

Etika Bisnis Islam Terhadap Transaksi Bisnis Online

Adriandi Kasim

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado, Sulawesi Utara, Indonesia

E-mail: adriandikasim@iain-manado.ac.id

ABSTRAK

Penelitian yang dibuat saat ini bertujuan untuk melihat bagaimana Tinjauan Etika dan Bisnis Islam terhadap Transaksi Bisnis online, masing-masing pihak antara produsen dan konsumen sudah melakukan etika bertransaksi sesuai dengan yang terdapat di dalam etika bisnis Islam. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan jenis data yang digunakan yaitu data sekunder. Penelitian sekarang ini dibuat dengan menggunakan pendekatan studi kepustakaan dengan menelusuri kembali terhadap bahan bacaan terkait dengan permasalahan yang diangkat. Hasil dari penelitian ini, penulis menemukan beberapa hal, yakni : Pertama, dalam transaksi bisnis online masing-masing ada kelebihan dan kekurangan dalam menjalankannya; Kedua, di beberapa marketplace yang ada saat ini, sudah menerapkan prinsip-prinsip dasar dari etika berbisnis; Ketiga, etika dalam berbisnis yang di terapkan di berbagai marketplace kebanyakan sudah se jalan dengan etika berbisnis Islam.

Kata Kunci: Etika, Bisnis, Islam, Transaksi Online

PENDAHULUAN

Banyak orang tidak menyangka, internet dapat menjadi lading bisnis yang mendatangkan keuntungan. Kenyataannya, banyak yang telah membuktikan sukses mendulang untung hanya memiliki toko online berupa Whatsaapp yang mereka buat sendiri. Bahkan, ada di antara yang menggarap Whatsaapp secara profesional dengan berbagai mampu menjaring konsumen di seluruh penjuru dunia. Sejak awal tahun 2000, perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) berkembang pesat. Hal tersebut telah berdampak pada perubahan sosial yang sangat cepat di banyak negara di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Beberapa perubahan besar yang terjadi, antara lain komersialisasi digital. (Lembaga Demokrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia, 2017:1-11)

Perkembangan teknologi yang semakin maju mengakibatkan pergeseran kebiasaan diberbagai aspek kehidupan. Dengan kemajuan duania internet ini, melalui beraneka ragam kemajuan peralatan teknologi informasi dan komunikasi

yang ada, para individu maupun kelompok-kelompok masyarakat saling berinteraksi dalam berbagai aktivitas kehidupan, tidak terkecuali dalam kegiatan jual beli. Berbisnis dengan menawarkan jasa dan barang dagangan di *e-commerce* jenis *marketplace* kini sedang banyak diminati oleh masyarakat. Hal ini disebabkan oleh kemudahan akses, efisiensi waktu dan pengurangan biaya yang dapat dikontrol dengan memanfaatkan media internet. Internet tersebut telah menciptakan suatu ekonomi baru, yang sudah mengubah persepsi kita tentang cara melakukan bisnis tradisional. Banyak perusahaan kecil dan perusahaan menengah berhasil membangun bisnis online yang terbukti sangat menguntungkan. (M. Arsyad Sanusi, 2001:10-29)

Tak bisa dipungkiri bahwa keberadaan generasi milenial saat ini kian semarak didunia kerja. Mereka berbeda dengan generasi-generasi sebelumnya. Mereka selalu memegang prinsip muda, semangat, penuh gaya. Mereka juga mempunyai wawasan luas, berpengetahuan, serta mampu berpikir cerdas. Mereka belajar dari manapun, terutama dari sumber-sumber yang ada diinternet. Generasi milenial tidak suka melakukan hal-hal yang menyulitkan dan melelahkan sebagaimana dilakukan generasi sebelumnya.

Dikarenakan dunia bisnis berkembang dengan perkembangan peradaban manusia. Semakin modern sebuah peradaban semakin modern pulalah bentuk dan hubungan bisnis yang ada. Dari sinilah didunia bisnis dikenal dua model utama, yaitu bisnis konvensional yang dimana merujuk kepada nilai-nilai dan tatacara klasik dan bisnis modern yang merujuk kepada nilai-nilai atau perilaku yang modern. Kebutuhan tersebut meningkat sebagai akibat jumlah penduduk yang setiap tahun terus bertambah, sehingga menimbulkan persaingan bisnis makin tinggi. Hal ini terlihat dari upaya-upaya yang dilakukan masyarakat dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup.

