

## **PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM JUAL BELI MARKETPLACE**

**Rio Jaya Permata<sup>1</sup>, Ulil Albab<sup>2</sup>, Mawardi<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup> Universitas Muhammadiyah Lampung

[riojayapermt@gmail.com](mailto:riojayapermt@gmail.com)

**Kata Kunci:**

*Transaksi,  
Marketplace,  
Etika Bisnis*

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui mekanisme transaksi dalam marketplace facebook dan untuk mengetahui transaksi marketplace facebook dalam perspektif etika bisnis Islam. Khususnya penjual yang menggunakan marketplace facebook sebagai media transaksi jual beli. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan metode kualitatif yang dilakukan secara deskriptif analisis. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah fenomenologi. Sumber data yang terbagi menjadi dua yaitu sumber data primer yang didapatkan langsung dari penjual atau pembeli dan sumber data sekunder didapatkan dari berbagai literatur yang relevan dengan pembahasan penelitian. Selanjutnya, metode pengumpulan data yaitu meliputi observasi, wawancara dan dokumentasi untuk selanjutnya data yang terkumpul dianalisis melalui reduksi data, penyanyian data dan baru kemudian dilakukan penarikan kesimpulan. Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa mekanisme transaksi dalam marketplace facebook meliputi penjual, pembeli, transaksi jual beli, dan pengiriman. Penjual sebagai pelaku usaha akan menawarkan dagangan secara publik yang dapat dilihat oleh calon pembeli yang mencari barang di marketplace facebook, kemudian penjual dan pembeli akan melakukan transaksi jual beli yang diakhiri dengan proses pengiriman barang. Transaksi yang dilakukan di marketplace facebook secara umum telah sesuai dengan etika bisnis Islam yang meliputi, prinsip kesatuan, prinsip keadilan, prinsip pertanggungjawaban, prinsip kehendak bebas, prinsip kebenaran dan prinsip ihsan. Namun belum dilakukan secara sempurna. Implikasi dalam penelitian ini diharapkan penjual sebagai pelaku usaha, agar kiranya lebih memperhatikan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam menjalankan bisnisnya agar bisnis yang dilakukan tidak hanya mendatangkan manfaat berupa materi saja akan tetapi juga bernilai ibadah dan memperoleh keberkahan.

**Keywords:**

*Transactions,  
Marketplace,  
Business Ethics*

**Abstract**

This research aims to find out the transaction mechanism in the Facebook marketplace and to find out the Facebook marketplace transactions in the perspective of Islamic business ethics. Especially sellers who use the Facebook marketplace as a medium for buying and selling transactions. This type of research is field research with a qualitative method that is carried out descriptively analyzed. The research approach used in this research is phenomenology. Data sources are divided into two, namely

primary data sources obtained directly from sellers or buyers and secondary data sources obtained from various literature relevant to the research discussion. Furthermore, the data collection methods include observation, interviews and documentation and then the collected data is analyzed through data reduction, data singing and then drawing conclusions. The results of this study reveal that the transaction mechanism in the Facebook marketplace includes sellers, buyers, buying and selling transactions, and shipping. The seller as a business actor will offer merchandise publicly which can be seen by prospective buyers who are looking for goods in the Facebook marketplace, then the seller and buyer will conduct a sale and purchase transaction which ends with the process of shipping goods. Transactions carried out in the Facebook marketplace have generally been in accordance with Islamic business ethics which include, the principle of unity, the principle of justice, the principle of responsibility, the principle of free will, the principle of truth and the principle of ihsan. But it has not been done perfectly. The implication of this research is that the seller as a business actor is expected to pay more attention to the principles of Islamic business ethics in running his business so that the business carried out not only brings material benefits but also has a value of worship and obtains blessings.

## PENDAHULUAN

Modernisasi yang saat ini telah menjalar ke seluruh sendi-sendi kehidupan manusia salah satunya berdampak pada bergesernya tren masyarakat dalam berbelanja. Sekarang ini banyak masyarakat yang beralih berbelanja di pasar modern daripada berbelanja di pasar tradisional. Semakin maraknya pembangunan pasar modern seperti hypermarket, supermarket serta retail modern seperti Alfamart dan Indomaret semakin menyudutkan pasar tradisional, karena pasar modern cenderung lebih bersih, serta dikelola lebih profesional.

Pasar selalu dibatasi oleh anggapan yang menyatakan antara pembeli dan penjual harus bertemu secara langsung untuk mengadakan interaksi jual beli. Namun, pengertian tersebut tidaklah sepenuhnya benar karena seiring kemajuan teknologi, internet, pasar telah mengalami pergeseran dari tradisional, modern hingga digitalisasi. Pembeli dan penjual tidak bertemu secara langsung, mereka dapat saja berada di tempat yang berbeda atau berjauhan. Artinya, dalam proses pembentukan pasar, hanya dibutuhkan adanya penjual, pembeli, dan barang yang diperjualbelikan serta adanya kesepakatan antara penjual dan pembeli.

