

JUAL BELI ONLINE PADA MARKETPLACE SHOPEE

DALAM TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM

SKRIPSI



Oleh:

Arya Wahyu Pradana

NIM. 401180162

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO

2023

P O N O R O G O

ABSTRAK

Pradana, Arya Wahyu. 2023. *Jual Beli Online Pada Marketplace Shopee Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam*. Skripsi. Jurusan Ekonomi Syariah. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing. Ridho Rokhamah M.Si.

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

Kegiatan ekonomi sangat erat kaitannya dengan suatu aktifitas transaksi, hal tersebut tak terlepas dari sebuah konsep ekonomi yakni untuk memenuhi kebutuhan hidup untuk diri sendiri, untuk kesejahteraan keluarga, dan juga untuk membantu orang lain yang ada disekitar kita. Pada dasarnya situs jual beli *online* merupakan suatu transaksi jual beli, yang dikategorikan dalam bentuk jual beli modern karena pada praktiknya mengaplikasikan sebuah teknologi.

Berbisnis dalam pandangan etika bisnis islam pada jual beli *online*, penjual dituntut untuk selalu memperhatikan etika dalam berbisnisnya, antara bersikap baik ucapan dan tindakan haruslah konsisten. Mereka juga dituntut untuk selalu menepati janji, menepati waktu, tak sungkan mengakui kelemahan dan kekurangan, selalu menjaga kualitas barang yang dijual, dan tidak boleh berbohong serta menipu.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang pelaksanaan jual beli *online* pada *marketplace* shopee jika ditinjau dari etika bisnis islam. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan melakukan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini mengatakan bahwa jual beli *online* pada *marketplace* shopee dalam pelaksanaannya sudah dengan baik dalam mengimplementasikan prinsip-prinsip etika bisnis islam, walaupun dengan pemahaman terkait prinsip-prinsip etika bisnis islam masih kurang tetapi mereka mampu melakukannya dengan cara mereka sendiri dan bahasa merkea sendiri.





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

NO	NAMA	NIM	JURUSAN	JUDUL
1	Arya Wahyu Pradana	401180162	Ekonomi Syariah	Jual Beli Online Pada Marketplace Shopee Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam

Telah selesai melakukan bimbingan dan selanjutnya disetujui untuk diajukan pada ujian skripsi.

Ponorogo, 19 April 2023

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi
Syariah

Menyetujui,


Dr. Luhur Prasetyo, S.Ag., M.E.I
NIP.197801122006041002



Ridho Rokamah, M.Si,
NIP. 1974121119990320002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

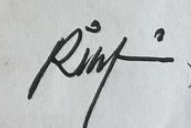
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
NASKAH SKRIPSI BERIKUT INI:

Judul : Jual Beli *Online* Pada *Marketplace* Shopee Dalam Tinjauan
Etika Bisnis Islam
Nama : Arya Wahyu Pradana
NIM : 401180162
Jurusan : Ekonomi Syariah

Telah diujikan dalam sidang *Ujian Skripsi* oleh Dewan Penguji Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu
syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah.

DEWAN PENGUJI:

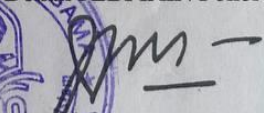
Ketua Sidang :
Muhtadin Amri, M.S.Ak.
NIP. 198907102018011001
Penguji I :
Iza Hanifuddin, M.Ag., Ph.D.
NIP. 196906241998031002
Penguji II :
Ridho Rokhamah M.SI.
NIP. 197412111999032002

()
()
()

Ponorogo, Kamis 25 Mei 2023

Mengesahkan,
Dekan FEBI IAIN Ponorogo




Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M. Ag.
NIP. 197207142000031005

(*) penanggalan pengesahan ini terhitung seminggu setelah ujian

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Arya Wahyu Pradana
NIM : 401180162
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : Jual Beli *Online* Pada *Marketplace* Shopee Dalam Tinjauan
Etika Bisnis Islam

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya, saya bersedia naskah tersebut di publikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses melalui laman **ethesis.iainponorogo.ac.id**. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ponorogo, 5 Juni 2023
Pembuat Pernyataan,



Arya Wahyu Pradana
NIM 401180162

PERNYATAAN KEABSAHAN TULISAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Arya Wahyu Pradana

NIM : 401180162

Jurusan : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

JUAL BELI ONLINE PADA MARKETPLACE SHOPEE

DALAM TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 19 April 2023

Pembuat Pernyataan,



Arya Wahyu Pradana

NIM 401180162

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN KEKABSAHAN TULISAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	v
ABSTRAK	vi
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A.Latar Belakang	1
B.Rumusan Masalah	7
C.Tujuan Penelitian	8
D.Manfaat Penelitian	8
E. Studi Penelitian Terdahulu.....	9
F. Metode Penelitian.....	14
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	14
2. Lokasi/Tempat Penelitian (Penlitan Lapangan).....	14
3. Data dan Sumber Data.....	15
4. Teknik Pengumpulan Data	16
5. Teknik Pengolahan Data.....	18
6. Teknik Analisis Data	19

G. Sistematika Pembahasan	20
BAB II ETIKA BISNIS ISLAM	22
A. Pengertian Etika Bisnis.....	22
1. Pengertian Etika.....	22
2. Pengertian Bisnis	23
B. Etika Bisnis Islam.....	24
1. Pengertian Etika Bisnis Islam.....	24
2. Dasar Hukum Etika Bisnis Islam	25
C. Aksioma Dasar/ Prinsip Dasar Etika Bisnis Islam	27
BAB III JUAL BELI ONLINE PADA MARKETPLACE SHOPEE.....	40
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	40
1. Profil Shopee.....	40
2. Sejarah Shopee.....	41
3. Proses Transaksi Aplikasi Shopee	42
4. Kelebihan dan Kekurangan Shopee	45
B. Pelaksanaan Jual Beli <i>Online</i> Pada Pelaku Usaha Di <i>Marketplace</i> Shope 47	
C. Kesesuaian Antara Pemesanan dan Pengiriman Dalam Jual Beli <i>Online</i> Pada Pelaku Usaha di <i>Marketplace</i> Shopee	52
D. Dampak Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Jual Beli <i>Online</i> Terhadap Perkembangan Bisnis Pada <i>Marketplace</i> Shopee	58
BAB IV ANALISIS JUAL BELI ONLINE PADA MARKETPLACE SHOPEE DALAM TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM.....	64
A. Analisis Pelaksanaan Jual Beli <i>Online</i> Pada Pelaku Usaha di <i>Marketplace</i> Shopee	64
B. Analisis Kesesuaian Antara Pemesanan dan Pengiriman Dalam Jual Beli <i>Online</i> Pada Pelaku Usaha di <i>Marketplace</i> Shopee	75
C. Analisis Dampak Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Jual Beli <i>Online</i> Terhadap Perkembangan Bisnis Pada <i>Marketplace</i> Shopee	84
BAB V PENUTUP	93
A. Kesimpulan	93

B. Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA.....	96



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kegiatan ekonomi sangat erat kaitannya dengan suatu aktifitas transaksi, hal tersebut tak terlepas dari sebuah konsep ekonomi yakni untuk memenuhi kebutuhan hidup untuk diri sendiri, untuk kesejahteraan keluarga, dan juga untuk membantu orang lain yang ada disekitar kita. Pemenuhan kebutuhan berupa pangan, sandang, dan papan menjadi kebutuhan yang tak bisa dipisahkan dalam kehidupan. Dalam konteks agama juga diajarkan atau malah dianjurkan untuk menjaga sebuah hubungan dengan menyeimbangkan antara hubungan personal dengan Tuhan (*hablum minallah*) dan juga hubungan antara personal dengan sosial/Muamalah (*hablum minannas*). Dalam hidup bermasyarakat manusia selalu berhubungan satu sama lain, disadari atau tidak, untuk mencukupi kebutuhan-kebutuhan hidupnya. Pergaulan hidup tempat setiap orang melakukan perbuatan dalam hubungannya dengan orang-orang lain disebut *muamalat*.¹

Etika merupakan seperangkat prinsip moral yang membedakan yang baik dari yang buruk dan bersifat normatif, ia berperan menentukan apa yang boleh dilakukan atau tidak boleh dilakukan oleh seseorang.² Etika bisnis merupakan studi yang dikhususkan mengenai moral yang benar dan salah. Yang dilakukan pada standar moral sebagaimana diterapkan dalam kebijakan, institusi, dan

¹ Ahmad Azhar Basyir, *Asas-asas Hukum Muamalat* (Yogyakarta: UII Press, 2000), 11.

² Rafik Isa Beekum, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), 3.

perilaku bisnis.³ Dalam perspektif ekonomi Islam yang berkaitan dengan bisnis juga diatur batasan yang boleh dan tidak boleh dalam aktifitas transaksi untuk memenuhi kebutuhan hidup, hal ini sudah dijelaskan dalam Al-Qur'an dan Al-Hadits.

Seperti pada Surah An-Nisa' ayat 29 :⁴

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: *Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kalian memakan harta-harta kalian di antara kalian dengan cara yang batil, kecuali dengan perdagangan yang kalian saling ridha. Dan janganlah kalian membunuh diri-diri kalian, sesungguhnya Allah itu Maha Kasih Sayang kepada kalian. (Q.S An-Nisa' 4:29)*

Ayat tersebut secara jelas menerangkan bahwa dalam mencari rizki dengan hubungannya dengan pemenuhan kebutuhan hidup haruslah sesuai dengan apa yang telah dianjurkan dan jangan keluar dari batas-batas yang telah ditentukan. Dalam ayat tersebut perdagangan atau transaksi untuk memenuhi kebutuhan hidup dengan melalui perdagangan yang saling ridha, dan membatasi manusia untuk melakukan suatu perdagangan yang bathil.

Dengan semakin majunya peradaban juga berpengaruh dalam dunia bisnis, dimana dunia bisnis modern cenderung semakin mengabaikan etika

³ Veithzal Rival, *Islamic Business And Economic Ethics* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), 4.

⁴ Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemah*, Surat An-Nisa' 29.

didalam prakteknya. Sekalipun sudah tau bahwa bisnis modern saat ini jauh dari penerapan etika, tetapi gagasan akan sebuah perdagangan bebas dan persaingan bebas semakin keras digaungkan, hal ini sebagai akibat dari sebuah kegairahan dari sebuah perusahaan bisnis dan perdagangan dunia. Jika dilihat secara nyata perkembangan di dunia bisnis dan perdagangan banyak sekali dalam implementasinya mengarah pada persaingan yang liar dan menghalalkan segala cara agar bisnisnya meraih keuntungan. Di dunia bisnis dengan modal yang kecil dapat berharap suatu saat bisnis tersebut menjadi besar dan mendapat laba yang besar. Sehingga para pebisnis berusaha melakukan apa saja agar usahannya berkembang pesat.⁵

Seiring dengan berkembangnya zaman akan membuat manusia lebih leluasa dalam mengembangkan ide pemikirannya, salah satunya dalam bidang ekonomi juga mengalami perkembangan. Dimana aktivitas jual beli kini juga memanfaatkan media elektronik, media elektronik dalam bidang ekonomi yang erat kaitannya dengan jual beli populer dengan istilah *electronic commerce* atau disingkat *e-commerce*. *E-commerce* (situs jual beli *online*) merupakan suatu aktivitas perniagaan seperti layaknya perniagaan pada umumnya, hanya saja para pihak yang bertransaksi tidak bertemu secara fisik akan tetapi secara elektronik melalui media internet.⁶

Pada dasarnya situs jual beli *online* merupakan suatu transaksi jual beli, yang dikategorikan dalam bentuk jual beli modern karena pada praktiknya

⁵ Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syariat Kaya di Dunia Terhormat di Akhirat* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), 84.

⁶ Gemala Dewi, dkk. *Hukum Perikatan Islam Di Indonesia*, cet. 2, (Jakarta: Kencana, 2005), 196.

mengaplikasikan sebuah teknologi. Terdapat beberapa istilah yang ada dalam pembahasan jual beli *online*, istilah tersebut antara lain *e-commerce*, *onlineshop*, dan *marketplace*. Dari ketiga istilah tersebut memiliki sebuah arti yang hamper sama yakni tempat untuk melakukan jual beli secara *online*. *E-commerce* adalah website/aplikasi dari sebuah perusahaan yang pada implementasinya langsung menjualkan produknya, seperti Shopee, Lazada, Tokopedia. Lalu ada *marketplace* yaitu sebuah tempat untuk berkumpulnya penjual dan pembeli di ranah digital. Dan yang terakhir ada *onlineshops* yang merupakan proses dimana konsumen dengan bebas dapat memilih dan membeli suatu barang kebutuhan yang mereka inginkan dari seorang penjual.

Shopee merupakan salah satu situs elektronik komersial yang bergerak dalam bidang platform jual beli *online* yang berpusat di Singapura dengan Sea Limited sebagai pemiliknya. Semakin berkembangnya situs ini ditandai dengan luasnya jangkauan yang dimiliki, bukan hanya di Negara Singapura saja melainkan Negara-negara tetangga seperti Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam, bahkan juga di Filipina. Shopee menjadi situs jual beli populer pada saat ini karena didalamnya banyak menyediakan fasilitas-fasilitas lengkap untuk berdagang atau bahkan untuk membeli barang kebutuhan kita. Mulai dari fasilitas gratis ongkos kirim bagi konsumen yang ingin membeli barang, layanan COD atau *Cash On Delivery* yang merupakan istilah untuk bayar selesai pengantaran.

Di dalam jual beli *online* sebagaimana dalam konsep perdagangan, situs jual beli *online* menimbulkan perikatan antara para pihak untuk memberikan

suatu prestasi. Implikasi dari perikatan itu adalah timbulnya hak dan kewajiban yang harus dipenuhi oleh para pihak yang terlibat. Lalu bagaimana dengan pandangan Islam tentang hal ini. Jual beli merupakan salah satu jenis mu'amalah yang diatur dalam Islam.⁷ Jual beli sebagai bagian dari muamalah mempunyai dasar hukum yang jelas. Baik dari Al-Quran, Al-Sunnah dan telah menjadi ijma' ulama dan kaum muslimin. Bahkan jual beli bukan hanya sekedar muamalah, akan tetapi menjadi salah satu media untuk melakukan kegiatan untuk saling tolong-menolong sesama manusia.⁸

Berbisnis dalam pandangan etika bisnis islam pada jual beli *online*, penjual dituntut untuk selalu memperhatikan etika dalam berbisnisnya, antara bersikap baik ucapan dan tindakan haruslah konsisten. Mereka juga dituntut untuk selalu menepati janji, menepati waktu, tak sungkan mengakui kelemahan dan kekurangan, selalu menjaga kualitas barang yang dijual, dan tidak boleh berbohong serta menipu. Penjual juga dituntut untuk selalu berperilaku jujur, memiliki jiwa yang amanah untuk selalu terbuka pada pembeli, pelayanan yang optimal, dan bersikap, berucap, dan berperilaku yang baik kepada semua pembeli. Dengan sifat amanah, pelaku usaha memiliki tanggung jawab untuk mengamalkan kewajiban-kewajibannya.⁹ Dalam konteks bisnis, ihsan adalah kehendak untuk melakukan kebaikan hati dan meletakkan bisnis pada tujuan berbuat kebaikan. Di dalam penilaian etika bisnis pemahaman terhadap

⁷ Irfan Alfarizi. Trend Jual Beli Online Melalui Situs Resmi Menurut Tinjauan Etika Bisnis Islam. *Skripsi* (Bengkulu: IAIN Bengkulu, 2019) 17.

⁸ Imam Mustofa, *Fiqh u'amalah Kontemporer*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), 22.

⁹ Veithzal Rivai, *Islamic Business And Economic Ethics* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), 237.

tujuan dari suatu aktivitas akan sangat menentukan baik atau tidaknya aktivitas tersebut.

Ada banyak sekali praktek jual beli *online* yang tidak memperhatikan etika bisnis terutama etika bisnis islam. Dalam wawancara dengan pemilik toko *Raey Hijab* yang berlokasi di Magetan yakni Erika, beliau berpendapat masih banyak toko di *marketplace* shopee berbuat kecurangan hanya untuk keuntungan pribadi saja dengan tidak memperhatikan dampak yang ditimbulkan dari perilaku tersebut.¹⁰ Hal ini juga senada dengan ungkapan dari pemilik *Stipenstuff* yakni Kiki yang berlokasi di Ponorogo, beliau beranggapan bahwa masih banyak contoh kasus yang terjadi dalam jual beli *online*, salah satunya tidak adanya kejujuran saat bertransaksi oleh pemilik toko atau penjual.¹¹ Dimana ketika konsumen membeli barang masih ada banyak kecurangan yang didapatkan. Kecurangan yang sering terjadi dalam bisnis *online* salah satunya bedanya produk saat pesan dan ketika sampai di tangan konsumen, hal ini sering terjadi karena saat membeli produk di situs *online* kita hanya bisa melihat gambar dan spesifikasi dari produknya saja tidak ada jaminan nantinya barang yang dipesan sesuai dengan apa yang menjadi keinginan kita, kita sebagai konsumen hanya bisa mempercayakan hal tersebut sepenuhnya kepada penjual. Wawancara selanjutnya dengan pemilik *Zoescraft.id*, yakni Agustiyana Alfaturrizka yang lokasi *marketplacenya* di Madiun, pendapatnya tak jauh berbeda dengan wawancara-wawancara

¹⁰ Erika, wawancara, Magetan, 24 Agustus 2022

¹¹ Kiki, wawancara, Ponorogo, 25 Agustus 2022

sebelumnya. Menurutnya masih banyak dalam transaksi jual beli *online* yang berbuat kecurangan dalam transaksinya.¹² Dalam kasus ini produk yang dikirim tidak sesuai dengan produk yang dipesan kunjung dikirim oleh penjual dan pada akhirnya produk itu tidak sampai ke tangan pembeli. Hal ini membuat konsumen merasa ragu untuk membeli produk secara *online* karena begitu banyak praktik penyimpangan dalam transaksi jual beli *online* yang tidak memperhatikan etika bisnis islam.

Alasan peneliti memilih tempat *marketplace* tersebut karena ketersediaan pemilik *marketplace* untuk di wawancarai sebagai bahan penelitian, dan peneliti melihat bahwa pemilik dari *marketplace-marketplace* tersebut masih muda, karena nantinya generasi-generasi muda haruslah paham terkait bagaimana bisnis yang baik itu dilakukan, terkhusus disini bisnis *online* pada *marketplace* shopee. Agar kedepannya bisa menjadi pelopor bagi semua kalangan bisnis untuk bisa menerapkan bisnis yang baik dan benar. Dalam penulisan skripsi ini juga mempunyai pembatasan dalam penelitian, pembatasan dilakukan terhadap pelaku usaha dalam bidang fashion saja. Hal ini dilakukan agar nantinya pembahasan tidak melebar kemana-mana.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

¹² Agustiyan Alfiaturrizka, wawancara, Madiun, 25 Agustus 2022

1. Bagaimana pelaksanaan jual beli *online* pada pelaku usaha di *marketplace* shopee?
2. Bagaimana problem etis antara pemesanan dan pengiriman dalam jual beli *online* pada pelaku usaha di *marketplace* shopee?
3. Bagaimana dampak penerapan etika bisnis islam dalam jual beli *online* terhadap perkembangan bisnis pada *marketplace* shopee?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan yang ingin dicapai peneliti yaitu:

1. Untuk menganalisis pelaksanaan jual beli *online* pada pelaku usaha di *marketplace* Shopee.
2. Untuk menganalisis problem etis antara pemesanan dan pengiriman dalam jual beli *online* pada pelaku usaha di *marketplace* shopee.
3. Untuk menganalisis dampak penerapan etika bisnis islam dalam jual beli *online* terhadap perkembangan bisnis pada *marketplace* shopee.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan dan pengetahuan peneliti mengenai bab yang dikaji.

2. Bagi pelaku usaha

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan juga membantu pelaku usaha dalam pengembangan usaha secara maksimal serta bahan informasi bagi pelaku usaha untuk mengetahui etika bisnis dalam dunia usaha yang sesuai dengan ajaran islam.

3. Bagi pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat membantu pembaca sebagai bahan referensi dan pengembangan penelitian selanjutnya.

E. Studi Penelitian Terdahulu

Sebelum menganalisa lebih lanjut, peneliti akan menelaah karya-karya yang berkaitan dengan permasalahan ini. Diantara buku dan *literature* yang ada kaitanya dengan permasalahan yang dikaji dalam penyusunan skripsi ini adalah:

Penelitian pertama skripsi yang ditulis oleh Irfan Alfarizi, dengan judul “*Trend Jual Beli Online Melalui Situs Resmi Menurut Tinjauan Etika Bisnis Islam*”.¹³ Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian kepustakaan (*library research*). Dengan kesimpulan akhir yang menunjukkan bahwasannya di Indonesia terdapat berbagai situs jual beli *online*, dengan perkembangan *marketplace* di Indonesia yang sangat pesat. Namun dari banyaknya *marketplace*, yang sering dikunjungi ialah situs *marketplace* shopee. Dari tinjauan etika bisnis islam terhadap jual beli *online* diperbolehkan selama barang yang diperjualbelikan sesuai dengan tampilan barang dan spesifikasi pada deskripsi toko *online* tersebut.

Penelitian kedua skripsi dari Naili Nur Chanifah, dengan judul “*Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Jual Beli Melalui Marketplace Online*

¹³ Irfan Alfarizi, “*Trend Jual Beli Online Melalui Situs Resmi Menurut Tinjauan Etika Bisnis Islam*”, *Skripsi* (Bengkulu: IAIN Bengkulu, 2019).