Akibat lebih lanjut dari perkembangan tersebut meningkatkan hubungan antara masyarakat, tidak saja antara penduduk dalam satu negara, akan tetapi antara warga negara di dunia. Wujud dari hubungan tersebut terbentuknya organisasi-organisasi bisnis, seperti AFTA, NAFTA, APEC, dan lembaga perdangan dunia *World Trade Organization* (WTO). (Sukarni, 2008)

Di Indonesia sendiri berbisnis via internet memiliki peluang yang masih besar. Banyak pakar memprediksikan bisnis online menjadi primadona bisnis di masa mendatang. Menurut data, jumlah pengguna dan jenis bisnis yang dilakukan di internet terus mengalami peningkatan. Populasi pengguna internet saat ini telah mencapai angka lebih dari 1 milyar, mayoritasnya menggunakan dan mengakses internet dari rumah. Aktivitas mereka itu antara lain melakukan studi, email, chatting, download, dan belanja. Selain itu, media internet mampu mengurangi biaya yang perlu dikeluarkan. Perkembangan dan kemajuan teknologi internet juga terjadi dengan sangat pesat dan sulit ditebak. Apa yang sebelumnya menjadi tren, akan menjadi hal biasa saja. Perkembangan teknologi keamanan dan

kenyamanan pun semakin ditingkatkan. Faktor inilah yang menyebabkan semakin banyak orang yang familiar, aman, dan nyaman berbelanja di internet.

Begitu banyak jenis barang dan jasa yang bisa ditawarkan dan di pasarkan. Dengan menggunakan akun facebook anda sudah dapat berbisnis online. Posting produk yang anda jual agar dapat dilihat oleh seluruh teman. Selain menggunakan weblog gratis, seperti blogspot dan wordpress. Salah satu kemudahan yang ditawarkan dengan adanya perkembangan teknologi ialah bisnis online yang sangat terkenal yaitu *e-commerce*, merupakan sejenis *marketplace* tempat dimana terjadinya transaksi bisnis online. Akad merupakan unsur yang paling penting dalam suatu bisnis. Akad atau ijab qabul dilaksanakan dengan ucapan lisan, tulisan atau isyarat bagi mereka yang tidak mampu berbicara atau menulis.

Perlunya pencatatan dalam melakukan bisnis online merupakan hal yang sangat penting, karena barang yang dibeli baru akan diproses dan dikirim setelah pembeli melakukan pembayaran terlebih dahulu. Didalam transaksi jual beli online, prinsip kejujuran menjadi sangatlah rentan karena penjual dan pembeli tidak bertemu secara langsung, melainkan melalui bisnis online atau media social. Reza Zakariya mengatakan, saat pertama kali internet muncul di masyarakat, orang menggap bahwa internet adalah sebuah media untuk mencari informasi saja. Untuk mencari bahan referensi, internet gudangnya. Internet diibaratkan sebagai gudang raksasa yang punya miliaran buku. Salah satu kritikan tajam terhadap internet adalah menyebabkan penggunaannya menjauhi kehidupan sosial. Akhirnya, internet menjadi persoalan sosial tersendiri. Namun, bagaimana pun manusia adalah makhluk sosial. Di internet pun, orang-orang mencari jati dirinya layaknya seorang manusia. (Fahrurrozi, 2020: 147-57)

METODE PENELITIAN

Kajian ini menggunakan metode penelitian analisis deskriptif. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder, data dalam bentuk artikel, buku dan laporan penelitian serta sumber-sumber lain atau informasi yang relevan dengan kajian ini. Kemudian teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi literatur atau *library research*. Studi kepustakaan adalah kegiatan yang berkaitan dengan koleksi data perpustakaan, membaca, merekam, dan mengolah bahan penelitian.

Analisis data yang digunakan adalah deduktif yaitu menganalisis data penulis, dan bertolak dari kesimpulan atau pengetahuan yang bersifat umum, kemudian ditarik kesimpulan data fakta atau pendapat para ahli tentang suatu masalah tertentu, kemudian diuraikan pula aspek-aspek persamaan dan perbedaan tentang objek yang dikaji.

PEMBAHASAN

Secara etimologi, bisnis berarti keadaan dimana seseorang atau sekelompok orang sibuk melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan

(Indriyo, 1999:6). Kata "bisnis" sendiri memiliki tiga penggunaan, tergantung skopnya, penggunaan singular kata bisnis dapat merujuk pada badan usaha, yaitu kesatuan yuridis (hukum), teknis, dan ekonomis yang bertujuan mencari laba atau keuntungan (Buchari, 1997:19-20). Penggunaan yang lebih luas dapat merujuk pada sektor pasar tertentu, misalnya "bisnis pertelevisian." Penggunaan yang paling luas merujuk pada seluruh aktivitas yang dilakukan oleh komunitas penyedia barang dan jasa. Meskipun demikian, definisi "bisnis" yang tepat masih menjadi bahan perdebatan hingga saat ini.

Adapun definisi bisnis dalam ilmu ekonomi, bisnis adalah suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya, untuk mendapatkan laba. Secara historis kata bisnis dari bahasa Inggris *business*, dari kata dasar *busy* yang berarti "sibuk" dalam konteks individu, komunitas, ataupun masyarakat. Dalam artian, sibuk mengerjakan aktivitas dan pekerjaan yang mendatangkan keuntungan.

Dalam ekonomi kapitalis, dimana kebanyakan bisnis dimiliki oleh pihak swasta, bisnis dibentuk untuk mendapatkan profit dan meningkatkan kemakmuran para pemiliknya. Pemilik dan operator dari sebuah bisnis mendapatkan imbalan sesuai dengan waktu, usaha, atau kapital yang mereka berikan.

