

Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Daring Di Toko *Online* Shopee

Mabarroh Azizah

Fakultas Syariah, IAIN Purwokerto, Indonesia
mabarroh@iainpurwokerto.ac.id

Abstract

The practice of buying and selling online, a seller is required to be not deliberate contradiction between words and deeds in his business. The seller must have a mandate by displaying an attitude of openness, honesty, optimal service, and doing good with everything, let alone relating to community service. That there are some problems that occur in buying and selling online (online). Among these are sellers who post pictures on Shoppe that don't match the original. This study aims to explain the application of Islamic business ethics in Shopee's online store. This type of research is juridical-normative or normative legal research. the nature of this research is descriptive-analysis research. Primary data is research material in the form of rules, norms about Islamic business ethics and documented online trading concepts. Data collection techniques in this study used literature, documentation and interviews. Data analysis technique is done by inductive thinking. The results showed that: the application of Islamic business ethics in the practice of buying and selling online (online) at Shopee's online store, has not implemented Islamic business ethics. Because there are still lies and also post pictures that are not in accordance with the original.

Keywords: Business ethics, Buying and selling online

Abstrak

Praktek jual beli online, seorang penjual dituntut bersikap tidak kontradiksi secara disengaja antara ucapan dan perbuatan dalam bisnisnya. Penjual harus memiliki amanah dengan menampilkan sikap keterbukaan, kejujuran, pelayanan yang optimal, dan berbuat baik dengan segala hal, apalagi berhubungan dengan pelayanan masyarakat. Bahwa ada beberapa permasalahan yang terjadi pada jual beli online (daring). Di antaranya adanya penjual yang memposting gambar di Shoppe yang tidak sesuai dengan aslinya. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan penerapan etika bisnis Islam di toko *online* Shopee Jenis penelitian ini adalah *yuridis-normati* atau penelitian hukum normative. Sifat penelitian ini adalah penelitian deskriptif-analisis. Data primer merupakan bahan penelitian yang berupa aturan, norma tentang etika bisnis Islam dan konsep jual beli daring (*online*) yang terdokumentasi. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kepustakaan, dokumentasi dan wawancara. Teknik Analisis data dilakukan dengan cara berfikir induktif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: penerapan etika bisnis Islam dalam praktek jual beli daring (*online*) di toko *online* Shopee, belum menerapkan etika bisnis Islam. Karena masih adanya perbuatan bohong dan juga memposting gambar yang tidak sesuai dengan aslinya.

Kata Kunci: *Etika bisnis, Jual beli daring*

A. Pendahuluan

Sebagaimana arti dasarnya bahwa bisnis memiliki makna sebagai “*the buying and selling of goods and services*”. Bisnis merupakan pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan dan memberi manfaat. Bisnis berlangsung karena adanya kebergantungan antar individu, adanya peluang internasional, usaha untuk mempertahankan dan meningkatkan standar hidup, dan lain sebagainya.¹ Bisnis juga dipahami dengan suatu kegiatan usaha individu (privat) yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menciptakan nilai (*create value*) melalui penciptaan produksi barang dan jasa guna memenuhi kebutuhan masyarakat serta memperoleh keuntungan melalui transaksi atau jual beli.² Jadi, bisnis dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan (*profit*), mempertahankan kelangsungan hidup, pertumbuhan social, dan tanggung jawab sosial.

Sementara itu, seiring majunya perkembangan zaman. Internet merupakan lompatan teknologi, yang telah merubah cara pandang batas terhadap bisnis lokal maupun global, dimana model bisnis era global saat ini menggunakan sistem dengan cara yang tidak perlu untuk bertatap muka secara langsung, cukup hanya dengan melakukan transfer data via internet saja. Yang mana kedua belah pihak antara *originator* dan *adrese* (penjual dan pembeli) dapat menembus batas Sistem Pemasaran dan Bisnis-Online dengan menggunakan Sentral *Shop*. Sentral *Shop* merupakan sebuah rancangan *Web Ecommerce Smart (WES)* dan sekaligus sebagai *Bussiness Intelligent* yang sangat stabil untuk digunakan dalam memulai, menjalankan, mengembangkan, dan mengontrol bisnis. Pada umumnya pengertian daring (dalam jaringan) atau online menyatakan konektifitas atau dalam penggunaan yang biasanya menyatakan segala sesuatu yang berhubungan dengan internet atau *World Wide Web atau (W3)* menggunakan perangkat tertentu seperti komputer, gadget dan lain-lain.³

