

**PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM
TRANSAKSI E-COMMERCE
(Studi Pada Penjual Pengguna Media Sosial Instagram)**

Neli Purwanti

Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Sebelas April Sumedang, Indonesia
Email: nelya0228@gmail.com

Ajeng Pujawati

Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Sebelas April Sumedang, Indonesia
Email: pujawatiajeng97@gmail.com

Abstrak

Transaksi e-commerce atau yang sering disebut dengan jual beli online yakni jual beli yang dilakukan oleh penjual dan pembeli melalui internet, dimana penjual dan pembeli tidak saling bertemu. Salah satu media sosial yang dipakai untuk menjual barang yaitu media sosial instagram. Jual beli online ini semakin ramai dilakukan karena memudahkan penjual dalam memasarkan barang dagangannya, dan memudahkan pula pembeli untuk mencari yang dibutuhkannya. Namun dalam pelaksanaannya masih ada penjual yang melakukan kecurangan. Dari latar belakang tersebut dapat ditarik rumusan masalah: 1) Bagaimana penerapan etika bisnis islam dalam transaksi e-commerce pada penjual pengguna media social instagram, 2) Bagaimana kecenderungan hasil penerapan etika bisnis islam dalam transaksi e-commerce pada penjual pengguna media social instagram, 3) Apa faktor pendukung dan penghambat dalam penerapan etika bisnis islam dalam transaksi e-commerce pada penjual pengguna media sosial instagram. Penelitian ini merupakan penelitian studi kasus dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan mengumpulkan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan dengan reduksi data, penyajian data dan verification. Dalam skripsi ini ditarik kesimpulan bahwa penjual pengguna media sosial instagram belum sepenuhnya menerapkan etika bisnis Islam. Masih ada beberapa yang kurang dalam penerapan etika bisnisnya.

Kata Kunci : *E-Commerce*; *Bisnis Islam*; *Media Sosial*

Abstract

E-commerce transactions or often referred to as buying and selling online, namely buying and selling made by sellers and buyers through the internet, where the seller and buyer do not meet each other. One of the social media used to sell goods is Instagram social media. Buying and selling online is increasingly crowded because it makes it easier for sellers to market their merchandise, and also makes it easier for buyers to find what they need. But in practice there are still sellers who commit fraud. From this background the problem formulation can be drawn: 1) How is the application of Islamic business ethics in e-commerce transactions to sellers of Instagram social media users, 2) How is the trend of the application of Islamic business ethics in e-commerce transactions to sellers of Instagram social media users, 3) What are the supporting and inhibiting factors in the application of Islamic business ethics in e-commerce transactions to sellers of Instagram social media users. This research is a case study research using a qualitative approach by collecting data through observation, interviews and documentation. Analysis of the data used by data reduction, data presentation and verification. In this thesis the conclusion that sellers of Instagram social media users have not fully implemented Islamic business ethics. There are still some that are lacking in the application of business ethics.

Keywords: *E-Commerce*; *Islamic Business*; *Social Media*

PENDAHULUAN

Melihat kondisi saat ini perkembangan teknologi informasi membawa perubahan dan peluang bagi bisnis, sehingga memudahkan dalam bertransaksi. Dari perkembangan teknologi informasi banyak masyarakat dari berbagai kalangan memanfaatkannya dalam berjual beli

melalui internet. Karena internet jangkauannya sangat luas dan mendunia, memudahkan berkomunikasi dan memberikan informasi. Tidak hanya itu internet bisa dijadikan sarana dalam berjual beli online yang sering disebut dengan e-commerce.

E-commerce didefinisikan sebagai semua bentuk proses pertukaran informasi, produk, layanan, dan proses pembayaran, antara organisasi dan stakeholder berbasis media elektronik melalui kabel telepon, koneksi internet, dan akses digital lainnya. Dalam bertransaksi jual beli online sama halnya dengan bertransaksi secara langsung. Hanya saja dalam transaksi ini pihak terkait tidak saling bertemu secara langsung. Dalam jual beli ini memanfaatkan media sosial, salah satunya adalah media sosial instagram. Instagram adalah salah satu media sosial untuk mengunggah foto-foto. Kini instagram banyak digunakan untuk berbisnis mengunggah gambar-gambar yang diperjualbelikan.

E-commerce dalam menurut kacamata fiqih kontemporer sebenarnya merupakan alat, media, metode teknis ataupun sarana (*wasilah*) yang dalam kaidah syari'ah bersifat fleksibel, dinamis dan variabel. Hal ini termasuk dalam kategori *umuriddunya* (persoalan teknis keduniawian) yang Rasulullah pasrahkan sepenuhnya selama dalam koridor syari'ah kepada umat islam untuk menguasai dan memanfaatkannya demi kemakmuran bersama. Oleh karena itu hukum transaksi dengan menggunakan media e-commerce adalah boleh berdasarkan prinsip *mashlahah* karena kebutuhan manusia akan kemajuan teknologi ini dengan berusaha memperbaiki dan menghindari kelemahan dan penyimpangan teknis maupun syari'ah sebab tidak dapat dipungkiri bahwa mekanisme yang dibuat manusia tidak luput dari kelemahan dan selama masih relatif aman dan didukung oleh upaya-upaya pengaman hal itu dapat ditolerir. (berdasarkan prinsip toleransi syari'ah dalam muamalah dan kaidah fiqih: *Adh - Dhararu Yuzal / Mudarat harus dihilangkan*).