Shopee".¹⁴ Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*). Dari hasil penelitian yang dilakukan memperoleh kesimpulan bahwa penerapan etika bisnis islam masih belum maksimal. Hal ini, dapat dilihat dari masih ditemukannya penjual dalam melakukan transaksi di *marketplace online* shopee yang tidak jujur.

Penelitian ketiga skripsi yang ditulis oleh Nani Utami, dengan judul "*Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Online Sistem Dropshipping Di Ritel Wilayah Ponorogo*".¹⁵ Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*). Dengan kesimpulan jual beli system *Dropshipping* belum menerapkan prinsip kesatuan dalam etika bisnis islam. Hal ini dikarenakan pihak *dropshipper* masih melakukan diskriminasi dengan melakukan kebohongan memposting gambar yang tidak sesuai dengan aslinya.

Penelitian keempat skripsi dari Reni Widya Ningsih, dengan judul "*Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Tokopedia*".¹⁶ Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*). Dari hasil observasi dan juga wawancara menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis dalam jual beli *online* di Tokopedia sudah memenuhi rukunnya dan sejalan dengan etika bisnis islam

¹⁴ Naili Nur Chanifah, "Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Jual Beli Melalui *Marketplace Online Shopee*", *Skripsi* (Semarang: UIN Walisongo, 2021).

¹⁵ Nani Utami, "Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Online Sistem Dropshipping Di Ritel Wilayah Ponorogo", *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2018)

¹⁶ Reni Widya Ningsih, "Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Tokopedia", *Skripsi* (Lampung: UIN Raden Intan Lampung, 2020)

namun masih ada beberapa pelanggan atau konsumen yang merasa kecewa ketika kedatangan barang yang dibeli tidak sesuai secara kualitas, gambar atau sedikit berbeda dengan apa yang sudah dipesan.

Penelitian kelima skripsi dari Shinta Nova Andini, dengan judul *“Analisis Upaya Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Praktik Jual Beli Di Facebook Marketplace”*.¹⁷ Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa jual beli *online* di *marketplace* facebook dapat dikatakan sudah memenuhi rukundari jual beli. Namun secara syarat sahnya masih belum bisa dikatakan sesuai dengan syariat islam, karena masih terdapat pedagang yang menjualkan barang yang dilarang dalam Islam dan masih banyaknya barang yang tidak sesuai dengan spesifikasi barang atau gambar yang telah diiklankan.

Penelitian keenam skripsi dari Nur Rahmi, dengan judul *“Implementasi Etika Bisnis Dalam Jual Beli Online Dan Tinjauan Dari Perspektif Hukum Ekonomi Syariah”*.¹⁸ Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, dengan menggunakan teknik analisis data yaitu uji frekuensi, uji validitas, uji reabilitas. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan dari 100 orang responden menunjukkan 98% pelaku jual beli *online* berupaya untuk jujur menjelaskan barang dagangannya. Dari hasil uji validitas nilai koefisien korelasi (r_{hitung}) > nilai r_{tabel} yaitu 0,195 dan nilai cronbach's α variable

¹⁷ Shinta Nova Andani, “Analisis Upaya Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pada Praktik Jual Beli Di Facebook Marketplace”, *Skripsi* (Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019).

¹⁸ Nur Rahmi, “Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Jual Beli Online Dan tinjauan dari Prespektif Hukum Ekonomi Syariah”, *Skripsi* (Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar, 2021).

implementasi etika bisnis dalam jual beli *online* sebesar 0,771 dan dinyatakan reliabel.

Penelitian ketujuh skripsi dari Taslim, dengan judul “*Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Transaksi Online Dan Penjual Pakaian Di Pasar Setral Pinrang*”.¹⁹ Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, data dalam penelitian diperoleh dari data primer dan data sekunder. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dalam hal penerapan etika bisnis islam dalam konteks promosi ini belum diterapkan secara baik. Hal ini juga disebabkan karena masih adanya pedagang atau penjual yang tidak transparan terhadap kualitas barang dangangannya. Dimana mereka mengelabui penjualan dengan memampang produk yang memiliki kualitas bagus dan layak untuk dijual.

Penelitian kedelapan jurnal yang ditulis oleh Eka Sri Wahyuni, dengan judul “*Trend Jual Beli Online Melalui Situs Resmi Menurut Tinjauan Etika Bisnis Islam*”.²⁰ Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kepustakaan (*library research*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa di Indonesia terdapat berbagai situs jual beli *online*, dengan perkembangan *marketplace* di Indonesia yang sangat pesat. Tinjauan etika bisnis islam terhadap jual beli *online* diperbolehkan selama barang yang diperjualbelikansesuai dengan tampilan barang dan spesifikasi pada deskripsi toko *online* tersebut. Dalam jual beli

¹⁹ Taslim, “Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Transaksi Online Dan Penjual Pakaian Di Pasar Sentral Pinrang”, *Skripsi* (Sulawesi Selatan: IAIN Parepare, 2018).

²⁰ Eka Sri Wahyuni, “Trend Jual Beli Online Situs Resmi Menurut Tinjauan Etika Bisnis Islam”, *Baabu Al-Ilmi: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, Volume 4, Nomor 2, (2019), 186.

online pada situs shopee sudah memenuhi syarat yang berlaku sesuai dengan tampilan dan deskripsi (spesifikasi barang) pada etalase-etalase yang dipajang di toko *online* pada situs shopee tersebut.

Penelitian kesembilan jurnal yang ditulis oleh Rianti, dengan judul “*Analisis Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Terhadap Transaksi Jual Beli Pada Marketplace LAZADA*”.²¹ Penelitian ini menggunakan metode deskriptif untuk menggambarkan suatu objek atau subjek apa adanya untuk menyajikan realitas dan memiliki ciri-ciri objek yang diteliti secara tepat. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa etika bisnis islam belum diterapkan dalam praktik jual beli di toko *online* dalam *marketplace* lazada serta penerapan etika bisnis belum sesuai dengan prinsip etika bisnis islam.

Penelitian kesepuluh jurnal yang ditulis oleh Qanitah An Nabila A’yun, Dkk, dengan judul “*Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Pada E-Commerce Populer Di Indonesia*”.²² Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan bidang studi literature (*literature riview*). Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa transaksi jual beli *online* pada *e-commerce* shopee, tokopedia, lazada, dan bukalapak dalam hal penerapannya telah berupaya menyesuaikan dengan etika bisnis islam, namun dalam beberapa kasus *human error* atau kurangnya pemahaman mengenai ekonomi syariah yang baik dan benar dari pihak instansi maupun

²¹ Rianti, “Analisis Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Terhadap Transaksi Jual Beli Pada Marketplace LAZADA”, *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, Volume 1, Nomer 1, (2021), 1-13.

²² Qanitah An Nabila A’yun, “Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Pada E-Commerce Populer Di Indonesia”, *JPSDa: Jurnal Perbankan Syariah Darussalam*, Volume 1, Nomor 2, (2021), 166-181.

pengguna, hal ini menyebabkan adanya keraguan terhadap implementasi prinsip syariah islam pada *e-commerce* tersebut.

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1) Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan adalah penelitian yang dilakukan dalam kehidupan yang sebenarnya. Peneliti nantinya terjun langsung ke lapangan untuk mengamati apa yang menjadi permasalahan yang ada di beberapa toko *Marketplace* Shopee yang ada disekitar khususnya dalam pelaksanaan jual beli *online* di *Marketplace* Shopee.

2) Pendekatan Penelitian

Sedangkan pendekatan penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif yang digunakan sebagai proses penelitian untuk menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata (frasa) tertulis atau lisan yang berasal langsung dari tinjauan literatur yang terkait dengan topik penelitian, yakni Jual Beli *Online* Pada *Marketplace* Shopee Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam.

2. Lokasi/Tempat Penelitian (Penelitian Lapangan)

Penelitian ini dilakukan di beberapa lokasi (Magetan, Madiun, Ponorogo). Penelitian ini dipilih menggunakan random sampling. Alasan peneliti memilih tempat pelaku usaha pada *marketplace* tersebut karena ketersediaan pemilik usaha pada *marketplace* Shopee untuk di wawancarai

sebagai bahan penelitian, dan peneliti melihat bahwa pemilik dari toko *online* tersebut masih muda, karena nantinya generasi-generasi muda haruslah paham terkait bagaimana bisnis yang baik itu dilakukan, terkhusus disini bisnis *online* pada *marketplace* shopee. Agar kedepannya bisa menjadi pelopor bagi semua kalangan bisnis untuk bisa menerapkan bisnis yang baik dan benar.

3. Data dan Sumber Data

a. Data

Data adalah sesuatu yang belum mempunyai arti bagi penerimannya dan masih memerlukan adanya suatu pengolahan.²³ Adapun data yang relevan dalam rumusan masalah ini yaitu data yang berkaitan dengan pelaksanaan jual beli *online* pada *marketplace* shopee, problem etis antara pemesanan dan pengiriman dalam jual beli *online* pada *marketplace* shopee, dan dampak pelaksanaan jual beli *online* pada *marketplace* shopee untuk perkembangan bisnis.

b. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah dari tiga pelaku usaha pada *marketplace* shopee yang ada di tiga kabupaten. Toko Zoecraft.id, yang berada di kabupaten Madiun dengan pemilik Agustiyana Alfaturrizka. Berikutnya ada toko Raey Hijab, yang berada di kabupaten Magetan dengan pemilik Erika. Dan terakhir ada toko Stipenstuff, yang berada di kabupaten Ponorogo dengan pemilik Kiki.

²³ Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, Dasar Metodologi Penelitian, (Yogyakarta: Literasi media Publishing, 2015), 67.

Pengumpulan data primer dan data sekunder merupakan langkah yang dilakukan oleh peneliti. Data primer dapat diperoleh melalui beberapa jenis dan cara seperti melakukan pertanyaan tertulis berupa kuisioner dan lisan menggunakan metode wawancara.²⁴ Dimana data tersebut didapatkan dari beberapa narasumber yang telah disebutkan. Sedangkan data sekunder peneliti diperoleh dari mengkaji dan menganalisa hasil studi kepustakaan dan digunakan oleh para peneliti yang menganut paham pendekatan kualitatif yang bersumber dari studi penelitian terdahulu.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara merupakan bentuk dari komunikasi langsung antara peneliti dengan narasumber atau responden. Komunikasi langsung tersebut dalam bentuk tanya jawab dalam hubungan tatap muka, sehingga gerak dan mimik responden dan narasumber merupakan pola media yang melengkapi kata secara verbal.²⁵ Jenis wawancara dalam penelitian ini adalah wawancara tidak terstruktur yakni wawancara yang bebas di mana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan

²⁴ Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006) 16.

²⁵ Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2019), 31.

datanya.²⁶ Wawancara yang dilakukan peneliti yaitu kepada pemilik dari Raey Hijab, Zoecraft.id, dan Stipenstuff.

b. Observasi

Secara umum, observasi adalah cara atau metode menghimpun keterangan atau data yang dilakukan dengan mengadakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena yang sedang dijadikan sasaran pengamatan.²⁷ Dalam observasi ini peneliti melihat, mengamati, dan mencermati mengenai transaksi jual beli *online* di toko *online* Raey Hijab, Zoecraft.id, dan Stipenstuff.

5. Teknik Pengolahan Data

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan merangkum, memfokuskan pada hal-hal penting, memilih hal-hal yang pokok, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data setelah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan memudahkan peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya serta mencarinya jika diperlukan.²⁸ Peneliti mereduksi data yang disampaikan oleh pemilik toko *online* Raey Hijab, Zoecraft.id, dan Stipenstuff terkait bagaimana transaksi jual beli *online* dalam tinjauan etika bisnis islam.

²⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung:Alfabeta,2016), 231.

²⁷ Siti Mania, "Observasi sebagai Alat Evaluasi Dalam Dunia Pendidikan dan Pengajaran," *Lentera Pendidikan*, Vol. 11, No. 2, (Desember,2008),hlm.220-223.

²⁸ Ibid.,247.

b. Penyajian Data

Penyajian data merupakan semua informasi yang terkumpul sehingga dari seluruh informasi tersebut ditarik sebuah kesimpulan yang kemudian diambil tindakan untuk penyajian data yang biasanya digunakan adalah dengan teks bersifat naratif.²⁹ Dalam hal ini data yang disajikan berupa keterangan dari pemilik dan konsumen toko *online* Raey Hijab, Zoescraft.id, dan Stipenstuff terkait transaksi jual beli *online* dalam tinjauan etika bisnis islam.

c. Kesimpulan

Kesimpulan merupakan temuan yang belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang dulunya belum jelas setelah diteliti menjadi jelas dapat berupa hubungan kasual atau interaktif, hipotesis atau teori.³⁰ Menarik kesimpulan dari awal hingga akhir pengumpulan data, peneliti mencari beberapa kesimpulan awal sehingga dapat disusun secara runtut dan sistematis.

6. Teknik Analisis Data

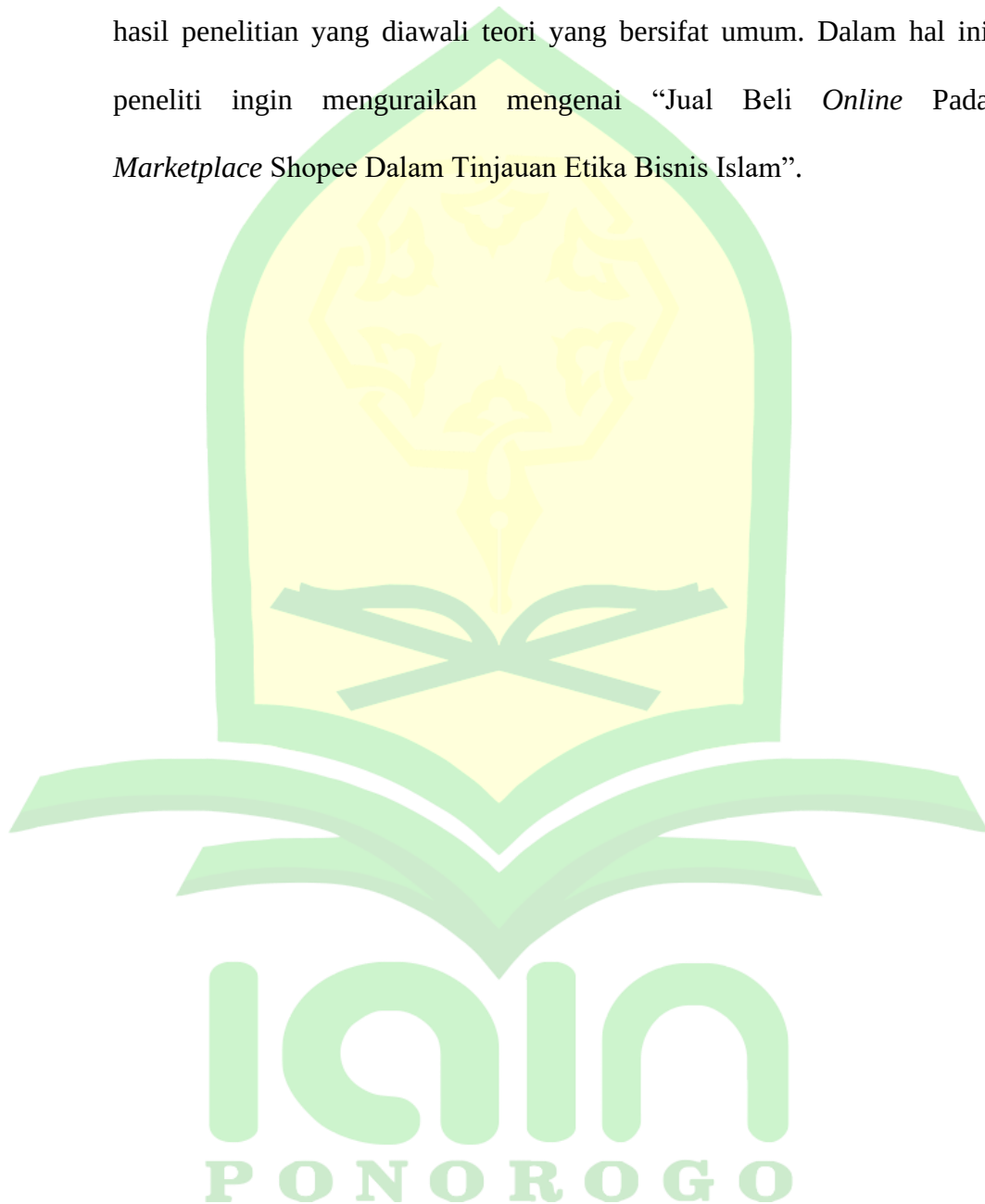
Analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, menemukan pola, memilah menjadi satuan yang dapat dikelola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan orang lain.³¹ Peneliti menggunakan metode berfikir induktif dalam menganalisa data. Metode

²⁹ Ibid.,249.

³⁰ Ibid.,253.

³¹ Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2003),18.

induktif merupakan cara menerangkan data dari paparan data kemudian kearah teori.³² Adapun dalam menganalisis data dalam penelitian ini penulis menggunakan analisis data deskriptif dalam menggambarkan hasil penelitian yang diawali teori yang bersifat umum. Dalam hal ini peneliti ingin menguraikan mengenai “Jual Beli *Online* Pada *Marketplace* Shopee Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam”.



³² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 482.

G. Sistematika Pembahasan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang penyampaian mengenai latar belakang masalah yang menjelaskan tentang alasan memilih “Jual Beli Online Pada Marketplace Shopee Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam” sebagai judul penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II : TEORI ETIKA BISNIS ISLAM

Bab ini berisi tentang deskripsi teori-teori yang relevan sebagai landasan dalam pembahasan bab selanjutnya. Teori yang digunakan meliputi teori etika bisnis Islam.

BAB III : JUAL BELI ONLINE PADA MARKETPLACE SHOPEE DALAM TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM

Bab ini berisi tentang paparan data yang ditanyakan pada rumusan masalah, dan data tersebut termuat data inti dan data pendukung seperti pengantar. Dengan cara menggunakan pendekatan kualitatif yang dilakukan sejak peneliti memasuki lapangan hingga penelitian ini berakhir.

BAB IV : ANALISIS JUAL BELI ONLINE PADA MARKETPLACE SHOPEE DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM

Bab ini menjelaskan dan memberi gambaran bagaimana proses analisis data menggunakan teori yang disajikan sebagai pisau analisis agar dapat dipahami dalam rangka menjawab pertanyaan

pada rumusan masalah yang ada.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berfungsi untuk mempermudah pembaca dalam mengambil intisari dalam skripsi ini. Bab ini berisi kesimpulan dan saran.



BAB II

ETIKA BISNIS ISLAM

A. Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika

Etika berasal dari bahasa Yunani “*Ethos*” berarti adat istiadat. Hal ini berarti etika berkaitan dengan nilai-nilai, tata cara hidup yang baik, aturan hidup yang baik, dan segala kebiasaan yang dianut dan diwariskan dari satu orang lain atau satu generasi ke generasi yang lainnya.¹ Kata Yunani *ethos* dalam bentuk tunggal mempunyai banyak arti: tempat tinggal yang biasa, padang rumput, kandang, habitat, kebiasaan, adat, akhlak, watak, perasaan, sikap, dan cara berpikir. Dalam kamus umum bahasa Indonesia (KBBI) etika dijelaskan dengan membedakan tiga arti: “Pertama, ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral (akhlak). Kedua, kumpulan asas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak. Ketiga, nilai mengenai benar dan salah yang dianut suatu golongan atau masyarakat”. Etika disebut juga filsafat moral, yaitu cabang filsafat yang berbicara tentang tindakan manusia.

Etika tidak mempersoalkan keadaan manusia, tetapi mempersoalkan bagaimana manusia harus bertindak. Berdasarkan pemaparan berbagai definisi di atas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa yang dimaksud dengan etika ialah sebagai seperangkat prinsip

¹ Agus Arijanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Press, 2011), 5.

moral yang membedakan baik dari buruk. Etika adalah bidang ilmu yang bersifat normatif, karena ia berperan menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan oleh seorang individu.

2. Pengertian Bisnis

Bisnis dengan segala bentuknya ternyata tanpa disadari telah terjadi dan menyelimuti aktivitas dan kegiatan kita setiap harinya. Kata “bisnis” dalam bahasa Indonesia diserap dari kata “*bussines*” dari bahasa Inggris yang berarti kesibukan. Kesibukan secara khusus berhubungan dengan keuntungan. Menurut Buchari Alma, (2007: 5), pengertian bisnis ditujukan pada sebuah kegiatan berorientasi profit yang memproduksi barang dan atau jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. bisnis juga dapat diartikan sebagai suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Secara etimologis, bisnis berarti keadaan dimana seseorang atau sekelompok orang sibuk melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan.²

Berdasarkan pemaparan berbagai definisi di atas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa yang dimaksud dengan bisnis ialah sebuah aktivitas yang mengarah pada peningkatan nilai tambah melalui proses penyerahan jasa, perdagangan atau pengolahan barang (produksi).

² Abdul Aziz, *Etika Bisnis Prespektif Islam*, (Bandung : Alfabeta, 2013), 28.

B. Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika Bisnis Islam

Etika Bisnis Islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah, yang selanjutnya tentu melakukan hal yang berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan.

Berdasarkan pemaparan definisi di atas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa yang dimaksud dengan etika bisnis Islam ialah seperangkat prinsip dan norma di mana para pelaku bisnis harus komit padanya dalam berinteraksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat.