Sementara itu, di sisi lain etika dan nilai bisnis adalah dua hal penting yang tidak boleh diabaikan dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif ini. Dengan memiliki etika dan nilai-nilai bisnis, maka bisnis yang dijalankan tidak hanya menghasilkan keuntungan secara materi, namun juga non materi sebagai upaya mendapatkan citra positif, kepercayaan, dan keberlangsungan bisnis itu

¹ Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta & Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bank BPD Jateng, 2007), hlm. 37

² Muhammad Djakfar, *Hukum Bisnis: Membangun Wacana Integrasi Perundangan Nasional dengan Syariah* (Yogyakarta: PT LKIS Printing Cemerlang, 2009), hlm. 25

³ www.kanalinfo.web.id ask permissions

sendiri.⁴ Menurut Qardlawi, antara ekonomi (bisnis) dan akhlak (etika) tidak pernah terpisah sama sekali bagai dua sisi mata uang yang tak pernah terpisahkan, seperti halnya antara ilmu dan akhlak. Sebab realitas moral dalam kehidupan masyarakat yang terjernihkan lewat studi kritis (*critical studies*) adalah wilayah etika.⁵ Dan moral ekonomi bisnis inilah yang perlu kita pikirkan secara kritis agar bisa menghasilkan moralitas yang bermakna bagi kehidupan. Sebab di dalam ajaran Islam, ketinggian nilai etika tidak saja secara teoritis yang bersifat abstrak namun juga bersifat aplikatif dengan basic al-Quran dan Hadis yang dijadikan sebagai bahan acuan dalam aktivitas bisnis.⁶

Di dalam kaitannya dengan paradigma Islam tentang etika bisnis, maka landasan filosofis yang harus dibangun dalam pribadi muslim adalah adanya konsepsi hubungan manusia dengan manusia dan lingkungannya, serta hubungan manusia dengan Tuhannya.⁷ Dan etika bisnis Islam merupakan etika bisnis yang mengedepankan nilai-nilai al-Quran, dimana nilai-nilai tersebut meliputi antara lain: Kesatuan (*tauhid/unity*), nilai ini menawarkan keterpaduan antara agama, ekonomi, dan social untuk membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam sistem Islam. Keseimbangan (*equilibrium atau adil*), Islam sangat menganjurkan untuk berbuat adil dalam berbisnis, dan melarang berbuat curang. Kehendak bebas (*free will*), kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, namun kebebasan tersebut juga tidak merugikan kepentingan kolektif. Tanggung jawab (*responsibility*), untuk memenuhi tuntunan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakannya secara logis atas semua yang dilakukannya.⁸

Berangkat dari hal di atas, maka peranan etika bisnis dalam transaksi jual beli daring (*online*) dianggap sangatlah penting, sebab sistem bisnis *online* (daring) ini berkembang menjadi lini baru dalam bisnis modern saat ini, dan kecenderungan yang terjadi pada masyarakat untuk belanja dengan sistem online terus meningkat. Dan bisnis daring (*online*) dirasa lebih praktis karena memberikan sejumlah kemudahan. Kendati dalam bisnis daring (*online*) sering terjadi penipuan sebab barang tidak dikirim setelah dilakukan pembayaran atau transfer uang. Fisik dan kualitas barang tidak sesuai dengan yang diharapkan,

⁴ Muhammad & Alimin, *Etika Perlindungan Konsumen dalam Islam*, (Yogyakarta: BPFE, 2004), hlm. 77

⁵ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islami: Tataran Teoritis dan Praktis*, (Malang: UIN Malang Press, 2008), hlm. 25

⁶ Muhammad Djakfar, *Hukum Bisnis: Membangun Wacana Integrasi ...*, hlm. 37

⁷ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islami: Tataran Teoritis dan Praktis...*, hlm. 86

⁸ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, (Jakarta: Penebar Plus, 2012), hlm. 30.