Mengenai teknis operasionalnya dikembalikan kepada kelaziman, tradisi, prosedur dan sistem (*'urf*) yang konvensinya berlaku termasuk dalam implementasi *ijab* dan *qabul* dalam jual-beli, serta tidak harus dilakukan dengan mengucapkan kata atau bertemu fisik, tetapi bersifat fleksibel dengan meng-klik atau meng-enter pilihan tertentu pada *cyberspace* yang kemudian dilakukan penyelesaian pembayaran dengan cara dan media teknologi apapun dapat dianggap sah selama memenuhi kriteria dan persyaratan syari'ah dalam transaksi untuk selanjutnya masing-masing pihak komitmen untuk memenuhi kewajibannya masing-masing sesuai kesepakatan. Dalil yang membolehkan transaksi e-commerce adalah sebagai berikut :

Terdapat dalam Al-Qur'an surat al-Baqarah ayat 282:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya...."

Hadist Nabi Muhammad SAW yang artinya *Dari Aisyah RA, ia berkata : "Rasullah SAW bersabda, 'Sesungguhnya sebaik-baiknya apa yang kalian makan adalah yang berasal dari usaha kalian, dan sesungguhnya anak-anak kalian termasuk dari usaha kalian.'"* (H.R Abu Daud) dan Hadist dari Shuhaib r.a bahwa Rasulullah SAW yang artinya *Diriwayatkan dari Shuhaib ra bahwa Nabi SAW pernah bersabda: "tiga hal yang didalamnya terdapat keberkahan: jual beli secara tangguh, muqarradhah (mudharabah), dan mencampurkan gandum dengan tepung untuk keperluan rumah tangga untuk dijual"*. (HR. Ibnu Majah).

Dalam transaksi online ini dengan cara dipesan biasanya dengan menggunakan jasa kurir pengiriman dan dari sekian banyak melakukan pengiriman pesanan itu ada juga terjadi ketidaksesuaian dengan barang yang dipesan dengan yang dikirim oleh si penjual kepada si pembeli. Kesalahan- kesalahan yang terjadi diantaranya kualitas bahan, warna dan mutu yang tidak sesuai dengan keterangan pada gambar di toko online. Dan adapun penjual mengirimkan barang yang sudah kadaluwarsa ataupun palsu. Dalam dunia bisnis semua orang tidak mengharapkan memperoleh perlakuan tidak jujur dari sesamanya. Praktek manipulasi tidak akan terjadi jika dilandasi dengan moral yang tinggi.

Kejujuran dalam memberikan informasi sangat diperlukan oleh pembeli atau konsumen. Nilai kejujuran dipraktekkan oleh nabi Muhammad SAW. Beliau adalah seorang pedagang yang terkenal dengan kejujurannya.

Etika berasal dari kata Yunani *ethos*, yang dalam bentuk jamaknya (*ta-etha* berarti "adat istiadat" atau "kebiasaan"). Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) istilah etika diartikan sebagai: "1) Ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral, 2) Kumpulan asas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak, 3) Nilai mengenai benar dan salah yang dianut oleh suatu golongan atau masyarakat". Secara etimologis, etika adalah ajaran atau ilmu tentang adat kebiasaan yang berkenaan dengan kebiasaan baik atau buruk, yang diterima umum mengenai sikap, perbuatan, kewajiban, dan sebagainya.

Etika atau Al-Akhlaq dalam khazanah pemikiran islam dipahami sebagai ilmu yang menjelaskan arti baik buruk, menerangkan apa yang seharusnya dilakukan oleh manusia kepada lainnya, menyatakan tujuan yang harus dituju oleh manusia di dalam perbuatan mereka dan menunjukkan jalan untuk melakukan apa yang harus diperbuat.

Bisnis adalah pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberikan manfaat. Bisnis juga dipahami dengan suatu kegiatan usaha individu (*privat*) yang terorganisasi atau melembaga, untuk menghasilkan dan menjual barang atau jasa guna

mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Barang yang dimaksud adalah suatu produk yang secara fisik memiliki wujud (dapat diindra), sedangkan jasa adalah aktivitas-aktivitas yang memberi manfaat kepada konsumen atau pelaku bisnis lainnya. Bisnis adalah sebuah aktivitas yang mengarah pada peningkatan nilai tambah melalui proses penyerahan jasa, perdagangan, atau pengolahan barang (produksi).

Bisnis dalam Al-Qur'an yaitu *al-tijarah* dan dalam bahasa arab *tijaraha*, berawal dari kata dasar *t-j-r*, *tajara*, *tajranwatijarata*, yang bermakna berdagang atau berniaga. Menurut ar-Raghib al-Ashfahami dalam *al-mufradat fi gharib Al- Qur'an*, *at-Tijarah* bermakna pengelolaan harta benda untuk mencari keuntungan.

Etika bisnis berfungsi sebagai *controlling* (pengatur) terhadap aktivitas ekonomi, karena secara filosofi etika mendasarkan diri pada nalar ilmu dan agama untuk menilai. Jadi etika diartikan sebagai suatu perbuatan standar (*standar of-conduct*) yang memimpin individu. Etika adalah suatu studi mengenai perbuatan yang salah dan benar dan pilihan moral yang dilakukan oleh seseorang. Dengan kata lain, maka prinsip pengetahuan akan etika bisnis mutlak harus dimiliki oleh setiap individu yang melakukan kegiatan ekonomi baik itu seorang pembisnis atau pedagang yang melakukan aktivitas ekonomi. terutama para pembisnis online yang melakukan transaksi jual beli. Tujuan etika bisnis disini adalah menggugah kesadaran moral para pelaku bisnis untuk menjalankan bisnis dengan “baik dan bersih.