Sedangkan secara termonologis, terdapat beberapa pengertian mengenai bisnis. Ada yang mengartikan dengan suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan laba atau menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat (KBBI, 1989:121).

Dengan demikian bisnis merupakan aktifitas yang cakupannya sangat luas; ia meliputi aktifitas memproduksi barang tambang atau pertanian dari bumi, memproses bahan-bahan dasar hingga berguna, membuat berbagai barang jadi, mendistribusikan barang, menyediakan jasa, menjual dan membeli barang dagangan ataupun aktifitas yang berkaitan dengan suatu pekerjaan yang bertujuan untuk memperoleh penghasilan (Gunadi, 1999:15).

Sistem informasi disusun dan dibuat menggunakan beberapa konsep yang dapat dijadikan sebagai acuan dan landasan, dimana konsep-konsep tersebut merupakan teori yang berhubungan dengan perancangan sistem informasi serta pemecahan masalah yang ada (Fariz, 2017:22-28). Pengertian *e-commerce* (Perdagangan Elektronik) adalah pembelian, penjualan dan pemasaran barang

serta jasa melalui sistem elektronik. Seperti televisi, radio dan jaringan komputer atau internet (Brady, 2010).

Bisnis online adalah bisnis dengan menggunakan media internet sebagai media pemasaran suatu produk atau jasa. Produk yang dipasarkan berupa produk barang, produk digital, dan jasa. Contoh produk barang adalah pakaian, makanan, elektronik, dan lain-lain. Sedangkan untuk produk digital adalah *e-book*, video, audio, dan *software*. Dapat didefinisikan sebagai program yang terdiri atas berbagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang atau produksi dari perusahaan kepada konsumen. Sehingga penggunaannya sesuai yang diperlukan. Penjualan merupakan salah satu kegiatan pemasaran karena dengan adanya penjualan dapat menciptakan suatu proses pertukaran barang atau jasa antara penjual dan pembeli (Putri, 2019).

Bisnis *online* merupakan strategi untuk mempromosikan suatu produk atau jasa yang ditujukan untuk menyentuh pikiran dan perasaan konsumen. Bisnis *online* adalah melakukan aktifitas penjualan dari mencari calon pembeli sampai memberikan bentuk perhatian kepada konsumen dengan memanfaatkan jaringan internet yang didukung dengan seperangkat alat elektronik sebagai penghubung dengan jaringan internet.

Fakta-Fakta yang terdapat dalam Bisnis Online

Internet sebagai fokus kajian dalam studi. ini, memiliki nature dan karakter global dan universal karena ia tidak mengenal batas teriton'al dalam hal koneksi jaringan-jaringan. Seseorang yang ada di negara-negara Abisa saja mengakses dan berhubungan dengan jaringan Internet di negara B, C dan lalnya dan demlkan pulasebaliknya. Oleh karena itu, ketlka Internet itu digunakan sebagai media perdagangan, maka permasalahan-permasalahannya pun akan memiliki kecenderungan untuk bersifat global dan universal.

Untuk jenis jasa dapat berupa desain grafis, jasa penerjemah, dan lain sebagainya. Berbisnis dengan menawarkan jasa dan barang dagangan di *e-commerce* jenis *marketplace* kini sedang banyak diminati oleh masyarakat. Hal ini disebabkan oleh kemudahan akses, efesiensi waktu dan pengurangan biaya yang dapat dikontrol dengan memanfaatkan media internet. Permasalahan-permasalahan Bisnis Online itu bukan hanya menjadi permasalahan suatu negara

tertentu melainkan menjadi permasalahan semua negara yang menggunakannya. Sebagai contoh adalah masalah yurisdiksi atau forum yang mengatur suatu kontrak yang dilakukan melalui internet yang menjadi permasalahan berbagai negara dan bahkan permasalahan internasional. Di samping itu, karena internet bersifat individual dan *non face*, maka ketika ia digunakan sebagai fasilitas dalam dunia perdagangan, sangat terbuka kemungkinan terjadinya suatu *fraud* (kecurangan) yang berimplikasi terhadap adanya perbuatan melanggar hukum, baik yang bersifat perdata maupun pidana.

Pelanggaran etika bisa terjadi di mana saja, termasuk dalam dunia bisnis. Untuk meraih keuntungan, masih banyak perusahaan yang melakukan berbagai pelanggaran moral. Praktik curang ini bukan hanya merugikan perusahaan lain, melainkan juga masyarakat dan negara. Praktik korupsi, kolusi, dan nepotisme (KKN) tumbuh subur di banyak perusahaan (Makhrus, 2015).

Contoh transaksi online adalah penjualan produk secara online melalui internet seperti Tokopedia.com, shopee dan yang lainnya dalam bisnis ini dukungan dan pelayanan konsumen dapat kita lakukan dengan Website, Email dan Whatsapp sebagai alat bantu, berkomunikasi, mengirimkan kontak dan sebagainya. Bisnis online memungkinkan setiap orang yang memiliki produk maupun jasa membuka dan mengurus toko secara gratis, aman, dan nyaman dengan berbagai fitur yang diberikan secara lengkap dan praktis.