karena kita hanya dapat melihat melalui foto yang ada di website. Dikenakan biaya transportasi atau pengiriman, sehingga ada biaya tambahan. Dan tidak dapat melihat atau mencoba barang yang dipesan secara langsung, butuh waktu agar barang sampai ditempat karena proses pengiriman.⁹

Berbeda dengan sistem bisnis yang selama ini dijalankan oleh para pelaku usaha dengan menggunakan sistem *offline*, dimana bisnis yang dijalankan merupakan bisnis secara langsung tanpa menggunakan media internet. Dan biasanya produk maupun jasa diperlihatkan terhadap pelanggan secara tatap muka. Kemudahan mendapatkan layanan produk maupun jasa pun memiliki hubungan yang kuat dengan pelanggan. Selain itu juga kepercayaan konsumen mudah untuk dibangun karena toko dan produk maupun jasa terlihat nyata. Akan tetapi permasalahan yang harus dihadapi oleh bisnis model ini adalah terkendala dengan batas wilayah dan jangkauan distribusi. Selain itu sistem bisnis *offline* akan membutuhkan modal yang relatif besar untuk menjalankannya.¹⁰

Sebenarnya antara bisnis *offline* dan *online* sama-sama mempunyai sisi kekurangan dan kelebihan, namun seiring majunya teknologi, bisnis daring (*online*) menjanjikan pangsa pasar yang lebih luas dibandingkan dengan bisnis *offline*, bisnis ini juga bisa dikerjakan di mana saja asal terhubung dengan jaringan internet. Maka tak pelak, bisnis daring menjadi primadona baru bagi ibu rumah tangga, para pelajar dan mahasiswa ataupun pengguna aktif internet. Prospek bisnis daring (*online*) sangat luar biasa karena dapat menjangkau semua orang di berbagai belahan bumi ini. Mengingat pengguna internet setiap tahun mengalami perkembangan yang pesat, maka ini adalah peluang yang dimanfaatkan dalam strategi bisnis online. Sebab informasi produk atau jasa yang akan dijual akan ditampilkan melalui media website.

Sementara itu, seperti yang kita ketahui bersama, bahwa hingga saat ini situs *e-commerce* atau situs jual beli daring (*online*) memang sudah cukup banyak dan beragam. Namun jika berbicara yang paling populer, maka beberapa situs jual beli seperti Bukalapak, Tokopedia, Shoope, Lazada, Bibli, Zalora, Bhineka dan lain-lainnya.

Dari beberapa situs jual itu, Shoope bisa dibilang menjadi pemain baru di ranah *e-commerce* Indonesia karena baru dirilis di Indonesia Juni 2015 dibanding situs jual beli yang tersebut di atas. *Startup* asal Singapura ini mengklaim layanan belanja daring (*online*) yang ditawarkan mengusung konsep *mobile marketplace*

⁹ Shofiyullah Mz, dkk, *.E-Commerce Dalam Hukum Islam (Studi Atas Pandangan Muhammadiyah dan Nu*, Jurnal Penelitian Agama. Vol. XVII, No.3, 2008, hlm. 29

¹⁰ *Ibid*, hlm. 30.

khusus dari konsumen-ke-konsumen (C2C). Dengan `mengawinkan` elemen media sosial, pembeli atau penjual bisa langsung berinteraksi tanpa perlu repot berhubungan di luar aplikasi Shopee. Shopee menghadirkan fitur `Live Chat` yang menjadikannya berbeda dengan perusahaan *e-commerce* lainnya. Lewat fitur *Live Chat* ini, pembeli bisa langsung berbicara dengan penjual untuk bisa nego barang yang hendak dibeli.¹¹

Berdasarkan riset *Business Development Director Snapcart Asia Pasifik* (BD2SAP). Aplikasi daring riset pasar Snapcart telah menyurvei mengenai perilaku belanja *e-commerce* di Indonesia. Dari survei tersebut, tiga *e-commerce* yang paling mudah diingat dan dimanfaatkan pengguna, yaitu Shopee, Tokopedia, dan Lazada. Riset Snapcart ini dilakukan dengan metode survei daring melalui aplikasi pada Januari 2018, dengan melibatkan 6.123 responden. Berdasarkan temuan riset terbaru Snapcart, 37 persen responden menjawab paling sering menggunakan Shopee untuk berbelanja *online* di Indonesia.¹²

