

## **IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM DALAM TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE PADA E-COMMERCE POPULAR DI INDONESIA**

**Qanitah An Nabila A'yun<sup>1</sup>, Nafisah Maulidia Chusma<sup>2</sup>, Cindy Nurul Aulia  
Putri<sup>3</sup>, Fitri Nur Latifah<sup>4</sup>**

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo<sup>1,2,3,4</sup>

[qanitahannabilaa@gmail.com](mailto:qanitahannabilaa@gmail.com)<sup>1</sup>, [nafisahmch100@gmail.com](mailto:nafisahmch100@gmail.com)<sup>2</sup>  
[cindyputri2808@gmail.com](mailto:cindyputri2808@gmail.com)<sup>3</sup>, [fitri.latifah@umsida.ac.id](mailto:fitri.latifah@umsida.ac.id)<sup>4</sup>

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui implementasi etika bisnis Islam terhadap transaksi jual beli online pada *e-commerce* terpopuler di Indonesia. Metode penelitian ini adalah kualitatif yang menggunakan bidang studi literatur (*literature review*). Pengumpulan data dilakukan dengan mengumpulkan sumber artikel berbentuk jurnal dan prosiding terdahulu sebanyak 13 artikel terpilih yang relevan. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa transaksi jual beli online pada *e-commerce* Shopee, Tokopedia, Lazada, dan Bukalapak dalam penerapannya telah berupaya menyesuaikan dengan etika bisnis Islam, namun beberapa kasus *human error* atau kurangnya pemahaman ekonomi syariah yang baik dan benar dari pihak instansi maupun pengguna, hal ini menyebabkan adanya keraguan terhadap implementasi prinsip syariah Islam pada *e-commerce* tersebut.

**Kata Kunci: Etika Bisnis Islam, Jual Beli Online, E-Commerce**

### **Abstract**

*This research aims to analyze and know the implementation of Islamic business ethics on online buying and selling transactions on the most popular e-commerce in Indonesia. This research method is qualitative that uses the field of literature review. Data collection is done by collecting the source of articles in the form of journals and previous proceedings as many as 13 selected articles that are relevant. The results of this study can be concluded that online buying and selling transactions on e-commerce Shopee, Tokopedia, Lazada, and Bukalapak in their application have tried to conform to Islamic business ethics, but some cases of human error or lack of understanding of sharia economy are good and correct from the agency and users, this causes doubts about the implementation of Islamic sharia principles in e-commerce.*

**Keywords: Islamic Business Ethics, Buying and Selling Online, E-Commerce**

### **A. PENDAHULUAN**

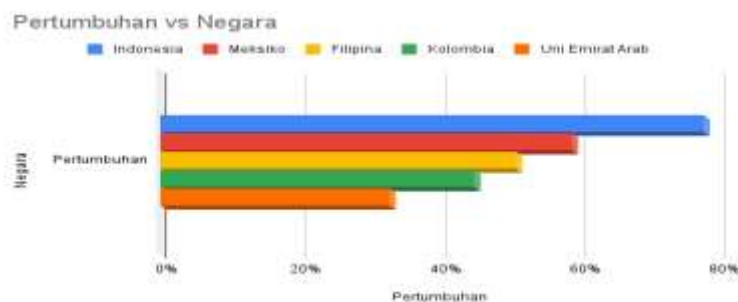
Islam merupakan bukti adanya ajaran yang sempurna dimuka bumi ini, terbukti dengan adanya perintah Allah untuk menyeimbangkan antara sisi ibadah (Hablum minallah) dengan sisi muamalah (Hablum minannas). Salah satu bentuk penerapan Hablum Minannas dalam kehidupan masyarakat yaitu adanya kegiatan jual beli. (Azizah, 2020) Transaksi jual beli telah ada sejak zaman Rasulullah, bahkan Rasulullah menganjurkan umatnya untuk mencari rezeki dengan cara perdagangan

sesuai sabdanya yaitu “ *Wahai Rasulullah, mata pencaharian (kasb) apakah yang paling baik? “ Beliau bersabda “Pekerjaan seorang laki-laki dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang mabrur (diberkahi)” (HR. Ahmad 4:141). Hadist tersebut menggambarkan bahwa jual beli mengandung manfaat yang sangat besar bagi sesama manusia. Selain dapat menyambung silaturahmi, transaksi jual beli juga dapat menolong sesama manusia dengan memenuhi kebutuhan mereka. Tidak hanya itu, jual beli bahkan menjadi solusi permasalahan ekonomi yang membuat Bank Inggris bangkrut yakni Riba.(Gultom et al., 2019).*

Sesuai firman Allah dalam surah Al-Baqarah ayat 278-280, “*Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman. Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. Dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak menganiaya dan tidak (pula) dianiaya. Dan jika (orang yang berhutang itu) dalam kesukaran, maka berilah tangguh sampai dia berkelapangan. Dan menyedekahkan (sebagian atau semua utang) itu, lebih baik bagimu, jika kamu mengetahui.”* Untuk itu Rasulullah pernah bersabda bahwa, dari 10 sumber rezeki umatnya 9 diantaranya terdapat pada transaksi jual beli.(Suretno, 2018).

Di era globalisasi yang serba digital saat ini, hampir seluruh lini kehidupan mengalami transformasi ke arah digital termasuk kegiatan jual beli. Menurut Sanusi dalam Rasidowati dan Santoso, perpaduannya antara teknik komputer, telekomunikasi, media dan informasi telah mendukung pertumbuhan bisnis yang signifikan, sebab segala informasi bisa ditampilkan dengan canggih dan mudah didapat yang kemudian dikenal dengan perdagangan secara elektronik atau electronic commerce (selanjutnya disebut e-commerce). Salah upaya yang harus dilakukan dalam merencanakan jual beli elektronik (e-commerce) adalah mempromosikan informasi kelebihan barang dan memperluas jaringan segmentasi pasar dengan peruntukan yang lebih luas untuk mendapatkan keuntungan dan daya saing yang lebih kompetitif dan bersifat global. (Kasmi & Candra, 2017).