Perkembangan dunia teknologi dan jaringan internet yang semakin maju, berdampak pada teknik konsumsi masyarakat, sehingga memunculkan saluran belanja baru yaitu secara online. Kebutuhan masyarakat akan informasi yang cepat sangatlah mudah, dapat diakses oleh siapa saja, kapan saja dan di mana saja. Teknologi internet mempunyai efek yang sangat besar pada perdagangan atau bisnis. Dapat mengakses informasi barang dari mana saja baik dari harga, spesifikasi, dan melakukan transaksi pembelian. Hal ini sangat menghemat waktu dan biaya bagi calon pembeli, karena tidak perlu datang ke toko atau tempat transaksi sehingga dari tempat duduk saja mereka dapat mengambil keputusan dengan cepat. Kegiatan bisnis menggunakan teknologi internet merupakan cara yang inovatif untuk memasuki pasar di dunia maya.<sup>1</sup>

Beberapa tahun belakangan, bisnis online di Indonesia menunjukkan pertumbuhannya, banyak perusahaan maupun bisnis usaha kecil dan menengah mulai menjalankan bisnis online. Media pemasaran online pada era digital seolah sebagai primadona pemecah solusi, oleh sebab itu pelaku usaha berbondong-bondong untuk memanfaatkan media pemasaran online sebagai motor penggerak roda bisnisnya. Berdasarkan survei yang dilakukan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia sejak November 2023 naik menjadi 73,7% dari populasi atau setara 196,7 juta pengguna dari populasi RI yang 270,9 juta menurut Badan Pusat Statistik (BPS) dan 32,19% pengguna internet yang mencari informasi mengenai jasa atau produk yang akan dibeli secara online. Salah satu segmen yang menarik untuk dibicarakan adalah pasar online yaitu salah satunya milik perusahaan terkenal yakni facebook. Perusahaan tersebut telah menambah fitur di laman facebook yang dapat digunakan untuk melakukan bisnis yaitu marketplace. Kelebihan marketplace tersebut yaitu pihak perusahaan facebook tidak memungut biaya apapun untuk pelaku bisnis tersebut, pihak facebook hanya memfasilitasi masyarakat untuk berbisnis online.<sup>2</sup>

Beberapa manfaat menjual di marketplace facebook antara lain: (1) dapat mengobrol dengan

---

<sup>1</sup> Fauziah, Intan Surun. Perilaku Konsumen Dalam Marketplace (Studi Kasus Di Shopee Dan Tokopedia Perspektif Etika Bisnis Islam) Artikel Ilmiah, 2019. Hal 5.

<sup>2</sup> Fitria, Tira Nur. Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) Dalam Hukum Islam Dan Hukum Negara, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam 3, No. 1, 2017. Hal 7.

orang yang berminat membeli barang dengan menggunakan Massenger, (2) dapat menjalin hubungan dengan orang yang ingin membeli barang di area lokal sekitar pembeli, (3) bebas memilih banyak kategori saat pembeli mencantumkan barang di marketplace untuk membantu orang mempersempit pencarian mereka dan menemukan barang penjual dengan lebih mudah, (4) Mempertahankan pendapatan penjual dan pembeli. Facebook sama sekali tidak mengutip biaya dari transaksi penjual dan pembeli di marketplace. Menurut data Hootsuite bahwa jumlah pengguna facebook di Indonesia tahun 2022 mencapai 130 juta jiwa atau 82% dari jumlah populasi.

Seiring dengan pesatnya situs marketplace dalam melakukan transaksi jual beli online, ternyata turut pula menimbulkan berbagai permasalahan. Beberapa permasalahan yang dapat muncul dalam transaksi online ialah (a) kualitas barang yang dijual, hal ini dikarenakan pembeli tidak melihat secara langsung barang yang akan dibeli. Pembeli hanya melihat tampilan gambar dari barang yang dijual, sehingga pembeli belum bisa memastikan secara konkrit apakah barang tersebut sudah sesuai dengan spesifikasi atau kriteria yang ingin dibeli. (b) lamanya estimasi pengiriman pada barang, menimbulkan kekhawatiran pembeli terhadap produk atau barang yang dibeli tersebut. (c) ketika barang tersebut sudah sampai di tangan pembeli, barang yang diterima tidak sesuai dengan barang yang di jual, baik itu spesifikasi, jenis, dan sifat barang yang dijual. (d) ketika pembeli mengajukan hak komplain (refund) kepada penjual, tidak semua penjual mau merespon terhadap barang yang di komplain. Begitu pun sebaliknya dengan pembeli, kita tidak tahu apakah dia benar-benar mau membeli barang tersebut atau hanya main-main saja, apakah pembeli tersebut menggunakan identitas dan informasi kontak yang asli atau buatan, hanya untuk keuntungan pribadi yang merugikan penjual.

