

## **Prinsip Etika Bisnis Syariah dalam Transaksi E-commerce**

Agus Kurniawan<sup>1</sup>, Rizqi Pranita Yusmayra<sup>2</sup>, Shella Amy Resiya<sup>3</sup>, Syafira Putri Ariani<sup>4</sup>,  
Zakiatun Nufus Hasanah<sup>5</sup>, Zhafira Yufi Alfiyanti<sup>6</sup>

\*rizqi.pranita.2104216@students.um.ac.id

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui prinsip etika bisnis syariah dalam transaksi *E-commerce*. Kami menggunakan metode kualitatif bersifat deskriptif, dengan teknik pengumpulan data berupa kajian pustaka melalui pengumpulan hasil penelitian-penelitian terdahulu. Setelah dilakukan penelitian, dapat disimpulkan bahwa pada awalnya masyarakat meragukan kesesuaian *E-commerce* dengan hukum jual-beli yang ada. Namun, saat ini dengan adanya etika bisnis syariah, dapat menjamin bahwa *E-commerce* boleh dilakukan asalkan sesuai dengan syariat Islam yang berlaku. Serta terdapat beberapa langkah agar *E-commerce* sesuai dengan syariah. Apabila penjual dan pembeli menerapkan etika bisnis syariah sesuai dengan ketentuan, maka kemungkinan terjadinya tindakan kejahatan penipuan akan menurun.

**Kata Kunci:** Bisnis, Etika, *E-commerce*, Penerapan, Syariah.

### **Abstract**

*This research aims to find out the principles of Islamic business ethics in E-commerce transactions. We use qualitative methods of descriptive nature, with data collection techniques in the form of literature studies through the collection of the results of previous studies. After research, it can be concluded that at first the public doubted the suitability of E-commerce with existing buying and selling laws. However, currently with the existence of Syariah business ethics, it can guarantee that E-commerce can be done as long as it is in accordance with the applicable Islamic syariah. And there are several steps so that E-commerce is in accordance with syariah. If sellers and buyers apply syariah business ethics in accordance with the provisions, then the possibility of fraud crimes will decrease.*

**Keywords:** Business, Ethics, *E-commerce*, Application, Syariah.

## **PENDAHULUAN**

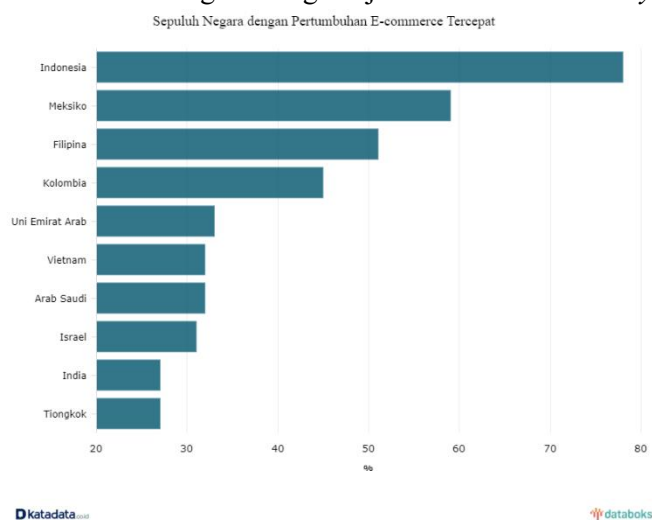
Semakin berkembangnya teknologi saat ini, keberadaan internet tentu memudahkan setiap aspek kehidupan manusia, termasuk aspek ekonomi. Transaksi perdagangan tradisional telah bergeser ke sistem perdagangan secara *online*. Transaksi jual beli yang dilakukan melalui *E-commerce* atau internet dilakukan tanpa bertemu langsung antara pembeli dan penjual, yang mendasarkan transaksi jual beli atas dasar saling percaya, dimana pelaksanaa kesepakatan antara penjual dan pembeli yang terjadi melalui media elektronik (Mutiarasari, 2019). Oleh sebab itu, dokumen kesepakatan tersebut tidak ada dalam transaksi jual beli tradisional. Salah satu pakar internet Indonesia, kegiatan ekonomi di Indonesia memiliki kemampuan yang besar dalam mengembangkan *E-commerce*. Septriana Tangkary sebagai Direktur Pemberdayaan Informatika, menyatakan bahwa Indonesia termasuk dalam urutan 10 negara terbesar mengenai pertumbuhan *E-commerce* dengan nilai pertumbuhan 78% dan Indonesia berada pada pada peringkat ke 1 (Kemkominfo, 2019).

*E-commerce* secara umum merupakan kegiatan transaksi jual beli secara *online* melalui media elektronik. Maka dari itu, di era revolusi industri 4.0 ini *E-commerce* menjadi pilihan yang paling banyak diminati oleh masyarakat (Baharun, 2019). Oleh karena itu, dengan adanya *E-commerce* sebagai alat tukar baru yang mudah dan sederhana tentunya akan menguntungkan banyak pihak, termasuk konsumen, produsen dan penjual. Dengan menggunakan internet ini, dalam proses jual belinya masyarakat dapat meminimalkan biaya dan waktu (Baharun, 2019).