Berikut pertumbuhan e-commerce di beberapa negara:



**Gambar 1 .** Pertumbuhan Pengguna E-commerce di beberapa Negara

Berdasarkan dari Gambar 1, maka negara Indonesia menduduki pertumbuhan pengguna e-commerce tertinggi didunia dari beberapa negara didunia, yakni dengan persentase pertumbuhan 78% setiap tahunnya. Data tersebut menunjukkan bahwa hadirnya e-commerce sangat berpotensi pada perekonomian di Indonesia. Didukung pula oleh munculnya beberapa situs penjualan seperti Bukalapak, Tokopedia, Shopee, Lazada, Bibli, Zalora, dan lain-lainnya.(Kasmi & Candra, 2017) Hal tersebut dapat terjadi karena beberapa kelebihan yang dimiliki oleh e-commerce antara lain kegiatan transaksi didalamnya tidak terbatas oleh geografis, lebih efektif dalam segi waktu, serta efisien dalam segi biaya. Kendati demikian, sekalipun e-commerce memiliki banyak kelebihan yang menjadi pibadona, sistem tersebut juga memiliki banyak kekurangan salah satunya yakni terjadi penipuan yang terjadi akibat barang tidak dikirim setelah uang ditransfer. Fisik barang tidak sesuai dengan foto barang yang tertera di e-commerce juga menjadi salah satu kekurangan e-commerce. Untuk itu, perlu adanya peranan etika bisnis islam dalam transaksi jual beli online atau e-commerce untuk menjadi landasan dalam melakukan transaksi bisnis, sebab Islam sangat menganjurkan berbuat adil dalam berbisnis, serta melarang dalam berbuat curang agar mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat.(Hardiati, 2021) Berdasarkan pemaparan diatas, penulis ingin mengkaji penerapan etika bisnis islam pada e-commerce dengan menggunakan studi literatur.

## **B. LANDASAN TEORI**

### **a. Implementasi**

Diterapkan melalui kehidupan sehari-hari yang kemudian memiliki dampak bagi yang menerapkan suatu hal dalam sebuah kegiatan adalah implementasi, dalam hal ini implementasi merupakan “*put something into effect*” bagaimana implementasi akan memberikan efek atau pengaruh baik maupun buruk terhadap strategi apapun yang akan dilaksanakan. Implementasi sendiri dikatakan juga sebagai sebuah media guna penerapan suatu hal, atau bisa berupa peraturan yang telah disiapkan (Safitri, 2019).

### **b. Etika**

#### **a) Etika Secara Etimologi**

Pada bahasa Yunani memiliki 2 makna kata yang meliputi *ethos* yang artinya kebiasaan, sifat dan watak dan *ethicos* yang artinya perbuatan baik dan juga kelakuan. Etika sendiri sebenarnya hampir sama dengan kata moral atau *mos*, yang memiliki arti kebiasaan, watak dan juga tatanan hidup. Jika moral adalah ilmu yang membahas tentang sebuah pengertian dalam baik dan buruk, etika lebih kepada sebuah pelajaran atau ilmu untuk memahami tentang kebaikan dan juga keburukan.

#### **b) Etika Menurut Terminologi**

Secara terminologi etika memiliki sebuah makna dari bahasa Sanskerta yakni “Susila”, yang maknanya lebih pada menunjukkan sebuah dasar-dasar, kemudian sebuah prinsip, aturan kehidupan atau makna dari Sila dan makna Su yakni menjadi yang lebih baik, jika digabungkan Susila ini adalah prinsip dasar kehidupan yang lebih baik (Reksiana 2018).

c) Etika Menurut Bahasa Arab

Pada bahasa Arab etika disebut sebagai *akhlaq*, yang mana akhlaq ini juga dibagi menjadi 2 macam yakni akhlaq mahmudah (akhlaq yang baik atau bisa disebut sebagai terpuji) dan akhlaq madzmumah (akhlaq yang buruk atau bisa disebut tercela tidak pantas dan tidak baik).

c. Bisnis

a) Bisnis Secara Umum

Bisnis merupakan sesuatu hal yang memiliki hubungan dengan usaha, yang mana secara individu maupun sekelompok orang dan sebuah organisasi sedang melakukan kegiatan jual beli yang dapat menghasilkan sebuah keuntungan atau laba serta melakukan kegiatan yang dapat memberi kemajuan bagi perekonomian.

b) Bisnis Secara Islam

Dalam ajaran agama islam, bisnis sendiri adalah susunan dari beberapa kegiatan yang mana jumlah sebuah kuantiti kepunyaan pada sebuah harta dalam barang dan sebuah jasa, pun dalam sebuah keuntungan atau profit, tetapi sangat memiliki batasan dalam bagaimana memperolehnya, penggunaannya, juga manfaat dan apakah dari aspek segala hal dalam bisnis itu sesuai dengan prinsip islam dan sudahkah menjauhi keharaman dan benar-benar menjalankan kegiatan bisnis yang halal dari proses produksinya hingga distribusinya (Hasan 2014).

d. Etika Bisnis Islam

Etika bisnis islam merupakan sebuah akhlaq dalam melaksanakan sebuah kegiatan bisnis yang menerapkan nilai ajaran agama Islam, yang pada kegiatan bisnis nya tidak perlu risau ada kekhawatiran, karena telah dianggap dan diyakini sebagai hal yang benar, etika bisnis Islam ini tentunya merujuk pada al-Qur’an dan al-Hadist sebagai pedoman dan strategi dalam penerapan bisnis yang baik. Dimana pada kegiatan bisnis disini menerapkan banyak kebaikan yang memberikan kemaslahatan bagi banyak orang disetiap waktu.