2. Dasar Hukum Etika Bisnis Islam

Al-Qur'an dalam mengajak manusia untuk mempercayai dan mengamalkan tuntutan-tuntutannya untuk segala aspek kehidupan. Seringkali menggunakan istilah-istilah yang dikenal dalam dunia bisnis, seperti jual beli, untung-rugi, dan sebagainya. Dalam konteks ini Al-Qur'an menjanjikan dalam Surat At-Taubah Ayat 111:³

اِنَّ اللّٰهَ اشْتَرٰى مِنَ الْمُؤْمِنِيْنَ اَنْفُسَهُمْ وَاَمْوَالَهُمْ بِاَنْ هُمْ الْجَنَّةُ يُقَاتِلُوْنَ فِيْ سَبِيْلِ اللّٰهِ فَيَقْتُلُوْنَ وَيُقْتَلُوْنَ وَعَدًا

عَلَيْهِ حَقًّا فِيْ التَّوْرَةِ وَالْإِنْجِيلِ وَالْقُرْآنِ وَمَنْ أَوْفَىٰ بِعَهْدِهِ مِنَ اللّٰهِ فَاسْتَبَشِرُوا بَبَيْعِكُمُ الَّذِي بَايَعْتُمْ بِهِ

PONOROGO

Artinya: Sesungguhnya Allah telah membeli dari orang-orang mukmin diri dan harta mereka dengan memberikan surga untuk mereka

³ Kementrian Agama RI, Al-Qur'an Dan Terjemah, Surat At-Taubah Ayat 111.

mereka berperang pada jalan Allah; lalu mereka membunuh atau terbunuh. (itu telah menjadi) janji yang benar dari Allah di dalam taurat, injil dan al-Quran, dan siapakah yang lebih menepati janjinya (selain) daripada Allah? Maka bergembiralah dengan jual beli yang telah kamu lakukan itu, dan itulah kemenangan yang besar. (QS. At-Taubah: 111).

Pada ayat tersebut, mereka yang tidak ingin melakukan aktivitas kehidupannya kecuali bila memperoleh keuntungan semata, dilayani (ditantang) oleh Al-Qur'an dengan menawarkan satu bursa yang tidak mengenal kerugian dan penipuan.⁴ Manusia mempunyai kebebasan dalam usaha, akan tetapi mereka tetap terikat pada norma-norma yang ditentukan agar hasil bisnis yang diusahakan menjadi halal dan barakah karena prosedur perolehannya sah menurut Al-Qur'an. Disinilah arti penting agar dalam aktivitas bisnis perlu memperhatikan keadilan, keterbukaan, menghindari praktik *riba* dan lain sebagainya yang bisa menciderai nilai-nilai etika yang harus dihormati.

Menurut Al-Qur'an, bisnis yang menguntungkan adalah bisnis yang tidak hanya mengejar keuntungan duniawi yang berjangka pendek dan untuk kepentingan sesaat, tetapi keuntungan yang bisa dinikmati di akhirat yang kekal dan abadi. Oleh karena itu, agar sebuah bisnis sukses dan menghasilkan untung, hendaknya bisnis itu didasarkan atas keputusan yang sehat, bijaksana, dan hati-hati. Artinya, keputusan

⁴ Muhammad, Alimin, Etika & Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2004), 56.

dalam masalah bisnis janganlah sekali-kali karena keputusan yang gegabah atas dorongan hawa nafsu. Jika hal ini terjadi justru akan membawa konsekuensi yang kurang menguntungkan dalam bisnis yang seharusnya di perhitungkan bagi pelakunnya. Selain itu Al-Qur'an memerintahkan pada orang-orang yang beriman untuk menjaga amanah, dan menjaga janjinya, memerintahkan mereka untuk adil dan moderat dalam perilaku mereka terhadap Allah SWT.

C. Aksioma Dasar (Ketentuan Umum)/ Prinsip Dasar Etika Bisnis Islam

Aksioma Sejumlah aksioma dasar (hal yang sudah menjadi umum dan jelas kebenarannya) sudah dirumuskan dan dikembangkan oleh para sarjana muslim. Aksioma-aksioma ini merupakan turunan dari hasil penerjemahan kontemporer akan konsep-konsep fundamental dari nilai moral islami. Dengan begitu, aspek etika dalam bahasan ini sudah di insert dan diinternalisasi dalam bangan sistem etika bisnis.⁵ Rumusan aksioma ini diharapkan menjadi rujukan bagi moral awareness para pebisnis muslim untuk menentukan prinsip-prinsip yang dianut dalam menjalankan bisnisnya. Aksioma-aksioma tersebut adalah sebagai berikut:

1) *Unity* (Persatuan)

Alam semesta, termasuk manusia, adalah milik Allah, yang

⁵ Drs. Faisal Badroen, MBA., et al. Etika Bisnis Islam, (Jakarta : Kencana, 2006), 89.

memiliki kemahakuasaan (kedaulatan) sempurna atas makhluk-makhluk-Nya. Konsep tauhid (dimensi vertikal) berarti Allah sebagai Tuhan Yang Maha Esa menetapkan batas-batas tertentu atas perilaku manusia sebagai khalifah, untuk memberikan manfaat pada individu tanpa mengorbankan hak-hak individu lainnya.

Masudul Alam Choudhury dalam pemaparannya mengenai *endogeneity of ethics in islamic* socio-scientific order menyatakan bahwa Ibnu Arabi dan para filsuf atomism dari asharites meyakini bahwa mencermati keberaturan segala sesuatu di alam semesta ini berarti dapat menembus esensi dari keesaan Tuhan (*the essence of the Oneness of God*).⁶

Hal ini berarti pranata sosial, politik, agama, moral, dan hukum yang mengikat masyarakat berikut perangkat institusionalnya disusun sedemikian rupa dalam sebuah unit bersistem terpadu untuk mengarahkan setiap individu manusia, sehingga mereka dapat secara baik melaksanakan, mengontrol, serta mengawasi aturan aturan tersebut. Berlakunya aturan-aturan ini selanjutnya akan membentuk ethical organizational climate tersendiri pada ekosistem individu dalam melakukan aktivitas ekonomi. Aturan-aturan itu sendiri bersumber pada kerangka konseptual masyarakat dalam hubungan vertikal dengan kekuatan tertinggi (Allah SWT.), dan hubungan horizontal dengan kehidupan sesama manusia dan alam semesta secara keseluruhan untuk

⁶ Masudul Alam Choudhury, *The Structure of Islamic Economics : A Comparative Perspective on Markets, ethics, and Economics*, [Http://islamicfinance.net](http://islamicfinance.net)

menuju tujuan akhir yang sama. Semua manusia tergantung pada Allah, semakin ketat ketergantungan manusia kepada Allah, maka akan semakin dicintai-Nya.

Individu-individu memiliki kesamaan dalam harga dirinya sebagai manusia. Diskriminasi tidak bisa diterapkan atau dituntut hanya berdasarkan warna kulit, ras, kebangsaan, agama, jenis kelamin, atau umur. Hak hak dan kewajiban-kewajiban ekonomik setiap individu disesuaikan dengan kapabilitas dan kapasitas yang dimiliki dan sinkronisasi pada setiap peranan normatif masing-masing dalam struktur sosial. Berdasarkan hal ini lah, beberapa perbedaan peranan muncul antara orang-orang dewasa, di satu pihak, dan orang-orang muda atau remaja, di pihak lain, atau antara laki-laki dan perempuan.

Kapan saja ada perbedaan-perbedaan seperti ini, maka hak-hak dan kewajiban-kewajiban mereka harus diatur sedemikian rupa sehingga tercipta keseimbangan. Islam tidak mengakui adanya kelas-kelas sosioekonomis sebagai sesuatu yang bertentangan dengan prinsip persamaan maupun dengan prinsip persaudaraan (ukhuwwah). Karena mematuhi ajaran-ajaran Islam dalam semua aspeknya, dianggap sebagai sarana untuk mendapatkan ridha Allah.

2) *Equilibrium* (Keseimbangan)

Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan

untuk berbuat adil, tak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai. Pengertian adil dalam Islam diarahkan agar hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta dan hak Allah dan Rasulnya berlaku sebagai stakeholder dari perilaku adil seseorang.⁷ Semua hak-hak tersebut harus ditempatkan sebagaimana mestinya (sesuai aturan syariah). Tidak mengakomodir salah satu hak di atas, dapat menempatkan seseorang tersebut pada kezaliman. Karenanya orang yang adil akan lebih dekat kepada ketakwaan. Allah berfirman: ⁸

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا ۚ اعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ
وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

“Hai orang-orang beriman, hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali kali kebencianmu terhadap suatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah karena adil itu lebih dekat dengan takwa.” (Al-Ma'idah: 8)

Berlaku adil akan dekat dengan takwa, karena itu dalam perniagaan (tjajah), Islam melarang untuk menipu walaupun hanya 'sekadar' membawa sesuatu pada kondisi yang menimbulkan keraguan sekalipun. Kondisi ini dapat terjadi seperti adanya gangguan pada mekanis me pasar atau karena adanya informasi penting menge nai

⁷ Drs. Faisal Badroen, MBA., et al. Etika Bisnis Islam, (Jakarta : Kencana, 2006), 91.

⁸ Kementrian Agama RI, Al-Qur'an Dan Terjemah, Surat Al-Maidah Ayat 8.

transaksi yang tidak diketahui oleh salah satu pihak (asymmetric information). Gangguan pada mekanisme pasar dapat berupa gangguan dalam penawaran dan gangguan dalam permintaan.

Islam mengharuskan penganutnya adil dan berbuat kebajikan. Dan bahkan berlaku adil untuk berlaku harus didahulukan dari berbuat kebajikan. Dalam perniagaan, persyaratan adil yang paling mendasar adalah dalam menentukan mutu (kualitas) dan ukuran (kuantitas) pada setiap takaran maupun timbangan. Allah berfirman:⁹

وَلَا تَقْرُبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ ۚ وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ ۚ لَا تُكَلِّفُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا ۚ وَإِذَا قُلْتُمْ فَاعْدِلُوا وَلَوْ كَانَ ذَا قُرْبَىٰ ۚ وَبِعَهْدِ اللَّهِ أَوْفُوا ۚ ذَٰلِكُمْ وَصَّيْتُكُمْ بِهِ ۚ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ۚ

Maka sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. (Al-An'am: 152)

Dalam ayat lain, Allah berfirman:¹⁰

وَالسَّمَاءَ رَفَعَهَا وَوَضَعَ الْمِيزَانَ ۚ أَلَّا تَطْغَوْا فِي الْمِيزَانِ ۚ وَأَقِيمُوا الْوَزْنَ بِالْقِسْطِ وَلَا تُخْسِرُوا الْمِيزَانَ

Dan Allah telah meninggikan langit dan Dia meletakkan neraca (keadilan) supaya kamu jangan melampaui batas neraca itu. Dan tegakkanlah timbangan itu dengan adil dan janganlah kamu mengurangi neraca itu. (Ar-Rahman: 7).

⁹ Kementerian Agama RI, Al-Qur'an Dan Terjemah, Surat Al-An'am Ayat 152.

¹⁰ Ibid, Surat Ar-Rahman Ayat 7.

Konsep ekuilibrium juga dapat dipahami bahwa keseimbangan hidup di dunia dan akhirat harus diusung oleh seorang pebisnis muslim. Oleh karenanya, konsep keseimbangan berarti menyerukan kepada para pengusaha muslim untuk bisa merealisasikan tindakan-tindakan (dalam bisnis) yang dapat menempatkan dirinya dan orang lain dalam kesejahteraan duniawi dan keselamatan akhirat.

Khalifah atau pengembal amanat Allah itu berlaku umum bagi semua manusia, tidak ada hak istimewa atau superioritas (kelebihan) bagi individu atau bangsa tertentu. Namun ini tidak berarti bahwa umat manusia selalu harus memiliki hak dan kewajiban yang sama untuk mendapatkan keuntungan dari alam semesta itu. Manusia memiliki kesamaan dan keseimbangan dalam kesempatannya, dan setiap individu bisa mendapatkan keuntungan itu sesuai dengan kemampuannya (kapabilitas dan kapasitas). Individu-individu diciptakan (oleh Allah) dengan kapabilitas, keterampilan, intelek kualitas dan talenta yang berbeda-beda. Walhasil, manusia secara instingtif diperintah untuk hidup bersama, bekerja sama, dan saling memanfaatkan keterampilan mereka masing-masing.

Dalam Islam bekerja dinilai sebagai kebaikan dan kemalasan dinilai sebagai kejahatan. Ibadat yang paling baik adalah bekerja dan berkarya berdasarkan kepada kapasitas dan kapabilitas masing-masing umat muslim, dan pada saat yang sama bekerja merupakan hak dan sekaligus kewajiban. Kewajiban komunitas muslim dan lembaga yang

memiliki representasi otoritas selayaknya menyediakan kesempatan-kesempatan kerja kepada para individu.

3) *Free Will* (Kehendak Bebas)

Konsep Islam memahami bahwa institusi ekonomi seperti pasar dapat berperan efektif dalam kehidupan ekonomi. Hal ini dapat berlaku bila prinsip persaingan bebas dapat berlaku secara efektif, di mana pasar tidak mengharapkan adanya intervensi dari pihak mana pun, tak terkecuali negara dengan otoritas penentuan harga atau private sektor dengan kegiatan monopolistic.¹¹

Manusia memiliki kecenderungan untuk berkompetisi dalam segala hal, tak terkecuali kebebasan dalam melakukan kontrak di pasar. Oleh sebab itu, pasar seharusnya menjadi cerminan dari berlakunya hukum penawaran dan permintaan yang direpresentasikan oleh harga, pasar tidak terdistorsi oleh tangan-tangan yang sengaja mempermainkannya.

Harga sebuah komoditas (barang dan jasa) di tentukan oleh penawaran dan permintaan, perubahan yang terjadi pada harga berlaku juga ditentukan oleh terjadinya perubahan permintaan dan perubahan. Harus diyakini nilai konsep Islam tidak memberikan ruang kepada intervensi dari pihak manapun untuk menentukan harga, kecuali dan hanya kecuali adanya kondisi darurat yang kemudian menuntut pihak-pihak tertentu untuk ambil bagian menentukan harga.

Konsep ini juga kemudian menentukan bahwa pasar islami harus

¹¹ Ibid. 94

bisa menjamin adanya kebebasan pada masuk atau keluarnya sebuah komoditas di pasar, berikut perangkat faktor-faktor produksinya. Hal ini dimaksudkan untuk menjamin adanya pendistribusian kekuatan ekonomi dalam sebuah mekanisme yang proporsional. Otoritas pasar tidak bisa membatasi elemen pasar pada peran industri tertentu atau sejumlah industri tertentu, karena hal ini hanya akan membawa kepada adanya perilaku monopolistik, di mana produktivitas sebuah industri dapat dibatasi untuk kepentingan kenaikan harga ataupun lainnya.

Aktivitas ekonomi dalam konsep ini diarahkan kepada kebaikan setiap kepentingan untuk seluruh komunitas Islam, baik sektor pertanian, perindustrian, perdagangan maupun lainnya. Larangan adanya bentuk monopoli, kecurangan, dan praktik riba adalah jaminan terhadap terciptanya suatu mekanisme pasar yang sehat dan persamaan peluang untuk berusaha tanpa adanya keistimewaan-keistimewaan pada pihak-pihak tertentu.

Salah satu kekhasan dan keunggulan sistem etika ekonomi Islam adalah kebersatuannya dengan nilai-nilai moral dan spiritual. Tanpa filter moral, maka kegiatan ekonomi rawan kepada perilaku destruktif yang dapat merugikan masyarakat luas. Tanpa kendali moral, kecenderungan penguatan konsumtivisme, misalnya akan muncul praktik riba, monopoli, dan kecurangan akan menjadi tradisi. Inilah kebebasan ekonomi bermoral terkendali (al-hurriyah) yang menjadi ciri dan prinsip sistem Islam, seperti kebebasan memiliki unsur

produksi dalam menjalankan roda perekonomian.

Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar. Tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya. Kecenderungan manusia untuk terus-menerus memenuhi kebutuhan pribadinya yang tak terbatas dikendalikan dengan adanya kewajiban setiap individu terhadap masyarakatnya melalui zakat infak, dan sedekah. Keseimbangan antara individu dan kolektif inilah menjadi pendorong bagi kepentingan bergeraknya roda perekonomian tanpa merusak sistem sosial yang ada.

Ibnu Abidin¹² mensinyalir bahwa: "seorang profesional ataupun industriawan tidak dibenarkan untuk melarang pihak lain yang ingin memasuki dunia profesionalisme atau industri tertentu, jalan harus dibuka bagi pihak mana pun yang mau belajar untuk dunia tersebut, tanpa terkecuali dan tidak dihalalkan untuk menghalanginya". Di lain pihak, dalam konteks yang lebih umum al-Satibi menegaskan dalam bukunya "al Muwafaqat fi Ushul al Ahkam" bahwa *"setiap aktivitas yang akan membawa kepada maslahat, tidak dibenarkan untuk melarangnya, selama kemaslahatan tersebut memang tercipta dari*

¹² Ibnu Abidin, Raddu al Mukhtar ala ad Daar al Mukhtar, Kairo. Jilid 5, 93.

aktivitas tersebut."¹³ Jelas sekali keduanya sepakat bahwa pembatasan pada aktivitas produksi oleh pihak-pihak tertentu tak terkecuali pemerintah untuk tujuan monopolistik adalah inti dari pemahaman modern akan monopoli itu sendiri, apalagi jika hal tersebut ditujukan untuk kepentingan pihak-pihak tertentu.

Namun demikian, harus dipahami dengan cermat dan digarisbawahi, bila saja pembatasan tersebut di tujukan untuk kepentingan umum, maka hal ini dapat ditolerir, karena kaidah yang dianut kemudian di kembalikan kepada kaidah umum dalam Islam, atau dalam bahasa dapat ditegaskan bahwa kepentingan umum melarang adanya pembatasan tersebut, namun jika hal tersebut untuk kepentingan umum, maka kepentingan umum inilah yang menjadi alasan untuk memberikan ruang toleransinya.

Otoritas pemerintah harus bisa berperan untuk mengusur pihak-pihak yang melakukan praktik-praktik monopolistik. Ibnu Taimiyah menegaskan: "Terkadang ada pihak-pihak tertentu di pasar yang suka membiasakan diri untuk tidak memberikan hak jual sebuah komoditas kecuali pada orang-orang tertentu yang sudah dikenal, dengan ketentuan yang dibuat-buat bahwa komoditas tersebut dikhususkan untuk orang-orang tertentu dan hanya mereka yang berhak untuk menjualnya, sehingga pihak lain tidak diperkenankan untuk menjualnya, pada kasus seperti inilah pihak yang mempunyai otoritas

¹³ 'Atiyah asSayyid Fayyadh, As Sauq Fi An Ndzhom Al Iqtishodi Al Islami, 1997, Kuliyyah Syariah wal Qonun, Univeritas Al-Azhar-Kairo.

dapat mengintervensi pasar dengan mematok harga untuk komoditas tersebut, di mana para penjual tersebut dilarang untuk menjual komoditas tadi kecuali dengan harga yang sudah ditentukan, dan mereka pun tidak diperkenankan untuk membeli aset orang lain kecuali sesuai harga yang dipatok"... untuk ini Ibnu Taimiyah meyakini bahwa para ulama mazhab ataupun lainnya (Imam Abu Hanifah misalnya) menyetujui adanya intervensi (kontrol harga) pada kasus seperti ini.¹⁴

Namun di sisi lain, Ibn Khaldun¹⁵ mengilustrasikan bahwa sangat berbahaya bagi pemerintah jika memonopoli pasar dengan mempersempit ruang industri dan perniagaan rakyatnya, prinsip kesempatan yang sama bagi siapa pun untuk memproduksi haruslah dianut, kehidupan perekonomian menjamin terjadinya proses inputasi antarsektor atau antara produsen ke konsumen dalam kesempatan yang sama. Jika pasar dapat mengakomodir bentuk-bentuk kebebasan di atas, hal ini berarti pasar sudah berperan sebagai instrumen terstruktur untuk pendistribusian barang dan jasa, efisiensi produksi, dan distribusi income.

4) *Responsibility*

Aksioma tanggung jawab individu begitu mendasar dalam ajaran-ajaran Islam. Terutama jika dikaitkan dengan kebebasan ekonomi. Penerimaan pada prinsip tanggung jawab individu ini berarti setiap

¹⁴ Ibid.

¹⁵ Ibn Khaldun, *Al Mukaddimah*, Jilid 2. Daar el nasr tauzi, Kairo. 976.

orang akan diadili secara personal di hari Kiamat kelak.¹⁶ Tidak ada satu carapun bagi seseorang untuk melenyapkan perbuatan-perbuatan jahatnya kecuali dengan memohon ampunan Allah dan melakukan perbuatan-perbuatan yang baik (amal saleh Islam sama sekali tidak mengenal konsep Dosa Warisan, (dan karena itu) tidak ada seorang pun bertanggung jawab atas kesalahan-kesalahan orang lain.

Setiap individu mempunyai hubungan langsung dengan Allah. Tidak ada perantara sama sekali. Nabi SAW. sendiri hanyalah seorang utusan (rasul) atau kendaraan untuk melewati petunjuk Allah yang diwahyukan untuk kepentingan umat manusia. Ampunan harus diminta secara langsung dari Allah. Tidak ada seorang pun memiliki otoritas untuk memberikan keputusan atas nama-Nya. Setiap individu mempunyai hak penuh untuk berkonsultasi dengan sumber-sumber Islam (Al-Qur'an dan Sunnah) untuk kepentingannya sendiri. Setiap orang dapat menggunakan hak ini, karena hal ini merupakan landasan untuk melaksanakan tanggung jawabnya kepada Allah.