Penerapan etika keseimbangan pada sistem pengelolaan bisnis dapat dinilai dari kualitas produk dan pendistribusian yang dilakukan. Kualitas produk dan distribusi yang baik bertujuan untuk memberikan produk terbaik bagi konsumen serta melayani kebutuhan konsumen (Siti, 2020:91-102). Dalam bisnis online pun banyak lika-likunya. Tergantung apa yang dibisniskan. Tapi kendala-kendala dalam bisnis online ini adalah sesuatu yang diberi belum mengetahui konsumen atau *customer*, Pembatalan secara sepihak, dan masih banyak lagi. Akan tetapi disisi lain pun bisnis online membawa keuntungan bagi pelaksana bisnis *online*. Dalam praktik, proses kontrak *online* memang sulit untuk diprediksi jangka waktu dan lamanya proses keberlangsungan pembuatan kontrak. Hal ini sangat bergantung kepada masing-masing kontrak, khususnya dalam kesiapannya untuk selalu mengakses internet dan menghubungi para mitra dagangnya. Bisnis online dapat ditemui dalam bentuk iklan, humas, tanggung jawab sosial perusahaan

(*corporate social responsibility*), dan pemasaran interaktif via internet secara tidak langsung. Dalam penjualan online untuk menyentuh pikiran dan perasaan konsumen.

Sayangnya banyak sekali kaum milenial yang tidak mengerti bagaimana transaksi bermuamalah online dengan baik dan benar. Di Indonesia, berbagai ketentuan yang berkaitan dengan bisnis syariah telah dirumuskan dalam fatwa-fatwa yang dikeluarkan oleh Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI). Fatwa-fatwa tersebut berisi aturan dan ketentuan hukum yang berkaitan dengan berbagai bentuk bisnis kontemporer ditinjau dari perspektif Islam.

Dalam hal ini bisnis online mempunyai kelebihan dan kekurangan. Seperti berikut:

1. Kelebihan bisnis online

- a. Memiliki banyak informasi mengenai produk
- b. Fleksibel
- c. Nyaman
- d. Mudah di dapat
- e. Mengurangi biaya
- f. global

2. Kekurangan Bisnis Online

- a. Kepercayaan lebih kecil
- b. Produk kurang nyata
- c. Dipertanyakan kredibilitas dari bisnis itu sendiri
- d. Jumlah penjualan meningkat secara lambat

Ada beberapa prinsip etika dalam berbisnis yang baik, dan sering juga terjadi dalam kehidupan sehari-hari, yaitu :

1. Prinsip Kejujuran

Dalam transaksi bisnis online ada banyak karakteristik dari setiap produsen atau pelaku usaha, ada produsen yang benar-benar jujur dalam melakukan transaksi tersebut karena beranggapan bahwa jika mereka memberikan keterangan barang yang mereka jual kepada konsumen mereka dengan keterangan yang salah atau tidak benar, maka akan sangat berpengaruh terhadap *rating* toko mereka, jika mereka membuka toko di *marketplace* contohnya

shooper ataupun tokopedia dan lain sebagainya. Maka dari itu mereka lebih mengedepankan prinsip kejujuran, karena dalam aktivitas berbisnis kejujuran sangat berdampak positif bagi pelaku usaha. Dengan menerapkan prinsip kejujuran, maka akan meningkatkan tingkat kepercayaan terhadap konsumen, dan ketika konsumen merasa puas dengan barang maupun tanggapan yang baik dari pelaku usaha, maka konsumen merasa nyaman berbelanja di toko tersebut dan konsumen tersebut akan melakukan *repeat order* secara terus-menerus, bahkan konsumen tersebut akan menyarankan kepada teman-temannya untuk membeli barang di toko langganannya. Selanjutnya, yang akan merasakan manfaat dari penggunaan prinsip jujur tersebut yaitu pelaku konsumen itu sendiri dan konsumennya.

Kebalikan daripada itu, jika dalam melakukan aktivitas bisnis online pelaku usaha tidak menerapkan prinsip kejujuran, maka akan menimbulkan dampak yang sangat tidak baik bagi kegiatan usahanya, contohnya jika ia menjual barang *second* atau barang bekas, tentunya pasti memiliki kekurangan, seharusnya penjual harus memberitahukan kepada konsumen mengenai kekurangan yang terdapat pada barang akan ia jual, jika penjual tidak memberitahukan hal tersebut, dan konsumen membeli barang itu karena ia merasa barang itu bagus tidak ada *minus* dalam barang tersebut, maka ketika barang itu sampai kerumah konsumen, dan konsumen melihat bahwa ada kekurangan dalam barang tersebut, tentunya konsumen akan merasa kecewa dengan penjualnya sehingga bisa menghilangkan rasa kepercayaan konsumen kepada penjual/toko si penjual, dan ini sangat berdampak buruk bagi toko penjual di *marketplace*, konsumen akan memberikan rating rendah dan rating tersebut bisa dilihat oleh banyak konsumen lainnya, dengan melihat rating dari toko tersebut konsumen yang lain juga tidak akan membeli di toko tersebut.