Nilai-nilai etika bisnis yang merujuk pada al-Qur’an dan al-Hadist mengamalkan beberapa hal: *Tauhid/Unity* sebuah kesatuan yang memberikan hubungan antara ekonomi, social yang akan membentuk sebuah hal yang penting bagi tatanan islam. *Equilibrium* yang memiliki makna keseimbangan atau keadilan, dalam uslam tentunya sangat diharuskan berbuat adil terutama pada bisnis yang dilarang keras untuk melakukan sebuah kecurangan hingga menimbulkan

permusuhan. *Free will* yang maknanya sebuah kehendak yang bebas, kebebasan dalam hal ini tidak merugikan pihak lain dan memiliki peranan penting pada etika bisnis islam. *Responsibility* tanggung jawab yang dilakukan oleh setiap orang guna memenuhi sebuah kepentingan dan kesatuan yang menjadi hak tindakannya atas segala kegiatan yang telah diberikan wewenangnya kepada setiap manusia dan organisasi (Djakfar, 2012).

e. Transaksi

Transaksi merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan oleh 2 orang atau lebih yang merubah sebuah objek benda, harta dan keuangan yang dimiliki menjadi objek yang bertambah maupun berkurang, dalam hal ini contoh dari kegiatan transaksi yang dilakukan meliputi jual beli, membayar hutang, serta yang berhubungan dengan kegiatan ekonomi. Dalam kegiatan transaksi tentunya atas kerelaan dua belah pihak.

a) Transaksi Menurut Para Ahli

1. Slamet Wiyono

Beliau mengatakan bahwa kegiatan transaksi merupakan sebuah peristiwa ekonomi dan juga keuangan yang diperankan atau sedang dilangsungkan oleh dua orang atau lebih dimana pihak-pihak yang sedang melaksanakan kegiatan tersebut melaksanakan sebuah usaha, adanya pinjam dan meminjam juga meliputi keinginan dari individual juga sebuah peraturan hukum yang berjalan.

2. Mursyidi

Beliau menyampaikan bahwa sebuah makna dari kegiatan transaksi merupakan sebuah peristiwa pada lingkup bisnis yang di dalamnya tidak hanya ada proses jual dan beli serta pembayaran juga penerimaan uang, tetapi dalam hal ini juga mementingkan sebuah kehilangan, arus, peristiwa buruk juga peristiwa lainnya yang saling berkaitan yang kemudian dinilai dengan menggunakan uang (Pandita, 2021)

f. Transaksi Menurut Ekonomi Islam

Pada sebuah ekonomi islam transaksi merupakan sebuah kegiatan yang harus berdasarkan dengan al-Qur'an dan as-Sunnah, karena menurut ekonomi islam transaksi yang dilakukan sesuai perintah Allah Ta'ala akan lebih bermanfaat. Transaksi pada ekonomi islam lebih mengedepankan keadilan dan kemaslahatan sehingga tidak ada satu pihak yang merasa dirugikan (H, 2017). Pada ekonomi islam pun memiliki beberapa jenis transaksi, yang mana pada setiap transaksi ini jenis akadnya berbeda dan memiliki kriteria masing-masing.

g. Transaksi yang Dilarang Menurut Ekonomi Islam

- a) Riba, pada hal ini ada tambahan atas pokok dari sebuah hutang, jika kita sedang melakukan transaksi pinjam meminjam, pihak yang meminjamkan meminta

lebih nominal dari yang dipinjam oleh peminjam bisa dua kali lipat maupun lebih.

- b) Gharar, ketidakjelasan atau biasa disebut oleh masyarakat sebagai sistem ijon maupun untung-untungan yang membuat konsumen menjadi lengah dan dirugikan.
- c) Maysir, kegiatan maysir ini merupakan sebuah perjudian.
- d) Ikrah, kegiatan yang memaksakan kehendak salah satu pihak.

Kemudian pada kegiatan transaksi hendaknya tidak bermain-main dengan akad atau perjanjian di awal, supaya tidak batal dan rusak selama akad yang telah disepakati dan dijalankan di awal.

#### h. Jual Beli *Online*

Jual beli *online* sarana kegiatan menjual barang dan membeli dilakukan secara daring atau *digital* namun tetap menggunakan sebuah pembayaran secara langsung atau dimuka, dan pada akad jual beli dengan dilakukannya pembayaran dimuka dan barangnya ditunda sesuai dengan jangka waktu ialah akad *salam*. Menurut kumpulan hukum ekonomi islam pada buku Fiqih ekonomi syariah yang ditulis oleh DR. Mardani (Siti Dwi Pujiyanti 2020), *salam* sendiri merupakan sebuah jasa pembiayaan yang memiliki hubungan pada jual beli dimana transaksi pembayarannya bebarengan dengan adanya pemesanan barang namun barangnya ditunda atau pemberian waktu sesuai dengan perjanjian atau akad. Sedangkan akad *Istisna* sendiri merupakan sebuah transaksi dengan cara pembayaran yang disegerakan juga bisa ditunda sesuai dengan perjanjian dan pemberian barang yang ditunda (Mitra Sami Gultom, Melda Putri 2019).

Tentunya pada agama Islam pada setiap kegiatan ekonomi atau perdagangan harus mempunyai sebuah pegangan atau rujukan hukum berdasarkan hukum Islam yang meliputi al-Qur'an dan al-Hadist serta sebuah Ijtihad, sedangkan pada konsep yang dilaksanakan pada kegiatan etika bisnis Islam pada pelaksanaan transaksi jual beli *online* berdasarkan pandangan fiqh ekonomi Islam serta Fatwa dari DSN-MUI.