Sementara itu, dalam jual beli online, penjual dituntut bersikap tidak kontradiksi secara disengaja antara ucapan dan perbuatan dalam bisnisnya. Mereka dituntut tepat janji, tepat waktu, mengakui kelemahan dan kekurangan, selalu memperbaiki kualitas barang atau jasa secara berkesinambungan serta tidak boleh menipu dan berbohong. Penjual harus memiliki amanah dengan menampilkan sikap keterbukaan, kejujuran, pelayanan yang optimal, dan berbuat baik dengan segala hal, apalagi berhubungan dengan pelayanan masyarakat. Dengan sifat amanah, pelaku usaha memiliki tanggung jawab untuk mengamalkan kewajiban-kewajibannya.¹³

Dari pengamatan peneliti, diketahui bahwa ada beberapa permasalahan yang terjadi pada jual beli online (daring). Di antaranya adanya penjual yang memposting gambar di Shoppe yang tidak sesuai dengan aslinya. Terkadang dalam postingan di media sosial, pihak penjual juga tidak menjelaskan secara detail mengenai spesifikasi dari barang tersebut. Gambar produk yang dipajang di media sosial terlihat menarik dan bagus, namun setelah barang diterima oleh pembeli, barang yang diterima jauh berbeda dengan gambar yang diposting. Bahkan bisa terjadi barang yang ditawarkan itu adalah kualitas Original akan

¹¹ Ini yang Bikin Shopee Beda dengan Aplikasi Belanja Online Lain ; <https://www.liputan6.com/tekno/read/2379358/ini-yang-bikin-shopee-beda-dengan-aplikasi-belanja-online-lain>, di akses 7 September 2018

¹² *Shopee Vs Tokopedia, Siapa Paling Diingat Pengguna?*, <https://www.viva.co.id/digital/digilife/1022725-shopee-vs-tokopedia-siapa-paling-diingat-pengguna>

¹³ Veithzal Rivai, *Islamic Business And Economic Ethics* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), hlm. 237

tetapi pada kenyataannya setelah dipergunakan atau dipakai ternyata kualitasnya KW (tidak original).

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Bagaimana penerapan etika bisnis Islam dalam praktek jual beli daring (*online*) di toko *online* Shopee?

B. Metode Penelitian

Setiap kegiatan ilmiah untuk lebih terarah dan rasional diperlukan suatu metode yang sesuai dengan obyek yang dibicarakan, karena metode ini sendiri berfungsi sebagai cara mengerjakan sesuatu untuk mendapatkan hasil yang memuaskan. Di samping itu metode juga merupakan suatu cara bertindak dalam upaya agar kegiatan penelitian dapat terlaksana secara rasional dan terarah guna mencapai hasil yang optimal.¹⁴ Sebagaimana terlihat dari judul penelitian ini, obyek penelitian ini adalah *jual beli daring (online)*. Jenis penelitian ini adalah *yuridis-normati* atau penelitian hukum normatif. Pendekatan yuridis normatif dipergunakan untuk menganalisis norma peraturan perundang-undangan dengan mengacu pada kepastian hukum dan nilai keadilan dalam masyarakat.¹⁵

Sedangkan sifat dari penelitian ini adalah penelitian deskriptif-analisis. Penelitian yang bersifat deskriptif mempunyai ciri memusatkan diri pada pemecahan masalah yang ada pada masa sekarang atau masalah aktual, kemudian data yang dikumpulkan mula-mula disusun, dijelaskan kemudian dianalisa. Sedangkan yang dimaksud analitik yaitu menggambarkan fakta-fakta yang diteliti dihubungkan dan diteliti secara yuridis dengan menggunakan pisau analisa berupa peraturan perundang-undangan, teori ilmu hukum serta pendapat para ahli hukum sehingga dapat menjawab pokok permasalahan sebagaimana dikemukakan pada masalah penelitian ini.¹⁶

Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data primer merupakan bahan penelitian yang berupa aturan, norma tentang etika bisnis Islam dan konsep jual beli daring (*online*) yang terdokumentasi dalam berbagai hasil catatan-catatan (*arsip*), selain itu akan dilakukan wawancara dengan pihak yang pernah melakukan transaksi jual beli melalui toko *online* Shopee. Sedang data sekunder merupakan bahan hukum dalam penelitian yang diambil dari studi

