM Sate Khas Madura. *ILTIZAMAT: Journal of Economic Sharia Law and Business Studies*, 2(2), 88–99. <https://doi.org/10.55120/iltizamat.v2i2.1378>