Islam tidak membiarkan begitu saja seseorang bekerja sesuka hati untuk mencapai tujuan dan keinginannya dengan menghalalkan segala cara seperti melakukan penipuan, kecurangan, dan perbuatan batil lainnya. Tetapi dalam Islam diberikan suatu batasan atau garis pemisah antara yang boleh dan yang tidak boleh, yang benar dan salah serta yang halal dan yang haram. Batasan atau garis pemisah inilah yang dikenal dengan istilah etika. Prilaku dalam berbisnis atau berdagang juga tidak luput dari adanya nilai moral atau nilai etika bisnis. Penting bagi para pelaku bisnis untuk mengintegrasikan dimensi moral kedalam kerangka/ruang lingkup bisnis.<sup>3</sup>

Bersama dengan semakin besarnya kesadaran etika dalam berbisnis, orang mulai menekankan pentingnya keterkaitan faktor-faktor etika dalam bisnis. Sesungguhnya dalam hal seluruh pelaksanaan kehidupan telah di atur dalam pandangan ajaran Agama Islam untuk mengatur seluruh kehidupan manusia termasuk dalam kaitannya pelaksanaan perekonomian dan bisnis. Dalam ajaran Islam memberikan kewajiban bagi setiap muslim untuk berusaha semaksimal mungkin untuk melaksanakan syariah (aturan). Islam di segala aspek kehidupan termasuk di dalamnya aturan bermuamalah (usaha dan bisnis) yang merupakan jalan dalam rangka mencari kehidupan. Pada hakikatnya tujuan penerapan aturan (syariah) dalam ajaran Islam dibidang muamalah tersebut khususnya perilaku bisnis adalah agar terciptanya pendapatan yang berkah dan mulia, sehingga akan mewujudkan pembangunan manusia yang berkeadilan dan stabilisasi untuk mencapai pemenuhan kebutuhan, kesempatan kerja penuh dan distribusi pendapatan yang merata tanpa harus mengalami ketidakseimbangan yang berkepanjangan di masyarakat.

---

<sup>3</sup> Darussalam, A. Etika Bisnis Dalam Pesepektif Hadis, Cet; I: Makassar: Alauddin University Press, 2011. Hal 78.

Menghadapi persaingan bisnis yang sehat harus diimbangi dengan etika bisnis di dalamnya. Etika bisnis digunakan sebagai pengendali perilaku persaingan bisnis agar sesuai dengan norma yang ada. Suatu persaingan bisnis dapat dinilai baik, apabila memenuhi seluruh norma yang ada. Etika bisnis juga dapat dipergunakan oleh para pelaku bisnis dalam menjalankan suatu bisnis yang baik. Umumnya bisnis diartikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang untuk memperoleh keuntungan dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup dengan cara mengelola sumber daya ekonomi secara efektif dan efisien.<sup>4</sup> Prinsip-prinsip dasar etika bisnis Islami harus mencakup: prinsip kesatuan, prinsip keadilan, prinsip kehendak bebas, prinsip tanggung jawab, prinsip kebenaran dan ihsan. Keadilan menuntut agar tidak boleh ada pihak yang dirugikan hak dan kepentingannya.

Kegiatan bisnis harus dilakukan sesuai etika atau norma-norma yang berlaku di masyarakat. Etika dan norma itu digunakan agar para pedagang tidak melanggar aturan yang telah ditetapkan dan usaha yang dijalankan memperoleh berkah dari Allah swt. sehingga, etika tersebut membentuk pedagang yang bersikap jujur. Dalam melaksanakan etika yang benar, akan terjadi keseimbangan hubungan antara pengusaha atau pedagang dengan konsumen dalam hal ini masyarakat, agar masing-masing pihak merasa dihargai dan dihormati. Kemudian ada rasa saling membutuhkan di antara mereka yang pada akhirnya menumbuhkan rasa saling percaya dan usaha yang dijalankan dapat berkembang sesuai dengan yang diinginkan pedagang karena prinsip kejujuran.

Etika bisnis Islam ini, memiliki prinsip yang tidak hanya membawa keuntungan dunia semata akan tetapi mendapatkan keberkahan karena menjalankan perintah Allah swt. prinsip-prinsip dasar praktik bisnis yang harus diterapkan yang bersumber pada al-Qur'an dan Hadis. Prinsip etika bisnis Islam meliputi prinsip tauhid (kesatuan) yang dalam ekonomi Islam merupakan suatu dimensi hubungan manusia kepada sang Pencipta sehingga setiap aktivitas yang dilakukan manusia menempatkan Allah sebagai tujuan utama termasuk dalam hal berbisnis, prinsip keseimbangan (keadilan) dalam berbisnis harus berbuat adil seperti dalam berdagang agar setiap pedagang harus menyempurnakan takaran bila menakar dan menimbang dengan alat timbangan, prinsip kehendak bebas diberikan Allah swt. kepada manusia untuk mengendalikan kehidupannya sendiri akan tetapi harus sesuai dengan syariat Islam yang memang sudah dianjurkan dalam Islam, prinsip pertanggung jawaban yang berhubungan dengan prinsip kehendak bebas yang diberikan oleh manusia dalam menggunakan potensi sumber daya alam memiliki batasan dalam penggunaannya, maka prinsip tanggung jawab ini menjadi batas manusia ketika melakukan segala hal harus bertanggung jawab dengan apa yang diperbuat, serta prinsip kebenaran yang dimana prinsip ini meliputi kejujuran dalam melakukan transaksi jual beli bahwa perdagangan adalah bekal dunia dan akhirat, dan prinsip ihsan yang dimana prinsip ini yang menjadi tujuannya memberikan manfaat kepada orang lain.