Etika bisnis dalam perspektif islam adalah penerapan prinsip-prinsip ajaran islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Sunnah Nabi dalam dunia bisnis. Tuntunan Al-Qur'an dalam berbisnis dapat ditemukan dalam prinsip umum yang memuat nilai-nilai dasar yang dalam aktualisasinya disesuaikan dengan perkembangan zaman, dengan mempertimbangkan ruang dan waktu. Etika bisnis islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah yang selanjutnya tentu melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan. Mempelajari kualitas moral kebijaksanaan organisasi, konsep umum dan standart untuk perilaku moral dalam bisnis, berperilaku penuh tanggungjawab dan bermoral. Artinya etika bisnis islam merupakan suatu kebiasaan atau budaya moral yang berkaitan dengan kegiatan bisnis suatu perusahaan.

Salah satu segmen yang menarik untuk dibicarakan adalah online shop yang menggunakan media sosial instagram. Penulis memilih online shop sebagai objek penelitian alasannya karena penulis melihat adanya perilaku dagang yang tidak sesuai dengan apa yang telah diterapkan dalam etika bisnis islam. Seharusnya para pedagang online menerapkan etika bisnis diantaranya melakukan kejujuran yaitu jujur dalam berkata dan memberikan informasi

kepada si pembeli pada kondisi barang yang di jualnya, kemudian bertanggungjawab atas barang yang di jualnya jikalau adanya ketidaksesuaian dengan keterangan yang telah diberikan si penjual ataupun adanya kecacatan dalam barang ataupun produk yang dibeli oleh si pembeli. Menurut pengamatan sementara yang dilakukan penulis di online shop yang menggunakan media sosial instagram bahwa masih ada pedagang yang tidak mencantumkan keterangan secara detail di foto produk yang mereka jual yang mengakibatkan kekecewaan pada konsumen karena keterangan yang dicantumkan tidak sesuai dengan produk yang konsumen terima, produk tidak sesuai dengan foto yang dicantumkan.

Bertitik tolak dari hal di atas, maka penerapan etika bisnis islam dalam berdagang sangatlah penting, karena dalam suatu bisnis khususnya perdagangan pastilah memerlukan pelaku-pelaku yang jujur, adil dan objektif tidak curang, tidak khianat serta dapat menghindari sifat-sifat tercela lainnya, sehingga keberadaan bisnis bisa saling menguntungkan, bukan keberuntungan sepihak melainkan keduanya dalam hal ini yaitu antara penjual dan pembeli saling membutuhkan. Dan bisa jadi keberlangsungan dan keberhasilan bisnis dipengaruhi oleh pelaku bisnis dalam beretika.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini penulis menggunakan beberapa metode untuk menyelesaikan masalah antara lain meliputi Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif atau sering disebut metode naturalistik, karena penilaiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (Natural Seting), yaitu penelitian yang bersifat deduktif yang berbentuk kata-kata yang ditulis dan bukan dalam bentuk angka-angka. Pendekatan kualitatif memandang objek yang diteliti sebagai satu kesatuan yang utuh. Dalam pelaksanaannya, metode penelitian ini menekankan pada penelitian studi kasus untuk memperoleh informasi mengenai status gejala pada saat penelitian dilakukan. Penelitian studi kasus adalah sebuah eksplorasi mendalam mengenai sebuah sistem yang terikat. Bisa juga aktivitas, proses ataupun individu, berdasarkan pengumpulan data yang ekstensif. Terikat berarti kasus tersebut dipisahkan dari kasus serupa di tempat, waktu, konteks yang lain.

Hasil Pengumpulan data metode yang diperlukan dalam pengumpulan data disini menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Dalam penelitian ini yang menjadi informan penelitian adalah penjual onlineshop di media sosial instagram. Karena terlalu banyaknya penjual onlineshop di media sosial instagram dan arena keterbatasan penulis dalam penelitian, maka penulis membatasi informan hanya kepada penjual pengguna onlineshop @piqristore97, @ajeng_salsabila24 dan @saharastore. Lokasi penelitian yang penulis ambil terletak pada media sosial instagram atau dalam dunia maya yang saat ini banyak digunakan

untuk berjualan secara online.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi E-Commerce pada Penjual Pengguna Media Sosial Instagram.

Dalam melakukan jual beli seharusnya para penjual memperhatikan etika ataupun aturan yang seharusnya di terapkan, agar pembeli tidak merasa dirugikan dengan barang yang telah dibelinya. Aturan tersebut dijadikan sebagai pegangan agar tidak melakukan manipulasi, mengintimidasi kepada pembeli dan tidak melakukan hal-hal yang tidak bermoral. Khususnya pada penjual pengguna media sosial instagram yang masih saja ada yang melakukan kecurangan. Seperti mengunggah foto-foto produk palsu untuk menarik perhatian pembeli dan tidak memberitahukan kecacatan barang yang dijualnya.

Etika Islam meliputi seluruh kehidupan manusia. Manusia harus menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis islam sebagai seorang pedagang yaitu: Kesatuan (Tauhid), Keadilan, Kehendak Bebas, Tanggung Jawab dan Kebajikan/Kejujuran. Ke lima prinsip tersebut merupakan prinsip yang sangat penting yang harus dimiliki oleh pelaku bisnis. Oleh karena itu peneliti mencoba menelusuri sejauh mana penerapan etika bisnis islam itu diterapkan. Selanjutnya dapat dilihat berdasarkan dari hasil penelitian yang peneliti peroleh dari lapangan, dengan tehnik observasi, wawancara kepada penjual pengguna media sosial instagram, kepada onlineshop @piqristore97, @ajeng_salsabila24 dan @saharastore, apakah prinsip-prinsip itu diterapkan dalam berjualan oleh penjual pengguna media sosial instagram.

a. Kesatuan (Tauhid)

Kesatuan (Tauhid) merupakan kepercayaan dan kepasrahan manusia kepada Tuhan-Nya. Ini dimaksudkan bahwa sumber utama etika islam adalah kepercayaan total dan murni terhadap kesatuan (keesaan) Tuhan. Kenyataan ini secara khusus menunjukkan dimensi vertikal islam yang menghubungkan merupakan wujud penyerahan diri manusia secara penuh tanpa syarat di hadapan Tuhan, dengan menjadikan keinginan, ambisi, serta perbuatannya tunduk pada titah-Nya *“Katakanlah: sesungguhnya sembahyangku, ibadahku, hidupku dan matiku*

hanyalah untuk Allah, Tuhan semesta alam. (QS. Al-An'am:162).