¹⁴ Anton Bakker dan Achmad Charris, *Metode Penelitian Filsafat*, (Yogyakarta: Kanisius, 2005), hlm. 10

¹⁵ Johnny Ibrahim, *Teori & Metodologi Penelitian Hukum Normatif*, Edisi Revisi, Cet. Keempat (Malang: Bayumedia Publisng, 2011), hlm. 302

¹⁶ Mukti Fajar dan Yulianto Achmad, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif & Empiris*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), hlm. 183

kepuustakaan yang terdiri dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum non-hukum.¹⁷

Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kepuustakaan, dokumentasi dan wawancara. Kepustakaan dan dokumentasi digunakan guna mendapatkan landasan teoritis berupa pendapat-pendapat atau tulisan-tulisan para ahli untuk memperoleh informasi baik dalam bentuk ketentuan formal maupun data melalui naskah resmi yang ada.¹⁸ Sementara data wawancara diperoleh dari para pihak (penjual dan pembeli) yang pernah bertransaksi di toko online Shopee. Data primer dan sekunder yang diperoleh dalam penelitian ini akan disusun secara sistematis dan dianalisis. Proses ini akan dilakukan dengan cara berfikir induktif yaitu menarik kesamaan nilai-nilai yang terkandung dalam berbagai norma hukum dan perundang-undangan untuk selanjutnya dirumuskan secara umum atau (*generalisasi*). Prosedur analisis yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif normatif. Penelitian ini menjadikan bahan kepuustakaan sebagai tumpuan utamanya. Tinjauan pustaka ini dilakukan untuk melihat sampai sejauh mana masalah ini pernah ditulis atau diteliti oleh orang lain, kemudian akan ditinjau, apa yang ditulis, bagaimana pendekatan dan metodologinya, apakah ada persamaan atau perbedaan. Metode analisis kualitatif normatif ini digunakan dalam rangka mengetahui tentang detail-detail pemahaman yang ada.¹⁹

C. Hasil Dan Pembahasan

Ekonomi dan praktik bisnis Islami berkaitan sangat erat dengan akidah dan syariah Islam sehingga seseorang tidak akan memahami pandangan Islam tentang ekonomi dan bisnis tanpa memahami dengan baik akidah dan syariah Islam. Keterikatan dengan akidah atau kepercayaan menghasilkan pengawasan melekat pada dirinya sehingga terjalin hubungan harmonis dengan mitranya yang pada gilirannya akan mengantarkan kepada lahirnya keuntungan bersama, bukan sekedar keuntungan sepihak.²⁰

Untuk membangun kultur bisnis yang sehat, idealnya dimulai dari perumusan etika yang akan digunakan sebagai norma perilaku sebelum aturan

¹⁷ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, edisi revisi 9, cet. VI (Jakarta: Prenadamedia Group, 2010), hlm. 181

¹⁸ Ronny Hanitijo Soemitro, *Metodologi Penelitian Hukum dan Jurimetri*, Cet. III (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004), hlm. 107

¹⁹ Anton Bakker dan Achmad Charris, *Metode Penelitian Filsafat* cet.5 (Yogyakarta: Kanisius, 2005), hlm. 97

²⁰ Quraish Shihab, *Bisnis Sukses Dunia Akhirat : Berbisnis Dengan Allah*, (Tangerang : Lentera Hati, 2011), hlm. 9.

(hukum) perilaku dibuat dan dilaksanakan, atau aturan (norma) etika tersebut diwujudkan dalam bentuk aturan hukum. Sebagai kontrol terhadap individu pelaku dalam bisnis yaitu melalui penerapan kebiasaan atau budaya moral atas pemahaman dan penghayatan nilai-nilai dalam prinsip moral sebagai inti kekuatan suatu perusahaan dengan mengutamakan kejujuran, bertanggung jawab, disiplin, berperilaku tanpa diskriminasi. Etika bisnis Islam merupakan suatu kebiasaan atau budaya moral yang berkaitan dengan kegiatan bisnis suatu perusahaan. Sedangkan etika bisnis Islami adalah studi tentang seseorang atau organisasi dalam melakukan usaha atau kontrak bisnis yang saling menguntungkan sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam.²¹