Berdasarkan latar belakang masalah, maka penulis tertarik untuk membahas tentang penerapan etika bisnis Islam dalam Transaksi Marketplace facebook. Peneliti menggunakan marketplace facebook sebagai bahan penelitian adalah karena facebook merupakan media sosial paling populer yang sering dijadikan sebagai tempat transaksi jual beli online terutama dengan tersedianya platform marketplace sebagai pasar virtual. Untuk itu penulis

---

<sup>4</sup> Djakfar, Muhammad. *Anatomi Perilaku Bisnis Dialektika Etika Dengan Realitas*, Malang: UIN Malang Press, 2009. Hal. 32.

tertarik untuk menganalisis mekanisme transaksi jual beli pada marketplace facebook dan menganalisis masalah-masalah yang terjadi dalam pelaksanaan transaksi jual beli melalui marketplace facebook. Sehingga dapat diketahui apakah transaksi jual beli pada marketplace facebook sudah sesuai dengan prinsip dasar etika bisnis Islam. Menggunakan perspektif etika bisnis Islam karena notabene dari para pelaku bisnis ini adalah beragama Islam.

Penelitian yang dilakukan oleh Kristianto Dwi Estijayandono Siradjuddin dan Abd. Wahid Haddade yang berjudul etika bisnis jual beli online dalam perspektif Islam mengungkapkan bahwa etika bisnis yang diterapkan oleh penjual dalam melakukan transaksi jual beli di tokopedia.com menerapkan prinsip-prinsip dasar etika bisnis yakni prinsip kejujuran, ketepatan, loyalitas dan kedisiplinan. Penerapan prinsip-prinsip etika bisnis yang Islami pun juga sudah dilakukan. Etika bisnis yang diterapkan dalam transaksi jual beli di tokopedia.com sudah sejalan dengan etika bisnis dalam pandangan Islam. Pelaku jual beli sudah menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, yaitu: prinsip keadilan, prinsip kehendak bebas, prinsip tanggung jawab dan prinsip kebenaran.

Penelitian yang dilakukan oleh Eka Sri Wahyuni yang berjudul, Trend Jual Beli Online Melalui Situs Resmi Menurut Tinjauan Etika Bisnis Islam. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa di Indonesia terdapat berbagai situs jual beli online, dengan perkembangan marketplace di Indonesia yang sangat pesat. Ada banyak situs marketplace seperti Buka Lapak, Toko Pedia, OLX, Lazada, Elevenia dan lain-lain. Namun situs marketplace yang paling sering dikunjungi saat ini ialah situs marketplace Shopee. Tinjauan etika bisnis Islam terhadap jual beli online diperbolehkan selama barang yang diperjualbelikan sesuai dengan tampilan barang dan spesifikasi pada deskripsi toko online tersebut. Dalam jual beli online pada situs shopee sudah memenuhi syarat yang berlaku sesuai dengan tampilan dan deskripsi (spesifikasi barang) pada etalase-etalase yang dipanjang di toko online pada situs shopee tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Mitra sami gultom, melda putri, dan fatma yeni yang berjudul konsep etika bisnis Islam terhadap jual beli online dalam perspektif fiqh dan fatwa dsn-mui no.05/dsn-mui/iv/2000 yang diterapkan pada PT Hijup.com. Mengungkapkan bahwa etika bisnis Islam terhadap jual beli online sesuai dengan fiqh dan fatwa dsn-mui no.05/dsn-mui/iv/2000 yang telah diterapkan pada pt hijup.com. kesesuaian yang diterapkan karena hijup membangun sdm dan mitra bisnis yang baik serta terdapatnya inovasi-inovasi baru dalam melakukan service yang sesuai dengan penerapan etika bisnis Islam.

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai oleh penyusun dalam penelitian ini adalah : (a) Mengetahui dan menganalisis bagaimana mekanisme transaksi jual beli di marketplace facebook. (b) Mengetahui dan menganalisis etika bisnis Islam oleh para pelaku bisnis dalam transaksi marketplace facebook.