#### i. Sistem Transaksi Jual Beli *Online* dalam Islam

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

j. E-Commerce

*E-commerce* adalah sebuah mekanisme kegiatan transaksi dengan mengaplikasikan jaringan komunikasi media elektronik yakni internet, yang mana pada internet ini digunakan oleh negara maju juga negara berkembang, dimana kegiatannya tidak perlu lagi ada pembatasan geografis juga bisa mencapai efisiensi juga sebuah *speed* penyelenggaraan kegiatan bisnis (Diniarti Novi Wulandari, Budi Santoso 2017). Kegiatan *e-commerce* merupakan akad jual beli *salam* dan *Istisna*, transaksi jual beli merupakan sebuah transaksi dengan kegiatan pembayaran di awal atau di muka, pun halnya dengan *e-commerce* yang pada saat transaksi, pembeli melaksanakan sebuah hak *khiyar* atau pilihannya pada objek benda yang dibutuhkan sesuai pada kebutuhan dan juga keinginan si pembeli.

a) Jenis *E-Commerce* Popular di Indonesia

1. Shopee

Shopee, siapa yang tidak mengenal aplikasi *e-commerce* ini, yang penjualannya sangatlah banyak dari berbagai negara non-Muslim hingga negara Muslim, yang memiliki beberapa komponen meliputi penjual, pembeli juga penyedia objek dagangan yang menerapkan sarana etika bisnis islam untuk kemaslahatan. Dalam aplikasi shopee ini transaksinya tidak selalu aman, meskipun keamanan telah dicek sedemikian rupa. Dan shopee ini mempunyai banyak peminat tertinggi hingga pada tahun 2021 ini. Dengan adanya aplikasi ini dapat memudahkan para *customer* untuk membeli apa yang dibutuhkan, dan pembayaran dapat dilakukan melalui transaksi antar bank, via indomaret maupun alfamart dan juga bisa melakukan pembayaran melalui shopee *pay* dan sistem COD (Siska Risdianti, Sandy Rizki Febriadi 2019).

2. Tokopedia

Tokopedia merupakan salah satu *E-commerce* yang mempunyai total peminat tertinggi pada sebuah data triwulan III di negara Indonesia di tahun 2018, strategi pada promosi yang dilaksanakan platform tokopedia ini memberikan sebuah hal dan iklan yang membuat *customer* tertarik, melalui sebuah promosi bahkan gratis ongkir dan juga iklan lainnya. Dengan mendapatkan sebuah barang yang tetap memiliki kualitas bagus, dan tokopedia ini ingin menjalin sebuah kepercayaan bagi para peminatnya untuk mengukur bahwa platform tokopedia ini termasuk dalam *e-commerce* yang terpercaya dan akurat, namun pada sudut lainnya mereka hadir guna mewujudkan sebuah pemerataan aspek ekonomi pada negara Indonesia (Fitri Noer Janah, Ghina Wahyuningasih 2019).

3. Lazada

Platform lazada merupakan sebuah *e-commerce* yang banyak diminati oleh masyarakat Indonesia pada platform ini menyediakan jasa jual beli retail, lazada ini juga sangat lumayan baik dalam peringkat pertumbuhannya namun

perusahaan ini berusaha agar tetap bisa menyediakan fasilitas kemudahan untuk *customer*. Dan lebih mudah untuk memilih jenis objek dari kategori apapun dari elektronik, dekorasi, fashion, objek kesehatan juga kecantikan dengan mudah mengakses nya dimanapun *customer* lazada singgah (Deby Melani, Sandi Rizki Febriadi 2020).

#### 4. Bukalapak

Bukalapak merupakan sarana jual beli online dengan pemberian jaminan 100% uang kembali kepada *customer*, pada hasil survey di tahun 2016 bukalapak ada pada posisi 348. Platform *e-commerce* ini dibentuk untuk jangka waktu panjang dan sangat berharap bahwa bukalapak dapat memberikan fasilitas kategori produk atau objek benda yang akan dijual beragam, serta pemberian sebuah konten media yang mudah. Bukalapak hadir bukan untuk menikmati hasil sendiri untuk perusahaannya, namun bagaimana mereka mementingkan perkembangan UKM yang tersebar luas di Indonesia, dapat dilihat pada visi misi bukalapak guna motivasi pada karya, karena bukalapak ini maih pada perkembangan untuk menjadi *e-commerce* tujuan para masyarakat atau *customer* bukalapak terus menerus akan mengupgrade lebih baik dan bukalapak sendiri sudah mendapat dana kepercayaan dari para inverstor dalam perjalanan bisnisnya (Diniarti Novi Wulandari, Budi Santoso 2017).

### C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif yaitu menggunakan bidang studi literatur (*literature review*) dengan mengumpulkan sejumlah referensi penelitian berupa artikel jurnal dan prosiding. Tujuan dari metode ini untuk menghasilkan berbagai teori relevansi atau interpretasi sesuai dengan permasalahan penelitian sebagai bahan rujukan dalam hasil dan pembahasan. Kriteria artikel acuan pada penelitian ini terkait implementasi etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli online pada *e-commerce* populer di Indonesia.

Pengumpulan *literature review* mencakup beberapa tahapan diantaranya pencarian artikel yang terbit pada rentang tahun 2014 – 2021 menggunakan 6 kata kunci judul diantaranya “etika bisnis islam ecommerce”, “etika bisnis islam ecommerce di Indonesia”, “etika bisnis islam pada ecommerce shopee”, ”etika bisnis islam pada ecommerce tokopedia”, “etika bisnis pada ecommerce lazada”, dan “etika bisnis islam pada ecommerce bukalapak” yang teridentifikasi berdasarkan isi jurnal relevan dan sesuai dengan topik penelitian. Pencarian artikel menggunakan portal *Google Scholar* menghasilkan sebanyak 7.166 judul, kemudian peneliti mengelompokkan sejumlah artikel dan mendapatkan 13 artikel relevan. Setelah melakukan analisis terkait struktur artikel dan kesesuaian dengan topik penelitian, peneliti membandingkan artikel yang saling berhubungan atau memiliki hasil



penelitian sejenis. Selain itu, ada penambahan artikel jurnal lain yang bersifat memperkuat dan menambah ketajaman pembahasan hasil penelitian.