Dalam hal penerapan etika bisnis Islam dalam praktek jual beli daring (*online*) di toko *online* Shopee antara lain sebagai berikut:

1. Penerapan Prinsip Kesatuan

Kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial menjadi keseluruhan yang homogen, serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh. Dari konsep ini maka Islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan ini pula maka etika dan bisnis menjadi terpadu, vertikal maupun horizontal, membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam sistem Islam.²²

Dalam praktik jual beli online di Toko Shopee, ketika mereka mengadakan proses jual beli, pihak Shopee atau penjual memposting gambar di media sosial menggunakan gambar yang palsu. Dikatakan palsu karena sudah bukan foto asli, tetapi foto yang sudah melalui proses editing, sehingga bisa menutupi kekurangan dari produk tersebut. Pihak penjual melakukan semua ini karena supaya bisnisnya berjalan dengan lancar, dan juga karena gambar asli dengan yang di foto bisa sangat berbeda jauh sekali. Oleh karena itu, bila dihubungkan dengan teori yang ada, maka peneliti menganalisis bahwa perbuatan yang dilakukan oleh pihak penjual kepada pembeli telah melanggar prinsip kesatuan. Karena, dalam prinsip kesatuan ini, pengusaha muslim tidak akan melakukan diskriminasi diantara pihak penjual dan pembeli. Namun, dalam kasus ini pihak penjual melakukan kebohongan kepada pembeli dengan cara memposting barang yang bagus dan ketika

²¹ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Prespektif Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 35-36

²² *Ibid.* hlm. 46

barang tersebut sampai di tangan konsumen, barang tersebut bisa berbeda dengan yang diharapkan konsumen.

2. Penerapan Prinsip Keseimbangan

Prinsip keseimbangan pada dataran ekonomi, menentukan konfigurasi aktivitas-aktivitas distribusi, konsumsi serta produksi yang terbaik, dengan pemahaman yang jelas bahwa kebutuhan seluruh anggota masyarakat yang kurang beruntung dalam masyarakat Islam didahulukan atas sumber daya riil masyarakat. Dengan demikian, Islam menuntut keseimbangan antara hak pembeli dan penjual.²³

Jika ditinjau dari prinsip keseimbangan yang telah dipaparkan di atas. Bahwa prinsip keseimbangan pada dataran ekonomi, menentukan konfigurasi aktivitas-aktivitas yang terbaik, dengan pemahaman yang jelas bahwa kebutuhan seluruh anggota masyarakat yang kurang beruntung dalam masyarakat Islam didahulukan atas sumber daya riil masyarakat. dengan demikian, Islam menurut keseimbangan antara hak pembeli dan hak penjual. Sistem jual beli online di Shopee, ketika pihak penjual memposting gambar di media sosial menggunakan gambar yang palsu. Dikatakan palsu karena sudah bukan foto asli, tetapi foto yang sudah melalui proses editing, sehingga bisa menutupi kekurangan dari produk tersebut. Pihak penjual melakukan semua ini karena supaya bisnisnya berjalan dengan lancar dan laku.²⁴

Berdasarkan data yang diperoleh jelas bahwa jual beli di Toko online Shopee belum sesuai dengan prinsip keseimbangan, yang mana prinsip keseimbangan sangat memperhatikan hak pembeli dan hak penjual. Jadi sebaiknya penjual dalam melakukan transaksi tidak hanya memikirkan kepentingan sendiri akan tetapi pihak penjual juga harus memperhatikan kepentingan pembeli. Jika pembeli membutuhkan informasi mengenai produk tersebut, maka harus di jelaskan dengan detail tanpa ada yang ditutupi.

3. Penerapan Prinsip Kehendak Bebas

Kebebasan merupakan bagian penting dalam etika bisnis Islam, tetapi kebiasaan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar. Tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang mendorong

²³ Djakfar, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*, hlm. 64.