Tanggung jawab muslim yang sempurna ini tentu saja didasarkan atas cakupan kebebasan yang luas, yang dimulai dari kebebasan untuk memilih keyakinan dan berakhir dengan keputusan yang paling tegas yang perlu diambilnya. Karena kebebasan itu merupakan kembaran dan tanggung jawab, maka bila yang disebut belakangan itu semakin ditekankan berarti pada saat yang sama yang disebut pertama pun

¹⁶ Drs. Faisal Badroen, MBA., et al. Etika Bisnis Islam, (Jakarta : Kencana, 2006), 100.

mesti mendapatkan tekanan lebih besar.

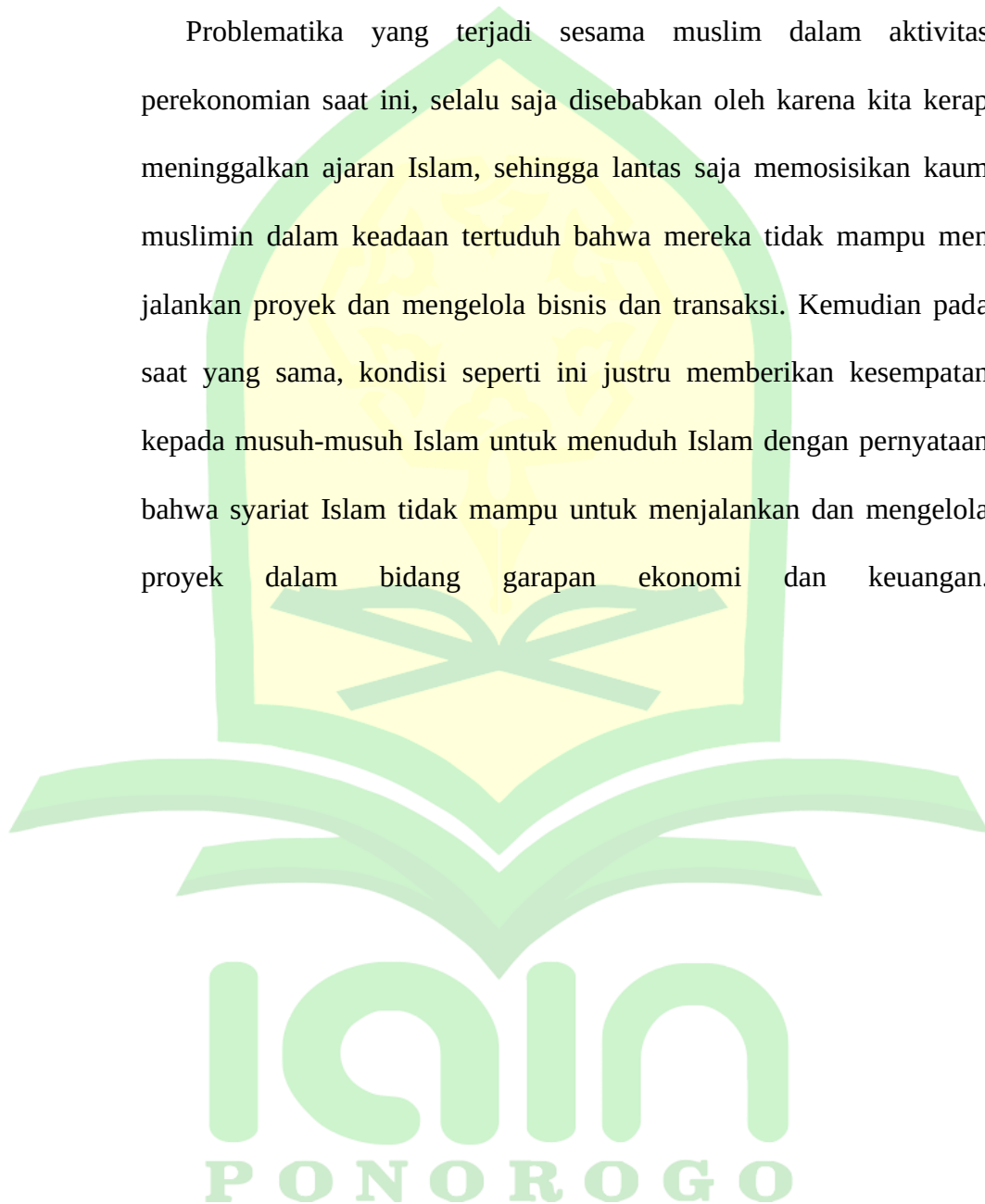
Perspektif Islam menekankan bahwa individu adalah yang penting dan bukan komunitas, masyarakat, ataupun bangsa. Individu tidak dimaksudkan untuk melayani masyarakat melainkan masyarakatlah yang benar-benar harus melayani individu. Tidak ada satu komunitas atau bangsa pun bertanggung jawab di depan Allah sebagai kelompok; setiap anggota masyarakat bertanggung jawab di depan-Nya secara individual. Alasan yang bebas dan tertinggi dari adanya sistem sosial adalah kesejahteraan dan kebahagiaan individu, bukan kesejahteraan dan kebahagiaan masyarakat. Dari sinilah ukuran yang benar dari suatu sistem sosial adalah batas yang membantu para anggota masyarakat yang baik untuk mengembangkan kepribadian mereka dan meningkatkan kemampuan personal mereka.

5) *Benevolence* (Kebajikan/Kejujuran)

Ihsan (*benevolence*), artinya melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut atau dengan kata lain beribadah dan berbuat baik seakan-akan melihat Allah, jika tidak mampu, maka yakinlah Allah melihat Siddiqi. Melihat bahwa keihsanan lebih penting kehadirannya ketimbang keadilan dalam kehidupan sosial. Karena menurutnya keadilan hanya merupakan "*the corner stone of society*", sedangkan Ihsan adalah "*beauty and perfection*" sistem sosial. Jika keadilan dapat menyelamatkan

lingkungan sosial dari tindakan-tindakan yang tidak diinginkan dan kegetiran hidup, ke-ihsan-an justru membuat kehidupan sosial ini menjadi manis dan indah.¹⁷

Problematika yang terjadi sesama muslim dalam aktivitas perekonomian saat ini, selalu saja disebabkan oleh karena kita kerap meninggalkan ajaran Islam, sehingga lantas saja memosisikan kaum muslimin dalam keadaan tertuduh bahwa mereka tidak mampu menjalankan proyek dan mengelola bisnis dan transaksi. Kemudian pada saat yang sama, kondisi seperti ini justru memberikan kesempatan kepada musuh-musuh Islam untuk menuduh Islam dengan pernyataan bahwa syariat Islam tidak mampu untuk menjalankan dan mengelola proyek dalam bidang garapan ekonomi dan keuangan.



¹⁷ Ibid. 102

BAB III

JUAL BELI ONLINE PADA MARKETPLACE SHOPEE

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Profil Shopee

Shopee adalah perusahaan e-commerce di bawah perusahaan internet Asia Tenggara Garena (berganti nama menjadi SEA Group). Shopee mengoperasikan bisnis pasar seluler C2C dan secara resmi diluncurkan di Singapura pada tahun 2015, diikuti oleh Malaysia, Filipina, Taiwan, Thailand, Vietnam, dan Indonesia. Di bawah naungan CEO Chris Feng, pria lulusan *National University of Singapore* ini memungkinkan pengguna untuk membeli dan menjual barang melalui aplikasi yang tersedia di platform iOS dan Android.

Shopee adalah aplikasi pasar *online* yang memungkinkan Anda untuk membeli dan menjual dengan mudah dan cepat di ponsel Anda. Shopee memiliki berbagai macam produk mulai dari fashion item hingga kebutuhan sehari-hari. Shopee hadir dalam bentuk aplikasi mobile yang memungkinkan pengguna berbelanja *online* dengan mudah tanpa harus menggunakan perangkat komputasi untuk membuka website.¹

Shopee mulai memasuki pasar Indonesia pada akhir Mei 2015, dan Shopee baru mulai beroperasi di Indonesia pada akhir Juni 2015. Shopee adalah anak perusahaan Garena yang berbasis di Singapura. Shopee hadir

¹ Arief Fajar Prayoga, *Pengaruh Fitur Chatting Dan Tawar Pada Aplikasi Shopee Terhadap Kepuasan Pelanggan*, Dikutip dari <http://openlibrary.telkomuniversity.ac.id>, Diakses pada hari Sabtu, tanggal 25 Februari 2023, Pukul 02.00 WIB.

di beberapa negara di kawasan Asia Tenggara, antara lain Singapura, Malaysia, Vietnam, Thailand, Filipina, dan Indonesia. Shopee Indonesia berlokasi di Wisma 77 Tower 2, Jalan Letjen. S. Perman, Palmela, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11410, Indonesia. Shopee memberi Anda pengalaman berbelanja baru di Indonesia.

Shopee memudahkan penjual untuk menjual dan memberi pembeli proses pembayaran yang aman dan pengaturan logistik terintegrasi. Shopee sekarang memiliki lebih dari 50 juta unduhan di Google Play store. Target audiens pengguna Shopee saat ini adalah anak muda yang terbiasa melakukan aktivitas dengan bantuan gadget, termasuk aktivitas berbelanja. Karena itulah Shopee hadir dalam bentuk aplikasi mobile yang mendukung aktivitas belanja yang mudah dan cepat. Kategori produk yang ditawarkan oleh Shopee condong ke fashion dan home goods.

2. Sejarah Shopee

Shopee Indonesia adalah salah satu *marketplace* yang dioperasikan oleh Garena (berganti nama menjadi SEA Group).² Bisnis mobile *marketplace* C2C (customer-to-customer) Shopee memudahkan masyarakat dari berbagai sektor, termasuk Indonesia, untuk merangkul keberadaannya. Shopee Indonesia resmi diluncurkan di Indonesia pada Desember 2015 di bawah naungan PT Shopee International Indonesia. Sejak diluncurkan, Shopee Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat bahkan pada Mei 2019 lalu aplikasi tersebut telah diunduh

² Ibid.

oleh lebih dari 50 juta pengguna. Shopee menawarkan pengalaman seluler satu atap dan kemampuan obrolan langsung, membuatnya mudah dan cepat bagi penjual dan pembeli untuk berinteraksi.

3. Proses Transaksi Aplikasi Shopee

a. Pembelian/ Order

Pembelian barang dan jasa dimulai dengan pengguna layanan Internet mencari situs Shopee melalui mesin pencari komputer pribadi. Saat memasuki situs Shopee, pengguna yang ingin mencari produk atau jasa akan disuguhkan dengan tampilan Shopee yang menyediakan toolbar yang memudahkan proses pencarian produk atau jasa. Pengguna memilih kategori (gambar dan video) untuk produk dan layanan yang mereka cari.³

b. Penjualan

Penjualan barang dan jasa hanya dapat dilakukan oleh anggota komunitas *online* situs web Shopee. Penjual yang memelihara stan promosi harus menjadi member atau anggota situs Shopee. Kondisi ini dipenuhi untuk menghindari penipuan oleh penjual. Syarat utama untuk mendaftar sebagai member website Shopee adalah akun email. Setelah terdaftar, anggota dapat mengklik "Posting Iklan Gratis" untuk memasang iklan di situs web Shopee. Setelah iklan tersimpan, proses selanjutnya adalah moderasi. Iklan yang dibuat tidak langsung muncul di website Shopee, melainkan melalui proses review dan filtering

³ Ibid.

(moderasi) terlebih dahulu. Tim dukungan Shopee akan memilih iklan yang mematuhi aturan umum Shopee dan menampilkannya sesegera mungkin.

c. Negosiasi

Jual beli tentu saja merupakan proses yang biasa disebut dengan negosiasi, dan ini juga berlaku untuk website pembelanja *online*. Negosiasi terjadi antara penjual dan pembeli untuk mencapai kesepakatan tentang bagaimana melakukan transaksi perdagangan.

d. Transaksi

Setelah negosiasi antara penjual dan pembeli. Perjanjian ini pada akhirnya disebut dalam bentuk pertukaran. Jenis pertukaran yang terjadi antara pengguna Situs Shopee adalah pertukaran barang dengan uang, pertukaran layanan dengan uang, pertukaran barang dengan barang, pertukaran barang dengan layanan, dan pertukaran layanan dengan layanan. Transaksi merupakan puncak dari aktivitas jual beli di website Shopee. Baik penjual maupun pembeli mendapatkan apa yang mereka inginkan. Ada beberapa cara untuk melakukan transaksi jual beli di website Shopee. Metode ini didasarkan pada metode pembayaran seperti transfer bank, kartu kredit, dan minimarket.⁴

e. Pengiriman

Transaksi perdagangan *online* yang lengkap membutuhkan jasa pengiriman untuk bertindak sebagai penghubung atau pengirim barang

⁴ Ibid.

antara penjual dan pembeli. Jasa pengiriman yang dipercaya oleh website Shopee antara lain Kurir, Tiki, JNE, Elteha dan Pos Indonesia. Biaya pengiriman barang atau jasa dapat ditanggung oleh penjual dan pembeli, atau dapat dibagi. Untuk keamanan pengiriman, biasanya produk elektronik menggunakan jasa asuransi untuk menjamin keamanan barang sampai tujuan.

Berikut langkah-langkah pembelian di *Marketplace* Shopee:⁵

- 1) Pada langkah pertama, pilih produk yang ingin dibeli dan pilih tombol "Beli Sekarang".
- 2) Jika Anda puas dengan pesanan Anda, silakan tekan tombol "Lanjutkan ke checkout".
- 3) Jangan lupa untuk memilih kurir pengiriman dan tentukan metode pembayaran (kartu kredit atau debit, Indomaret, transfer bank, cash on delivery). Dalam hal ini jangan lupa pilih Konfirmasi.
- 4) Setelah Anda memilih jasa pengiriman dan metode pembayaran, pilih tombol Buat Pesanan dan bayar segera sesuai dengan metode yang Anda pilih sebelumnya.

Di shopee, konsumen dapat mengecek apakah barang sudah dikirim menggunakan status belanjaan di menu akun lalu lihat pesanan. Jika masih dalam keadaan barang dikemas artinya barang pesanan belum dikirim dan masih diproses di bagian pengemasan.

⁵ Ibid.

Konsumen dapat mengecek keberadaan barang dengan langsung mengecek slip pengiriman menggunakan website resmi.

4. Kelebihan dan Kekurangan Shopee

Di era media digital seperti saat ini, memiliki bisnis *online* tentunya menjadi salah satu yang paling menguntungkan. Diketahui, jumlah pengguna layanan jual beli *online* justru semakin meningkat saat ini sistem jual beli *online* sudah menyebar ke masyarakat umum. Hal inilah yang saat ini menumbuhkan segmen bisnis *online* secara dramatis. Berikut adalah pro dan kontra dari Shopee:⁶

1) Kelebihan

- a. Kemudahan menginput gambar produk yang akan dijual disana. Anda dapat mengunggah hingga 9 gambar ke shopee secara bersamaan.
- b. Point of sale memiliki fitur yang memudahkan penjual untuk menunggu pembayaran, pengiriman barang, dan status transaksi selesai.
- c. Ada fitur khusus "Blokir Produk" yang memungkinkan pengguna menangani dengan mudah ketika ada masalah dengan produk yang dijual.
- d. Adanya fitur varian produk Dengan kata lain, fitur varian produk yang memungkinkan Anda menjual produk dengan mudah dan tepat dalam berbagai warna, tema, dan ukuran.

⁶ Astri Damayanti, *Strategi Iklan Online (Studi Iklan Shopee Di Media Sosial)*, Dikutip dari <http://etheses.iainponorogo.ac.id>, Diakses pada hari Sabtu, tanggal 25 Februari 2023, Pukul 03.00 WIB.

- e. Kemampuan untuk mengambil foto dari Instagram dan menambahkan tagar hingga 18 tagar.
- f. Aplikasi tersedia di Playstore (Android) dan iTunes (Apple).
- g. Sekarang banyak program promosi penangguhan gratis ongkir (JNE) dan program di halaman depan masih gratis.
- h. Tidak ada batasan pada produk yang kami jual disini. Ada peluang besar dan menjanjikan. Tidak banyak toko *online* yang menggunakan Shopee karena masih belum terlalu populer.

2) Kekurangan

- a. Respon penjual terkadang terasa lama.
- b. Beberapa penjual tidak setia dan merugikan pembeli.
- c. Untuk kampanye pengiriman gratis, persyaratan yang harus dipenuhi tampak sulit dan tidak praktis.
- d. Menampilkan deskripsi produk yang dianggap tidak menarik bagi calon pembeli.
- e. Penarikan dana ke rekening yang memakan waktu lama setelah proses perdagangan berhasil.
- f. Situs web bisa sulit diakses atau bahkan lambat pada waktu-waktu tertentu.
- g. Meskipun Anda dapat memasukkan gambar dalam jumlah yang relatif banyak, terkadang gambar sering gagal diunggah.
- h. Selain gambar, memasukkan nomor resi melalui aplikasi seringkali gagal.

3) Review Konsumen Shopee

Review atau rating yang diberikan kepada Shopee berupa saran, kesan atau bahkan keluhan terkait layanan Shopee. Peringkat ini dapat memengaruhi audiens Anda. Saran, kesan serta keluhan dapat dipertimbangkan secara independen dari proses perdagangan di Shopee. Ada banyak komentar pembeli tentang layanan Shopee di bagian kolom komentar yang telah disediakan.

B. Pelaksanaan Jual Beli *Online* Pada Pelaku Usaha Di *Marketplace* Shopee

Jual beli *online* adalah suatu kegiatan jual beli dimana penjual dan pembeli tidak bertemu secara langsung atau tatap muka untuk berkomunikasi, bernegosiasi, berdagang, dan tentunya juga terjadi kesepakatan antara kedua belah pihak yang sesuai dengan syara. Ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam melakukan praktik jual beli *online* ini, salah satunya yakni mengetahui proses pelaksanaan dari jual beli *online* yang ada dan sebagai penunjang dalam melakukan jual beli *online* terkhusus di *Marketplace* Shopee.

Berikut adalah wawancara dengan Agustiyana Alfiaturrizka sebagai pemilik *marketplace* Zoecraft.id, mengenai Pelaksanaan Jual Beli *Online* Pada *Marketplace* Shopee. Beliau menyatakan bahwasannya ada beberapa proses yang harus dilakukan dalam jual beli *online*. Seperti yang disampaikan Agustiyana Alfaturrizka :⁷

⁷ Agustiyana Alfaturrizka. Wawancara, Madiun, 27 Januari 2023.

“Dari alur pelaksanaan jual beli *online marketplace* Shopee, yang saya ketahui ada banyak proses yang harus dilalui agar barang sampai ke tangan konsumen. Pertama proses order/ pembelian, secara singkatnya ini merupakan proses pertama dari konsumen untuk menentukan barang yang mau dipesan oleh konsumen. Di sini konsumen bebas mau memesan apapun barang yang sudah tersedia di *marketplace* saya mas, dengan berbagai barang pilihan dan harga yang insyaAllah terjangkau. Kedua proses penjualan, ini dilakukan oleh *marketplace* dalam memperkenalkan berbagai produknya, pengenalan produknya dengan memasang sebuah deskripsi serta foto sebuah produk pada *marketplaceny*a. Di proses ini biasanya *marketplace* memberikan promo atau potongan harga dan menampilkan barang yang sesuai dengan aslinya. Ketiga proses negoisasi, dalam proses ini terjadi kesepakatan dari *marketplace* dan konsumen terkait transaksi yang nantinya dilakukan. Ada berbagai pilihan transaksi yang diberikan *marketplace* saya mas, mulai dari membayar lewat BNI, BRI, atau COD (bayar ketika barang sampai ke tangan konsumen). Keempat transaksi, di transaksi ini mas secara mudahnya adalah pemilihan pembayaran yang dilakukan konsumen. Konsumen bebas memilih mau melakukan pembayaran melalui bank yang sudah tertera didalamnya. Kelima pengiriman, ini dilakukan oleh *marketplace* kepada jasa pengirim mas untuk selanjutnya di berikan kepada konsumen yang telah memesan. Dalam pengiriman pihak saya selalu bekerja secara jujur mas agar nanti barang sampai ditangan konsumen sesuai dengan apa yang telah dipesan.”

Dalam wawancara selanjutnya, beliau memaparkan terkait berbagai pelaksanaan yang sudah dilakukan:

“Dari berbagai proses yang ada saya selalu mengedepankan profesionalitas, tanggung jawab, dan kejujuran dalam bekerja, sehingga tidak ada hal yang nanti bisa merugikan konsumen ketika barang sudah sampai ke tangan mereka. Karena dengan hal kecil seperti itu kita bisa belajar tanggung jawab dalam berwirausaha. Karena saya meyakini bahwasannya setiap kebaikan yang senantiasa saya berikan akan berdampak baik juga pada saya dan usaha saya mas. Tetapi saya juga belum bisa memperlakukan konsumen saya dengan adil jika nantinya ada bonus dalam melakukan sebuah transaksi, yang mana bonus kemungkinan besar diperoleh oleh konsumen yang sudah lama berlangganan di *marketplace* saya.”⁸

⁸ Ibid.

Berdasarkan pemaparan dari sahabat Agustiyana Alfaturrizka bahwasannya ada berbagai proses yang harus dilalui ketika kita melakukan transaksi dalam jual beli *online*. Dari berbagai proses tersebut selalu mengedepankan profesionalitas, tanggung jawab, dan kejujuran. dengan hal tersebut berharap tidak hal yang bisa merugikan kedua belah pihak dalam melakukan transaksi jual beli *online* pada *marketplace* Zoecraft.id.