Adapun hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan penjual pengguna media sosial instagram mengenai kesatuan (tauhid) yaitu: Hasil wawancara dengan owner onlineshop @piqristore97 yang merupakan penjual pengguna media sosial instagram informan menyatakan bahwa *“Kami tidak pernah melakukan kecurangan dalam bentuk apapun, dan foto produk yang kami unggah, yang kami promosikan merupakan real picture semuanya”*. Informan lain owner

onlineshop @ajeng_salsabila24 mengaku bahwa dalam berdagang tidak pernah melakukan kecurangan, selalu memberikan informasi dengan baik kepada konsumen.

Begitupun dengan informan owner onlineshop @saharastore_ mengakui bahwa *“Saya tidak pernah melakukan kecurangan, jika ada kecacatan barang pun saya berusaha untuk mengganti ataupun mengembalikan uang”*. Para penjual onlineshop harus menjunjung tinggi nilai-nilai kejujuran, maka wajib bagi mereka untuk memberitahukan kecacatan barang yang mereka jual. Selain menjunjung tinggi tingkat kejujuran, penjual onlineshop harus bisa membangun kepercayaan kepada pembeli terhadap onlineshop nya. Informan owner onlineshop @piqrystore97 mengungkapkan bahwa: *“Untuk menjaga kepercayaan dengan menjaga komunikasi jujur dalam setiap transaksi, jujur dalam menginformasikan harga dan detailproduk”*.

Kemudian informan owner onlineshop @ajeng_salsabila24 mengatakan hal yang serupa dengan owner onlineshop @piqrystore97 untuk membangun kepercayaan konsumen yaitu dengan memberikan informasi dengan sebenar-benarnya. Selanjutnya informan owner onlineshop @saharastore_ pun menyatakan bahwa *“Untuk membangun kepercayaan pembeli yaitu dengan komunikasi harus lancar, memberikan testimony/bukti- bukti, memperlihatkan barang-barang yang asli, memperlihatkan lokasi kita dimana, jadi mereka benar- benar mengetahui kita dan merekapun harus tau kualitas barang yang harus kita jual tersebut”*. Sikap yang dilakukan oleh owner onlineshop @piqrystore97, @ajeng_salsabila24 dan @saharastore_ ini merupakan termasuk dalam prinsip kesamaan atau tauhid selalu merasa bahwa berbisnis diperhatikan pihak ketiga Allah SWT, seperti menghindari memanipulasi.

b. Keseimbangan (Equilibrium)

Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali pada pihak yang tidak disukai. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam Surat Al-Maidah ayat 8 yang Artinya: *“Hai orang-orang beriman, hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah SWT, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-sekali kebencianmu terhadap suatu kaum mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah karena adil lebih dekat dengan takwa”*.

Keadilan adalah memberikan sesuatu kepada orang yang memang haknya. Sebagai pembisnis haruslah bersikap adil terhadap pembelinya, jangan sampai merugikan pembeli. Berlaku adil itu sangatlah diperlukan, berdasarkan hasil wawancara peneliti terhadap penjual pengguna media sosial instagram mengungkap bahwa: @saharastore_ *“Ya berlaku adil sangatlah diperlukan, dikarenakan saya menjual barang yang dibawah original, dikatakan murah meriah, jadi barang yang saya jualpun disesuaikan harganya, tidak terlalu mengambil*

keuntunganyang terlalu besar. Untuk transaksi yang dilakukan saya sangat terbuka tidak ada yang ditutup-tutupi malahan saya memberikan kepada reseller atau costumer itu belanjanya gimana, enaknyanya itu gimana, beli barang seperti apa dan bahkan kalau ada barang yang kurang baik, saya bilang asli ga usah beli barang ini kalau mau beli aja ke orang lain dan saya tidak menerima pesanan barang ini walaupun saya menjualnyakarena barangnya tidak 100%memuaskan”. Informan lain owner onlineshop @piqrystore97 menyatakan bahwa: “Ya sikap adil harus dimiliki setiap pembisnis, terkhusus saya sendiri sebagai penjual, barang yang saya jual saya sesuaikan dengan kualitas barangnya, dan saya selalu melakukan transaksi dengan transparan”. Begitupun dengan informan owner onlineshop”. @ajeng_salsabila24 menyatakan bahwa “Kualitas barang yang dijual sesuai dengan harganya, untuk transaksi selalu transparan, karena itu merupakan salah satu meningkatkan kepercayaan pembeli juga”. Pentingnya penerapan prinsip keadilan dalam berbisnis pada onlineshop @saharastore, @piqrystore97 dan @ajeng_salsabila24 dapat dilihat dari selalu memperhatikan kualitas barang disesuaikan dengan harganya, begitupun dengan transaksi yang dilakukan selalu terbuka.

c. Kehendak Bebas

Dalam pandangan islam manusia dianugerahi potensi untuk berkehendak dan memilih diantara pilihan-pilihan yang beragam, kendati kebebasan itu tidak terbatas sebagaimana kebebasan yang dimiliki Tuhan. Dengan kehendak bebasnya yang relatif (*nisbi*), manusia bisa saja menjatuhkan pilihan pada yang “benar”, dan pada saat yang lain pada pilihan yang “salah”. Hanya saja, dalam islam, anugerah Tuhan bergantung pada pilihan awal manusia terhadap yang “benar”. Inilah dasar etika yang sangat dijunjung tinggi dalam islam.