*E-commerce* dinilai mudah dan sederhana. Maka dari itu dibutuhkan penerapan prinsip dan etika bisnis yang sangat tinggi dari penjual. Namun untuk sekarang ini dengan perkembangan *E-commerce* yang semakin besar, kegiatan jual beli melalui internet ini ternyata masih ada kegiatan transaksi *E-commerce* yang belum sesuai dengan etika prinsip bisnis *syari'ah*. Contoh kegiatan *E-commerce* yang tidak sesuai dengan etika dan bisnis *syari'ah*, yaitu kurangnya pelayanan dari penjual, penipuan, barang cacat atau tidak sesuai deskripsi, dan pengembalian uang yang tidak diproses penjual, hal ini dapat berdampak negatif pada kelanjutan perkembangan *E-commerce* (Ruslang, 2020).

Penyebab terjadinya ketidaksesuaian penerapan etika dan prinsip bisnis *syari'ah* dikarenakan penjual yang mementingkan keuntungan dan jumlah penjualan produk sesuai dengan targetnya. Menurut beberapa jurnal sebelumnya yang membahas mengenai kepuasan pembeli atas pelayanan penjual dapat disimpulkan bahwa tidak semua pembeli merasa puas setelah transaksi berlangsung. Beberapa masalah yang muncul dalam jual beli *online* masih melanggar prinsip dan etika bisnis serta sulit untuk dikontrol atau diawasi. Berbeda dengan jual beli *offline* yang mana pembeli dapat menentukan akan melanjutkan transaksi atau tidak melanjutkan transaksi secara langsung, karena pembeli dapat menilai secara langsung produk yang akan dibelinya. Sedangkan jual beli *online* membatasi hak pembeli untuk menilai produk yang akan dibelinya dan hanya menilai produk berdasarkan deskripsi yang disediakan oleh penjual.

Tujuan dari pembuatan paper ini adalah untuk mengidentifikasi berbagai macam masalah jual beli *online* (*E-commerce*) dengan mengaitkan dari perspektif prinsip dan etika bisnis *syari'ah*, serta memberi rekomendasi langkah-langkah jual beli *online* sesuai *syari'ah*.



**Gambar 1. Sepuluh Negara dengan Pertumbuhan E-commerce Tercepat**

Sumber: katadata.co.id

## METODE PENELITIAN

Berdasarkan jenisnya, penelitian ini menggunakan metode literatur *review*. Metode literatur *review* merupakan suatu metode mengumpulkan berbagai karya tulis yang dapat dijadikan sebuah rujukan seperti artikel ilmiah, buku, tesis, skripsi, disertasi, dan karya tulis lainnya yang memiliki kaitan dengan masalah dan tujuan penelitian serta mengidentifikasi secara sistematis (Triandini, 2019). Sumber literatur *review* didapatkan dari berbagai jurnal nasional maupun internasional yang bersumber dari penelitian terdahulu yang berkaitan dengan

topik prinsip etika bisnis, etika bisnis syariah, *E-commerce*, maupun urgensi etika bisnis. Metode pengumpulan literatur review menggunakan beberapa tahapan antara lain mencari dan mengumpulkan artikel jurnal berdasarkan pokok pembahasan, mengelompokkan artikel jurnal berdasarkan relevansi pokok pembahasan dan tahun penelitian, mengurutkan struktur penjelasan, membandingkan data yang saling berhubungan, serta penarikan kesimpulan.

Dalam pencarian artikel jurnal, penulis menggunakan Google Scholar, Sinta Jurnal, dan Crossref Metadata dengan kata kunci diantaranya “Etika Bisnis Syariah”, “E-commerce Syariah”, “Prinsip Etika Bisnis”, “Transaksi E-commerce”, “Kesesuaian E-commerce dengan Syariah Islam”, “Etika Bisnis berdasarkan Maqashid Syariah” dengan rentang tahun 2012-2022 yang relevan dengan isi jurnal dan keterkaitan topik penelitian. Fokus penelitian yaitu untuk mengkaji apakah *E-commerce* sesuai dengan etika bisnis syariah. Artikel jurnal yang sudah dikelompokkan, penulis menganalisis penjelasan struktur mengenai keterkaitan artikel dan topik penelitian. Lalu membandingkan apabila terdapat jurnal yang saling berkaitan. Menambahkan artikel jurnal yang terakreditasi yang fungsinya memperkuat dan menambah keakuratan hasil pembahasan, kemudian dilakukan penarikan kesimpulan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Etika Bisnis dalam Transaksi *E-commerce*

Seiring berkembangnya zaman, hampir seluruh masyarakat dunia menggunakan internet sebagai alat bantu mereka dalam melakukan segala aktivitas sehari-hari. Salah satunya yang sangat fenomenal sekarang ini adalah kegiatan transaksi jual-beli yang dilakukan secara online. Transaksi ini sangat mudah dilakukan kapanpun dan dimanapun karena hanya dengan menggunakan media elektronik yang ada dan tanpa perlu bertemu secara langsung dengan pembeli. Hal yang membedakan jual beli secara *online* dan *offline* adalah pada tempat lokasinya. Pada jual beli secara *offline* proses transaksi dilakukan secara langsung atau bertemu tatap muka antara penjual dan pembeli, sedangkan pada kegiatan jual-beli *online*, akad dilakukan melalui media elektronik internet tanpa bertemu secara langsung.