2. Prinsip Ketepatan

Dalam prinsip ini, yang harus dilakukan oleh penjual yaitu seperti mengirim barang sesuai dengan permintaan dari konsumen, pengiriman barang tepat waktu, dan permintaan konsumen yang lainnya. Hal tersebut harus dilakukan oleh penjual agar konsumen tidak terlalu lama dalam menunggu orderannya. Jadi, ketika penjual mendapat notifikasi dari marketplace bahwa konsumen telah melakukan pembayaran, maka yang harus penjual lakukan yaitu

harus langsung menyiapkan barang, di packing sesuai dengan permintaan konsumen dan langsung dikirim ke tempat konsumen, setelah barang dikirim, penjual harus secepatnya memberikan nomor resi kepada konsumen, agar konsumen bisa mengecek barangnya sudah sampai dimana.

Dengan menerapkan prinsip ini dalam aktivitas berbisnis maka akan lebih meningkatkan rasa puas dari konsumen terhadap pelayanan penjual, sebaliknya ketika pesanan tidak sama atau tidak sesuai dengan pesanan atau request dari konsumen maka konsumen akan merasa kecewa dengan pelayanan dari pada penjual, dan ini akan berpengaruh besar terhadap pengurangan kepuasan konsumen. Lagi-lagi konsumen akan memberikan rating rendah terhadap penjual. (Kristianto, 2019:58-59)

Tinjauan Etika Dan Bisnis Islam Terhadap Transaksi Bisnis Online

Etika merupakan filsafat/pemikiran kritis dan rasional mengenal nilai dan norma moral yang menentukan dan terwujud dalam sikap dan pada perilaku hidup manusia, baik secara pribadi maupun sebagai kelompok. (Sebuah ilmu: pengejawantahan secara kritis ajaran moral yang dipakai) (Louis, 1996:10). Istilah etika dan moral dipakai untuk makna yang sama. Namun makna secara etimologis, kata etika berasal dari bahasa Yunani yaitu *ethos* yang mempunyai arti adat, akhlak, watak, perasaan, sikap dan cara berfikir atau berarti adat. Adapun moral berasal dari kata *morales* sebuah kata latin yang sering diasumsikan dengan etika, kedua kata tersebut dapat diartikan sama sebagai *custom or mores* (Abdul Aziz, 2013:12).

Mempraktikkan bisnis dengan etiket berarti mempraktikkan tata cara bisnis yang sopan dan santun sehingga kehidupan bisnis menyenangkan karena saling menghormati. Etiket berbisnis diterapkan pada sikap kehidupan berkantor, sikap menghadapi rekan-rekan bisnis, dan sikap di mana kita tergabung dalam organisasi. Itu berupa senyum sebagai apresiasi yang tulus dan terima kasih, tidak menyalah gunakan kedudukan, kekayaan, tidak lekas tersinggung, kontrol diri, toleran, dan tidak memotong pembicaraan orang lain. (Nandan, 2016:26)

Dengan kata lain, etiket bisnis itu memelihara suasana yang menyenangkan, menimbulkan rasa saling menghargai, meningkatkan efisiensi kerja, dan meningkatkan citra pribadi dan perusahaan. Berbisnis dengan etika

bisnis adalah menerapkan aturan-aturan umum mengenai etika pada perilaku bisnis. Etika bisnis menyangkut moral, kontak sosial, hak-hak dan kewajiban, prinsip-prinsip dan aturan- aturan. (Agus, 2011:14)

Jika aturan secara umum mengenai etika mengatakan bahwa berlaku tidak jujur adalah tidak bermoral dan beretika, maka setiap insan bisnis yang tidak berlaku jujur dengan pegawainya, pelanggan, kreditur, pemegang usaha maupun pesaing dan masyarakat, maka ia dikatakan tidak etis dan tidak bermoral.

Mempraktikkan bisnis dengan etiket berarti mempraktikkan tata cara bisnis yang sopan dan santun sehingga kehidupan bisnis menyenangkan karena saling menghormati. Etiket berbisnis diterapkan pada sikap kehidupan berkantor, sikap menghadapi rekan-rekan bisnis, dan sikap di mana kita tergabung dalam organisasi. Itu berupa senyum sebagai apresiasi yang tulus dan terima kasih, tidak menyalah gunakan kedudukan, kekayaan, tidak lekas tersinggung, kontrol diri, toleran, dan tidak memotong pembicaraan orang lain.

Etika bisnis secara umum adalah doktrin etis yang berdasarkan ajaran-ajaran agama Islam yang terdapat Al-Qur'an dan Sunnah Nabi Muhammad SAW, yang didalamnya terdapat nilai-nilai luhur dan sifat- sifat yang terpuji (*Mahmudah*). Dalam Islam, etika ataupun perilaku serta tindak tanduk dari manusia telah diatur sedemikian rupa sehingga jelas mana perbuatan atau tindakan, yang dikatakan dengan perbuatan atau tindakan asusila yang mana tindakan atau perbuatan yang disebut bermoral atau sesuai dengan aturan agama.