²⁴ *Ibid.* hlm.65

manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya.²⁵

Penerapan konsep kehendak bebas dalam etika bisnis Islam ialah manusia memiliki kebebasan untuk membuat kontrak dan menepatinya ataupun mengingkarinya.²⁶ Adapun kehendak bebas atau kehendak sendiri merupakan salah satu syarat sahnya jual beli. Dalam jual beli yang dimaksud dengan kehendak sendiri, yaitu bahwa dalam melakukan perbuatan jual beli salah satu pihak tidak melakukan paksaan atas pihak lain, sehingga pihak lain tersebut melakukan perbuatan jual beli bukan atas kemauan sendiri, tapi ada unsur paksaan. Jual beli yang dilakukan bukan atas dasar kehendak sendiri hukumnya adalah tidak sah.

Sedangkan jual beli online di Toko Shopee, pihak penjual tidak pernah memaksakan konsumen untuk membeli barang yang mereka jual, konsumen membeli barang dengan dasar suka sama suka tanpa adanya unsur keterpaksaan. Oleh karena itu, jual beli di Toko Shopee telah sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam. Karena, dalam proses transaksi jual beli, tidak ada unsur keterpaksaan yang diberikan penjual kepada konsumen untuk membeli produk yang telah di jual oleh pihak Shopee.

4. Penerapan Prinsip Tanggung Jawab

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakannya. Secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas. Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggung jawab atas semua yang dilakukan.²⁷ Manusia harus berani mempertanggung jawabkan segala pilihannya tidak saja di hadapan manusia, bahkan yang paling penting adalah kelak di hadapan Allah. Bisa saja, karena kelihaiannya, manusia mampu melepaskan tanggung jawab perbuatannya yang merugikan manusia, namun kelak ia tidak akan pernah lepas dari tanggung jawab di hadapan Allah Yang Maha Mengetahui.

Penerapan konsep tanggung jawab dalam etika bisnis Islam misalnya jika seorang pengusaha muslim berperilaku secara tidak etis, ia tidak dapat

²⁵ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Prespektif Islam*, hlm. 46

²⁶ Rafik Isa Beekum, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), hlm. 39

²⁷ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, hlm. 46

menyalahkan tindakannya pada persoalan tekanan bisnis ataupun pada kenyataan bahwa setiap orang juga berperilaku tidak etis. Ia harus memikul tanggung jawab tertinggi atas tindakannya sendiri. Jika ditinjau dari prinsip tanggung jawab sebagaimana yang telah dipaparkan di atas, maka tanggung jawab merupakan bagian yang terpenting dalam praktik jual beli. Salah satu aspek tanggung jawab dalam Islam yaitu tanggung jawab yang bersifat sukarela tanpa paksaan.

Jual beli online di Toko Shopee, ketika barang yang telah dibeli sampai kepada konsumen dan terdapat ketidaksesuaian khususnya mengenai barang yang tidak sesuai dengan gambar yang telah diposting, sehingga pembeli tidak nyaman saat memakainya. Maka pihak dropshipper tidak mau bertanggung jawab. Dengan alasan, tidak menerima komplen dalam bentuk apapun. Dan jual beli online sistem dropshipping sifatnya keberuntungan. Jadi, apabila barang yang diterima konsumen tidak sesuai dengan keinginan, berarti sudah menjadi resiko untuk konsumen. Berdasarkan teori dan data yang telah di paparkan di atas maka telah jelas bahwa dalam jual beli online di Toko Shopee, melanggar prinsip tanggung jawab. Karena, pihak penjual tidak mau menerima komplen dalam bentuk apapun kecuali sudah ada perjanjian terlebih dahulu. Seharusnya jika terjadi ketidaksesuaian barang yang telah dikirimkan, pihak penjual harus bertanggung jawab untuk mengganti yang sesuai dengan ekspektasi konsumen.

5. Penerapan Prinsip Kebenaran

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

Dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerja sama atau perjanjian dalam bisnis.²⁸ Dalam dunia bisnis kita tetap ingin memperoleh prestasi (keuntungan), namun hak pembeli harus tetap dihormati. Dalam arti penjual harus bersikap toleran terhadap kepentingan pembeli, terlepas apakah ia sebagai konsumen tetap maupun bebas.²⁹

²⁸ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, hlm. 46

²⁹ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Dalam Prespektif Islam*, hlm. 31.