#### **D. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada penerapan etika bisnis islam yang baik akan mewujudkan kemudahan dalam setiap proses kegiatan transaksi bisnisnya, terlebih pada era yang semakin canggih ini seseorang yang membutuhkan perlengkapan apapun telah disediakan oleh beberapa *e-commerce* populer yang ada di negara Indonesia. Namun dewasa ini masih banyak pedagang yang kurang dalam menerapkan etika bisnis pada kegiatan bisnis mereka, mulai dari kurangnya kejujuran, keadilan, bahkan banyak sekali kecurangan yang mungkin pelanggan tidak mengetahui hal tersebut.

*E-commerce* sangat membantu dalam kebutuhan masyarakat, transaksi yang dilakukan pun dengan mudah dilaksanakan, hingga jual beli *online* ini diminati mulai dari anak-anak, remaja, bahkan orang dewasa. Namun penerapan etika bisnis yang masih kurang ini membuat larangan dalam transaksi dalam Islam ini menjadi acuh, adanya ketidak jelasan barang yang ternyata barang yang tak layak tetap di kirimkan pada pemesan, sehingga pemesan memberikan rating yang kurang baik, menimbulkan kerugian antara satu dengan yang lainnya bahkan adanya penipuan uang sudah transfer barang tidak dikirim, oleh sebab itu tetap menjaga etika bisnis islam pada setiap transaksi jual beli *online* yang akan diberlangsungkan, agar semua pihak yang melaksanakan kegiatan transaksi di *e-commerce* saling memberikan manfaat.

Dalam hal ini adanya kebutuhan yang paling mendasar pada kegiatan perdagangan atau transaksi dengan *e-commerce* yakni dengan promosi informasi keistimewaan pada objek serta memperbesar tempat pangsa pasar sesuai sasaran yang lebih baik dan luas guna terwujudnya sebuah keuntungan dan juga sebuah daya saing yang lebih unggul, kompetitif serta secara global. *E-commerce* sendiri adalah sistem yang disusun dan dibentuk tentunya memiliki sebuah misi guna kemajuan serta kelancaran pada sebuah efektifitas pada saat berdagang yang memanfaatkan media teknologi serta sebuah informasi di era yang semakin maju dan berkembang pesat, kemudian pada peningkatan kualitas objek barang maupun jasa serta informasi yang dapat meminimalisir masalah biaya yang kurang penting, hingga pada harga objek benda juga informasi bisa dimaksimalkan tanpa harus meminimalisir sebuah quantity juga kualitas pada objek benda atau barang itu (Ruslang, Muslimin Kara 2020).

Pada *e-commerce* populer di negara Indonesia terus bersaing pesat dalam fasilitasnya, untuk mendapatkan rating terbaik dan kepercayaan setiap platform baik itu shopee, tokopedia, lazada, dan bukalapak harus bersaing sehat dalam kegiatan jual belinya, dari kartal data dibawah ini bisa dilihat perkembangan kemajuan *e-commerce* top 7 di Indonesia pada tahun 2020.



**Gambar 2.** Survey *E-commerce* yang Diminati Masyarakat

Menurut Ustadz Mustafa Omar (Amiruddin, 2016) terdapat lima tahap yang direkomendasikan oleh Islam untuk memastikan validitas *e-commerce*, yaitu :

1. Memulai Kontrak (*At-Ta'aqut*), memenuhi persyaratan akad bagi pihak penjual dan pembeli terkait barang yang diperjualbelikan, harga yang telah sesuai dengan prinsip Islam dan adanya serah terima (*ijab qabul*).
2. Konfirmasi validitas, setelah semua rukun atau persyaratan akad telah terpenuhi, kemudian memastikan transaksi tersebut telah bebas dari unsur yang diharamkan dalam jual beli seperti *Maysir*, *Gharar*, dan *Riba*.
3. Pelaksanaan (*Nafath*), pada tahap ini pihak pembeli memulai prosedur pemesanan dan melakukan proses pembayaran terhadap barang yang telah dipilih.
4. Banding (*Ilzham*), dalam tahap ini harus ada suatu perjanjian atas kesepakatan yang telah kedua belah pihak buat, di mana tidak boleh ada pembatalan secara sepihak, sehingga harus ada alasan yang jelas dan transparan agar tidak menimbulkan salah paham atau bahkan tanda-tanda penipuan.
5. Pengiriman barang jual beli, setelah melakukan serangkaian proses tahapan kesepakatan, kemudian pihak penjual diharuskan mengirimkan barang yang telah dipesan oleh pembeli sesuai dengan keinginan pembeli dan tiba di lokasi alamat tercantum pada saat pemesanan.

Pada Gambar 2 terdapat ilustrasi beberapa *e-commerce* yang menjadi situs jual beli online paling banyak dikunjungi oleh masyarakat atau para pengguna di seluruh Indonesia. Berdasarkan 13 artikel yang telah dianalisis, peneliti menemukan persamaan maupun perbedaan dari kesimpulan hasil penelitian terdahulu. Adapun hasil analisis tersebut kemudian diproses kembali menjadi interpretasi berupa ringkasan sesuai dengan pilihan *e-commerce* populer empat teratas sebagai berikut :

a. E-Commerce Shopee

Transaksi jual beli *online* yang dilakukan pada Shopee dinilai telah sesuai dengan *maqashid syariah*, hal ini dapat dilihat dari kelima konsep penting yang telah terpenuhi seperti (a) *hifdz al-diin* (kepatuhan terhadap agama) Shopee menyesuaikan penjualan barang-barang yang hukumnya haram dan halal dengan keadaan serta kebutuhan di masing-masing negara, (b) *hifdz al-nafs* (menjaga jiwa) dalam hal ini Shopee memiliki kebijakan untuk tidak memberikan hak penjual untuk menjual barang yang berbahaya bagi jiwa konsumen maupun yang lainnya, (c) *hifdz al-aql* (menjaga akal) ditunjukkan dengan adanya fitur deskripsi penjelasan deskripsi produk yang bertujuan agar konsumen dapat mempertimbangkan keputusannya begitupun untuk menghindari unsur saling terzalimi, (d) *hifdz al-maal* (melindungi harta) Shopee memberikan peluang kerja bagi banyak masyarakat sehingga dapat memberikan penghasilan untuk mencukupi kebutuhan hidup, dan (e) *hifdz al-nasab* (menjaga keturunan) berhubungan dengan konsep sebelumnya, harta yang halal kemudian akan dapat memelihara keturunan dalam keluarga (Ruslang et al., 2020). Transaksi Shopee berusaha mengikuti etika bisnis Islam yang diajarkan oleh Rasulullah SAW. Sehingga hal ini dikatakan bahwa Shopee telah sesuai dengan prinsip syariah Islam (Masruroh, 2020).