Hal lain juga disampaikan oleh Erika sebagai pemilik usaha Raey Hijab.⁹ Menurutnya dalam dalam pelaksanaan jual beli *online* kejujuran menjadi pondasi utama yang harus terus dilakukan sebagai pelaku usaha.

“Jual beli *online* mungkin terlihat sederhana dengan proses yang mudah sekali dilalui. Pertama ada pemesanan/order mas, hal ini dilakukan oleh konsumen. Dimana konsumen bebas dalam menentukan barang yang mau dibeli. Kedua ada penjualan, penjualan ini dilakukan dari *marketplace* dengan memberikan gambar barang yang mau dijual serta deskripsi yang menyertainya. Gambar dan deskripsi di *marketplace* saya sudah sesuai dengan barang aslinya, serta memberikan promo kepada konsumen dengan memberikan bonus potongan kecil-kecilan kepada mereka semua tanpa terkecuali. Ketiga negosiasi, secara mudahnya ini merupakan kesepakatan dalam nantinya menentukan lewat mana pembayarannya gitu mas. Di *marketplace* saya pembayaran bisa lewat BNI, BRI, DANA, hal tersebut agar konsumen bisa memilih sesuai kesanggupannya mas. Keempat transaksi, ini pemilihan dari konsumen untuk menentukan pembayaran. Kelima pengiriman, dimana pengiriman dilakukan ketika pembayaran sudah selesai dilakukan. Pengiriman dilakukan dengan hati-hati dan penuh tanggung jawab agar barang sampai ke alamat tujuan.”

Dalam wawancara selanjutnya, beliau memaparkan mengenai hal yang penting dilakukan dalam pelaksanaan jual beli *online*

“Tetapi perlu diketahui juga mas ada satu hal yang harus tetap dijaga dan tidak boleh ditinggalkan sebagai seorang pelaku usaha.

⁹ Erika. Wawancara, Magetan, 15 Februari 2023

Satu hal tersebut yakni pelaku usaha harus memiliki sebuah prinsip yang dimana prinsip tersebut menjadi pegangan saya dalam menjalankan bisnis saya. Saya hanya berusaha memegang prinsip bahwa apapun hasilnya dari usaha *online* saya ini saya sandarkan pada Allah, kalau Bahasa jawanya “pasrah kersaning Gusti”. Yang penting saya berkelakuan baik, tanggung jawab dan jujur itu bagi saya sudah cukup untuk terus menjalankan usaha saya mas. Banyak sedikitnya keuntung juga selalu saya syukuri, dan Alhamdulillah rezeki pasti ada aja dari jualan *online* saya ini, jadi kita bisa dapat keuntungan dan juga keberkahan”.¹⁰

Dari penjelasan di atas, Erika menjelaskan bahwa dalam menjalankan sebuah usaha *online* ada banyak tuntutan yang harus kita lakukan agar kedepannya usaha *online* kita dapat bertahan atau bahkan mampu bersaing dalam perkembangan zaman ini. Beberapa tuntutan dalam menjalankan bisnis *online* antara lain tanggung jawab dan kejujuran, karena bertindak baik dalam jual beli *online* dengan hal-hal tersebut sangat berdampak pada kelangsungan sebuah usaha *online*.

Dalam wawancara lain yang disampaikan oleh Kiki sebagai pemilik *marketplace* Stipenstuff.¹¹ Menurutnya setiap tahapan pelaksanaan jual beli *online* itu mudah dilakukan dengan selalu memperhatikan setiap prosesnya.

“Dalam hal pelaksanaan jual beli *online* ada tahapan-tahapan yang harus sekiranya konsumen tahu sebelum memilih untuk membeli. Mudah kok dek menurut saya pelaksanaan jual beli *online* di shopee itu. Pertama pemesanan, pembeli memesan sebuah produk di salah satu *marketplace* sesuai dengan barang yang mereka sukai dan mereka butuhkan, serta nantinya memberikan alamat secara jujur. Dalam menarik minat juga tak lupa memberikan promo kepada semua pelanggan baru maupun lama tanpa terkecuali. Kedua melakukan negosiasi untuk penentuan dalam melakukan

¹⁰ Ibid.

¹¹ Kiki. Wawancara, Ponorogo, 2 Februari 2023.

transaksi. Ketiga transaksi, untuk menentukan pembayaran melalui apa yang sesuai dengan kesanggupannya. Bisa lewat transfer bank seperti BNI, BRI. Lalu yang terakhir pengiriman yang dilakukan oleh *marketplace* atas barang yang sudah dipesan tadi. Pengiriman dilakukan dengan tanggung jawab penuh dan dengan kejujuran, agar tidak ada kesalahan dalam pengiriman.”¹²

Dalam wawancara selanjutnya, beliau memaparkan tentang hal yang harus dimiliki sebagai pemilik *marketplace*:

“Saya sebagai pemilik *marketplace* ketika sudah menerima barang pesanan saya akan selalu bertanggungjawab dan memberikan pelayanan yang terbaik atas barang yang telah dipesan. Karena saya tidak ingin nantinya rating *marketplace online* saya ini turun hanya akibat kelalaian saya karena tidak bertanggung jawab dalam memperhatikan pesanan yang telah diterima. Kejujuran menjadi hal yang selalu diperhatikan dalam menjalankan jual beli *online*. Karena nantiya jika kita berlaku jujur berjalannya usaha juga menjadi berkah dan rezeki akan datang dengan sendirinya”.¹³

Dari penjelasan dalam wawancara tersebut pelayanan yang baik dan tanggung jawab menjadi hal yang tidak bisa dilepaskan ketika kita melakukan transaksi jual beli *online*. Hal tersebut berkaitan dengan penilaian pembeli nantinya ketika sudah melakukan transaksi di *marketplace online*. Ini menjadi salah hal yang harus selalu diperhatikan sebagai pemilik *marketplace online* jika ingin *marketplace online* nya dapat terus berkembang dan juga dapat bersaing dengan *marketplace online* lainnya yang ada di Shoppe.

Dari keseluruhan wawancara tentang pelaksanaan jual beli *online* pada *marketplace* shopee dapat ditarik kesimpulan, bahwasannya:

¹² Ibid.

¹³ Ibid.

- 1) Dari proses pelaksanaan jual beli *online* pada ketiga *marketplace* shopee tersebut memiliki pemahaman yang hampir sama. Dari proses awal pemesanan/order, penjualan, negosiasi, transaksi, dan pengiriman.
- 2) Ada berbagai hal yang selalu diperhatikan berkaitan dengan pelaksanaan jual beli *online*. Hal tersebut yakni kejujuran, tanggung jawab, dan pelayanan yang baik.

C. Problem Etis Antara Pemesanan dan Pengiriman Dalam Jual Beli *Online* Pada Pelaku Usaha di *Marketplace* Shopee

Kesesuaian antara pemesanan dan pengiriman merupakan suatu hal yang harusnya terjadi karena itu adalah hak dari konsumen untuk melakukan pemesanan dan kewajiban dari *marketplace* untuk melakukan pengiriman. Tetapi tidak menutup kemungkinan juga ada ketidaksesuaian antar pemesanan dan pengiriman. Hal ini dapat terjadi karena beberapa hal mulai dari kesalahan dari *marketplaceny* atau dari kesalahan dari seorang konsumennya.

Dalam wawancara dengan Agustiyana Alfaturrizka selaku pemilik Zoescraft.id yang menjelaskan bahwasanya ada juga ketidaksesuaian antara pemesanan dan juga pengiriman. Adanya kesalahan dalam pemesanan juga menjadi pemicu adanya ketidaksesuaian antara pemesanan dan pengiriman.¹⁴ Sesuai dengan penjelasannya ketika diwawancarai sebagai berikut.

¹⁴ Agustiyana Alfaturrizka. *Wawancara*, Madiun, 15 Februari 2023.

“Begini mas, ada ketidaksesuaian antara pemesanan dan pengiriman karena adanya kesalahan pemesanan. Hal ini terjadi lantaran seorang pemesan tidak teliti dalam memilih barang sehingga terjadi kesalahan pemesanan. Saya selaku *marketplace* hanya memberikan pelayanan dan pengemasan produk sesuai dengan apa yang sudah dipesan, disisi lain saya di deskripsi toko pada *marketplace* juga sudah memberikan himbauan bahwasannya untuk teliti dalam pembelian agar nantinya tidak ada kesalahan dalam hal pemesanan dan pengiriman.”

Dalam wawancara selanjutnya, beliau mengatakan tentang ketidak telitian konsumen dalam membuat pesanan :

“Tetapi pada kenyataanya masih banyak konsumen yang tidak memperhatikan himbauan seperti itu, dan hasilnya ketika barang sudah dikirim ternyata tidak sesuai dengan apa yang dimau oleh pembeli. Kemudian konsumen melakukan complain ke *marketplace* saya dengan memberikan rating rendah pada *marketplace* saya. Dalam hal ini sebenarnya saya sudah memberikan pelayanan yang maksimal mas, saya sudah memberikan foto dan deskripsi yang sudah sesuai dengan barang aslinya. Maka dari itu seharusnya konsumen sudah memiliki informasi yang banyak, sehingga kesalahan dalam pemesanan bisa dihindari.”¹⁵

Selanjutnya beliau mengatakan tentang proses yang diberikan ketika mengelola pemesanan:

“ketika ada banyak pemesanan masuk dari konsumen saya selalu berurutan dalam mengelola pemesanan. Jadi pesanan yang saya proses duluan ya pesanan yang pertama kali masuk. Hal tersebut sebagai cara saya untuk memberikan kepuasan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen saya, karena hal kecil seperti itu kadang dilupakan oleh pelaku usaha.”¹⁶

Selanjutnya beliau mengatakan tentang tanggung jawab yang diberikan oleh *marketplace* :

¹⁵ Ibid.

¹⁶ Ibid.

“Ketika ada kesalahan dalam pengiriman nantinya saya juga akan selalu memberikan tanggung jawab dengan melakukan pengembalian ulang. Dimana hal ini dilakukan karena ini merupakan bentuk tanggung jawab saya dalam memberikan hak kepada konsumen untuk menerima barang yang sesuai dengan pemesanan yang sudah dilakukan. Jadi nantinya konsumen akan menerima barang yang sesuai dengan apa yang telah mereka pesan.”¹⁷

Lalu beliau memaparkan mengenai kebaikan yang harus selalu dijaga oleh seorang pelaku usaha:

“Dari berbagai kebaikan yang diberikan serta merta dilakukan karena saya meyakini bahwasanya ketika saya sudah berbuat kebaikan dalam jual beli *online* maka akan ada balasan yang diberikan Allah dalam kehidupan bebisnis kita. Maka dari itu berbisnis yang baik selalu saya tekankan dalam pelaksanaannya, hal tersebut juga sebagai sarana saya dalam belajar tentang bisnis yang baik.”¹⁸

Dari penjelasan wawancara tersebut ketelitian konsumen dalam memilih barang menjadi suatu hal yang penting dan perlu diperhatikan. Jangan sampai kesalahan seperti ini sering dilakukan dan nanti berimbas pada penilaian rendah terhadap *marketplace* yang nantinya juga berakibat turunnya angka kepercayaan terhadap *marketplace* hanya karena kesalahan pemesanan yang dilakukan oleh *marketplace*. Kita harus jujur dengan memberikan fakta sebenarnya atas apa yang terjadi dalam transaksi jual beli agar tidak ada yang dirugikan akibat adanya jual beli *online*.

Dalam wawancara lain dengan Erika selaku pemilik toko *online* Raey Hijab juga menjelaskan bahwa kadang terdapat kesalahan yang ditimbulkan dari proses pemesanan dan juga pengiriman, dengan tidak

¹⁷ Ibid.

¹⁸ Ibid.

terfokus pada kesalahan pembeli tapi kesalahan dari pelaku usaha juga sering terjadi, terkhusus diwilayah packing barang.¹⁹

“Mas arya, jadi begini saya selaku pemilik dari *marketplace* dalam menanggapi kesesuaian pemesanan dan pengiriman barang ada juga suatu masa terjadi ketidaksesuaian antara pemesanan dan juga pengiriman. Pernah terjadi mas, kesalahan dari *marketplace* saya dalam proses packing barang. Akibat dari kelalaian saya dalam menerima pemesanan dari konsumen karena banyaknya pesanan yang masuk. Semisal ketika ada kompline barang pada saat pengiriman barangnya tidak sesuai dengan pesanan yang dilakukan oleh pembeli maka kami siap mengganti atas barang yang sudah terkirim dan diterima oleh pembeli. Sehingga dari ketidaksesuaian pemesanan dan pengiriman atas barang yang saya jual selama saya menjalankan usaha ini berangkat dari kesalahan dari pepackingan barang.”

Dalam wawancara selanjutnya, beliau memaparkan mengenai bentuk tanggung jawab ketika ada ketidaksesuaian antara pemesanan dan pengiriman:

“Tetapi ketika ada kesalahan yang mana itu murni kesalahan dari *marketplace* saya, saya memberikan garansi dengan memberikan kebebasan melakukan pemesanan ulang dengan barang dan harga yang sama, hal tersebut dilakukan agar barang bisa dikembalikan dan diganti dengan barang yang sesuai dengan pemesanan, karena itu merupakan bentuk tanggung jawab dari *marketplace* saya.”²⁰

Selanjutnya dalam menanggapi mengenai keadilan yang diberikan oleh *marketplace* terhadap konsumen, beliau memaparkan :

“Keadilan yang dilakukan dari *marketplace* cenderung pada keadilan *marketplace* untuk memberikan pelayanan yang baik dengan tidak memprioritaskan pengemasan barang yang secara harga mahal saja yang didahulukan. Tetapi pengemasan barang dilakukan sesuai dengan pesanan awal masuk, sehingga nantinya ketika konsumen melakukan pemesanan dulu pasti pesanan tersebut yang didahulukan sesuai dengan urutan pemesanan. Hal ini

¹⁹ Erika. Wawancara, Magetan, 30 Januari 2023

²⁰ Ibid.

juga sebagai upaya saya mas untuk bisa menghargai konsumen dengan melakukan hal seperti itu, agar konsumen semakin nyaman berbelanja di *marketplace* saya.”²¹

Dalam wawancara mengenai kebebasan beliau mengatakan :

“Kebebasan yang diberikan dari *marketplace* saya lebih cenderung pada kebebasan dalam memilih dan menentukan barang yang dilakukan oleh konsumen, kebebasan menentukan bentuk transaksi, dan kebebasan dalam memberikan masukan kepada konsumen terhadap *marketplace*. Dengan hal tersebut tentunya konsumen akan merasa hak-haknya dalam bertransaksi terpenuhi, sehingga kenyamanan dan rasa aman dalam melakukan pemesanan bisa dirasakan oleh seluruh konsumen yang melakukan transaksi di *marketplace* saya.”²²

Dalam pernyataan lain beliau juga mengungkapkan :

“Dalam *marketplace* saya ini jika ada kesalahan saya tidak hanya terfokus pada kesalahan pembeli saja mas tetapi juga kesalahan yang dilakukan oleh *marketplace* tentu itu juga menjadi perhatian, tidak serta merta *marketplace* mempunyai wewenang untuk selalu benar dalam melakukan transaksi karena *marketplace* juga bisa salah dalam proses transaksi tersebut. Jadi nantinya antara saya dan konsumen itu mempunyai posisi sama ketika melakukan transaksi jual beli, karena kita sama-sama membutuhkan satu antar lainnya, dan juga akhirnya kepuasan pelanggan selalu menjadi prioritas saya selaku pemilik *marketplace*.”²³

Wawancara selanjutnya perihal kebaikan dalam menjalankan transaksi jual beli *online*, beliau mengatakan :

“Dari segala hal baik yang sudah saya lakukan itu didasari dari ketakutan saya kepada Allah mas, apabila saya tidak berbuat baik salam jual beli *online* ini saya takut nanti usaha saya jadi rugi atau bahkan bangkrut.”²⁴

²¹ Ibid.

²² Ibid.

²³ Ibid.

²⁴ Ibid.

Dari penjelasan tersebut adanya ketidaksesuaian antara pemesanan dan pengiriman menjadi satu hal yang pastinya pernah terjadi. Profesionalitas dan juga tanggung jawab dalam proses pengemasan menjadi hal yang harus diperhatikan apabila ingin menghindari dari yang namanya kesalahan dalam melakukan pengiriman barang. Maka dari itu setiap proses haruslah selalu diperhatikan dalam pengerjaannya agar hasil yang maksimal dapat dengan selalu dipertahankan. Dan ketika ada kesalahan pihak manapun haruslah bertanggung jawab agar tidak ada yang dirugikan dari adanya transaksi jual beli *online* ini.

Dalam wawancara lainnya dengan pemilik Stipenstuff yakni Kiki, tentang bagaimana kesesuaian antara pemesanan dan pengiriman adalah sebuah tolak ukur dalam melihat tanggung jawab dan kejujuran dari sebuah *marketplace*. Seperti apa yang disampaikan dalam wawancara:²⁵

“Begini dek, untuk kesesuaian pemesanan dan pengiriman saya selaku pemilik *marketplace* selalu memberikan pelayanan terbaik. Hal tersebut merupakan tanggungjawab kami untuk memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen saya. Terlebih saya selalu melakukan transaksi yang jujur untuk menghindari segala macam masalah yang timbul nantinya. Makanya saya selalu mengirimkan barang yang sesuai dengan apa yang dipesan oleh konsumen, dengan begitu saya bisa menghindari hal-hal yang dapat merugikan *marketplace* saya jika terjadi ketidaksesuaian dalam pemesanan dan pengiriman. Misalnya jika saya tidak jujur dan memberikan barang yang tidak sesuai dengan pemesanan maka tingkat kepercayaan dari pelanggan akan semakin turun, serta rating *marketplace* saya yang tadinya tinggi bisa-bisa jadi anjlok dan itu berpengaruh terhadap minat beli dari konsumen ke *marketplace* saya.”

²⁵ Kiki. Wawancara, Ponorogo 2 Februari 2023.

Wawancara selanjutnya membahas mengenai keadilan yang diberikan oleh *marketplace*, beliau mengatakan:

“Dalam keadilan saya juga berlaku adil dengan memberikan pelayanan yang baik dengan selalu melakukan proses packing barang sesuai dengan pemesanan siapa yang duluan, bukan memprioritaskan konsumen yang melakukan banyak pemesanan. Sehingga siapa yang memesan duluan pasti nanti pesannya langsung diproses dulu, dengan kata lain urut sesuai dengan pemesanan yang masuk duluan.”²⁶

Selanjutnya wawancara mengenai kebebasan yang diberikan *marketplace*, beliau mengatakan :

“Dalam hal kebebasan saya selalu memberikan kebebasan dalam memberikan pelayanan yang baik dengan memberikan produk yang berkualitas dan juga kebebasan dari konsumen dalam memilih barang pilihan serta menentukan transaksi yang ingin dilakukan. Jadi nantinya dari *marketplace* memberikan berbagai produk yang berkualitas, selanjutnya konsumen bisa menentukan berbagai pilihan yang ada dalam memilih produk yang dibutuhkan, dan pada transaksi juga diberikan berbagai pilihan yang bisa disesuaikan dengan keinginan dan kesanggupan dari konsumen. Sehingga konsumen akan nyaman dengan berbagai pemenuhan hak yang dilakukan oleh *marketplace* tersebut.”²⁷

Wawancara selanjutnya mengenai hal baik yang selalu dilakukan oleh *marketplace*, beliau mengatakan:

“Perlu disyukuri juga dek, usaha saya ini dari awal saya merintis usaha *online* saya masih konsisten dalam memberikan pelayanan terbaik dek, dan masalah-masalah seperti ketidaksesuaian dalam pemesanan dan pengiriman bisa saya hindari. Karena setiap kebaikan yang sudah dilakukan hanya berpatokan kepada keberkahan dalam berusaha. Sehingga nanti pasti Allah ganti dengan rezeki yang berlimpah.”²⁸

²⁶ Ibid.

²⁷ Ibid.

²⁸ Ibid.

Dari penjelasan tersebut pentingnya kita dalam memberikan pelayanan terbaik kepada seorang konsumen. Tanggung jawab, ketelitian, dan kejujuran menjadi hal yang tak terpisahkan dalam memberikan pelayanan terbaik. Agar kesalahan-kesalahan seperti dalam pemesanan dan pengiriman bisa dihindari. Hal ini untuk menjaga tingkat kepercayaan konsumen terhadap *marketplace* agar nantinya *marketplace* bisa tumbuh dan berkembang dengan baik dikemudian hari.

Dari keseluruhan wawancara dapat ditarik kesimpulan, bahwasannya :

- 1) Bahwasannya dalam kesesuaian antara pemesanan dan pengiriman ada ketidaksesuaian yang disebabkan oleh kesalahan konsumen dan kesalahan dari *marketplace*.
- 2) Kesalahan antara pemesanan dan pengiriman terjadi pada *marketplace* Zoecraft.id, dan Raey Hijab.
- 3) Untuk *marketplace* Stipenstuff sudah sesuai menjalankan pemesanan dan pengiriman. Karnea sudah sesuai dengan selalu menjaga ketelitian dalam setiap transaksi yang dilakukan terkhusus diproses pemesanan dan juga pengiriman.