Berdasarkan data yang diperoleh dari praktik jual beli online di Toko Shopee, ketika penjual memasang gambar produk yang mereka jual tidak sesuai dengan aslinya. Mayoritas mereka sengaja berjualan dengan gambar palsu. Alasan para penjual memposting gambar palsu yaitu bermacam-macam di antaranya agar jual belinya laku, ada juga yang digunakan untuk menarik perhatian pembeli. Mereka juga tidak menjelaskan secara detail terkait spesifikasi produk yang telah ia jual.

D. Simpulan

Setelah diuraikan di pembahasan dalam penelitian ini maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut: Bahwa penerapan etika bisnis Islam dalam praktek jual beli daring (*online*) di toko *online* Shopee, belum menerapkan etika bisnis Islam. Karena pihak penjual masih melakukan diskriminasi kepada pembeli dengan melakukan kebohongan dan juga memposting gambar yang tidak sesuai dengan aslinya. Pihak penjual juga masih memikirkan kepentingannya sendiri dengan tidak memperhatikan hak pembeli. Sehingga sangat merugikan konsumen apabila barang tersebut datang tidak sesuai dengan gambarnya dan spesifikasi yang telah dipilih oleh pembeli. Apabila terjadi adanya ketidaksesuaian barang yang diterima oleh konsumen, pihak penjual tidak menerima komplain dalam bentuk apapun kecuali sudah ada perjanjian yang telah dibuat terlebih dahulu. Sehingga dengan rasa kecewa, pihak konsumen harus menerima barang tersebut meskipun barang tersebut tidak sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen.

Daftar Pustaka

Abdul Aziz, *Etika Bisnis Prespektif Islam*, Bandung: Alfabeta, 2013

Anton Bakker dan Achmad Charris, *Metode Penelitian Filsafat* cet.5, Yogyakarta: Kanisius, 2005.

Anton Bakker dan Achmad Charris, *Metode Penelitian Filsafat*, Yogyakarta: Kanisius, 2005

<https://www.liputan6.com/tekno/read/2379358/ini-yang-bikin-shopee-beda-dengan-aplikasi-belanja-online-lain>, di akses 7 September 2018

<https://www.viva.co.id/digital/digilife/1022725-shopee-vs-tokopedia-siapa-paling-diingat-pengguna>

Johnny Ibrahim, *Teori & Metodologi Penelitian Hukum Normatif*, Edisi Revisi, Cet. Keempat Malang: Bayumedia Publising, 2011

Muhammad & Alimin, *Etika Perlindungan Konsumen dalam Islam*, Yogyakarta: BPFE, 2004

Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islami: Tataran Teoritis dan Praktis*, Malang: UIN Malang Press, 2008

Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, Jakarta: Penebar Plus, 2012

Muhammad Djakfar, *Hukum Bisnis: Membangun Wacana Integrasi Perundangan Nasional dengan Syariah* Yogyakarta: PT LKIS Printing Cemerlang, 2009

Mukti Fajar dan Yulianto Achmad, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif & Empiris*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010 Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, edisi revisi 9, cet. VI Jakarta: Prenadamedia Group, 2010

Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, Jakarta: Rineka Cipta & Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bank BPD Jateng, 2007

Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, edisi revisi 9, cet. VI, Jakarta: Prenadamedia Group, 2010

Quraish Shihab, *Bisnis Sukses Dunia Akhirat: Berbisnis Dengan Allah*, Tangerang: Lentera Hati, 2011

Rafik Isa Beekum, *Etika Bisnis Islam* Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004

Riska Andi Fitriyono, *Kebijakan Formulasi Hukum Pidana Dalam Melindungi Transaksi E-Commerce Di Indonesia*. Jurnal Magister Ilmu Hukum, 2007

Ronny Hanitijo Soemitro, *Metodologi Penelitian Hukum dan Yurimetri*, Cet. III Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004

Shofiyullah Mz, dkk, *.E-Commerce Dalam Hukum Islam: Studi Atas Pandangan Muhammadiyah dan Nu*, Jurnal Penelitian Agama. Vol. XVII, No.3, 2008,

Shopee Vs Tokopedia, Siapa Paling Diingat Pengguna?
<https://www.viva.co.id/digital/digilife/1022725-shopee-vs-tokopedia-siapa-paling-diingat-pengguna>

Veithzal Rivai, *Islamic Business And Economic Ethics* Jakarta: Bumi Aksara, 2012