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang dilakukan secara deskriptif analisis. Adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah Pendekatan fenomenologi.<sup>5</sup> Sumber data dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan dalam dua jenis, yakni (a) Sumber data primer dalam penelitian ini adalah sumber data yang diperoleh langsung dari informan di lapangan sesuai dengan permasalahan yang dibahas dalam

---

<sup>5</sup> Ahmad, A. Kadir. Dasar-Dasar Metodologi Penelitian Kualitatif Makassar: Indobis Media Centre, 2003. Hal 57.

penelitian ini. Adapun informan dalam penelitian ini adalah para pedagang maupun pembeli yang melakukan transaksi jual beli di marketplace facebook . (b) Sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, atau dengan kata lain data tambahan sebagai penguat data misalnya lewat dokumen atau melalui orang lain.<sup>6</sup> Sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah bentuk dokumen yang telah ada yang dapat mendukung penelitian ini, seperti buku ataupun karya ilmiah lainnya yang menjelaskan tentang etika bisnis Islam seperti yang dicontohkan oleh Rasulullah saw. serta dokumentasi penting yang berkaitan erat dengan permasalahan penelitian ini. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Observasi, wawancara, dokumentasi. Untuk melaksanakan analisis data kualitatif ini maka perlu ditekankan beberapa tahapan dan langkah-langkah sebagai berikut: (1) Reduksi data. (2) Penyajian data. (3) Penarikan kesimpulan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Transaksi di Marketplace facebook dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. Etika Bisnis Islam merupakan kegiatan bisnis yang pelaksanaannya berdasarkan aturan atau prinsip Islam. Perilaku pedagang merupakan suatu sikap atau tindakan seseorang dalam melakukan atau menjalankan jual beli. Dalam menjalankan aktifitas jual beli pedagang muslim harus senantiasa memiliki sikap yang sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam.<sup>7</sup> Prinsip etika bisnis Islam meliputi prinsip tauhid, prinsip keseimbangan, prinsip kehendak bebas, prinsip pertanggung jawaban, prinsip kebenaran, dan prinsip ihsan, prinsip-prinsip inilah yang akan menjadi tolak ukur untuk mengukur praktik penerapan etika bisnis Islam oleh para penjual dan pembeli yang melakukan transaksi dalam marketplace facebook . Keunggulan di marketplace facebook ini adalah tidak ada batasan untuk semua orang yang ingin menjualkan produknya apa saja dan tidak dipungut biaya apa pun dari pihak marketplace facebook sehingga semakin menguntungkan bagi pedagang. Dalam melakukan proses jual beli di marketplace facebook tidak semuanya berjalan lancar. Hal ini dikarenakan terdapat beberapa permasalahan seperti, gambar yang diiklankan penjual tidak sesuai dengan barang aslinya, harga produk/barang yang dijual tidak transparan, Kemudian pihak yang bertanggung jawab dalam kegiatan jual beli di media sosial tidak ada. Semua ditanggung oleh pihak penjual dan pembeli. Apabila terjadi perselisihan maka tidak ada pihak lain yang mampu menyelesaikan selain penjual dan pembeli itu sendiri.

Transaksi bisnis zaman sekarang banyak berbeda dengan jaman dahulu yang dilakukan secara langsung antara pembeli dan penjual. Praktik perdagangan modern saat ini banyak dilakukan dengan menggunakan sarana elektronik online di mana pembeli dan penjual tidak saling bertemu, komunikasi dilakukan secara jarak jauh dan barang belum diketahui oleh pembeli. Jual beli yang disebut e-commerce ini bagi sebagian orang tentu menimbulkan keraguan hukum karena mengandung unsur ketidakjelasan barang (jahalah), serta rentan penipuan. Dalam muamalah, untuk menjadikan akad sah harus memenuhi rukun dan syarat-syaratnya yaitu pelaku akad (aqidain), kontrak (sighat/ijab-qabul) dan objek akad (mahal al-aqd).

Secara umum, syarat-syarat yang harus dipenuhi adalah pihak yang berakad tentu

---

<sup>6</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif Dan R & D Cet. XII; Bandung: Alfabeta, 2011. Hal. 44.

<sup>7</sup> Norvadewi, Bisnis Dalam Perspektif Islam Telaah Konsep, Prinsip Dan Landasan Normatif, Jurnal: Al- Tijary 1, No. 1 2015. Hal 13.

harus cakap hukum dan tidak ada paksaan, ijab-kabul yang sesuai dan dibuat sejelas-jelasnya agar tidak menimbulkan sengketa di waktu kemudian, dan objek akad harus halal. Selanjutnya, para ulama menjabarkan syarat tersebut secara lebih rinci sesuai bentuk akad yang digunakan sehingga menjadikan berbeda antara akad satu dengan akad yang lain. Terkait e-commerce, sarana melakukan ijab-qabul yang menggunakan peralatan modern (alwasail alhaditsah) seperti email, website, telepon, media sosial dan sarana transaksi lain, merupakan realitas yang wajar.