Kehendak bebas (*free will*) berarti, bahwa manusia sebagai individu dan kolektivitas, punya kebebasan penuh untuk melakukan aktivitas bisnis. Dalam ekonomi, manusia bebas mengimplementasikan kaidah-kaidah islam.

Dalam berdagang seorang pembisnis tidak boleh melakukan pemaksaan kepada pembeli untuk membeli barang- barang yang diperdagangkannya. Meskipun begitu seorang pembisnis pun tidak boleh melakukan ingkar janji atas kesepakatan yang telah dilakukan dengan pembeli.

Sebagaimana yang dikatakan oleh informan owner onlineshop @saharastore_ mengatakan bahwa “Proses transaksi yang dilakukan semuanya tidak ada keterpaksaan, semua itu atas keinginan pembeli sendiri untuk memberi produk yang saya jual, dan Alhamdulillah sejauh ini saya selalu menepati kesepakatan dengan pembeli saya”.

Informan owner onlineshop @ajeng_salsabila24 mengakui bahwa tidak ada keterpaksaan dan tidak pernah, tidak menepati kontrak dengan pembeli. Begitupun dengan informan owner onlineshop @piqrystore97 menyatakan hal sama yang dinyatakan oleh owner onlineshop

@ajeng_salsabila24. Prinsip kehendak bebas juga diperhatikan oleh owner onlineshop @saharastore, @ajeng_salsabila24 dan @piqristore97. Dalam berbisnis tidak boleh memaksa seseorang untuk membeli produk yang dijual. Jika membuat perjanjian harus dipenuhi karena itu merupakan tugas seorang muslim dan dilarang mengingkari janji.

d. Tanggung Jawab

Konsep tanggung jawab dalam islam, paling tidak karena dua aspek fundamental. Pertama tanggung jawab yang menyatu dengan status kekhalifahan wakil Tuhan dimuka bumi. Kedua konsep tanggung jawab dalam islam pada dasarnya bersifat sukarela, tanpa paksaan. Dengan demikian prinsip ini membutuhkan pengorbanan, hanya saja bukanlah berkonotasi yang menyengsarakan. Ini berarti bahwa manusia (yang bebas) di samping harus sensitive terhadap lingkungannya, sekaligus dia juga harus peka terhadap konsekuensi dari kebebasannya sendiri.

Tanggung jawab adalah kesadaran manusia akan tingkah laku atau perbuatan baik yang disengaja maupun yang tidak disengaja. Tanggung jawab juga berarti berbuat sebagai perwujudan kesadaran akan kewajiban. Sebagai seorang pembisnis bertanggungjawab itu sangat diperlukan, berdasarkan hasil wawancara peneliti terhadap owner onlineshop @saharastore_, mengatakan bahwa *“Sangat bertanggungjawab terhadap informasi tempatnya dimana, kapan adanya barang, informasi nomor telepon yang dicantumkan, nomor rekening, sudah pasti bisa saya pertanggungjawabkan, dan informasi apapun yang bersangkutan dengan jual beli insyallah bisa dipertanggungjawabkan dengan sebenar-benarnya”*.

Informan owner onlineshop @ajeng_salsabila24 dan @piqrostore97 pun sama-sama mengatakan bahwa bertanggungjawab atas informasi yang diberikan mengenai barang- barang yang dipromosikannya.

Sifat tanggung jawab harus tertanam dalam diri para penjual onlineshop sehingga memberikan kepercayaan dan tanggung jawab kepadanya dengan melaksanakan tugas dan tanggungjawabnya sebagai penjual. Sehingga hak dan kewajiban pembeli terpenuhi.

Selain memberikan informasi yang bisa dipertanggungjawabkan kebenarannya, penjual onlineshop juga harus bisa mempertanggungjawabkan setiap barang-barang pesanan yang dikirimkannya. Mengatakan bahwa *“Nomor resi selalu langsung saya berikan kepada pembeli jika barangnya telah dikirimkan, karena saya sendiri juga yang langsung mengantarkan pesanan ke ekspedisi untuk dikirim ke pembeli. Barang boleh ditukarkan jika terjadi kerusakan, tapi sejauh ini belum pernah saya mengalami hal seperti itu ”*.

Prinsip tanggung jawab ini merupakan sikap yang perlu dipunyai oleh para pedagang. Dimana mereka yang berbuat pasti harus siap mempertanggungjawabkan. Untuk barang yang dikirim jika mengalami kerusakan/cacat masing-masing onlineshop bertanggungjawab untuk

menggantinya dengan uang atau mengirim ulang kembali barang yang serupa yang dipesannya.

e. Kebenaran (kebajikan/kejujuran)

Kebenaran dalam konteks ini selain mengandung makna kebenaran lawan dari kesalahan, mengandung pula dua unsur yaitu kebajikan dan kejujuran. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai nilai, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi) proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan. Dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerja sama atau perjanjian dalam bisnis.

Informan owner onlineshop @saharastore_ mengatakan bahwa *“Sering, termasuk kepada reseller yang membeli banyak. Kalau misalkan belinya banyak bisa dikurangi tapi kalau misalkan belinya satuan sudah harga pas, kecuali di diskon-diskon tertentu”*. Selain owner onlineshop @saharastore_, owner onlineshop @ajeng_salsabila24, menyatakan bahwa *“Ya sering memberikan diskon. Sudah harga pas, kecuali kalau belinya banyak dikasih potongan harga”*.