Upaya dalam meningkatkan standar kualitas hidup untuk memenuhi kebutuhan akan barang dan jasa, manusia melakukan interaksi dengan manusia lainnya melalui kegiatan bisnis, selain itu bisnis juga menjadi salah satu promotor ekonomi di suatu negara (Kuncoro, 2020; Mardani, 2017). Dalam dunia bisnis terkadang para pelaku usaha melakukan segala cara untuk mendapatkan laba yang maksimal, seperti menekan biaya produksi hingga menggunakan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika bisnis (Anindya, 2017). Banyak oknum penjual yang menyalahgunakan kesempatan jual beli *online* ini menjadi sebuah hal yang merugikan bagi pembeli. Hal ini disebabkan karena penjual tidak bertemu secara langsung dengan pembeli, maka dari itu ia memanfaatkannya dengan melakukan kegiatan penipuan. Penipuan yang dilakukan banyak macamnya, salah satunya seperti barang yang dikirim tidak sesuai dengan pesanan atau bahkan uang sudah diterima oleh penjual, tetapi barang tidak dikirimkan ke pembeli. Sebenarnya, jual beli *online* itu halal asalkan sesuai dengan ketentuan islam atau tidak mengandung riba dan penipuan. Jika jual beli tersebut tidak sesuai dengan syarat-syarat dan ketentuan islam, maka hukumnya haram. (Fitria, 2017).

Syarat-syarat dan ketentuan agar jual beli *online* hukumnya dapat halal sesuai syariat islam diantaranya adalah barang yang diperjual belikan harus halal. Kejelasan status juga penting, seperti penjual itu statusnya memang sebagai pemilik barang yang dijual atau hanya sebagai perantara yang barangnya bukan miliknya tapi bisa mendatangkan barang yang dipesan pembeli. Selain itu, harga barang yang dijual harus sepadan dengan kualitasnya, penjual

dilarang memberikan harga tinggi tetapi barang yang dikirimkan atau dijual ke pembeli kualitasnya buruk. Terakhir, yang paling penting adalah kejujuran, kedua belah pihak baik penjual maupun pembeli harus jujur dan amanah dalam menjalankan proses transaksi. (Fitria, 2017 ; Erlina, 2021).

Dalam agama Islam, etika bisnis yang terpenting adalah niat yang tulus karena jika niat itu tulus maka Allah SWT dapat menghitungnya sebagai ibadah dan mendapat pahala. Rasulullah Saw mengajarkan kepada umatnya ada empat etika bisnis syariah yang jika dilakukan dampaknya baik, tidak merugikan bagi kedua belah pihak yang bertransaksi. Pertama adalah *fathanah* (profesional), penjual harus memberikan pelayanan yang baik kepada pembeli, yang kedua adalah *Amanah* (terpercaya), maksudnya penjual harus bertanggung jawab terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, ada juga *shiddiq* (jujur), penjual harus menanamkan sifat jujur pada dirinya sendiri, misalnya dengan menahan diri agar tidak melakukan penipuan kepada pembeli. Terakhir yakni *tabligh* (transparan), seperti dalam kegiatan jual beli *online*, penjual harus memberikan deskripsi produk yang dijual secara benar nyata sesuai apa adanya produk tersebut, tanpa melebih-lebihkannya. (Ruslang, 2020). Etika bisnis syariah memiliki peranan dalam mengatur segala bentuk transaksi bisnis, bahwa segala transaksi yang dilakukan tidak hanya mencari laba sebanyak-banyaknya, melainkan menghindari sikap destruktif dengan menggunakan sumber daya alam yang ada dengan bijaksana dan menghindari segala transaksi yang berkaitan dengan maishir, gharar, serta riba, sehingga diharapkan usaha yang dijalani mendapatkan keberkahan atas rezeki yang diberikan oleh Allah SWT (Ruslang, 2020; Darmawati, 2013; Prameswary, 2020).