Namun dalam beberapa kasus, transaksi jual beli pada Shopee masih belum dapat menerapkan etika bisnis yang sesuai prinsip syariah Islam, hal ini dikarenakan masih adanya perbuatan sejenis *gharar* (penipuan) dimana tidak sedikit penjual yang memposting produknya dengan menggunakan gambar atau foto tidak sesuai dengan aslinya agar terlihat lebih menarik bagi pembeli (Azizah, 2020). Selain itu masih ada kasus lain yang mengakibatkan Shopee mendapat penilaian tidak sesuai syariah Islam yaitu terkait wanprestasi atau keterlambatan pemenuhan kewajiban dalam proses pencairan dana secara tepat waktu karena pihak *e-commerce* tersebut tidak mememuhi suatu perjanjian tertentu. (Risdayanti et al., 2014).

b. E-Commerce Tokopedia

*E-commerce* populer kedua di Indonesia ini dalam pelaksanaan bisnisnya di Tokopedia telah menerapkan kejujuran yang tercermin pada fitur penulisan deskripsi sesuai kondisi produk, postingan foto produk yang sesuai asli dan pengiriman produk sesuai pesanan pembeli, menerapkan keramahan yang terlihat dari penjual sesegera mungkin membalas pesan pembeli, serta menjaga hubungan baik antara penjual dengan pelanggan menjadi salah satu peran penting bagi Tokopedia dalam merawat bisnis agar berkembang lebih pesat. Transaksi jual beli online pada Tokopedia sudah menerapkan etika bisnis Islam, namun karena beberapa aspek tertentu, seperti latar belakang anggota *Tokopedia Community* tidak semua memahami ekonomi syariah, hal ini menjadikan penerapan etika bisnis Islam dalam perusahaan ini belum sepenuhnya sesuai dengan syariah Islam (Pujiyanti & Wahdi, 2020).

Transaksi halal sesuai syariah yang terjadi antara pihak penjual dan pembeli tentunya tidak terlepas dari kaidah yang biasa disebut dengan akad jual beli. Akad yang terdapat dalam aplikasi Tokopedia yaitu akad jual beli salam dan akad ijarah. Kedua akad pada *e-commerce* ini dinilai telah sejalan dengan sistem pembayaran salam dalam transaksi ekonomi syariah (Sukmayanti, 2020). Pada akad jual beli salam dapat terlihat dari fitur yang memudahkan kegiatan jual beli dengan menampilkan jenis produk, spesifikasi produk, harga dan lainnya tercantum lengkap di aplikasi Tokopedia, kemudian setelah pembeli memutuskan untuk membeli sebuah produk barang penjual, maka pembeli akan diarahkan dalam proses pembayaran dengan ketentuan dan petunjuk yang dapat dipahami secara mudah. Setelah proses pembayaran telah selesai dilengkapi oleh pembeli, pesanan akan segera diterima dan penjual mengemas hingga melakukan proses pengiriman hingga produk tiba sesuai alamat pesanan. Sedangkan pada akad ijarah dapat terlihat dengan adanya kode unik yang tertera saat proses pembayaran yang menggunakan pilihan alat transfer bank dan lainnya (Sukmayanti, 2020).

Keseluruhan penelitian terdahulu mendapatkan hasil bahwa Tokopedia merupakan salah satu situs jual beli online dengan pelaksanaan transaksi yang telah sesuai dengan ketentuan syariah Islam. Bahkan, pada aspek etika bisnisnya dalam strategi promosi produk, Tokopedia juga telah menerapkannya sesuai dengan prinsip syariah Islam atau etika bisnis Islam, dimana tidak ada penipuan dan melakukan promosi sesuai dengan keadaan nyata yang ada (Janah et al., 2019).

#### c. E-Commerce Lazada

Posisi ketiga teratas dan terpopuler berikutnya adalah Lazada. Ditemukan keunikan terkait sumber artikel *platform* jual beli *online* ini, ketiganya memiliki bahasan yang berbeda dan saling melengkapi. Pelaksanaan transaksi pada Lazada berhubungan dengan suatu akad yaitu akad jual beli salam. Menjalankan akad salam terdapat rukun dan syarat yang tentunya harus terpenuhi. Salah satu rukun dan syarat yang telah dipenuhi oleh Lazada adalah jenis *e-commerce* B2C yang menyetok barang jualannya terlebih dahulu dan merupakan produk yang diperbolehkan untuk dijual, bersih dan diserahkan kepada pembeli. Kemudian, Lazada menerapkan kebijakan bahwa penjual dan pembelinya harus jelas identitasnya, dalam artian orang yang cakap dan berakal, serta bukan anak kecil yang belum paham tentang jual beli yang baik dan benar. Semua sistem Lazada memberikan fasilitas untuk melakukan akad *as-salam* dan bertujuan mempermudah kedua belah pihak yang sedang berjauhan tempat untuk melakukan kegiatan transaksi. (Darmawansyah & Polindi, 2020).