D. Dampak Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Jual Beli Online Terhadap Perkembangan Bisnis Pada *Marketplace* Shopee

Berbicara mengenai dampak tentunya ini merupakan hasil dari sebuah sebab akibat dari adanya sesuatu hal. Dampak penerapan etika bisnis islam dalam jual beli *online* terhadap perkembangan bisnis pada *marketplace* shopee tentunya memberikan berbagai sudut pandang yang baik ataupun buruk dari penerapan sebuah etika bisnis islam dalam jual beli *online* yang nanti kaitannya untuk sebuah perkembangan dari sebuah bisnis *online* itu sendiri. Hal-hal baik tentunya nanti akan terus dilakukan dan sebisa mungkin di tingkatkan lagi dan disisi lain hal-hal buruk nantinya bisa menjadi evaluasi untuk kedepannya.

Dalam wawancara dengan salah satu pemilik *marketplace* Zoescraft.id yakni Agustiyana Alfaturrizka memberikan pandangannya untuk dampak dari penerapan etika bisnis islam dalam jual beli *online* terhadap perkembangan bisnis pada *marketplace* shopee.²⁹

“Dampak pada aspek pemasarannya seperti ini mas, saya memberikan produk yang berkualitas agar konsumen nantinya puas dengan produk-produk yang saya tawarkan. Memberikan harga yang yang disesuaikan dengan kualitas dari produk, hal ini sebagai strategi saya dalam meraih konsumen dengan memberikan harga-harga yang bisa dibilang murah.”

Dalam wawancara selanjutnya, beliau memaparkan dampak yang terjadi pada SDM:

Dampaknya untuk SDM sendiri adalah lebih tingginya tingkat kejujuran dan tanggung jawab yang dilakukan oleh SDM yang ada dalam menjalankan operasional usaha dalam jual beli *online* pada

²⁹ Agustiyana Alfaturrizka. *Wawancara*, Madiun, 15 Februari 2023.

marketplace dan juga tetap menjaga hubungan baiknya dengan sang Pencipta mas. Dari hal tersebut tentunya dapat berdampak baik dalam kaitannya pengembangan SDM itu sendiri, karena tentunya ketika nantinya SDM ini bisa memberikan contoh yang baik tidak hanya pada saat bekerja tetapi juga pada saat dimanapun mereka berada, serta tetap bisa menjaga hubungan baiknya pada sang Pencipta.”³⁰

Wawancara selanjutnya beliau memaparkan mengenai dampak dalam hal pendapatan:

“Dampak dalam pendapatan sedikit demi sedikit juga terasa semakin meningkat mas. Karena buah dari kejujuran yang dilakukan serta tanggung jawab yang dilakkan oleh *marketplace* yang saya jalankan. Tentunya hal ini menjadi langkah positif saya dalam terus menerapkan prinsip-prinsip kebaikan dalam menjalankan sebuah usaha, karena dampaknya akan terasa dengan seiring berjalannya waktu. Hanya butuh kesabaran, ketlatenan, dan konsisten dalam menjalankannya.”³¹

Dari penjelasan tersebut dampak dari penerapan etika bisnis islam dalam jual beli *online* terhadap perkembangan bisnis pada *marketplace* shopee ada beberapa aspek. Dalam aspek pemasaran memberikan sebuah kualitas terhadap produk yang ingin dipasarkan/dijual. Dalam aspek SDM, meningkatnya kejujuran dan tanggung jawab dalam menjalankan transaksi jual beli *online*. Dalam pendapatan, adanya kenaikan pendaptan akibat dari adanya penerpan kejujuran dan tanggung jawab.

Dalam wawancara lainnya dengan Erika selaku pemilik usaha Raey Hijab, memberikan pendapatnya mengenai dampak dari pelaksanaan dalam jual beli *online*.³²

³⁰ Ibid.

³¹ Ibid.

³² Erika. Wawancara, Magetan, 30 Januari 2023

“Dampak pada aspek pemasarannya gini mas, *marketplace* saya selalu memberikan produk yang berkualitas, dimana dalam hal ini sebagai suatu upaya saya untuk selalu memberikan sebuah produk yang terbaik pada konsumen saya mas. Memberikan harga yang sesuai dengan kualitas barang juga mampu memberikan daya tarik kepada konsumen yang nantinya konsumen akan menjadi lebih tertarik karena harga yang sesuai dengan kualitas yang didapat.”

Dalam wawancara selanjutnya, beliau memaparkan mengenai dampak di wilayah SDM:

“Dampaknya untuk SDM sendiri, dengan menanamkan kejujuran, tanggung jawab mampu menjadikan SDM yang ada semakin menambah kualitas diri mereka. Dengan begitu mereka akan memiliki kualitas diri yang lebih baik dari sebelumnya. Tentunya hal tersebut juga sebagai sarana juga mas dalam memperbaiki hubungan dengan Allah, karena setiap harinya mereka dituntut untuk melakukan kebaikan.”³³

Dalam wawancara lain, beliau juga memaparkan mengenai dampak pada aspek pendapatan:

“Dalam sisi pendapatan, *marketplace* saya juga mengalami peningkatan mas. Hal tersebut tentunya hasil dari kebaikan Allah karena saya sudah berkelakuan baik dalam menjalankan usaha saya. Ini tentu menjadi semangat baru bagi saya bahwa apapun kegiatan yang dimana kegiatan tersebut selalu melibatkan hal baik didalamnya tentunya kebaikan juga akan datang dengan sendirinya pada saya, lewat jalan yang kadang tidak saya sangka-sangka.”³⁴

Dari penjelasan tersebut dampak penerapan etika bisnis islam dalam jual beli *online* terhadap perkembangan bisnis pada *marketplace* shopee ada beberapa aspek. Dalam aspek pemasaran, produk yang dipasarkan selalu produk yang memiliki kualitas. Dalam aspek SDM, bertambahnya kualitas SDM dengan selalu menerapkan kejujuran dan

³³ Ibid.

³⁴ Ibid.

tanggung jawab dalam melaksanakan jual beli *online*. Dalam aspek pendapatan mengalami peningkatan dengan diterapkannya hal-hal baik ketika sedang melakukan jual beli *online*.

Dalam wawancara dengan pemilik *marketplace* Stipenstuff yakni Mbak Kiki, beliau memaparkan pandangannya mengenai dampak dari pelaksanaan dalam jual beli *online* terhadap perkembangan bisnis. Menurutnya ada banyak manfaat baik itu dari segi komunikasi, relasi, serta kenyamanan konsumen.³⁵

“Dari dampak pemasarannya seperti ini mas, produk yang ada di dalam *marketplace* saya adalah produk yang baik, secara itupun juga sesuai dengan foto produk yang sudah saya pasang pada *marketplace* saya. Dengan hal itu saya berharap konsumen mampu memilih dan menentukan bahwa *marketplace* saya memang selalu memberikan produk terbaik. Soal harga saya memberikan harga yang sesuai dengan kualitas produk, dimana hal tersebut tentunya bisa menjadi sebuah pilihan bagi konsumen untuk menentukan dan membeli produk yang sesuai dengan kantong mereka.”

Dalam wawancara selanjutnya, beliau memaparkan mengenai dampak pada aspek SDM:

“Untuk dampak di wilayah manusianya/SDM lebih kepada peningkatan kualitas manusia itu sendiri mas. Dimana mereka dituntut untuk selalu menjaga kejujuran, tanggung jawab, serta menjaga kesalehannya dengan selalu menyempatkan untuk sholat wajib di saat waktu bekerjanya. Karena percuma mas ketika nantinya kita sudah sukses tapi kita lupa kewajiban kita di dunia, bagaimanapun juga kehidupan dunia dan akhirat juga harus selalu dipikirkan.”³⁶

PONOROGO

³⁵ Kiki. Wawancara, Ponorogo, 2 Februari 2023.

³⁶ Ibid.

Dalam wawancara lain, beliau memaparkan mengenai dampak pada aspek pendapatan:

“Disisi pendapatan dampaknya bisa dibilang Alhamdulillah mas. Dimana ketika saya bekerja secara jujur, bertanggung jawab, dan adil, pendapatan bisa dibilang sedikit sedikit mengalami kenaikan. Hal tersebut tentunya hal yang patut disyukuri mas, tidak banyak tapi Alhamdulillahnya juga cukup cukup saja. Karena Allah memberikan rezekinya sesuai dengan kebutuhan kita mas.”³⁷

Dari penjelasan Mbak Kiki tersebut menegaskan bahwasannya ada beberapa hal dapat disimpulkan dalam dampak penerapan etika bisnis islam dalam jual beli *online* terhadap perkembangan bisnis pada *marketplace* shopee. Pada aspek pemasaran, produk yang dipasarkan merupakan produk yang berkualitas. Pada aspek SDM adanya peningkatan kualitas dengan tuntutan untuk selalu berbuat kejujuran, tanggung jawab, dan selalu menjaga kewajibannya saat di dunia. Pada aspek pendaptan mengalami kenaikan berkat adanya sifat kejujuran dan tanggung jawab.

Dari keseluruhan wawancara tentang penerapan etika bisnis islam dalam jual beli *online* terhadap perkembangan bisnis pada *marketplace* shopee dapat ditarik kesimpulan, bahwasannya :

- 1) Pada aspek pemasaran, seluruh *marketplace* memberikan pemahaman bahwasannya pemilihan produk berkualitas selalu menjadi pilihan untuk menarik konsumen, karena ketika *marketplace* menjual produk berkualitas maka konsumen akan senang dan nyaman berbelanja di *marketplace* tersebut.

³⁷ Ibid.

- 2) Pada aspek SDM, meningkatnya kualitas dari diri seseorang dalam wilayah pekerjaan ataupun dalam segi keagamaan, sehingga kualitas ini beriringan dengan meningkatnya kejujuran dan tanggung jawab dalam diri seseorang.
- 3) Pada aspek pendapatan, dari ketiga *marketplace* ketika menerapkan prinsip etika bisnis islam berpengaruh pada pendapatan yang diperoleh oleh *marketplace* tersebut meskipun secara perlahan.



BAB IV

ANALISIS JUAL BELI *ONLINE* PADA *MARKETPLACE* SHOPEE DALAM TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM

A. Analisis Pelaksanaan Jual Beli *Online* Pada Pelaku Usaha di *Marketplace* Shopee

Jual beli *online* adalah persetujuan saling mengikat melalui internet antara penjual sebagai pihak yang menjual barang dan pembeli sebagai pihak yang membayar harga barang yang dijual. Jual beli secara *online* menerapkan sistem jual beli di internet. Tidak ada kontak secara langsung antara penjual dan pembeli. Jual beli *online* dilakukan melalui suatu jaringan yang terkoneksi dengan menggunakan *handphone*, komputer, tablet, dan lain-lain. Perlu diketahui bahwasannya *E-commerce* merupakan sebuah perjanjian melalui *online contract* yang secara dasar sama dengan perjanjian pada umumnya. Perbedaanya hanya terletak pada media dalam membuat perjanjian tersebut walaupun dalam beberapa jenis *online contract* tertentu objek perikatannya hanya dapat diwujudkan dalam media elektronik, sebab objek perikatannya berupa muatan digital, seperti jasa untuk mengakses internet.¹

Mungkin konsep ini sangat asing bagi kita, dimana ini merupakan sebuah fenomena baru yang disetiap Negara memberlakukan konsep ini dengan asas-asas dan peraturan hukum kontrak yang sudah ada. Dikenal asas-asas *universal* tentang pembuatan suatu perjanjian atau kontrak, yaitu asas

¹ Gemala Dewi, dkk. Hukum Perikatan Islam Di Indonesia, (Jakarta: Kencana, 2005), 196.

konsesual, asas kebebasan berkontrak, prinsip iktikad baik, syarat sahnya perjanjian, dan lain-lain.²

Berbicara mengenai *e-commerce* tentunya kita berbicara mengenai jual beli yang dilakukan secara *online*, dengan sistematis cara transaksinya seperti apa yang dilakukan di dunia nyata. Seorang penjual memberikan penawaran terhadap barang yang mereka miliki untuk dijual secara *online* melalui media elektronik. Melalui media elektronik tersebut penjual memasukkan penawaran ke dalam situs jual beli *online*, baik tempat penjualan itu yang ia kelola sendiri atau memasukkannya dalam situs lain. Dan untuk pembeli juga dapat dengan leluasa melakukan transaksi untuk barang yang mereka butuhkan. Dalam menjelajah situs dalam internet, pembeli layaknya orang yang berbelanja secara konvensional dengan melihat etalase-etalase yang dipajang oleh tiap-tiap toko dan jika ia menemukan sesuatu yang ia cari maka ia dapat melakukan transaksi dengan penjual yang memberikan penawaran dalam situs tersebut yang diandaikan dengan toko secara konvensional.³

Secara umum tahap pelaksanaan jual beli *online* Proses Transaksi Aplikasi Shopee.

1. Pembelian/ Order

Pembelian barang dan jasa dimulai dengan pengguna layanan Internet mencari situs Shopee melalui mesin pencari komputer pribadi. Saat memasuki situs Shopee, pengguna yang ingin mencari produk atau

² Ibid. 198

³ Ibid. 196-197

jasa akan disajikan dengan tampilan Shopee yang menyediakan toolbar yang memudahkan proses pencarian produk atau jasa. Pengguna memilih kategori (gambar dan video) untuk produk dan layanan yang mereka cari.

2. Penjualan

Penjualan barang dan jasa hanya dapat dilakukan oleh anggota komunitas *online* situs web Shopee. Penjual yang memelihara stan promosi harus menjadi member atau anggota situs Shopee. Kondisi ini dipenuhi untuk menghindari penipuan oleh penjual. Syarat utama untuk mendaftar sebagai member website Shopee adalah akun email. Setelah terdaftar, anggota dapat mengklik "Posting Iklan Gratis" untuk memasang iklan di situs web Shopee. Setelah iklan tersimpan, proses selanjutnya adalah moderasi. Iklan yang dibuat tidak langsung muncul di website Shopee, melainkan melalui proses review dan filtering (moderasi) terlebih dahulu. Tim dukungan Shopee akan memilih iklan yang mematuhi aturan umum Shopee dan menampilkannya sesegera mungkin.

3. Negosiasi

Jual beli tentu saja merupakan proses yang biasa disebut dengan negosiasi, dan ini juga berlaku untuk website pembelanja *online*. Negosiasi terjadi antara penjual dan pembeli untuk mencapai kesepakatan tentang bagaimana melakukan transaksi perdagangan.

4. Transaksi

Setelah negosiasi antara penjual dan pembeli. Perjanjian ini pada akhirnya disebut dalam bentuk pertukaran. Jenis pertukaran yang terjadi

antara pengguna Situs Shopee adalah pertukaran barang dengan uang, pertukaran layanan dengan uang, pertukaran barang dengan barang, pertukaran barang dengan layanan, dan pertukaran layanan dengan layanan. Transaksi merupakan puncak dari aktivitas jual beli di website Shopee. Baik penjual maupun pembeli mendapatkan apa yang mereka inginkan. Ada beberapa cara untuk melakukan transaksi jual beli di website Shopee. Metode ini didasarkan pada metode pembayaran seperti transfer bank, kartu kredit, dan minimarket.

5. Pengiriman

Transaksi perdagangan *online* yang lengkap membutuhkan jasa pengiriman untuk bertindak sebagai penghubung atau pengirim barang antara penjual dan pembeli. Jasa pengiriman yang dipercaya oleh website Shopee antara lain Kurir, Tiki, JNE, Elteha dan Pos Indonesia. Biaya pengiriman barang atau jasa dapat ditanggung oleh penjual dan pembeli, atau dapat dibagi. Untuk keamanan pengiriman, biasanya produk elektronik menggunakan jasa asuransi untuk menjamin keamanan barang sampai tujuan.

Berikut langkah-langkah pembelian di *Marketplace* Shopee:

- a. Pada langkah pertama, pilih produk yang ingin dibeli dan pilih tombol "Beli Sekarang".
- b. Jika Anda puas dengan pesanan Anda, silakan tekan tombol "Lanjutkan ke checkout".

- c. Jangan lupa untuk memilih kurir pengiriman dan tentukan metode pembayaran (kartu kredit atau debit, Indomaret, transfer bank, cash on delivery). Dalam hal ini jangan lupa pilih Konfirmasi.
- d. Setelah Anda memilih jasa pengiriman dan metode pembayaran, pilih tombol Buat Pesanan dan bayar segera sesuai dengan metode yang Anda pilih sebelumnya.

Di shopee, konsumen dapat mengecek apakah barang sudah dikirim menggunakan status belanjaan di menu akun lalu lihat pesanan. Jika masih dalam keadaan barang dikemas artinya barang pesanan belum dikirim dan masih diproses di bagian pengemasan. Konsumen dapat mengecek keberadaan barang dengan langsung mengecek slip pengiriman menggunakan website resmi.

Dalam hal ini peneliti akan menganalisa serta menguraikan bagaimana penerapan pelaksanaan atau aktivitas jual beli *online* dalam kacamata etika bisnis islam sebagaimana rumusan masalah yang petama. Dalam proses analisis ini peneliti menemukan beberapa data pada wawancara peneliti terhadap beberapa informan.

Dari penemuan peneliti terkait hal tersebut pada keseluruhan wawancara dari ketiga *marketplace* diketahui bahwasannya: Dari proses pelaksanaan jual beli *online* pada ketiga *marketplace* shopee tersebut memiliki pemahaman yang hampir sama. Dari proses awal pemesanan/order, penjualan, negosiasi, transaksi, dan pengiriman. Ada berbagai hal yang selalu diperhatikan berkaitan dengan pelaksanaan jual

beli *online*. Hal tersebut yakni kejujuran, tanggung jawab, dan pelayanan yang baik.

Dari fakta yang didapat ketika wawancara dalam pelaksanaan jual beli *online*, jika ditinjau dari prinsip dasar etika bisnis islam menurut Faisal Badroen, maka semua prinsip etika bisnis islam dalam pelaksanaan jual beli *online* pada *marketplace* shopee mampu diterapkan.

1. Prinsip Unity/Ketauhidan

Hasil penelitian yang dilakukan di lapangan menunjukkan bahwa ketiga *marketplace* yakni, Zoecraft.id,⁴ Raey Hijab,⁵ dan Stipenstuff⁶ telah menerapkan etika bisnis islam pada prinsip Unity/Ketauhidan yang sesuai menurut Faisal Badroen. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan pemilik *marketplace* Zoecraft.id, yang menyatakan bahwasannya, setiap kebaikan yang senantiasa saya berikan akan berdampak baik juga pada saya dan usaha saya mas. Sedangkan menurut pemilik *marketplace* Raey Hijab beliau menyatakan bahwa apapun hasilnya dari usaha *online* ini saya sandarkan kepada Allah, kalau bahasa jawaanya “Pasrah Kersaning Gusti”. Dan menurut *marketplace* Stipenstuff, beliau mengatakan bahwa jika kita berlaku jujur berjalannya usaha juga menjadi berkah dan rezeki akan datang dengan sendirinya.

⁴ Agustiyana Alfaturrizka. Wawancara, Madiun 15 Februari 2023

⁵ Erika. Wawancara, Magetan 30 Januari 2023

⁶ Kiki. Wawancara, Ponorogo 2 Februari 2023

Hal tersebut berarti ada sebuah kepercayaan bahwa ketika kita memberikan sebuah kebaikan nantinya akan ada sesuatu yang mengatur kebaikan itu untuk kembali kepada kita, dan dzat yang mengatur hal tersebut adalah Allah SWT. Dengan tidak langsung tentunya hal ini memberikan sebuah keyakinan/kepercayaan bahwa usaha yang dijalankan dengan dasar kebaikan selalu bersandar pada Allah SWT.

2. Prinsip Keseimbangan

Hasil penelitian yang dilakukan di lapangan menunjukkan bahwa ketiga *marketplace* yakni, Zoescraft.id, Raey Hijab, dan Stipenstuff telah menerapkan etika bisnis islam pada prinsip keseimbangan yang sesuai menurut Faisal Badroen. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan pemilik *marketplace* Zoescraft.id, yang menyatakan bahwasannya, belum bisa memperlakukan konsumen saya dengan adil jika nantinya ada bonus dalam melakukan sebuah transaksi, yang mana bonus kemungkinan besar diperoleh oleh konsumen yang sudah lama berlangganan di *marketplace* saya. Sedangkan menurut *marketplace* Raey hijab menyatakan bahwa, memberikan promo kepada konsumen dengan memberikan potongan kecil-kecilan kepada semua konsumen tanpa terkecuali. Dan menurut *marketplace* Stipenstuff menyatakan bahwa, dalam menarik minat juga tak lupa memberikan promo kepada semua pelanggan baru maupun lama tanpa terkecuali.

Hal tersebut berarti ada sebuah aturan yang dijalankan menyesuaikan dengan apa yang menjadi kebutuhannya dari *marketplace* itu sendiri. Dari *marketplace* Zoecraft ini tentunya menjadi sebuah penyesuaian yang dilakukan oleh *marketplace*, karena setiap *marketplace* punya caranya sendiri untuk memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen loyalnya walaupun harus rela tidak berbuat adil kepada konsumen lain. Untuk *marketplace* Raey Hijab dan Stipenstuff, mereka memiliki sebuah aturan sendiri dalam menjangkau semua konsumennya dengan memberikan sebuah keadilan yang mana keadilan tersebut adalah dengan memberikan sebuah diskon potongan untuk semua konsumennya tanpa terkecuali.

3. Prinsip Kehendak Bebas

Hasil penelitian yang dilakukan di lapangan menunjukkan bahwa ketiga *marketplace* yakni, Zoecraft.id, Raey Hijab, dan Stipenstuff telah menerapkan etika bisnis Islam pada prinsip kehendak bebas yang sesuai menurut Faisal Badroen. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan pemilik *marketplace* Zoecraft.id, yang menyatakan bahwasannya, konsumen bebas memilih pada saat menentukan pembelian barang dan juga pada saat mau melakukan pembayaran melalui bank yang sudah tersedia didalamnya. Sedangkan menurut *marketplace* Raey Hijab menyatakan bahwa, konsumen bebas dalam menentukan barang yang mau dibeli dan konsumen dapat melakukan pembayaran lewat BNI, BRI, DANA. Dan menurut *marketplace* Stipenstuff menyatakan bahwa,

pembeli diberi kebebasan untuk menentukan barang yang sesuai dengan kebutuhannya yang mereka cari.