Selain itu, ada juga etika bisnis menurut *Maqashid Syariah*, yang artinya terlaksananya keadilan, maksudnya antara penjual dan pembeli tidak ada yang dirugikan. *Pertama, Hifdz ad-Diin* (Menjaga agama), menjalankan proses transaksi jual-beli sesuai dengan syariat agama yang sudah ditetapkan. *Kedua, Hifdz an-Nafs* (Menjaga jiwa), dapat diwujudkan dalam bentuk penjual yang menjual barang-barang halal dan tidak membahayakan hidup pembelinya. *Ketiga, Hifdz al-Aqal* (Menjaga akal), salah satu contohnya tidak menjual minuman keras yang dapat merusak akal pikiran. *Keempat, Hifdz an-Nasal* (Menjaga keturunan), dilarang menjual barang yang dapat merusak kehormatan muslim seperti hal-hal yang berbau pornografi karena hal tersebut juga termasuk perbuatan asusila. *Kelima, Hifdz al-Maal* (Menjaga harta), tidak menjual barang terlarang atau barang yang hasil perolehannya dari kegiatan haram. (Ruslang, 2020).

Berikut ini adalah beberapa cara yang dapat dilakukan agar terhindar dari penipuan saat berbelanja menggunakan *E-commerce* antara lain; melakukan riset atau mencari informasi lebih lanjut terhadap web yang digunakan berbelanja, jika meragukan lebih baik cari web lain yang meyakinkan. Saat melakukan proses pembayaran, harus hati-hati dan teliti jangan sampai salah. Lalu, jangan sampai mengirimkan data yang bersifat pribadi karena ini sangat berbahaya, data-data pribadi kita bisa diretas. Yang paling penting, jangan mudah tergoda dengan barang murah, sebelum membeli lebih baik dicek terlebih dahulu barangnya, bisa dengan cara meminta foto barang asli ke penjual. (Idham, 2020).

### **Penerapan Etika Bisnis Sesuai Dengan Syariah**

Pada sebuah perusahaan dibutuhkan penerapan etika bisnis. Menerapkan etika bisnis yang baik dan benar sesuai dengan syariat Islam akan mewujudkan suatu proses disetiap transaksi pada bisnisnya. Terlebih lagi pada era 4.0 yang semakin modern ini, setiap orang tidak akan kesulitan untuk mendapatkan sesuatu yang dibutuhkan. Karena pada era 4.0 ini semua kebutuhan manusia sudah tersedia dibeberapa *E-commerce* yang tersedia di Indonesia. Namun, untuk sekarang ini banyak pedagang masih banyak pedagang yang kurang

menerapkan etika pada bisnis mereka secara baik dan benar. Kurangnya para pedagang dalam melibatkan etika bisnis yang baik mulai dari kurangnya kejujuran, keadilan, bahkan para pedagang juga sering melakukan kecurangan yang mungkin tidak diketahui oleh para pelanggannya.

Pada era 4.0 ini keberadaan *E-commerce* sangat membantu masyarakat untuk mendapatkan kebutuhannya, transaksi yang dilakukan di *E-commerce* cukup mudah dilaksanakan, sehingga banyak masyarakat yang tertarik melakukan transaksi jual beli melalui *E-commerce* ini (Maghfirah, 2019). Namun jika para pedagang masih kurang dalam menerapkan etika bisnisnya hal ini menjadi bertolak belakang dalam kegiatan transaksi menurut ajaran Islam. Dalam Islam, kegiatan jual beli melalui *E-commerce (online)* ataupun jual beli secara langsung wajib menerapkan etika bisnis yang baik dan benar. Kebanyakan para pedagang yang berjualan melalui *E-commerce* banyak menipu para pembeli seperti halnya, adanya ketidakjelasan pada barang dan ternyata barang tersebut tidak layak dijual belikan tetapi oleh pedagang barang tersebut tetap dijual hingga barang tersebut di kirimkan kepada pembeli, sehingga pembeli memberikan rating yang kurang baik kepada toko mereka, akhirnya hal tersebut menimbulkan kerugian kepada kedua pihak (Ruslang, 2020). Bahkan kerap kali adanya penipuan uang yang sudah ditransfer namun barang tidak dikirim.

Maka dari itu, untuk para penjual sangat penting menerapkan etika bisnis yang baik dan benar, dan selalu melibatkan etika bisnis sesuai dengan syariat Islam transaksi dalam kegiatan jual beli yang dijalankan, dengan begitu, semua pihak yang terlibat dalam kegiatan transaksi jual beli melalui *E-commerce* sama-sama mendapat manfaat dan bisa saling menguntungkan satu sama lain, serta tidak ada yang merasa dirugikan antara kedua belah pihak (Farid, 2015; Fatimah, 2020). Menurut Ustadz Musthafa Omar Amiruddin terdapat lima tahapan yang dianjurkan oleh Islam untuk memastikan kebenaramagn jual beli melalui *E-commerce* yaitu sebagai berikut (Qanitah, 2021);