Hak untuk memilih (*khiyar*) tidak hanya berlaku dalam transaksi *offline*, begitu juga pada transaksi jual beli *online* pun dapat berlaku. Beberapa meragukan pelaksanaan *khiyar* secara *online* ini karena pembeli tidak memiliki kesempatan untuk melakukan kontak langsung dengan penjual dan tidak dapat dengan mudah memverifikasi kualitas barang, sehingga tidak ada kekuatan dalam tawar-menawar

(*khiyar*). Kemudian, peneliti berhasil mendapatkan hasil penelitian terdahulu yang menemukan bahwa Lazada termasuk *e-commerce* satu-satunya menerapkan *khiyar ru'yah*, sedangkan *e-commerce* lain tidak (Amiruddin, 2016). *Khiyar ru'yah* adalah hak untuk memilih bagi pembeli untuk menyatakan batal atau berlakunya jual beli yang ia lakukan terhadap suatu objek yang belum ia lihat ketika akad berlangsung (Shafarni, 2018).

Namun, dalam beberapa kasus memaparkan bahwa Lazada kurang memperhatikan sebagian kecil penjual yang melakukan tindakan merugikan secara sepihak. Salah satu kasus transaksi batil dan merugikan adalah terjadinya jual beli *najasy*. Jual beli *najasy* adalah jual beli yang memenuhi syarat dan ketentuan dalam jual beli, tetapi melanggar prinsip fikih muamalah karena dilakukan dengan cara yang tidak benar atau *batil*. Praktik jual beli ini di Lazada dilakukan dengan cara menipu dalam peningkatan rating toko agar dapat menarik dan menumbuhkan rasa kepercayaan pembeli untuk belanja di toko tersebut (Melani et al., 2020).

#### d. E-Commerce Bukalapak

Aplikasi atau situs jual beli *online* terakhir dengan posisi empat teratas yaitu *e-commerce* Bukalapak. Peneliti hanya menemukan dua sumber artikel menarik yang membahas aplikasi tersebut. Bukalapak menerapkan dan melaksanakan segala peraturan yang ada dengan bijaksana dan profesional, dimana dalam implementasi etika bisnis, Bukalapak berupaya untuk dapat menjalankan transaksi sesuai dengan etika bisnis yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW. Berdasarkan prinsip *maqashid syariah*, Bukalapak pun telah berusaha memenuhi kewajibannya untuk memberikan kepuasan dan loyalitas dari para pengguna baik penjual ataupun pembeli. Namun, hal tersebut tidak menutup kemungkinan bahwa tidak semua pihak dapat menerima atau merasakan kebijakan dan sikap baik dari Bukalapak sebab tidak ada sebuah sistem yang sempurna. (Wulandari et al., 2017).

Bukalapak telah mengupayakan agar dapat mengikuti etika bisnis yang telah dicontohkan oleh Rasulullah SAW., meskipun masih terdapat beberapa aspek yang belum sesuai seperti pihak yang tidak bertanggung jawab serta pihak *e-commerce* tersebut pun belum dapat menanggapi keluhan pelanggan dan pelapak tepat waktu (Rusli & Alisyah, 2021).

Kegiatan bisnis secara online memang terkesan dapat memudahkan pihak manapun, namun semua kemudahan tersebut tidak dibarengi dengan kepedulian terhadap etika budaya dan hukum secara tegas dan baik maka akan mudah pula terjebak ke dalam tindakan yang tidak baik dalam bertransaksi. Dari sini, Islam bertujuan untuk melindungi umat manusia sampai kapanpun agar adanya aturan-aturan hukum jual beli dalam Islam yang sesuai dengan ketentuan syariah Islam agar tidak terjebak dengan keserakahan dan kezaliman yang meraja lela (Pujiyanti & Wahdi, 2020).

## **E. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis dapat ditemukan bahwa empat *e-commerce* (Shopee, Tokopedia, Lazada, dan Bukalapak) memiliki keunikan pelayanan masing-masing. Namun, dibalik keunikan yang dimiliki, berbagai pandangan dan pertanyaan terkait kesesuaian pelaksanaan transaksi jual beli online pada *e-commerce* tersebut banyak dikaji dan diteliti, kemudian menghasilkan interpretasi yang beragam pula. Kesamaan yang diperoleh yaitu pada perbedaan signifikan terkait kesesuaian atau tidak dalam penerapan etika bisnis yang dilakukan. Beberapa menyebutkan telah mengikuti etika bisnis Islam (etika yang diajarkan Rasulullah SAW.) dan lainnya menyebutkan belum bahkan tidak sesuai dengan etika bisnis Islam dikarenakan masih ada unsur penipuan (*najasy*), kebohongan, *gharar*, dan hal yang dilarang dan batil lainnya. Sebagian pula ada yang menjelaskan bahwa transaksi jual beli online yang dilakukan *e-commerce* tersebut diperbolehkan asal tidak mengandung unsur yang dilarang syariah Islam.

Menurut peneliti, kesimpulan inti dari sebanyak 13 sumber artikel jurnal dan prosiding dengan studi pustaka (*literature review*) adalah transaksi jual beli online pada *e-commerce* empat teratas paling populer di Indonesia tersebut secara penerapan sistem dan kebijakan sesuai dengan prinsip syariat Islam dan telah mengikuti etika bisnis yang telah diajarkan oleh Rasulullah SAW. Hanya saja, pada beberapa kasus terjadinya transaksi *batil* dikarenakan *human error* atau kesalahan daripada pengguna itu sendiri baik penjual maupun pembeli yang kemudian mengakibatkan beberapa implementasinya menjadi kurang sesuai syariah Islam. Hal yang paling penting diperhatikan yaitu sikap peduli terhadap nilai kejujuran, keadilan dan spiritual dalam kegiatan berbisnis, sebab bisnis tidak hanya untuk mendapatkan keuntungan saja, namun untuk memenuhi kebutuhan sesama saudara, keluarga di dunia ini sehingga selain sistem yang diciptakan, manusia (yang menciptakan sistem) pun perlu memperhatikan kaidah dan etika yang sesuai dan telah ditetapkan ketentuannya agar bisnis yang berjalan menjadi berkah dan sukses sehingga dapat berkembang dengan baik.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Amiruddin, M. M.(2016). Khiyār (hak untuk memilih) dalam Transaksi *On-Line*: Studi Komparasi antara Lazada, Zalora dan Blibli. *FALAH: Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(1), 47–62.
- Azizah, M. (2020). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli *Daring* Di Toko Online Shopee. *Humani (Hukum Dan Masyarakat Madani)*, 10(1), 83–96.
- Badruzaman, Dudi, and Program. (2019). “Implementasi Hukum Ekonomi Syariah Pada Lembaga Keuangan Syariah” 2(2): 81–95.