Hal tersebut berarti ada sebuah kebebasan yang diberikan oleh ketiga *marketplace* dalam urusan memberikan sebuah kebebasan dalam memilih barang dan juga kebebasan dalam menentukan transaksi yang diinginkan. Hal ini tentunya merupakan sebuah pemenuhan dari masing-masing *marketplace* untuk semua konsumennya dimana mereka memenuhi hak konsumen untuk dengan nyaman dan aman memilih bentuk transaksi yang diinginkan.

4. Prinsip Tanggung Jawab

Hasil penelitian yang dilakukan di lapangan menunjukkan bahwa ketiga *marketplace* yakni, Zoecraft.id, Raey Hijab, dan Stipenstuff telah menerapkan etika bisnis islam pada prinsip tanggung jawab yang sesuai menurut Faisal Badroen. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan pemilik *marketplace* Zoecraft.id yang menyatakan bahwasannya, dari berbagai proses yang ada saya selalu mengedepankan profesionalitas, tanggung jawab, dan kejujuran dalam bekerja, sehingga tidak ada hal yang nanti bisa merugikan konsumen ketika barang sudah sampai ke tangan mereka. Sedangkan menurut *marketplace* Raey Hijab menyatakan bahwa, pengiriman dilakukan dengan hati-hati dan penuh tanggung jawab agar barang sampai ke alamat tujuan. Dan menurut Stipenstuff menyatakan bahwa, ketika sudah menerima barang pesanan

akan selalu bertanggung jawab dan memberikan pelayanan terbaik atas barang yang telah dipesan.

Hal tersebut berarti ada sebuah tanggung jawab yang selalu diperhatikan oleh ketiga *marketplace* tersebut. Tanggung jawab dalam wilayah operasional ketika melakukan sebuah transaksi jual beli *online* pada *marketplace* shopee. Tanggung jawab ketika melakukan sebuah transaksi jual beli *online* tentu sangat penting keberadaannya agar ketika menerima amanah berupa sebuah pesanan barang maka *marketplace* akan selalu menjaga amanah tersebut dengan penuh tanggung jawab sampai nanti barang diterima oleh konsumen.

5. Prinsip Kebaikan/Kejujuran

Hasil penelitian yang dilakukan di lapangan menunjukkan bahwa ketiga *marketplace* yakni, Zoecraft.id, Raey Hijab, dan Stipenstuff telah menerapkan etika bisnis islam pada prinsip kebaikan/kejujuran yang menurut Faisal Badroen. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan pemilik *marketplace* Zoecraft.id, yang menyatakan bahwasannya, dalam pengiriman pihak saya selalu bekerja secara jujur agar nanti barang yang dipesan sampai ditangan konsumen sesuai dengan apa yang telah dipesan. Sedangkan menurut *marketplace* Raey Hijab mereka menyatakan bahwa, gambar dan deskripsi di *marketplace* sudah sesuai dengan barang aslinya, serta dalam menjalankan usaha dengan berkelakuan baik, tanggung jawab, dan jujur. Dan menurut

Stipenstuff mereka menyatakan bahwa, kejujuran menjadi hal yang selalu diperhatikan dalam menjalankan jual beli *online*.

Hal tersebut berarti ada sebuah kebaikan yang selalu dilakukan oleh ketiga *marketplace*. Kebaikan dalam wilayah operasional dilakukan agar terhindar dari sebuah tindakan bathil yang bisa saja dilakukan oleh *marketplace* dalam hubungannya ketika menjalankan sebuah transaksi jual beli *online* pada *marketplace* shopee. Dan juga kejujuran/kebaikan juga nantinya akan berpengaruh dalam membentuk loyalitas konsumen dalam mempercayai sebuah *marketplace*.

Dari analisis diatas dapat ditarik kesimpulan bahwasannya ketiga *marketplace* yakni Zeoscraft.id, Raey Hijab, dan Stipenstuff telah menerapkan hampir seluruh prinsip dasar etika bisnis islam dalam pelaksanaan jual beli pada *marketplace* shopee. Dari kelima prinsip dasar etika bisnis islam prinsip yang secara optimal bisa dilakukan ada pada prinsip kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebaikan/kejujuran. Sedangkan prinsip yang belum optimal di lakukan ada pada prinsip unity/ketauhidan dan keseimbangan. Serta ada satu *marketplace* yang belum bisa menerapkan prinsip etika bisnis islam pada prinsip keseimbangan yakni *marketplace* Zoecraft.id, hal tersebut terjadi dikarenakan suatu sebab yang mana *marketplace* ingin lebih memperhatikan dahulu konsumen lama yang sudah loyal kepada *marketplacanya*.

B. Analisis Problem Etis Antara Pemesanan dan Pengiriman Dalam Jual Beli Online Pada Pelaku Usaha di Marketplace Shopee

Kesesuaian antara pemesanan dan pengiriman merupakan suatu hal yang harusnya terjadi ketika kita melakukan sebuah transaksi *online*. Tetapi disisi lain juga ada banyak kejadian mengenai ketidaksesuaian antara pemesanan dan juga pengiriman yang bisa terjadi karena kelalaian pihak *marketplace*, pihak kurir, atau pihak konsumen itu sendiri. Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa seseorang akan terpuaskan jika kondisi yang diinginkan sesuai dengan kondisi yang ada. Jika ketidaksesuaian antara kondisi yang ada dengan kondisi yang diinginkan besar maka semakin besar pula rasa ketidakpuasannya.⁷

Dalam hal ini peneliti akan menguraikan serta menganalisis dengan menggunakan pisau analisis prinsip etika bisnis islam. Maka yang dibahas peneliti dibagian ini adalah kesesuaian antara pemesanan dan pengiriman dalam jual beli *online*.

Dari penemuan peneliti terkait hal tersebut pada keseluruhan wawancara dari ketiga *marketplace* diketahui bahwasannya: Dalam kesesuaian antara pemesanan dan pengiriman ada ketidaksesuaian yang disebabkan oleh kesalahan konsumen dan kesalahan dari *marketplace*. Kesalahan antara pemesanan dan pengiriman terjadi pada *marketplace* Zoescraft.id, dan Raey Hijab. Untuk *marketplace* Stipenstuff sudah sesuai menjalankan pemesanan dan pengiriman. Karena sudah sesuai, dengan

⁷ Ashar Sunyoto Munandar, *Psikologi Industri dan Organisasi*, UI-Press: Jakarta, 2001.

selalu menjaga ketelitian dalam setiap transaksi yang dilakukan terkhusus diproses pemesanan dan juga pengiriman.

Dari fakta yang didapat dari wawancara perihal kesesuaian antara pemesanan dan juga pengiriman dalam jual beli *online*, jika ditinjau dari prinsip dasar etika bisnis islam menurut Faisal Badroen, maka ada beberapa prinsip yang diterapkan dalam hal tersebut.

1. Prinsip Unity/Ketauhidan

Hasil penelitian yang dilakukan di lapangan menunjukkan bahwa ketiga *marketplace* yakni, Zoecraft.id,⁸ Raey Hijab,⁹ dan Stipenstuff¹⁰ telah menerapkan etika bisnis islam pada prinsip unity/ketauhidan yang sesuai menurut Faisal Badroen. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan pemilik *marketplace* Zoecraft.id yang menyatakan bahwasannya, dari berbagai kebaikan yang diberikan tersebut dilakukan karena saya meyakini bahwasanya ketika saya sudah berbuat kebaikan dalam jual beli *online* maka akan ada balasan yang diberikan Allah dalam kehidupan bebisnis kita. Sedangkan menurut *marketplace* Raey Hijab beliau mengatakan bahwa, dari segala hal baik yang sudah dilakukan itu didasari dari ketakutan kepada Allah, apabila tidak berbuat baik dalam jual beli *online* takut usaha yang dijalankan jadi rugi atau bahkan bangkrut. Dan menurut Stipenstuff mengatakan bahwa, setiap kebaikan yang sudah dilakukan

⁸ Agustiyana Alfaturrizka. Wawancara, Madiun 15 Februari 2023

⁹ Erika. Wawancara, Magetan 30 Januari 2023

¹⁰ Kiki. Wawancara, Ponorogo 2 Februari 2023

hanya berpatokan kepada keberkahan dalam berusaha. Sehingga nanti pasti Allah ganti dengan rezeki yang berlimpah.

Hal tersebut berarti ada suatu kepercayaan yang diterapkan ketika melakukan jual beli *online*, dimana kepercayaan untuk selalu berbuat kebaikan yang nantinya mengharap balasan yang lebih baik lagi dari Allah SWT. Hal ini tentunya menjadi hal yang baik dilakukan sebagai seorang pelaku usaha jual beli *online*, dimana mereka harus selalu mengingat Allah dalam setiap aktifitas mereka terkhusus saat melakukan jual beli *online*. Hal ini dilakukan supaya mereka selalu memberikan hal baik dalam melakukan transaksi dengan mengharap suatu keberkahan yang akan diberikan oleh Allah, sehingga setiap *marketplace* akan menghindari pelaksanaan jual beli yang dapat merugikan salah satu pihak.

2. Prinsip Keseimbangan

Hasil penelitian yang dilakukan di lapangan menunjukkan bahwa ketiga *marketplace* yakni, Zoecraft.id, Raey Hijab, dan Stipenstuff telah menerapkan etika bisnis islam pada prinsip keseimbangan yang sesuai menurut Faisal Badroen. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan pemilik *marketplace* Zoecraft.id, yang menyatakan bahwasannya, bentuk keadilan dari *marketplace* saya begini mas, ketika ada banyak pemesanan masuk dari konsumen saya selalu berurutan dalam mengelola pemesanan. Sedangkan menurut *marketplace* Raey Hijab menyatakan bahwa, keadilan yang dilakukan cenderung pada keadilan untuk memberikan pelayanan yang baik dengan tidak memprioritaskan pengemasan barang yang secara

harga mahal saja yang didahulukan. Sama dengan pernyataan sebelumnya menurut *marketplace* Stipenstuff mengatakan bahwa, dalam keadilan saya juga berlaku adil dengan memberikan pelayanan yang baik, pelayanan yang baik dengan selalu melakukan proses pengemasan barang sesuai dengan pemesanan siapa yang duluan.

Ada sebuah persamaan dalam pemahaman mengenai keseimbangan/keadilan yang dilakukan dari ketiga *marketplace* tersebut. Keadilan tersebut dilakukan ketika menerima pemesanan yang dilakukan oleh konsumen selalu memprioritaskan pesanan yang melakukan transaksi terlebih dulu. Hal ini tentunya akan membuat konsumen merasa dihargai karena mereka diberlakukan adil oleh *marketplace* dengan tidak adanya prioritas yang dilakukan dalam melakukan proses penerimaan produk pemesanan. Dengan hal tersebut nantinya konsumen akan lebih nyaman dalam melakukan belanja karena mereka merasa dalam memberikan pelayanan *marketplace* tidak membedakan dan tidak melihat dari banyaknya pemesanan, akan tetapi *marketplace* dalam melakukan proses pengemasan dan pengiriman melihat dari siapa dulu yang sudah melakukan pemesanan.

3. Prinsip Kehendak Bebas

Hasil penelitian yang dilakukan di lapangan menunjukkan bahwa ketiga *marketplace* yakni, Zoecraft.id, Raey Hijab, dan Stipenstuff telah menerapkan etika bisnis islam pada prinsip kehendak bebas yang sesuai menurut Faisal Badroen. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan pemilik

marketplace Zoecraft.id yang menyatakan bahwasannya, konsumen melakukan complain ke *marketplace* saya dengan memberikan rating rendah pada *marketplace* saya. Sedangkan menurut *marketplace* Raey Hijab menyatakan bahwa, kebebasan yang diberikan dari *marketplace* cenderung pada kebebasan dalam memilih dan menentukan barang, kebebasan memilih transaksi, dan kebebasan dalam memberikan masukan dari konsumen kepada *marketplace*. Dan menurut *marketplace* Stipenstuff menyatakan bahwa, kebebasan yang diberikan adalah kebebasan dalam memberikan sebuah produk yang berkualitas dan kebebasan dari konsumen dalam memilih produk serta menentukan transaksi yang dilakukan.

Ada sebuah persamaan pemahaman mengenai kehendak bebas yang dilakukan oleh tiap-tiap *marketplace*. Dimana persamaan pemahaman dilakukan sebagai wujud dari pemenuhan hak dari *marketplace* dan konsumen. Hal tersebut berarti adanya sebuah kebebasan yang diberikan *marketplace* untuk konsumen, dimana konsumen diberi kebebasan memilih barang dan menentukan bentuk transaksi yang diinginkan, serta juga diberi kebebasan dalam memberikan penilaiannya terhadap *marketplace* dengan leluasa. Dengan hal tersebut nantinya juga sebagai bahan evaluasi dari *marketplace* dalam menentukan suatu perubahan dalam diri *marketplace*. Untuk sebuah penilaian yang baik maka nantinya akan dipertahankan atau ditingkatkan lagi, sedangkan untuk penilaian buruk akan dijadikan bahan pertimbangan untuk bisa berbuat

lebih baik lagi. Sehingga harapannya *marketplace* mampu berkembang lebih baik lagi dalam memberikan pelayanan terhadap semua konsumennya, terkhusus dalam pemesanan dan pengiriman agar tidak ada kesalahan yang terjadi didalamnya.

4. Prinsip Tanggung Jawab

Hasil penelitian yang dilakukan di lapangan menunjukkan bahwa ketiga *marketplace* yakni, Zoecraft.id, Raey Hijab, dan Stipenstuff telah menerapkan etika bisnis islam pada prinsip tanggung jawab yang sesuai menurut Faisal Badroen. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan pemilik *marketplace* Zoescrat.id yang menyatakan bahwasannya, ketika ada kesalahan dalam pengiriman nantinya saya juga akan selalu memberikan tanggung jawab dengan melakukan pengembalian ulang. Sedangkan menurut *marketplace* Raey Hijab menyatakan bahwa saya memberikan garansi dengan memberikan kebebasan melakukan pemesanan ulang dengan barang dan harga yang sama, hal tersebut dilakukan agar barang bisa dikembalikan dan diganti dengan barang yang sesuai dengan pemesanan. Dan menurut *marketplace* Stipenstuff menyatakan bahwa, barang yang dikirim selalu sesuai dengan apa yang dipesan oleh konsumen.

Ada sebuah perbedaan yang terjadi antara ketiga *marketplace* dalam memahami prinsip tanggung jawab dari etika bisnis islam. Dimana *marketplace* Zoecraft.id, dan Raey Hijab menerapkan prinsip tanggung jawab setelah mereka mengalami ketidaksesuaian antara pemesanan dan

pengiriman. Mereka merseponnya dengan memberikan tanggung jawab dengan pengembalian ulang barang yang mengalami ketidaksesuaian antara pemesanan dan pengiriman. Sedangkan *marketplace* Stipenstuff memahami dan menerapkan prinsip tanggung jawab pada saat melakukan operasional kerja sehingga mereka selalu bertanggung jawab akan sebuah kesesuaian pada saat melakukan pemesanan dan pengiriman.

Hal tersebut berarti ada sebuah tanggung jawab yang dilakukan oleh ketiga *marketplace* dimana hal tersebut sebagai bentuk respon mereka ketika diberi sebuah amanah oleh konsumen. Respon yang disesuaikan dengan keadaan masing-masing *marketplace* menandakan bahwasannya mereka dalam keadaan apapun selalu memberikan sebuah tanggung jawab kepada konsumennya. Tanggung jawab diberikan ketika mereka melakukan kesalahan dan ketika mereka diberi amanah seperti selalu bertanggung jawab dalam bekerja. Ini menjadi sebuah hal yang harus selalu dimiliki oleh pelaku usaha dalam memberikan sebuah kepastian dan keputusan ketika *marketplace* telah melakukan sebuah kesalahan. Karena ketika ada kesalahan yang dilakukan oleh *marketplace* pastinya konsumen hanya bisa menunggu keputusan dan kepastian dari *marketplace*. Sehingga dengan adanya tanggung jawab yang dilakukan oleh *marketplace* ketika ada kesalahan dalam transaksi jual beli *online* maka ini menjadi sebuah hal yang ingin selalu didengar oleh konsumen, dan nantinya konsumen akan semakin percaya untuk melakukan pembelian produk di *marketplace* tersebut.

5. Prinsip Kebaikan/Kejujuran

Hasil penelitian yang dilakukan di lapangan menunjukkan bahwa ketiga *marketplace* yakni, Zoescraft.id, Raey Hijab, dan Stipenstuff telah menerapkan etika bisnis islam pada prinsip kebaikan/kejujuran yang sesuai menurut Faisal Badroen. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan pemilik *marketplace* Zoescraft.id yang menyatakan bahwasannya, *marketplace* sudah memberikan foto dan deskripsi yang sesuai dengan barang aslinya. Sedangkan menurut *marketplace* Raey Hijab menyatakan bahwa, jika ada kesalahan tidak hanya berfokus pada kesalahan pembeli saja, tetapi kesalahan dari *marketplace* juga menjadi perhatian, hal tersebut tidak serta merta membuat *marketplace* memiliki wewenang untuk selalu benar dalam melakukan transaksi jual beli, karena *marketplace* juga bisa salah dalam melakukan transaksi jual beli *online*. Dan menurut *marketplace* Stipenstuff menyatakan bahwa, *marketplace* selalu melakukan transaksi yang jujur untuk menghindari segala macam masalah yang timbul nantinya.

Hal tersebut berarti ada kebaikan/kejujuran yang dilakukan *marketplace*. Hal ini menjadi sesuatu yang harus dimiliki oleh seorang pelaku usaha karena kebaikan/kejujuran dalam jual beli *online* sangat penting keberadaannya. Karena kita tahu sendiri ketika melakukan jual beli *online* kita tidak bertransaksi secara langsung tetapi kita melakukannya dengan menggunakan teknologi, dengan begitu hanya rasa kepercayaan yang dapat diberikan konsumen ketika sudah melakukan

transaksi jual beli *online*. Maka dari itu penting kehadiran kebaikan/kejujuran agar nantinya pelaku usaha bisa dengan jujur melakukan transaksi jual beli *online* sehingga hal-hal buruk bisa dihindari.

Berdasarkan teori dan fakta lapangan diketahui bahwasannya dalam kesesuaian antara pemesanan dan pengiriman yang dilakukan oleh beberapa *marketplace* diatas bisa ditarik kesimpulan bahwa dalam penerapan etika bisnis islam sudah dengan baik dilakukan. Prinsip yang bisa diterapkan dengan optimal ada beberapa seperti, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebikan/kejujuran, hal ini karena prinsip tersebut lebih mudah dipahami bagi orang awam. Sedangkan untuk prinsip unity/ katauhidan belum secara maksimal diimplementasikan karena pemahaman mereka yang terbatas tetapi mereka mampu mengimplementasikan prinsip etika bisnis islam dengan baik dengan bahasa dan pemahaman mereka sendiri. Tetapi dalam kesesuaian antara pemesanan dan pengiriman dari ketiga *marketplace* hanya satu yang mengalami kesesuaian, yakni *marketplace* Stipenstuff. Ketidaksesuaian antara pemesanan dan pengiriman terjadi karena ada beberapa kesalahan, yang pertama kesalahan dari konsumennya terkait pemesanan (Zoescraft.id,) dan yang kedua kesalahan dari *marketplac*enya karena kurang teliti dalam menerima banyaknya pesanan (Raey Hijab). Tetapi semua kesalahan ada solusi sendiri-sendiri dari setiap *marketplace* yang mana itu merupakan bentuk tanggung jawab mereka ketika ada kesalahan.

C. Analisis Dampak Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Jual Beli *Online* Terhadap Perkembangan Bisnis Pada *Marketplace* Shopee

Pengertian dampak menurut kamus besar Bahasa Indonesia adalah benturan, pengaruh yang mendatangkan akibat baik positif maupun negative. Pengaruh adalah daya yang ada dan timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang. Pengaruh adalah suatu keadaan dimana ada hubungan timbal balik atau hubungan sebab akibat antara apa yang memengaruhi dengan apa yang dipengaruhi. Dampak secara sederhana bisa diartikan sebagai pengaruh atau akibat. Dalam setiap keputusan yang diambil oleh seorang atasan biasanya mempunyai dampak tersendiri, baik itu dampak positif maupun dampak negative. Dampak juga bisa merupakan proses lanjutan dari sebuah pelaksanaan pengawasan internal. Seorang pemimpin yang handal sudah selayaknya bisa memprediksi jenis dampak yang akan terjadi atas sebuah keputusan yang akan diambil.¹¹

Dalam hal ini peneliti akan menganalisis serta menguraikan mengenai penerapan etika bisnis islam dalam jual beli *online* terhadap perkembangan bisnis pada *marketplace* shopee. Dari penemuan peneliti terkait hal tersebut pada keseluruhan wawancara dari ketiga *marketplace* diketahui bahwasannya: Pada aspek pemasaran, seluruh *marketplace* memberikan pemahaman bahwasannya pemilihan produk berkualitas selalu menjadi pilihan untuk menarik konsumen, karena ketika *marketplace* menjual produk berkualitas maka konsumen akan senang dan nyaman berbelanja di *marketplace* tersebut.