- 1) At-Ta'aqut (memulai kontrak) Pada tahap ini, untuk memenuhi persyaratan jual beli oleh kedua belah pihak antara penjual dan pembeli yaitu mengenai barang yang akan diperjual belikan dan harga barang yang sudah disesuaikan dengan syariat Islam yaitu dengan adanya ijab qabul atau serah terima.
- 2) Konfirmasi membenaran/validasi , kemudian setelah adanya persyaratan jual beli, pastikan transaksi jual beli tersebut terbebas dari unsur yang diharamkan dalam kegiatan jual beli Islam contohnya riba, masyir, dan ghahar.
- 3) Nafath (pelaksanaan), dalam tahap ini, pembeli melakukan proses pemesanan dan melakukan proses pembayaran pada barang yang dipilih oleh pembeli itu sendiri.
- 4) Ilzham (Bandig), dalam tahap ini, diharuskan adanya sebuah perjanjian kesepakatan jual beli dari kedua pihak antara penjual dan pembeli, dimana kedua belah pihak tidak diperbolehkan adanya pembatalan secara mendadak ataupun pembatalan secara sepihak. Sehingga jika ada suatu pembatalan secara mendadak ataupun sepihak, pihak yang membatalkan harus menyertakan alasan yang jelas secara transparan. Hal tersebut harus dilakukan supaya tidak mengakibatkan suatu hal yang tidak diinginkan. Misalnya kesalahpahaman.
- 5) Pengiriman barang yang akan dijual belikan, setelah melalui berbagai rangkaian transaksi, pada tahap kesepakatan, penjual harus mengirimkan barang yang sudah dipesan oleh pembeli sesuai dengan kesepakatan dan pilihan pembeli serta barangnya dikirim ke alamat yang tercantum pada saat pemesanan.

## Perbedaan Pandangan Mengenai Kesesuaian *E-commerce* Dengan Syariah

*E-commerce* terbentuk karena perkembangan IPTEK di dunia, sehingga jual beli yang awalnya masih melakukan transaksi secara tradisional atau tatap muka langsung menjadi jual beli secara *online* atau jual beli melalui media elektronik. Munculnya *E-commerce* ini mengakibatkan beberapa keraguan pada masyarakat sekitar, yaitu apakah transaksi *E-commerce* ini sesuai dengan hukum syariah dan hukum jual beli. Karena adanya keraguan tersebut, beberapa peneliti melakukan penelitian mengenai kesesuaian *E-commerce* dengan syariah.

### 1) *E-commerce* sesuai dengan syariah.

Dalam beberapa penelitian berpendapat bahwa *E-commerce* telah sesuai dengan prinsip syariah yang ada, karena transaksi *E-commerce* sama dengan jual beli *salam* yang mana jual beli *salam* hukumnya boleh menurut syariah (Mahmudah, 2020; Ika dkk, 2021). Dan juga hukum jual beli *online* boleh berdasarkan prinsip masalah, dikarenakan kebutuhan manusia yang meningkat disamping dengan perkembangan teknologi yang berkembang. Prinsip masalah digunakan sebagai prinsip untuk memperoleh keuntungan bagi para pelakunya (Ahmad, 2015). *Ba'I As-salam* adalah transaksi jual beli dengan melakukan pembayaran di muka, begitu juga dengan *E-commerce*. *Ba'I As-salam* memiliki landasan hukum tersendiri berdasarkan Al-Qur'an dan Hadits, transaksi *Ba'I As-salam* dilakukan melalui *online* dengan memesan barang sesuai dengan kebutuhan dan kriteria yang diinginkan. Setelah memilih barang yang dipesan pembeli harus melakukan pembayar melalui transfer antar rekening yang disertai dengan bukti transfer, agar terhindar dari penipuan dan transaksi yang dilakukan aman dapat dilakukan pembayaran dengan cara COD yaitu membayar barang ketika sudah tiba di tempat pembeli (Diniarti dkk; Ahmad, 2015; Nurul, 2017).

### 2) *E-commerce* sesuai syariah dengan syarat.

Jual beli *online* boleh dan halal hukumnya untuk dilakukan dengan syarat telah sesuai dengan prinsip hukum, syarat dan rukun jual beli yang sesuai dengan syariah. Serta jual beli *online* tersebut dilakukan tanpa adanya unsur kezaliman, riba, penipuan. Dan juga transaksi *E-commerce* dilakukan dengan syarat tidak boleh ada pihak yang dirugikan, karena jika ada pihak yang dirugikan atau melanggar syariah maka transaksi yang dilakukan hukumnya tidak sah (Wakhidah & Chamim; Tira, 2017; Larasati & Firda, 2019).

### 3) Keraguan *E-commerce* sesuai dengan syariah.

Seperti yang sudah dikatakan bahwa munculnya *E-commerce* menyebabkan sebagai masyarakat ragu dengan *E-commerce*. Keraguan itu muncul karena kekhawatiran mereka tentang *E-commerce* yang telah sesuai dengan syariah atau tidak. Ada pendapat yang ragu bahwa terdapat *gharar* dan *riba* jika melakukan pembayaran *E-commerce* melalui kartu kredit, karena pembayaran dari kartu kredit sendiri dalam prinsip syariah hukumnya haram yang disebabkan ada *riba* di dalamnya. Tetapi transaksi *E-commerce* sendiri boleh dilakukan jika kedua pihak saling paham (Muhammad, 2018). Ada juga yang berpendapat bahwa semua transaksi *E-commerce* yang ada sudah sesuai dengan etika bisnis Islam, tetapi yang menyebabkan adanya keraguan karena kurangnya pemahaman etika bisnis Islam oleh pelakunya (Andi, 2021; Qanita dkk, 2021).