Islam menempatkan nilai etika di tempat yang paling tinggi. Pada dasarnya, Islam diturunkan sebagai kode perilaku moral dan etika bagi kehidupan manusia, seperti yang disebutkan dalam hadis: “ Aku diutus untuk menyempurnakan akhlak yang mulia”. Terminologi paling dekat dengan pengertian etika dalam Islam adalah akhlak.

Dalam Islam, etika (akhlak) sebagai cerminan kepercayaan Islam (iman). Etika Islam memberi sanksi internal yang kuat serta otoritas pelaksana dalam menjalankan standar etika. Konsep etika dalam Islam tidak utilitarian dan relatif, akan tetapi mutlak dan abadi. Jadi, Islam menjadi sumber nilai dan etika dalam segala aspek kehidupan manusia secara menyeluruh, termasuk dalam dunia bisnis.

Dari perspektif Islam, e-commerce menunjukkan konotasi yang sama dengan cara perdagangan konvensional. Oleh karena itu, harus sesuai dengan semua persyaratan dan prinsip hukum kontrak Islam seperti bebas dari unsur riba (riba), perjudian (*maysir*), ketidakpastian (*gharar*) dan paksaan (*ikrah*). Persyaratan Syariah ini bertujuan melindungi kepentingan dan menghilangkan bahaya pihak-pihak yang terlibat dalam suatu transaksi, dengan demikian mempromosikan keadilan, yang merupakan salah satu tujuan utama Syariah (*maqasidal-Syariah*) (M. Pradana:32-40).

Karena *e-commerce* melibatkan perdagangan antara pembeli dan penjual, ia perlu memenuhi persyaratan dan ketentuan penting dari hukum kontrak Islam, yaitu yang pertama : penawaran dan penerimaan (formulir), kedua : pembeli dan penjual (pihak yang mengadakan kontrak) dan ketiga : objek dan harga (subjek), maka dianggap sah. (Hanni, 2010:24).

Penerapan etika tanggung jawab dilakukan penjual dengan cara memberikan respon pada komplain yang diajukan dengan menawarkan pilihan yang tidak memberatkan satu sama lain. Penerapan etika kebajikan (ihsan) dapat ditelusuri dari keempat etika yang telah diterapkan penjual di atas yang menunjukkan bahwa penjual telah benar-benar memberikan manfaat bagi berbagai aspek ekonomi, memberikan pelayanan terbaik, respon cepat, tidak mengecewakan, serta tidak menimbulkan mudharat bagi semua pihak.

Transaksi bisnis lewat online jika sesuai dengan aturan-aturan yang telah disebut di atas akan membawa kemajuan bagi masyarakat dan negara. Namun demikian, bukan berarti tidak ada rambu-rambu yang mengaturnya. Transaksi online diperbolehkan menurut Islam selama tidak mengandung unsur-unsur yang dapat merusaknya seperti kezhaliman, penipuan, kecurangan dan yang sejenisnya serta memenuhi rukun-rukun dan syarat-syarat didalam jual belinya. Transaksi online dibolehkan menurut Islam berdasarkan prinsip-prinsip yang ada dalam perdagangan menurut Islam.

Intinya adalah bagaimana kita mengontrol diri kita sendiri untuk dapat menjalani bisnis dengan baik dengan cara peka dan toleransi. Dengan kata lain, etika bisnis untuk mengontrol bisnis agar tidak tamak. Bahwa itu bukan bagianku. Perlakukan orang lain sebagaimana kita ingin diperlakukan.

Etika dan Bisnis Islam adalah prosedur dalam menjalankan aktivitas dalam bidang usaha yang bersumber pada Al-Qur'an, hadits, dan kaidah-kaidah yang dilakukan oleh sekelompok orang yang sangat paham mengenai ilmu fiqih yaitu yang biasa disebut sebagai ahli fiqih. Adapun prinsip-prinsip dasar dari etika dan bisnis Islam yang di dalamnya merangkum beberapa hal berikut, yaitu : prinsip keadilan, prinsip kehendak bebas, prinsip tanggung jawab, dan prinsip kebenaran.

1. Prinsip Keadilan

Prinsip keadilan yang banyak di praktikan di berbagai *marketplace* yaitu dinyatakan dengan perilaku setiap pelaku usaha yang menyama-ratakan semua pembeli/konsumen. sebagaimana yang terdapat di dalam QS.al-Mai'idah 5: 8

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَا نُ قَوْمٍ عَلَىٰ الْآ
تَعْدِلُوا إِعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Terjemahan : "...Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa..."
(QS. Al-Maidah 5 : 8)

Berlandaskan potongan ayat di atas, dikatakan bahwa Allah memerintahkan manusia untuk berlaku adil. Dalam melakukan transaksi jual beli di berbagai *marketpace* yang ada, penjual harus jujur kepada pembeli, baik pembeli yang sering melakukan transaksi maupun yang melakukan tawar-menawar semuanya harus dilayani dengan baik. Penjual mengirimkan barang yang sesuai tidak rusak atau cacat, dan pembeli membayar jumlah yang sesuai, yang merupakan perwujudan keadilan satu sama lain, karena masing-masing pihak mendapatkan manfaatnya, tidak ada yang dirugikan. Penggunaan sistem pembayaran rekening bersama oleh setiap *marketplace* memberikan rasa aman dan nyaman di antara penjual pembeli. Hal tersebut juga merupakan sikap yang nyata dalam prinsip keadilan.