Perkembangan bisnis dan komunikasinya selama tidak menyalahi aturan syariat diperbolehkan dalam agama. Rasulullah saw. bersabda, “Kalian lebih tahu dengan urusan dunia kalian”. Karena sarana yang digunakan bisa dibaca dan dilihat, maka praktik ini dapat disamakan dengan tulisan atau kitabah yang diperbolehkan. Jual beli tanpa pengucapan secara lisan dalam fikih yang hukumnya diperbolehkan oleh mazhab Hanafi, Maliki, Hanbali dan sebagian Syafii dan sudah berlaku dari dulu sampai sekarang. Mengenai majlis akad e-commerce terletak pada praktik yang berlaku antara penawaran dan penerimaan sesuai dengan ketentuan transaksi online yang berlaku karena hal tersebut tidak dapat dihindari. Menurut sebagian besar ulama meliputi Hanafi, Maliki dan Hanbali, diperbolehkan adanya jarak (tarakhi) antara ijab dan qabul dalam akad seperti yang terjadi dalam e-commerce.

Permasalahan dalam e-commerce muncul terkait dengan barang yang akan dibeli yakni objek akad yang dijual hanya berbentuk displai foto yang diperlihatkan di website atau handphone dan calon pembeli tidak mengetahui secara pasti sehingga menimbulkan ketidakjelasan. Dalam mazhab Syafii, objek akad dikatakan sah harus memenuhi lima hal yaitu suci, ada manfaatnya, dapat diserahkan, dimiliki oleh penjual atau yang diberi kuasa, dan kejelasan barang. Hal ini untuk menghindari gharar (ketidakjelasan) yang dilarang. Melihat praktik transaksi e-commerce, ketidakjelasan barang sebenarnya sudah diselesaikan dengan adanya deskripsi barang secara jelas oleh pihak penjual sehingga pembeli sebelum memesan sudah mengetahui spesifikasi barang yang akan dibeli dan kepada siapa dia sedang bertransaksi. Praktik ini dalam fikih menggunakan akad salam dimana pembayaran dilakukan terlebih dahulu dan barang dikirim kemudian sesuai dengan spesifikasi yang dipesan. Dalam transaksi online zaman sekarang, para pelaku bisnis harus hati-hati agar tidak tertipu dengan hanya tampilan iklan dan foto. Untuk menghindari penipuan tersebut calon pembeli dapat melihat identitas website, lembaga atau perorangan dan teman-teman yang sudah pengalaman di dunia internet dan e-commerce untuk mengkonfirmasi benar tidaknya identitas penjual.

Pada dasarnya segala sesuatu itu hukum-nya boleh sepanjang tidak ada dalil yang mengharamkannya. Berpijak dari landasan kaidah fihiyyah tersebut, maka jual beli lewat online (internet) itu diperbolehkan, dan sah, kecuali jika secara kasuistis terjadi penyimpangan, manipulasi, penipuan dan sejenisnya, maka secara kasuistis pula hukumnya diterapkan, yaitu haram. Tetapi kasus tertentu menurut saya tidak dapat dijadikan menjeneralisir sesuatu yang secara normal positif, boleh dan halal. Oleh karena itu, jika ada masalah terkait ketidaksesuaian barang antara yang ditawarkan dan dibayar dengan yang diterima, maka berlaku hukum transaksi pada umumnya, bagaimana kesepakatan yang telah terjalin. Inilah salah satu faktor yang dapat menjadi penyebab batalnya transaksi jual beli dan dapat menjadi salah satu penyebab haramnya jual beli, baik online atau bukan, karena adanya/terjadinya manipulasi atau penipuan. Perjanjian jual beli online tetap sah dan tidak melanggar syara' sepanjang antara pihak penjual dan pembeli sama-sama memiliki itikad

baik untuk tidak berbuat curang (bebas dari upaya penipuan atau *tadlis* ataupun tipu muslihat atau *taghir*). b) Penjual maupun pembeli adalah orang aqil baligh, dewasa/bukan *mumayyid* dan cakap hukum. c) Menurut madzhab *Asy-Syafi'i* jual beli diperbolehkan dengan syarat barang telah disaksikan terlebih dahulu. Jual beli diperbolehkan selama barang yang diperjual belikan sesuai dengan ciri-ciri yang telah ditentukan, atau telah diketahui jenis dan sifat dan barang yang akan dibelinya. d) Jual beli online termasuk kedalam jual beli dengan *wakalah* (diwakilkan). Maka transaksi melalui kurir atau *delivery service* secara hukum boleh dilakukan, dengan catatan bahwa kurir atau *delivery service* tersebut memiliki surat tugas atau surat kuasa dalam melakukan penjualannya. Disyaratkan juga ketika melakukan transaksi elektronik hendaknya para pelaku memperhatikan prinsip kehati-hatian, transparansi, akuntabilitas dan kewajaran.<sup>8</sup>

Dari hasil wawancara, peneliti menyimpulkan bahwa para pedagang di marketplace facebook sudah sesuai dengan prinsip kehendak bebas dalam etika bisnis Islam. Hal itu terlihat dari jawaban dari penjual yang memberi kebebasan kepada pembeli untuk memilih barang sesuai dengan selera dan menghormati keputusan dari pembeli.