- Darmawansyah, T. T., & Polindi, M. (2020). Akad *As-Salam* dalam Sistem Jual Beli *Online*. *Jurnal Aghinya Stiesnu Bengkulu*, 3(1), 20–39.
- Deby Melani, Sandi Rizki Febriadi, Fahmi Fatwa Rosyadi Satria H. (2020). “Tinjauan Fikih Muamalah Terhadap *Jual Beli Najasy* Pada *Marketplace* Lazada” 6: 245–47.
- Diniarti Novi Wulandari, Budi Santoso, Handry Sudhiarta Athar. (2017). “Etika Bisnis *E-Commerce* Berdasarkan Maqashid Syariah Pada *Marketplace* Bukalapak.Com. *JMM: Master Of Management Journal*, 6(1).”
- Djakfar, M. (2012). Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi. Jakarta: *Penebar Plus*.
- Hardiati, N. (2021). Etika Bisnis Rasulullah SAW Sebagai Pelaku Usaha Sukses dalam Perspektif Maqashid Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 513.
- Hasan, Fahadil Amin Al. (2014). “Etika Bisnis Al-Ghazali” 1(4): 1–15.
- H, Syaifullah. (2017). Transformasi Keadilah Transaksi dalam Ekonomi Islam: Tinjauan Fiqih Muamalah. *Jurnal UMJ*.
- Kasmi, K., & Candra, A. N. (2017). Penerapan E-Commerce Berbasis Business To Consumers Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Makanan Ringan Khas Pringsewu. *Jurnal Aktual*, 15(2), 109.
- Janah, F. N., Wahyuningsih, G., & Pusparini, M. D. (2019). Strategi Promosi Tokopedia Dalam Perspektif Hukum Islam. *At-Thulab Jurnal*, 1(1), 85–100.
- Masruroh. (2020). Analisis Maqashid Syariah Imam Haramain dalam Etika Bisnis *e-Commerce* Melalui *Marketplace* (Studi Kasus *Marketplace* Shopee.co.id). *SAUJANA : Jurnal Perbankan Syariah Dan Ekonomi Syariah*, 02(02), 1–16.
- Melani, D., Febriadi, S. R., & Fatwa, F. (2020). Tinjauan Fikih Muamalah terhadap *Jual Beli Najasy* pada *Marketplace* Lazada. *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, 6, 245–247.
- Mitra Sami Gultom, Melda Putri, Fatma Yeni. (2019). “Konsep Etika Bisnis Islam Terhadap *Jual Beli Online* Dalam Perspektif Fiqih Dan Fatwa DSN-MUI NO.05/DSN-MUI/IV/2000 Yang Diterapkan Pada PT Hijup.Com.” 10: 73–88.
- Pandita, G.( 2021). Pengertian Transaksi dan Jenis-Jenisnya. *Jojonomic*.
- Pujiyanti, S. D., & Wahdi, A. (2020). Transaksi Bisnis *Online* dalam Perspektif Islam. *SERAMBI: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis Islam*, 2(2), 91–102.
- RD, Atmiral. (2013). Bab II Tinjauan Pustaka Tentang Pengertian Implementasi”.
- Reksiana.(2018). “Kerancuan Istilah Karakter, Akhlak, Moral Dan Etika” 19(1): 1–30.
- Risdayanti, S., Febriadi, S. R., & Yunus, M. (2014). Tinjauan Fikih Muamalah terhadap Wanprestasi *Marketplace Online* Shopee. *Prodising Hukum Ekonomi Syariah*, 494–499.

- Ruslang, R., Kara, M., & Wahab, A. (2020). Etika Bisnis *E-Commerce* Shopee Berdasarkan Maqashid Syariah Dalam Mewujudkan Keberlangsungan Bisnis. *JIEI : Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 665–674.
- Rusli, M., & Alisyah, M. R. (2021). Penerapan Etika Bisnis Islam Di Zaman Digital (Studi Pada Bukalapak. com). *Ats-Tsarwah: Jurnal Hukum Ekonomi*, 1(1), 30–51.
- Safitri, A. (2019). “Implementasi Program Keagamaan dalam Membentuk Karakter Peserta Didik di MA Darul Huda Wonodadi Blitar”. *Skripsi*.
- Shafarni, R. (2018). Implementasi Khiyar Dalam Jual Beli Barang Secara *Online* (Suatu Penelitian terhadap Para Reseller di Banda Aceh). Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh.
- Siska Risdayanti, Sandy Rizki Febriadi, Muhammad Yunus. (2019). “Tinjauan Fikih Muamalah Terhadap Wanprestasi *Marketplace Online* Shopee” 5: 494.
- Siti Dwi Pujiyanti, Anis Wahdi. (2020). “Transaksi Bisnis *Online* Dalam Perspektif Islam” 2: 92–102.
- Sukmayanti, A. (2020). Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Akad Pada *E-Commerce* Studi Kasus Tokopedia. *Ar-Ribhu*, 3(2), 107–119.
- Suretno, S. (2018). Jual Beli Dalam Perspektif Al-Qur'an. *Ad Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2(01), 93.
- Wulandari, D. N., Santoso, B., & Athar, H. S. (2017). Etika Bisnis *E-Commerce* Berdasarkan Maqashid Syariah Pada *Marketplace* Bukalapak.Com. *Jmm Unram - Master of Management Journal*, 6(1), 1–13.