Berbeda dengan owner onlineshop @saharastore_ dan owner onlineshop @ajeng_salsabila24, owner onlineshop @piqristore97 mengatakan bahwa *“Tidak sering memberikan diskon, tapi sesekali pernah memberikan diskon. Harga yang saya berikan sudah harga pas”*. Kebajikan-kebajikan yang dilakukan oleh penjual dengan memberikan harga diskon kepada pembeli dapat membuat bertambahnya pelanggan.

Dalam berjualan online pembayaran harus dilakukan dengan secara tunai, namun ada juga penjual online yang memperbolehkan membayar secara tidak tunai. Barang-barang yang diperjual belikan di online merupakan foto-foto produk yang diunggah. Informan mengatakan *“Kalau ke saudara saya memberikan barangnya dulu langsung nanti setor, sistem setor, tapi kalau yang orang yang tidak kenal, tidak tau rumahnya dimana, siapa keluarganya, tetap harus uang tunai. Untuk foto produk yang saya unggah ada foto asli dan tidak asli, tapi kami bisa memberikan keterangan ketika itu tidak asli dan kami memberi tahu kepada konsumen, ini bukan real picture, jadi kami memberi tahu kepada konsumen, ini bukan realpicture tapi kemiripan barang 80% - 90% atau seberapa persen gitu. Terus kalau misalkan fotonya asli saya juga memberitahu fotonya asli, kemiripan segini persen, fotonya kelihatan ini, atau ini Cuma efeknya aja atau ini detailnya seperti ini”*.

Selain owner onlineshop @saharastore_, owner onlineshop @ajeng_salsabila24, menyatakan bahwa *“Boleh, dan waktunya tidak ditentukan untuk pembayarannya saya terkadang lupa siapa saja yang berhutang jadi saya tidak menagihnya. Untuk foto menggunakan*

foto asli, tapi kalau untuk yang konveksi - konveksi yang saya jual saat ini banyak tidak asli, untuk referensi aja seperti model, bahan dan warna tergantung konveksinya masing - masing, tapi kalau foto asli bawa dari orang lain. Tapi kalau untuk modelnya sama, namun yang menjadi bedanya dari bahan dan warna dan kemiripannya 90-95% ”.

Berbeda dengan owner onlineshop @saharastore_ dan @ajeng_salsabila24, owner onlineshop @piqristore, menyatakan bahwa *“Pembeli tidak boleh berhutang. Fotoproduk sebagian foto asli, sebagian real picture”*.

Dalam penerapan prinsip kebenaran (kebajikan dan kejujuran). Kebajikan bisa dilihat dari owner onlineshop @saharastore, owner onlineshop @ajeng_salsabila24 dan owner onlineshop @piqristore, memberikan diskon - diskon kepada pembelinya. Kemudian owner onlineshop @ajeng_salsabila membolehkan pembelinya berhutang dalam batas waktu yang tidak ditentukan, namun terkadang lupa siapa saja yang berhutang. Begitupun dengan owner onlineshop @saharastore membolehkan berhutang hanya kepada keluarga dan orang - orang yang dikenalnya saja. Owner onlineshop @piqristore97 tidak membolehkan pembelinya berhutang, semuanya harus dibayar tunai.

Untuk foto-foto produk yang di unggah dipromosikan baik onlineshop @saharastore_, @ajeng_salsabila24, dan @piqristore97 masih menggunakan foto-foto produk yang tidak asli. Disini peneliti menemukan bahwa dalam pengunggahan foto-foto produknya tidak ada disertai dengan keterangan bahwa foto-foto produk yang di unggah hanya referensi saja.

Hasil Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi E-commerce pada Penjual Pengguna Media Sosial Instagram.

Perdagangan mempunyai peranan yang penting dalam memperoleh harta. Islam mengakui peranan perdagangan/bisnis untuk mendapatkan keuntungan dan kebesaran. Namun islam membatasi cara untuk mendapatkan keuntungan dan kebesaran tersebut dengan tidak melakukan kezaliman, penyimpangan-penyimpangan terhadap mitra bisnis dalam berbisnis. Berbisnis yang harus dilakukan dengan suka sama suka dengan mitra bisnis dengan adanya saling ridho sebagaimana firman Allah QS. An Nisa ayat 29 yang *Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama- suka di antara kamu dan janganlah kamu membunuh dirimu Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”*

Sebagaimana terlihat dalam penerapan etika bisnis islam pada penjual pengguna media sosial instagram dimana owner onlineshop @saharastore_, @ajeng_salsabila24 dan @piqristore97 telah menerapkan beberapa prinsip-prinsip etika bisnis islam sehingga penjualan barang-barang yang dipromosikannya rata-rata selalu terjual dengan banyak.

Dari penerapan etika bisnis islam tersebut bisa dilihat dari rata-rata produk yang dijual oleh onlineshop @saharastore_ perbulannya, yang telah peneliti lakukan wawancara, mengatakan bahwa *“Rata - rata 350 produk yang terjual perbulannya. Untuk pendapatan rata - rata perbulannya kurang lebih Rp 3.000.000”*. Begitupun dengan rata-rata produk yang dijual oleh onlineshop @ajeng_salsabila24, mengatakan bahwa *“Rata - rata 100 produk per bulannya. Untuk pendapatan rata - rata perbulannya sekitar Rp 1.000.000 ”*. Dan begitupun dengan rata-rata produk yang dijual oleh onlineshop @piqristore97, mengatakan bahwa *“Rata - rata 15 produk perbulannya. Untuk pendapatan rata - rata perbulannya sekitar Rp 250.000 ”*.

Dari sini kita bisa melihat bahwa penerapan etika bisnis islam sangat berdampak pada kepercayaan yang diberikan oleh pembeli kepada penjual, sehingga bisa meningkatkan pendapatan. Maka dari itu para penjual khususnya penjual onlineshop harus menerapkan etika bisnis islam dengan sebaik-baiknya.