Berdasarkan hasil pemaparan di atas, dalam hal ini transaksi di marketplace facebook dalam perspektif etika bisnis Islam, mengungkapkan bahwa secara umum penjual telah menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam yaitu: Prinsip kesatuan, prinsip keadilan, prinsip pertanggungjawaban, prinsip kebebasan, prinsip kebenaran dan prinsip ihsan. Bentuk dari prinsip tauhid adalah ketakwaan diri yang dilakukan oleh pedagang yaitu berupa menjual barang yang halal dan baik serta menjual dengan cara-cara yang baik. Prinsip keseimbangan dibuktikan dengan memperhatikan hak-hak pembeli, penjual tidak hanya berorientasi pada profit semata melainkan juga memperhatikan kepercayaan dan kenyamanan konsumen dengan menyelaraskan kesesuaian antara harga dan kualitas barang. Prinsip kehendak bebas dalam etika bisnis Islam diwujudkan dengan memberi kebebasan kepada pembeli untuk memilih barang sesuai dengan selera dan menghormati keputusan dari pembeli apakah ingin melanjutkan transaksi atau membatalkannya. Prinsip tanggungjawab, bentuk perilaku tanggungjawab penjual diwujudkan dengan mengirim barang setelah kesepakatan terjadi dan akan langsung mengirim resi sebagai bukti bahwa barang telah dikirim selain itu penjual juga akan merespon dan siap bertanggungjawab apabila ada komplain barang rusak/cacat, atau terjadi kesalahan dan keterlambatan dalam proses pengiriman. Prinsip kebenaran, dibuktikan dengan memberikan informasi yang benar terkait deskripsi suatu barang. Prinsip kebajikan, bentuk perilaku kebajikan penjual diwujudkan dengan memberikan harga diskon kepada pembeli apabila mengambil barang dengan jumlah lebih dari tiga, kemudian memberikan harga yang relatif murah kepada konsumen yang rutin membeli di tempatnya (*langganan*) serta pemberlakuan harga teman.

Pada zaman sekarang melalui perkembangan teknologi yang semakin canggih memudahkan setiap orang mudah mengakses dunia maya melalui internet. Kemudahan ini dimanfaatkan dalam memenuhi segala kebutuhan sehari-hari salah satu dengan melakukan transaksi jual beli barang atau jasa melalui internet atau bisa disebutkan dengan transaksi online. Pada dasarnya transaksi online sama dengan offline yang membedakan adalah tempat transaksi hanya didunia maya walaupun beda wilayah. Secara penjelasan diatas transaksi jual beli online diperbolehkan dengan catatan bahwa sesuai dengan ketentuan dari Islam. Selama

---

<sup>8</sup> Siregar, Padian Adi Salamat. Keabsahan Akad Jual Beli Melalui Internet Ditinjau Dari Hukum Islam. Jurnal Edutech 5, No. 1, 2019. Hal.21.

tidak ada yang dirugikan dan setuju satu sama lain jual beli online diperbolehkan. Dengan kemudahan bertransaksi para konsumen harus selalu waspada terhadap barang atau jasa yang akan dibeli, sebisa mungkin penjual memberikan penjelasan yang sesuai fakta.

Dengan demikian hasil penelitian mengenai penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi marketplace facebook khususnya pada penjual di Kalianda mengungkapkan bahwa mekanisme transaksi dalam marketplace facebook melalui beberapa tahapan yaitu penjual sebagai pelaku usaha/bisnis dan pembeli sebagai konsumen, kemudian antara penjual dan pembeli melakukan transaksi jual beli dan selanjutnya akan dilanjutkan pada proses pengiriman barang. Adapun transaksi yang dilakukan di marketplace facebook dalam perspektif etika bisnis Islam secara umum penjual sudah menerapkan transaksi yang sesuai dengan etika bisnis Islam sehingga transaksi yang dilakukan oleh penjual pengguna marketplace facebook di Kalianda dapat menjadi bahan rujukan dalam melakukan transaksi jual beli di daerah lain ataupun di marketplace lainnya.

## KESIMPULAN

Mekanisme Transaksi pada marketplace facebook Penjual mengiklankan gambar produk/barang pada Marketplace facebook sehingga dapat dilihat oleh pembeli yang mencari barang yang diinginkan, tawaran atas barang yang diiklankan dapat diketahui melalui pesan pribadi kemudian penjual dan pembeli akan melakukan negosiasi sehingga terjadi transaksi untuk menghasilkan kesepakatan dan diakhiri proses pengiriman barang. Berdasarkan hasil penelitian mengenai transaksi yang dilakukan penjual di marketplace facebook dalam perspektif etika bisnis Islam khususnya penjual di Kalianda dapat ditarik kesimpulan bahwa secara umum penjual telah menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam yaitu: Prinsip kesatuan, prinsip keadilan, prinsip pertanggungjawaban, prinsip kebebasan, prinsip kebenaran dan prinsip ihsan. Namun terdapat beberapa hal yang dilakukan oleh penjual seperti tidak memberikan informasi dengan benar sehingga penerapan etika bisnis Islam belum dilakukan secara maksimal.