### 4) *E-commerce* tidak sesuai dengan syariah.

*E-commerce* yang tidak sesuai dengan syariah ialah *E-commerce* yang diharamkan oleh syariah, *E-commerce* menjadi haram apabila adanya hal-hal berikut :

- a. Sistem yang digunakan haram, seperti money gambling atau judi.

- b. Barang yang dijadikan objek transaksi adalah barang yang haram.
- c. Transaksi yang dilakukan terdapat unsur penipuan.
- d. Transaksi yang dilakukan mengakibatkan kemudharatan atau tidak memiliki manfaat sama sekali.

### **Upaya Agar *E-commerce* Sesuai Dengan Syariah**

Islam mengatur segala aspek kehidupan, termasuk transaksi jual beli (muamalah). Konsep dalam jual beli yang mempunyai persamaan dengan transaksi *E-commerce* adalah bai' as-salam, bisa dilihat dari melalui proses pembayaran yang bersifat disegerakan dan penyerahan atau pengiriman barang yang ditanggihkan (Iswandi, 2021). Tetapi, terdapat juga perbedaan antara *E-commerce* dan bai' as-salam, seperti pada model penawaran, pembayaran, pengiriman dan penerimaan. hal ini tidak menjadikan *E-commerce* dinyatakan tidak sah, kecuali terdapat unsur-unsur yang tidak sesuai ajaran Islam. Dalam Islam terdapat beberapa ketentuan menyangkut transaksi muamalah, agama Islam melarang suatu transaksi jika mengandung unsur riba', gharar, penipuan, maisir, dan haram. Dalam Islam terdapat 2 syarat bagi orang yang melakukan transaksi, antara lain:

- 1) orang yang berakal dan mumayiz, maka dari itu orang yang tidak waras dan anak kecil tidak akan sah dalam melakukan akad,
- 2) melakukan transaksi tanpa paksaan.

Di dalam transaksi *E-commerce*, seluruh pihak melakukan transaksi melalui internet sehingga para pihak tidak dapat mengetahui kondisi fisik pihak lain, oleh karena itu, jika pihak yang melakukan transaksi telah dewasa, maka pihak tersebut mampu bertindak sendiri dan transaksi dianggap sah. Adapun syarat menurut para ulama yang harus dipenuhi oleh obyek transaksi, antara lain;

- 1) produk yang dijual harus tersedia pada saat akad berlangsung,
- 2) produk yang diperjual belikan merupakan barang berharga,
- 3) produk yang diperjual belikan merupakan milik perseorangan,
- 4) produk tersebut sepenuhnya milik penjual, barang harus bisa diserahkan, jika tidak bisa diserahkan maka dianggap tidak sah,
- 5) mempunyai deskripsi yang jelas menyangkut karakteristik barang yang ditawarkan kepada pembeli,
- 6) barang tersebut bukan barang yang haram.

Penjual merupakan praktisi bisnis yang melakukan transaksi jual beli tentang produk yang akan dipasarkan secara *online*. Sedangkan konsumen adalah praktisi yang membeli produk dengan bertransaksi kepada penjual (Kurniawati, 2019). Syariah dalam islam menganjurkan kepada penjual untuk selalu berbuat amanah, seperti firman Allah; "Sungguh, Allah menyuruhmu menyampaikan amanat kepada orang yang berhak menerimanya, dan apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia hendaknya kamu menetapkannya dengan adil. Sungguh, Allah sebaik-baik yang memberi pengajaran kepadamu. Sungguh, Allah Maha Mendengar, Maha Melihat." (Al-Qur'an 4:58)

Selain berbuat adil, penjual pun mempunyai kebebasan dalam negosiasi jual beli, penjual mempunyai kewenangan untuk memperoleh pembayaran selagi barang telah diterima oleh konsumen. Sighat adalah suatu kewajiban pada sebuah bisnis jual beli sedangkan pada *E-commerce* kedua belah pihak hanya berhubungan dengan via *online*. Objek transaksi adalah transaksi berbentuk barang atau jasa dan hal tersebut sangat penting bagi objek transaksi meskipun pembeli harus menerima apapun kesepakatan pada saat transaksi terjadi (Hidayah, 2019). Dalam *E-commerce* pembayaran hanya dapat dilakukan dengan debit, kredit ataupun

bayar ditempat dan tidak melakukan unsur riba'. Berdasarkan dasar hukum dan penjelasan transaksi, tidak diperbolehkan untuk melakukan *E-commerce*. Namun, terdapat *E-commerce* yang telah disahkan, antara lain:

- 1) Produk yang diperjual belikan halal.
- 2) Statusnya jelas
- 3) Harga dan kualitas barang harus sesuai.
- 4) Jujur dalam jual beli *online*.