Faktor Pendukung dan Penghambat Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi E-commerce pada Penjual Pengguna Media Sosial Instagram.

Adapun faktor pendukung dalam penerapan etika bisnis islam dalam transaksi e-commerce pada penjual pengguna media sosial instagram yaitu:

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

Adapun faktor penghambat dalam penerapan etika bisnis islam dalam transaksi e-commerce pada penjual pengguna media sosial instagram yaitu:

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

Dari uraian hasil penelitian tersebut dapat terlihat bahwa penerapan etika bisnis islam sangatlah penting dilakukan oleh setiap penjual khususnya penjual pengguna media sosial instagram. Dalam hal ini masih beberapa prinsip etika bisnis islam yang masih kurang diterapkan oleh penjual pengguna media sosial instagram. Saat ini proses transaksi jual beli banyak dilakukan secara online melalui media sosial dan hampir sebagian besar penjual tentunya mengutamakan ingin mendapatkan keuntungan dengan sebanyak-banyaknya dengan berbagai macam cara dan meninggalkan etika bisnis yang seharusnya diterapkan secara syariah. Khususnya pada penjual pengguna media sosial instagram yang masih saja ada yang melakukan kecurangan. Seperti mengunggah foto-foto produk palsu untuk menarik perhatian pembeli dan tidak memberitahukan kecacatan barang yang dijualnya.

Dalam melakukan jual beli sebaiknya para penjual memperhatikan etika ataupun aturan yang seharusnya di terapkan, agar pembeli tidak merasa dirugikan dengan barang yang telah dibelinya. Aturan tersebut dijadikan sebagai pegangan agar tidak melakukan manipulasi, mengintimidasi kepada pembeli dan tidak melakukan hal-hal yang tidak bermoral. Karenanya dalam berdagang ataupun berbisnis wajib bagi setiap manusia untuk memahami bagaimana bertransaksi dengan baik agar tidak terjerumus pada kesesatan dan keharaman. Maka dari itu setiap berdagang ataupun berbisnis harus menerapkan etika bisnis islam. Etika Islam meliputi seluruh kehidupan manusia. Manusia harus menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis islam sebagai seorang pedagang yaitu: Kesatuan (Tauhid), Keadilan, Kehendak Bebas, Tanggung Jawab dan Kebajikan/Kejujuran. Ke lima prinsip tersebut merupakan prinsip yang sangat penting yang harus dimiliki oleh pelaku bisnis.

Selanjutnya berkaitan dengan hasil penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi E-commerce pada penjual pengguna media sosial Instagram perlu kita ketahui bahwa Islam mengakui peranan perdagangan/bisnis untuk mendapatkan keuntungan dan kebesaran, namun islam membatasi cara untuk mendapatkan keuntungan dan kebesaran tersebut dengan tidak melakukan kedzaliman, penyimpangan-penyimpangan terhadap mitra bisnis dalam berbisnis. Berbisnis yang harus dilakukan dengan suka sama suka dengan mitra bisnis dengan adanya saling ridho melainkan dalam proses jual beli transaksi yang dilakukan harus suka sama suka atau saling ridha diantara keduanya yaitu penjual dan pembeli. Salah satu kondisi yang harus dihilangkan dalam sikap saling ridha adalah terbebasnya transaksi jual beli dari proses penipuan. Perlunya seorang penjual menerapkan etika bisnis islam untuk terhindarnya dari tindakan curang. Kejujuran dalam berbisnis merupakan hal yang sangat penting yang harus dimiliki oleh setiap penjual, sebagaimana yang telah terlihat dalam penerapan etika bisnis islam owner onlineshop @saharastore_ menerapkan prinsip kesatuan dimana tidak melaukuan kecurangan, memberikan informasi dengan sebenar-benarnya, dari sini kita bisa melihat bahwa penerapan etika bisnis islam sangat berdampak pada kepercayaan yang diberikan oleh pembeli kepada penjual, sehingga bisa meningkatkan pendapatan. Maka dari itu para penjual khususnya penjual onlineshop harus menerapkan etika bisnis islam dengan sebaik-baiknya sesuai dengan syariat Islam yang benar.

Dalam setiap aspek kehidupan selalu ada faktor pendukung dan penghambat yang merubah bahkan sampai menjerumuskan kita ke dalam sebuah tatanan kehidupan yang bertolak belakang dengan nilai-nilai islam, maka dari itu semua hal yang akan terjadi harus kita hadapi dengan semua kemampuan kita selaku orang muslim yang bergelut dalam perekonomian islam, begitu juga dengan penerapan etika bisnis islam dalam penerapan etika bisnis islam dalam

transaksi e-commerce pada penjual pengguna media sosial instagram. Tingkat kecenderungan para penjual di media sosial instagram melakukan kejujuran atau memberikan informasi yang sebenar-benarnya karena tidak ingin mengecewakan pembelinya dan tidak ingin dipandang oleh buruk oleh pembelinya. Adapun tindakan yang merupakan kecurangan yaitu mengunggah foto produk palsu yang tidak sesuai dengan aslinya ke media sosial instagram. Itu sudah jelas akan menyebabkan kerugian dan kekecewaan kepada pembeli karena dalam mengunggahnya tidak memberikan atau tidak mencantumkan keterangan bahwa foto produk yang diunggah merupakan asli. Selama ini setelah dilakukan penelitian ternyata bukan hanya persoalan dunia saja yang penjual cari namun persoalan akhirat penjual menganggap bahwa kejujuran merupakan hal yang paling utama, kesatuan dalam melaksanakan kegiatan ekonominya merasa diawasi oleh Tuhan sehingga tidak melakukan kecurangan, keseimbangan penjual pengguna media sosial instagram berbuat adil terhadap pembelinya sehingga tidak membuat pembelinya rugi, kehendak bebas setiap pembeli mempunyai hak masing-masing untuk memilih, tanggung jawab setiap penjual mempunyai tanggung jawab atas apa yang telah dilakukannya, dan kebenaran/kebijaksanaan, kejujuran, tidak memberikan informasi dengan mengada-ngada. Namun masih ada beberapa prinsip etika bisnis islam yang belum diterapkan secara keseluruhan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan hasil bahwa Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi E-Commerce pada Penjual Pengguna Media Sosial Instagram masih belum menerapkan seluruhnya prinsip etika bisnis islam. Dimana salah satu dari informan kurang dalam bertanggung jawab memberikan informasi yang ditunda-tunda kepada pembeli yang akan mengakibatkan kekhawatiran kepada pembeli seperti memposting gambar yang tidak sesuai dengan aslinya, yang dijadikannya sebagai referensi untuk pembeli.