2. Prinsip Kehendak Bebas

Kebebasan dalam memilih tersirat dari firman Allah swt dalam QS Ali 'Imran/ 3: 152

وَلَقَدْ صَدَقَكُمُ اللَّهُ وَعْدَهُ إِذْ أَخْسَوْهُمْ بِآذِنِهِ ۚ حَتَّىٰ إِذَا فِشَلْتُمْ وَتَنَارَعْتُمْ فِي الْأَمْرِ وَعَصَيْتُمْ
مِّنْ بَعْدِ مَا أَرَكُم مَّا تُحِبُّونَ

Terjemahan : "...di antaramu ada orang yang menghendaki dunia dan diantara kamu ada orang yang menghendaki akhirat..." (QS. Ali'Imraan 3 : 152

Dari ayat tersebut dapat diartikan bahwa dalam hidup manusia dapat memilih pilihan mana yang diinginkannya. Orang memiliki kehendak bebas untuk memilih "A" atau "B" berdasarkan pilihan kesadaran mereka. Prinsip kehendak bebas yang digunakan di *marketplace* menunjukkan tidak adanya paksaan oleh pembeli yang memesan barang. Dengan semua kesadaran yang dilakukan, pembeli dengan sengaja menekan tombol "Checkout" sebagai tanda bahwa pembeli ingin melakukan pemesanan. Kalaupun pembeli ingin membatalkan pesanan, pembeli cukup membatalkan pesanan sebelum membayar. Dengan demikian, pembeli memiliki kebebasan untuk berdagang secara bebas. Penjual juga diberikan kebebasan untuk memilih pesanan mana yang akan diproses.

Penjual diberi kebebasan untuk menolak pesanan pembeli jika dirasa tidak pantas atau memberatkan penjual. Ini menunjukkan niat penjual untuk mengklik tombol "Terima Pesanan" jika penjual siap menerima pesanan, untuk mengklik tombol "Tolak Pesanan" jika penjual tidak mau menerima pesanan. Tidak ada paksaan dari pihak manapun dalam prosesnya. *marketplace* juga memberikan kebebasan kepada pembeli untuk memilih produk yang akan dibeli. Ada banyak penjual dan barang yang dicari di *marketplace*. Proses pemilihan jasa pengiriman, serta cara pembayaran, memberikan kebebasan kepada konsumen untuk memilih jasa pengiriman cara pembayaran yang akan digunakan. *marketplace* tidak pernah memaksa pembeli untuk membuat pilihan yang ada.

3. Prinsip Tanggung Jawab

Kewajiban adalah tanggung jawab masing-masing pihak dalam transaksi. Penjual harus bertanggung jawab atas barang yang dijual, dan pembeli harus membayar barang yang diinginkannya. Sikap tanggung jawab harus dimiliki oleh semua pihak saat melakukan penjualan dan pembelian, agar tidak ada pihak yang dirugikan. Karena masing-masing pihak harus bertanggung jawab atas apa yang terjadi.

Seperti yang dijelaskan dalam QS. Al-Muddatsir 74:38

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِيْنَةٌ

Terjemahan : “Tiap-tiap diri bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya.” (QS. Al-Muddatstsir 74 : 38)

Penerapan prinsip tanggung jawab di Tokopedia.com menunjukkan pembeli membayar barang yang dipesan. Melakukan pembayaran yang tepat waktu adalah perwujudan dari prinsip tanggung jawab pembeli atas pesanan yang ditempatkan. Prinsip tanggung jawab penjual ditunjukkan melalui pengiriman barang yang tepat waktu. Pengiriman harus sesuai, tidak rusak atau cacat. Cara mengemas paket yang baik sesuai pesanan pembeli juga merupakan sikap tanggung jawab yang dimiliki penjual. Jika ada keluhan dari pembeli, penjual harus bertanggung jawab dengan mengganti barang.

Setelah sampai kepada pembeli atas produk yang dikirim oleh penjual, *marketplace* harus bertanggung jawab untuk menyediakan dana kepada penjual sesuai dengan pembayaran pembeli. Selain itu, *marketplace* bertanggung jawab untuk memberikan informasi yang jelas kepada penjual dan pembeli. *marketplace* harus memberikan informasi yang jelas kepada penjual tentang pesanan yang dilakukan oleh pembeli. *marketplace*, di sisi lain, harus memberikan informasi yang jelas kepada pembeli tentang status pesanan, apakah pesanan diproses oleh penjual atau tidak. Jika ada keluhan dari pembeli, *marketplace* juga bertanggung jawab untuk memastikan bahwa penjual benar-benar menangani keluhan pembeli dengan baik.