## SIMPULAN

*E-commerce* terbentuk karena perkembangan IPTEK di dunia, transaksi jual beli yang dilakukan secara *online* karena hanya dengan menggunakan media elektronik yang ada tanpa perlu bertemu secara langsung. Karena pada era 4.0 ini semua kebutuhan manusia sudah tersedia diberbagai *E-commerce* yang tersedia di Indonesia. Jual beli halal asalkan sesuai dengan ketentuan Islam dan tidak mengandung riba atau penipuan. Para penjual sangat penting menerapkan etika bisnis yang baik dan benar, dan selalu melibatkan etika bisnis sesuai dengan syariat Islam transaksi dalam kegiatan jual beli yang dijalankan agar sama-sama mendapat manfaat dan saling menguntungkan satu sama lain.

*E-commerce* ini mengakibatkan beberapa keraguan pada masyarakat, yaitu apakah transaksi *E-commerce* ini sesuai dengan hukum syariah dan hukum jual beli. Konsep dalam jual beli yang mempunyai persamaan dengan transaksi *E-commerce* adalah bai'as-salam, yang bersifat disegerakan dan penyerahan atau pengiriman barang yang ditangguhkan. Tetapi, ada juga perbedaan yang dimiliki *E-commerce* dan bai'as-salam, yaitu pada model penawaran, pembayaran, pengiriman dan penerimaan, bukan berarti hal ini tidak sah kecuali memiliki unsur-unsur yang tidak sesuai ajaran Islam. Walaupun dasar hukum dan penjelasan transaksi tidak diperbolehkan untuk melakukan unsur riba'. Namun, ada beberapa *E-commerce* yang telah disahkan, seperti 1) Produk yang diperjual belikan halal, 2) Statusnya jelas, 3) Harga dan kualitas barang sesuai, dan 4) Jujur dalam melakukan jual beli *online*.

Berjalannya etika bisnis yang sesuai dengan syariah dapat membawa suatu implikasi yang baik bagi *E-commerce*, meningkatnya kepercayaan masyarakat di Indonesia terhadap *E-commerce* dapat berdampak baik bagi perekonomian di Indonesia terlebih di era 4.0 mengingat bahwa *E-commerce* merupakan salah satu promotor penggerak perekonomian di Indonesia. Penerapan etika bisnis syariah pada *E-commerce* diharapkan tidak hanya mencari laba sebanyak-banyaknya, juga mementingkan lingkungan sekitar dan konsumen yang berbelanja.

## REFERENCES

- An, Q., A'yun, N., Maulidia Chusma, N., Nurul, C., Putri, A., Latifah, F. N., & Sidoarjo, U. M. (2021). Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli *Online* pada E-Commerce Populer di Indonesia. *Jurnal Perbankan Syariah Darussalam (JPSDa)*, 1(2), 166–181. doi:<https://doi.org/10.30739/jpsda.v1i2.998>
- Anindya, D. A. (2017). *Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Keuntungan Usaha pada Wirausaha di Desa Delitua Kecamatan Delitua*. At-Tawasuth Jurnal Ekonomi Islam, 2(2), 389–412. doi:<http://dx.doi.org/10.30821/ajei.v2i2.1228>
- Atira, N. (2017). *Jual Beli Online yang Aman dan Syar'I (Studi terhadap Pandangan Pelaku Bisnis Online di Kalangan Mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum UIN Alauddin Makassar)*. (Skripsi). UIN Alauddin Makassar.