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan hasil bahwa Penerapan etika bisnis islam sangat berdampak pada kepercayaan yang diberikan oleh pembeli kepada penjual, sehingga bisa meningkatkan pendapatan. Maka dari itu para penjual khususnya penjual onlineshop harus menerapkan etika bisnis islam dengan sebaik-baiknya.

Adanya Faktor Pendukung dan Penghambat Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi E-Commerce pada Penjual Pengguna Media Sosial Instagram yang mempengaruhi berjalannya transaksi jual beli online kepada pembeli.

REFERENSI

Alma, Buchari, (2003), *Dasar-dasar Etika Bisnis Islam*, Bandung: Alfabeta.

- Aravik, Havis, (2017), *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam Kontemporer*, Depok:Kencana.
- Aziz, Abdul, (2013), *Etika Bisnis Perspektif Islam Implementasi Etika Islam Untuk Dunia Usaha*, Bandung: Alfabeta.
- Batubara, Chuzaimah , Iwan dan Hawari Batubara,(2018), *Handbook Metodologi Studi Islam*, Jakarta: Prenadamedia Group.
- Bungin, Burhan, (2001), *Metodologi Penelitian Sosial Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif*, Surabaya: Airlangga University Press.
- Djakfar, Muhammad, (2012), *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, Jakarta:Penebar Plus.
- Enterprise, Jubilee, (2012a), *Instagram untukFotografer Digital dan Bisnis Kreatif*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Enterprise, Jubilee, (2012b), *Menguasai Situs Social Media untuk Fotografer*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Ernawan, Erni R, (2016), *Business Ethics, Etika Bisnis*, Bandung: Alfabeta.
- Fahmi, Irham, (2017), *Etika Bisnis, Teori, Kasus dan Solusi*, Bandung: Alfabeta.
- Fauroni, R Lukman, (2006), *Etika Bisnis Dalam Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pesantren.
- Fauzia, Ika Yunia, (2017), *Etika Bisnis Dalam Islam*, Jakarta: Kencana.
- Harahap, Sofyan H, (2011), *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*, Jakarta: Salemba Empat.
- Indrawan, Rully dan Poppy Yaniawati, (2017), *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Campuran untuk manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan*, Bandung: PT Refika Aditama.
- Kamaluddin, Apianty, (2017), *Administrasi Bisnis*, Makassar: CV Sah Media.
- Komputer, Wahana, (2015), *Membuat Toko Online dengan Wordpress dan WP E- Commerce*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Nata, Abuddin, (2011), *Studi Islam Komprehensif*, Jakarta: Prenada Media Group.

- Pratama, I Putu Agus Eka, (2015), *E-Commerce, E-Business, dan Mobile Commerce: Teori & Praktek*, Bandung: Informatika Bandung.
- Rerung, Rintho Rante, (2018), *E-Commerce Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*, Yogyakarta:Deepublish.
- Santoso, Edy, (2018), *Pengaruh Globalisasi terhadap Hukum bisnis di Indonesia*, Jakarta: Prenadamedia Group.
- Slamet, Achmad, (2016), *Studi Islam (Kajian Metode dalam Ilmu Keislaman)*, Yogyakarta: Grup Penerbit CV BUDI UTAMA.
- Sugiyono, (2017), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Yusanto, Muhammad Ismail dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, (2008), *Menggagas Bisnis Islam*, Jakarta: Gema Insani.
- Irawanti, Dewi, (2011), *Pemanfaatan E-Commerce Dalam Dunia Bisnis, Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis*, Edisi ke IV.
- Jauhari, Jaidah, *Upaya Pengembangan Usaha KecildanMenengah (UKM) Dengan Memanfaatkan E-Commerce, Jurnal Sistem Informasi*, Vol. 2, No. 1.
- Juliyani, Erly, (2016), *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam, Jurnal Ummul Qura*, Vol. VII, No. 1.
- Karmawan, I Gusti Made, *Dampak Peningkatan Kepuasan Pelanggan Dalam Proses Bisnis E-Commerce Pada Perusahaan Amazon.com*, Vol. 5.
- Muhammad, (2013), *Kesatuan Bisnis dan Etika Dalam Al-Qur'an: Upaya Membangun Kerangka Bisnis Syari'ah, Jurnal Tsaqafah*, Vol. 9, No.1.
- Nugrahani, Dewi Santi, (2011), *E-Commerce Untuk Pemasaran Produk Usaha Kecil Dan Menengah, JurnalManajemen dan Bisnis*, No. 1.
- Wicaksono, M. Arif, *Pengusaha Media Sosial Instagram @wisatadakwah Okura Terhadap MinatBerkunjungFollowers, Jurnal JOMFISIP*, Vol. 4, No. 2.
- Wulan, Rayung, (2015), *Analisis Transaksi E-Commerce Melalui Jaringan Sosial Media Mobile, Jurnal SOSIO-E-KONS*, Vol. 7, No. 3.