4. Prinsip Kebenaran

Penipuan sangat tidak dibenarkan dalam hal bertransaksi dalam agama Islam. Penipuan yang terjadi sangat merugikan pihak pembeli. Seperti halnya Allah yang terdapat dalam QS al-Syu'arā 26 : 181-182 :

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ۖ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ

Terjemahan : “sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu Termasuk orang-orang yang merugikan; dan timbanglah dengan timbangan yang lurus.” (QS. Al-Syu'araa' 26 : 181-182).

Dan juga firman Allah swt dalam QS al-Mutaffifin/ 83: 1-3 :

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ

الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ

Terjemahan : “kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang; (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi; dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi.” (QS. Al-Mutaffifin 83 : 1-3)

Prinsip kebenaran dalam transaksi jual beli di *marketplace* adalah penjual mengirimkan barang sesuai pesanan pembeli. Pengiriman harus sesuai, tidak rusak atau cacat. Foto produk yang ditampilkan dalam iklan harus sesuai dengan yang ada di sana, dan bukan foto yang diambil dari Internet. Deskripsi produk juga harus dijelaskan dengan kondisi produk asli. Tidak ditambahkan, tidak dihapus.

Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat bahwa prinsip kejujuran dan ketepatan selaras dengan prinsip kebenaran, prinsip loyalitas selaras dengan prinsip keadilan, dan prinsip kedisiplinan selaras dengan prinsip tanggung jawab. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa prinsip-prinsip yang terdapat dalam etika bisnis sejalan dengan prinsip-prinsip yang terdapat di dalam etika dan bisnis Islam. (Kristianto, 2019:58-59)

KESIMPULAN

Bisnis online adalah bisnis dengan menggunakan media internet sebagai media pemasaran suatu produk atau jasa. Produk yang dipasarkan berupa produk barang, produk digital, dan jasa. Contoh produk barang adalah pakaian, makanan, elektronik, dan lain-lain. Sedangkan untuk produk digital adalah e-book, video, audio, dan software. Dalam bisnis online pun banyak lika-likunya. Tergantung apa yang dibisniskan. Tapi kendala-kendala dalam bisnis online ini adalah sesuatu yang diberi belum mengetahui konsumen atau *customer*, Pembatalan secara sepihak, dan masih banyak lagi. Akan tetapi disisi lain pun bisnis online membawa keuntungan bagi pelaksana bisnis online. Intinya adalah bagaimana kita mengontrol diri kita sendiri untuk dapat menjalani bisnis dengan baik dengan cara peka dan toleransi. Dengan kata lain, etika bisnis untuk mengontrol bisnis agar tidak tamak. Bahwa itu bukan bagianku. Perlakukan orang lain sebagaimana kita ingin diperlakukan.

Beberapa marketplace yang ada saat ini, sudah menerapkan prinsip-prinsip dasar dari etika berbisnis, diantaranya: prinsip kejujuran, prinsip ketetapan, prinsip loyalitas, dan prinsip kedisiplinan. Selanjutnya, etika dalam berbisnis yang di terapkan di berbagai marketplace kebanyakan sudah se jalan dan selaras dengan etika berbisnis Islam yang ada dalam pandangan Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus. Arijanto., *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2011).
- Alma. Buchari., “*Pengantar Bisnis*”, (Bandung, Alfabeta, 1997).
- Aziz. Abdul., *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2013)
- Brady. M., and J. Loonam, *Exploring the use of entity-relationship diagramming as a technique to support grounded theory inquiry*, (Bradford: Emerald Group Publishing, 2010).
- Gitosudarmo. Indriyo., “*Pengantar Bisnis*”, (Yogyakarta, BPFE, 1999).
- Gunadi. Endro., “*Redefinisi Bisnis; Suatu Penggalan Etika Keutamaan Aristoteles*”, (Jakarta: Pustaka Binaman Pressindo, 1999).
- Hanni Sofia dan Budhi Prianto, *Panduan Mahir Akses Internet*, (Jakarta: Kriya Pustaka Pusparisa 2010).
- Kamus Besar bahasa Indonesia”, (Jakarta, Balai Pustaka, 1989).
- Kristianto, dkk, “Etika Bisnis Jual Beli Online dalam Perspektif Islam”, *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 3 No. 1, Juni 2019.
- Louis. O. Kattsoff, “*Pengantar Filsafat*”, a.l Soejono Soemargono, (Yogyakarta, Tiara Wacana, 1996).
- Limakrisin. Nandan., *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012).
- M. Pradana, *Klasifikasi Jenis-Jenis Bisnis E-Commerce Di Indonesia*, *Jurnal Neobis* , 32-40
- Sukarmi, *Bahan Kuliah “Hukum Ekonomi”*, Program Doktorat Fakultas Hukum Universitas Brawijaya- Fakultas Hukum Universitas Bengkulu, 2007/2008