¹¹ Suharno dan Retnoningsih, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Semarang: Widya Karya, H. 243.

Pada aspek SDM, meningkatnya kualitas dari diri seseorang dalam wilayah pekerjaan ataupun dalam segi keagamaan, sehingga kualitas ini beriringan dengan meningkatnya kejujuran dan tanggung jawab dalam diri seseorang. Pada aspek pendapatan, dari ketiga *marketplace* ketika menerapkan prinsip etika bisnis islam berpengaruh pada pendapatan yang diperoleh oleh *marketplace* tersebut meskipun secara perlahan.

Dari fakta yang didapat dari wawancara perihal dampak penerapan etika bisnis islam dalam jual beli *online* terhadap perkembangan bisnis pada *marketplace* shopee, jika ditinjau dari prinsip dasar etika bisnis islam menurut Faisal Badroen, maka ada beberapa prinsip yang dapat diterapkan dalam hal tersebut.

1. Prinsip Unity/Ketauhidan

Hasil penelitian yang dilakukan di lapangan menunjukkan bahwa ketiga *marketplace* yakni, Zoescraft.id,¹² Raey Hijab,¹³ dan Stipenstuff¹⁴ telah menerapkan etika bisnis islam pada prinsip unity/ketauhidan yang sesuai menurut Faisal Badroen. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan pemilik *marketplace* Zoescraft.id, yang menyatakan bahwasannya, memberikan contoh yang baik tidak hanya pada saat bekerja tetapi juga pada saat dimanapun mereka berada, serta tetap bisa menjaga hubungan baiknya pada sang Pencipta. Sedangkan menurut *marketplace* Raey Hijab menyatakan bahwa, memperbaiki hubungan dengan Allah, karena setiap harinya mereka

¹² Agustiyana Alfaturrizka. *Wawancara*, Madiun 15 Februari 2023

¹³ Erika. *Wawancara*, Magetan 30 Januari 2023

¹⁴ Kiki. *Wawancara*, Ponorogo 2 Februari 2023

dituntut untuk melakukan kebaikan. Dan menurut *marketplace* Stipenstuff menyatakan bahwa, Allah memberikan rezekinya sesuai dengan kebutuhan kita.

Hal tersebut berarti ada ketaatan dan kepercayaan yang dilakukan meskipun dalam keadaan sedang bekerja dengan selalu menjaga hubungannya dengan Allah, dimana ini merupakan suatu bentuk ketaatan dari manusia untuk tidak lupa akan sebuah kewajibannya walaupun disibukkan dengan urusan dunia. Ini tentunya menjadi sebuah refleksi bersama untuk selalu mengingat Allah dalam setiap kondisi dan situasi apapun, jangan sampai ketika kita disibukkan dengan urusan dunia kita jadi lupa dengan kewajiban kita sebagai makhluk-Nya. Hal ini tentu juga berdampak kepada perkembangan bisnis, karena ketika kita selalu mengingat Allah kita akan selalu berbuat baik dalam melaksanakan sebuah bisnis, terkhusus dalam bisnis jual beli *online*.

2. Prinsip Keseimbangan

Hasil penelitian yang dilakukan di lapangan menunjukkan bahwa ketiga *marketplace* yakni, Zoescraft.id, Raey Hijab, dan Stipenstuff telah menerapkan etika bisnis islam pada prinsip keseimbangan yang sesuai menurut Faisal Badroen. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan pemilik *marketplace* Zoescraft.id, yang menyatakan bahwasannya, tingginya tingkat kejujuran dan tanggung jawab yang dilakukan oleh SDM yang ada dalam menjalankan operasional usaha dalam jual beli *online* pada *marketplace* dan juga tetap menjaga hubungan baiknya dengan sang Pencipta. Sedangkan

menurut *marketplace* Raey Hijab menyatakan bahwa, apapun kegiatan yang dimana kegiatan tersebut selalu melibatkan hal baik didalamnya tentu kebaikan juga akan datang dengan sendirinya, dengan lewat jalan yang kadang tidak disangka-sangka. Dan menurut *marketplace* Stipenstuff menyatakan bahwa, percuma ketika nantinya sudah sukses tapi kita lupa kewajiban di dunia, bagaimanapun juga kehidupan di dunia dan di akhirat juga harus selalu dipikirkan.

Hal tersebut berarti ada sebuah keseimbangan yang dijaga ketika sedang menjalankan sebuah bisnis, dimana hubungan yang dijaga ini adalah hubungan dengan Allah dan hubungan dengan sesama. Hubungan dengan Allah dijaga melalui sebuah perilaku atau tindakan dengan selalu menyempatkan untuk beribadah ditengah-tengah kesibukan saat bekerja. Sedangkan hubungan dengan sesama dilakukan dengan memberikan sebuah profesionalitas dalam bekerja dengan selalu memberikan kualitas terbaik yang dimiliki oleh diri dan juga selalu bertanggung jawab dalam bekerja. Hal ini tentunya berdampak pada perkembangan bisnis, dimana ketika pelaku usaha mampu menjaga kedua hubungan tersebut maka bisnis akan bisa bertahan dalam perkembangan dunia bisnis *online*.

3. Prinsip Kehendak Bebas

Hasil penelitian yang dilakukan di lapangan menunjukkan bahwa ketiga *marketplace* yakni, Zoecraft.id, Raey Hijab, dan Stipenstuff telah menerapkan etika bisnis islam pada prinsip kehendak bebas yang sesuai menurut Faisal Badroen. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan pemilik

marketplace Zoescraft.id, yang menyatakan bahwasannya, memberikan produk yang berkualitas agar konsumen nantinya puas dengan produk-produk yang saya tawarkan. Memberikan harga yang disesuaikan dengan kualitas dari produk, hal ini sebagai strategi saya dalam meraih konsumen dengan memberikan harga-harga yang bisa dibilang murah. Sedangkan menurut *marketplace* Raey Hijab menyatakan bahwa, selalu memberikan produk yang berkualitas, dimana hal tersebut sebagai suatu upaya dalam memberikan produk terbaik kepada konsumen. Memberikan harga yang sesuai dengan kualitas barang untuk menarik daya tarik konsumen nantinya. Dan menurut *marketplace* Stipenstuff menyatakan bahwa, produk yang ada dalam *marketplaceny*a merupakan produk yang baik secara itupun juga sesuai dengan foto asli dari produk tersebut. Soal harga saya memberikan harga yang sesuai dengan kualitas produk.

Hal tersebut berarti ada kebebasan yang diberikan oleh *marketplace* dalam memberikan produk yang berkualitas, dan memberikan harga yang sesuai dengan kualitas. Dimana hal tersebut dilakukan oleh *marketplace* sebagai usaha dalam memberikan hak kepada konsumen untuk menerima barang yang berkualitas, sehingga nantinya konsumen akan rela sedikit mengeluarkan uang lebih banyak tapi memperoleh barang yang berkualitas. Hal ini tentunya berdampak pada perkembangan bisnis, dimana ketika *marketplace* mampu memberikan produk yang memiliki kualitas tinggi maka nantinya kualitas produk dari *marketplace* pesaing akan mengalami peningkatan juga karena adanya persaingan. Hal tersebut akan membuat

semua *marketplace* berlomba-lomba dalam memberikan produk yang berkualitas tinggi sehingga nantinya yang tersedia di *marketplace online* hanya produk-produk berkualitas saja.

4. Prinsip Tanggung Jawab

Hasil penelitian yang dilakukan di lapangan menunjukkan bahwa ketiga *marketplace* yakni, Zoescraft.id, Raey Hijab, dan Stipenstuff telah menerapkan etika bisnis islam pada prinsip tanggung jawab yang sesuai menurut Faisal Badroen. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan pemilik *marketplace* Zoescraft.id, yang menyatakan bahwasannya, pendapatan sedikit demi sedikit juga terasa semakin meningkat mas. Karena buah dari kejujuran yang dilakukan serta tanggung jawab yang dilakkan oleh *marketplace* yang saya jalankan. Sedangkan menurut *marketplace* Raey Hijab menyatakan bahwa, dengan menanamkan kejujuran dan tanggung jawab mampu menjadikan SDM yang ada untuk menambah kualitas diri mereka. Dan menurut *marketplace* Stipenstuff menyatakan bahwa, mereka dituntuut untuk menjaga kejujuran, tanggung jawab serta menjaga kesalehannya dengan selalu menyempatkan untuk sholat wajib di saat waktu bekerjanya.

Hal tersebut berarti ada sebuah tanggung jawab yang dilakukan dalam melakukan transaksi jual beli *online* pada *marketplace* shopee, di mana tanggung jawab yang dilakukan berhubungan ketika sedang melakukan transaksi jual beli. Tanggung jawab dilakukan dalam segala lini ketika melakukan transaksi jual beli, mulai dari pemesanan, pengemasan, sampai ke pengiriman. Secara operasional tanggung jawab memang harus selalu

dilakukan agar nantinya transaksi jual beli *online* ini mampu dilakukan dengan baik dan benar sehingga kesalahan bisa dihindari. Tetapi tidak sampai disitu, tanggung jawab dalam agama juga dilakukan oleh pelaku usaha dengan selalu menyempatkan untuk sholat ketika sedang bekerja. Hal ini tentu menjadi ssuatu yang harus terus dipertahankan karena menjaga hubungan dengan Allah juga perlu dilakukan dalam menjalankan sebuah bisnis jual beli *online*, agar nantinya apa yang kita usahakan sesuai dengan apa yang jadi kehendak Allah. Hal ini tentu berdampak pada perkembangan bisnis, dimana ketika kita mampu menerapkan prinsip tanggung jawab pada operasional usaha kita dalam hal ini jual beli *online* maka nantinya dalam melaksanakan jual beli *online* selalu berjalan dengan baik dan lancar, sehingga konsumen juga puas dengan kinerja yang dilakukan oleh *marketplace* tersebut.

5. Prinsip Kebaikan/Kejujuran

Hasil penelitian yang dilakukan di lapangan menunjukkan bahwa ketiga *marketplace* yakni, Zoecraft.id, Raey Hijab, dan Stipenstuff telah menerapkan etika bisnis islam pada prinsip kebaikan/kejujuran yang sesuai menurut Faisal Badroen. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan pemilik *marketplace* Zoecraft.id, yang menyatakan bahwasannya, tentunya hal ini menjadi langkah positif saya dalam terus menerapkan prinsip-prinsip kebaikan dalam menjalankan sebuah usaha, karena dampaknya akan terasa dengan seiring berjalannya waktu. Sedangkan menurut *marketplace* Raey Hijab menyatakan bahwa, pendapatan mengalami peningkatan hasil dari

sebuah kebaikan yang sudah dilakukan ketika menjalankan sebuah usaha. Dan menurut *marketplace* Stipenstuff menyatakan bahwa, ketika bekerja secara jujur, bertanggung jawab, dan adil pendapatan dari *marketplace* sedikit demi sedikit mengalami peningkatan.

Hal tersebut berarti ada kebaikan/kejujuran yang selalu dijaga dalam melakukan transaksi jual beli, dimana kebaikan dilakukan dalam menjalankan setiap lini usaha. Ketika *marketplace* mampu menerapkan prinsip kebaikan maka akan ada banyak hal positif yang mampu dilakukan, seperti bertindak jujur, bertanggung jawab, menghindari kesalahan dan dari hal tersebut tentunya operasional yang dijalankan akan terhindar dari kesalahan. Hal ini tentunya berdampak pada perkembangan bisnis, dimana ketika kita mampu menerapkan prinsip kebaikan akan ada banyak *marketplace* yang berbuat jujur ketika melakukan sebuah transaksi, sehingga ketika seluruh *marketplace* jujur dalam melakukan transaksi maka akan meminimalisir adanya transaksi yang bathil, dan konsumen akan semakin percaya dalam melakukan transaksi jual beli *online*.

Berdasarkan teori dan fakta di lapangan diketahui bahwasannya dalam penerapan prinsip etika bisnis islam dalam jual beli *online* terhadap perkembangan bisnis pada *marketplace* shopee yang dilakukan oleh beberapa *marketplace* diatas bisa ditarik kesimpulan bahwa dalam penerapan etika bisnis islam sudah dengan baik dilakukan, tetapi perlu pemahaman lebih dalam agar bisa semakin mengerti bagaimana sikap yang harus dilakukan ketika menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis islam. Dan untuk dampaknya

kepada perkembangan bisnis tentu ada banyak dampak yang bisa diambil ketika kita menerapkan prinsip etika bisnis islam dalam bisnis jual beli *online*. Mulai dari menjalankan operasional usaha dengan bertanggung jawab, jujur, dan totalitas, dan menjaga perilaku baik dalam melakukan transaksi jual beli *online*.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

kesimpulan sebagaimana dengan rumusan masalah yang ada, sebagai berikut :

1. Pelaksanaan jual beli *online* pada *marketplace* shopee jika ditinjau dari etika bisnis islam dengan mengacu pada prinsip-prinsip etika bisnis islam secara keseluruhan sudah menerapkan prinsip etika bisnis islam. Masing-masing pelaku usaha memiliki pemahaman dalam proses pelaksanaan jual beli *online*, dan penerapan prinsip etika diimplementasikan pada operasional usaha dan transaksi jual beli *online* tersebut.
2. Problem etis antara pemesanan dan pengiriman pada jual beli *online* pada pelaku usaha di *marketplace* shopee masih ada banyak kesalahan yang mengakibatkan pemesanan dan pengiriman menjadi tidak sesuai. Ada dua faktor terjadinya hal tersebut, kesalahan konsumen sendiri dalam melakukan pesanan, dan kesalahan pada pelaku usaha di *marketplace* Shopee sendiri dalam memproses pemesanan yang membuat pemesanan dan pengiriman mengalami ketidaksesuaian. Tetapi dalam penerapan prinsip etika bisnis islam sudah dilakukan, walaupun tidak secara mendalam dalam melakukannya.
3. Dampak penerapan etika bisnis islam dalam jual beli *online* terhadap perkembangan bisnis pada *marketplace* shopee. Dalam penerapan etika bisnis islam sudah dengan baik dilakukan, tetapi perlu pemahaman lebih

dalam agar bisa semakin menerti bagaimana sikap yang harus dilakukan ketika menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis islam. Dan untuk dampaknya kepada perkembangan bisnis tentu ada banyak dampak yang bisa diambil ketika kita menerapkan prinsip etika bisnis islam dalam bisnis jual beli *online*. Mulai dari menjalankan operasional usaha dengan bertanggung jawab, jujur, dan totalitas, dan menjaga perilaku baik dalam melakukan transaksi jual beli *online*.

Secara umum jual beli *online* pada *marketplace* shopee jika ditinjau dari etika bisnis islam sudah sejalan dengan pandangan etika bisnis islam. Pelaku usaha sudah menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis islam walaupun penerapan yang dilakukan secara tidak sadar dilakukan. Hal tersebut dikarenakan kurangnya literatur yang dimengerti tentang etika bisnis islam, sehingga mereka hanya melaksanakan sebuah jual beli *online* hanya berpatokan pada kebaikan. Tetapi kebikan yang dijabarkan jika dibedah satu persatu mengarah kepada semua prinsip etika bisnis islam.

B. Saran

Dari hasil penelitian ini semoga bisa menjadi refrensi penelitian selanjutnya bagi mahasiswa IAIN Ponorogo terlebih di wilayah jual beli *online* yang sesuai dengan etika bisnis Islam, dan diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai tolak ukur tentang bagaiman pelaksanaan jual beli *online* ini dapat dikatakan mabruk karena dikerjakan sesuai dengan konsep etika bisnis Islam. Adapun beberapa saran dari peneliti kepada para muslim yang melaksanakan jual beli *online* adalah:

1. Bagi pelaku usaha di *marketplace* shopee diharapkan selalu melakukan sebuah usaha berlandaskan kebaikan, karena hal baik akan selalu mengarahkan kita untuk senantiasa mendapatkan sebuah keberkahan dan keuntungan dalam berusaha.
2. Bagi masyarakat kesadaran peran serta masyarakat dalam hal ini adalah konsumen juga dituntut untuk bisa memahami dan mengerti bagaimana jual beli *online*. Serta memahami bagaimana sebuah etika bisnis islam dalam jual beli *online*. Sehingga kedepannya tidak ada lagi kesalahan-kesalahan yang menyebabkan kekecewaan dari pihak penjual ataupun pembeli.



DAFTAR PUSTAKA

- Alfarizi, Irfan. "Trend Jual Beli *Online* Melalui Situs Resmi Menurut Tinjauan Etika Bisnis Islam". Skripsi. Bengkulu: IAIN Bengkulu. 2019.
- Alfiaturrizka, Agustiyana. wawancara, Madiun, 25 Agustus 2022.
- Alimin, Muhammad. Etika & Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta. 2004.
- Andani, Shinta Nova. "Analisis Upaya Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pada Praktik Jual Beli Di Facebook *Marketplace*". Skripsi. Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya. 2019.
- Arief Fajar Prayoga, Pengaruh Fitur Chatting Dan Tawar Pada Aplikasi Shopee Terhadap Kepuasan Pelanggan, Dikutip dari <http://openlibrary.telkomuniversity.ac.id>, Diakses pada hari Sabtu, tanggal 25 Februari 2023, Pukul 02.00 WIB.
- Arijanto, Agus. Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis, (Jakarta: Rajawali Press, 2011)
- Ashar Sunyoto Munandar, Psikologi Industri dan Organisasi, UI-Press: Jakarta, 2001.
- Aziz, Abdul. Etika Bisnis Prespektif Islam, (Bandung : Alfabeta, 2013)
- Badroen, Drs. Faisal MBA.,et al. Etika Bisnis Islam. Jakarta : Kencana. 2006
- Basyir, Ahmad Azhar. Asas-asas Hukum Muamalat. Yogyakarta: UII Press. 2000
- Beekum, Rafik Isa. Etika Bisnis Islam. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2004
- Chanifah, Naili Nur. "Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Jual Beli Melalui *Marketplace Online* Shopee". Skripsi. Semarang: UIN Walisongo. 2021.
- Choundhury, Masudul Alam. The Structure of Islamic Economics : A Comparative Perspective on Markets, ethics, and Economics, [Http://islamicfinance.net](http://islamicfinance.net)
- Dewi, Gemala dkk. Hukum Perikatan Islam Di Indonesia, cet. 2. Jakarta: Kencana, 2005.
- Dikutip kembali dari : 'Atiyah asSayyid Fayyadh, As Sauq Fi An Ndzhom Al Iqtishodi Al Islami, 1997, Kuliyyah Syariah wal Qonun, Univeritas Al-Azhar-Kairo.
- Erika, wawancara, Magetan, 24 Agustus 2022.
- Fayyadh, Atiyah asSayyid. As Sauq Fi An Ndzhom Al Iqtishodi Al Islami, 1997, Kuliyyah Syariah wal Qonun, Univeritas Al-Azhar-Kairo.
- Hasan, Ali. Manajemen Bisnis Syari'ah Kaya di Dunia Terhormat di Akhirat. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2009.

- Ibnu Khaldun. "Al Mukaddimah. Daar el nasr tauzi". Kairo. Jilid 2.
- Ibnu Abidin. "Raddu al Mukhtar ala ad Daar al Mukhtar". Kairo. Jilid 5.
- Kementrian Agama RI, Al-Qur'an Dan Terjemah
- Kiki. Wawancara. Ponorogo, 25 Agustus 2022.
- Kuncoro, Mudrajat. Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi. Jakarta: Erlangga. 2003.
- M. Ali Sodik dan Sandu Siyoto. Dasar Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Literasi media Publishing. 2015.
- Mania, Siti. "Observasi sebagai Alat Evaluasi Dalam Dunia Pendidikan dan Pengajaran," Lentera Pendidikan, Vol. 11, No. 2. Desember. 2008.
- Mustofa, Imam. Fiqih u'amalah Kontemporer. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2016.
- Nani Utami, Nani. "Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli *Online* Sistem Dropshipping Di Ritel Wilayah Ponorogo". Skripsi. Ponorogo: IAIN Ponorogo. 2018.
- Ningsih, Reni Widya. "Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli *Online* Di Tokopedia". Skripsi. Lampung: UIN Raden Intan Lampung. 2020.
- Nur Rahmi, "Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Jual Beli *Online* Dan tinjauan dari Prespektif Hukum Ekonomi Syariah", Skripsi (Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar, 2021).
- Qanitah An Nabila A'yun, "Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli *Online* Pada E-Commerce Populer Di Indonesia", JPSDa: Jurnal Perbankan Syariah Darussalam, Volume 1, Nomor 2. 2021.
- Retnoningsih dan Suharno. Kamus Besar Bahasa Indonesia. Semarang: Widya Karyah.
- Rianti, "Analisis Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Terhadap Transaksi Jual Beli Pada *Marketplace* LAZADA", Niqosiya: Journal of Economics and Business Research, Volume 1, Nomer 1. 2021.
- Rivai, Veithzal. Islamic Business And Economic Ethics. Jakarta: Bumi Aksara. 2012.
- Sarwono, Jonathan. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2006.
- Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta. 2016.
- Taslim. "Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Transaksi *Online* Dan Penjual Pakaian Di Pasar Sentral Pinrang". Skripsi. Sulawesi Selatan: IAIN Parepare. 2018.

Wahyuni, Eka Sri. “Trend Jual Beli *Online* Situs Resmi Menurut Tinjauan Etika Bisnis Islam”, Baabu Al-Ilmi: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah, Volume 4, Nomor 2, (2019)

Wiratna Sujarweni, Wiratna. Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi. Yogyakarta: Pustaka Baru Press. 2019.