- Baharun, H., & Niswa, H. (2019). Syariah Branding; Komodifikasi Agama Dalam Bisnis Waralaba Di Era Revolusi Industri 4.0. *INFERENSI: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 13(1), 75–98. <https://doi.org/10.18326/infsl3.v13i1>
- Darmawati. (2013). Etika Bisnis dalam Perspektif Islam: Eksplorasi Prinsip Etis Al-Qur’An dan Sunnah. *Mazahib Jurnal Pemikiran Hukum Islam*, 1(1), 58–68. doi:<https://doi.org/10.21093/mj.v1i1i.1118>
- Dhinarti, L., & Amalia, F. (2019). E-Commerce dalam Perspektif Fiqh Muamalat . *Conference on Islamic Management, Accounting, and Economics (CIMAE) Proceeding.*, 2, 162–169.
- Farid, M., & Zahroh, A. (2015). Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Perdagangan Sapi di Pasar Hewan Pasirian. *Iqtishoduna: Jurnal Ekonomi Islam*, 4(2), 13-30.
- Fatimah, A. (2020). *Etika Bisnis Ekonomi Syariah: Studi pada Pebisnis Online di Kota Parepare*. (Tesis). IAIN Parepare.
- Hidayah, A. (2019). *Jual Beli E-Commerce dalam Perspektif Hukum Islam*. 17(1), 84–93.
- Idham, A. Y., & Muryanto, Y. T. (2020). Problematika Penyelesaian Sengketa Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Sosial Kaitanya Terhadap Barang Yang Tidak Sesuai Kesepakatan (Pesanan). *Jurnal Privat Law*, 8(1), 8–14. doi:<https://doi.org/10.20961/privat.v8i1.40356>
- Iswandi, A. (2021). Review E-commerce dalam Perspektif Bisnis Syariah. *Al-Tasyree Jurnal Bisnis, Keuangan, dan Ekonomi Syariah*, 1(1), 9–20.
- Iswandi, A. (2014). Peran Etika Qur’Ani terhadap Sistem Ekonomi Islam. *Al-Iqtishad*, 6(1), 143–154. doi:<http://dx.doi.org/10.15408/aiq.v6i1.1528>
- Kemkominfo. (2019, February 28). *Kemkominfo: Pertumbuhan E-commerce Indonesia Capai 78 Persen*. KOMINFO.
- Khatimah, K., & Erlina. (2021). Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Secara Daring (Online) Terhadap Barang Yang Tidak Sesuai Dengan Iklan. *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Jurusan Hukum Ekonomi Syariah*, 2(3). doi:<https://doi.org/10.24252/iqtishaduna.v2i2.16426>
- Kurniawati, A. D. (2019). Transaksi E-Commerce dalam Perspektif Islam. *El Barka: Journal of Islamic Economic and Business*, 2(1), 90–113. doi:<https://doi.org/10.21154/elbarka.v2i1.1662>
- Maghfirah, F. (2019). Perubahan Pasar Di Era Disruptif: Analisis Etika Bisnis Islam. At-Tijarah. *Jurnal Penelitian Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 1(2), 57-76. doi:<https://doi.org/https://doi.org/10.52490/at-tijarah.v1i2.716>
- Muhammad, M. M., Mulia, M., Universitas, M., Negeri, I., & Makassar, A. (2020). Transaksi E-Commerce dalam Ekonomi Syariah. *El-Iqtishady Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 2(1), 76-86. doi:<https://doi.org/10.24252/el-iqthisadi.v2i1.14021>
- Mutiarasari, A. (2019). *Implementasi Bisnis Online Syariah Melalui E-Commerce Dalam Meningkatkan Penjualan Di Yukshijab Pasuruan*. (Skripsi). UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Nizar, M. (2018). Pendekatan Komprehensif E-commerce Prespektif Syariah. *Perisai : Islamic Banking and Finance Journal*, 2(1), 75–86. <https://doi.org/10.21070/perisai.v2i1.1486>
- Nur Fitria, T. (2017). Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) dalam Hukum Islam dan Hukum Negara. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 03(01). doi:<http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v3i01.99>
- Prameswary, T. N., & Suryaningsih, S. A. (2020). Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam di Laziaa Chicken & Pizza Kedungturi Sidoarjo. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 3(3), 54–66. doi:<https://doi.org/10.26740/jekobi.v3n3.p54-66>

- Ruslang, R., Kara, M., & Wahab, A. (2020). Etika Bisnis E-commerce Shopee Berdasarkan Maqashid Syariah Dalam Mewujudkan Keberlangsungan Bisnis. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 665. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1412>
- Suryo Kuncoro, P., & Amaliyah, S. N. (2020). Implementasi Etika Bisnis Islam: Bisnis Halal Yang Bertanggung Jawab. *Al-Iqitishod Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(2), 198-214.
- Syaichoni, A. (2015). Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Bay' Al-Salam Dan E-Commerce (Komparasi Hukum Islam Dan Hukum Positif). *Ahkam*, 3(2), 219–248.
- Triandini, E., Jayanatha, S., Indrawan, A., Putra, G. W., Iswara, B., Studi, P., Informasi, S., Bali, S., Raya, J., & No, P. (n.d.). Metode Systematic Literature Review Untuk Identifikasi Platform Dan Metode Pengembangan Sistem Informasi Di Indonesia. In *Indonesian Journal Of Information Systems (Ijis)* (Vol. 1, Issue 2). <https://www.google.com>
- Wakhidah, & Thohari, C. (n.d.). *Jual Beli Online (E-Commerce) Ditinjau Dari Perspektif Hukum Islam*.
- Widowati, H. (2019). *Indonesia Jadi Negara dengan Pertumbuhan E-commerce Tercepat di Dunia*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/25/indonesia-jadi-negara-dengan-pertumbuhan-E-commerce-tercepat-di-dunia>
- Wulandari, D. N., Santoso, B., & Athar, H. S. (2017). Etika Bisnis E-Commerce Berdasarkan Maqashid Syariah Pada Marketplace Bukalapak.Com. *JMM UNRAM - Master Of Management Journal*, 6(1). doi:<https://doi.org/10.29303/jmm.v6i1.2>