## REFERENSI

- Agustiara, Seli, Ulil Albab, and Mawardi Mawardi. "Creative Economic Development As An Attraction Of The Natar Hot Springs." *Innovative: Journal Of Social Science Research* 3, no. 4 (2023): 3569–77. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/3852>.
- Amorcha, Videa Dinda, Ulil Albab, Nina Ramadhani Wulandari, Abizar Abizar, and Muhammad Rizkal Fajri. "Implementasi Akad Gadai Sawah Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Desa Durian Kabupaten Pesawaran)." *Innovative: Journal Of Social Science Research* 3, no. 6 (2023): 4834–4842.
- Anindya, Desy Astrid. Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Usaha Pada Wirausaha Di Desa Delitua Kecamatan Delitua, *Jurnal: At-Tawassuth* 2, No. 2, 2017.
- Aprianti, Putri Yudini, Ulil Albab, Mawardi Mawardi, and Feri Irawan. "PRAKTEK JUAL BELI ARANG DI BANDAR JAYA PERSEPEKTIF EKONOMI ISLAM." *Jurnal Ekonomi Syari'ah* 6, no. 02 (2023): 30–39.
- Darussalam, A. Etika Bisnis Dalam Pesepektif Hadis, Cet; I: Makassar: Alauddin University Press, 2011.
- Fauzan Dan Ida Nuryana, Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Bebek H. Slamet Di Kota Malang, *Jurnal: Modernisasi* 10, No. 1 2014.
- Fauziah, Intan Surun. Perilaku Konsumen Dalam Marketplace (Studi Kasus Di Shopee Dan Tokopedia Perspektif Etika Bisnis Islam) Artikel Ilmiah, 2019.

- Febriansyah, Rezki, Ulil Albab, Abizar Abizar, and Sri Choiriyati Choiriyati. "Digital Marketing Strategy PT Dewangga Travindo (Hajj and Umrah Agent)." *El-Mak: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 5, no. 3 (2024): 1454-1462.
- Ulfa, Fatonah, Ulil Albab, and Mawardi Mawardi. "PUBLIC UNDERSTANDING OF THE WADI'AH AGREEMENT AND THE DECISION TO SAVE AT INDONESIAN SHARIA BANK." *Widya Balina* 8, no. 2 (2023).
- Fitria, Tira Nur. *Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) Dalam Hukum Islam Dan Hukum Negara*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam 3, No. 1, 2017.
- Hulaimi, Ahmad Sahri Dkk, *Etika Bisnis Islam Dan Dampaknya Terhadap Kesejahteraan Pedagang Sapi*, Jurnal: Ekonomi Dan Bisnis Islam 2, No. 1, 2017.
- Jumianti, Jumianti, and Ruslaini Ruslaini. "PENGARUH HARGA DAN KUALITAS MINYAK ZAITUN TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA DC HNI CABANG BANDAR LAMPUNG." *Mu'amalatuna: Jurnal Ekonomi Syariah* 6, no. 1 (2023).
- Mahendra, Een, Ulil Albab, and Mawardi Mawardi. "Implementation of Murabahah Agreements on Financing Products at BMT Rukun Abadi." *Maslahah: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Syariah* 1, no. 4 (2023): 184-195.
- Ningtyas, Dyah Ayu, Ulil Albab, and Nina Ramadhani Wulandari. "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Prkatik Gadai Emas di Bank Syariah Indonesia Cabang Lampung Tengah." *Al-Mizan: Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam* 8, no. 1 (2024): 18-32.
- Norvadewi, *Bisnis Dalam Perspektif Islam Telaah Konsep, Prinsip Dan Landasan Normatif*, Jurnal: Al- Tijary 1, No. 1 2015.
- Nuriah, Azka, Ulil Albab, Nina Ramadhani Wulandari, and LM Ikbal Patoni. "TINJAUAN EKONOMI ISLAM TERHADAP PENERAPAN JUAL BELI IKAN SISTEM JIZĀF DI PASAR IKAN GUDANG LELANG." *Minhaj: Jurnal Ilmu Syariah* 5, no. 1 (2024): 19-27.
- Nurlinda, Raden Ayu Dan Putri Utami, *Analisis Persepsi Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Berbelanja Online Melalui Instagram*, Jurnal Ekonomi 10, No. 2, 2019.
- Nurlisa Pembeli Di Marketplace facebook , Wawancara , Kalianda, 24 Mei 2021.
- Rafsanjani, Haqiqi. *Etika Produksi Dalam Kerangka Maqashid Syariah*, Jurnal Perbankan Syariah 1, No. 2, 2016.
- Reka, Novia, Ulil Albab, and Sofyan Harahap. "Tinjauan Transaksi Produk di Bank Sampah Sejahtera Kemiling Perspektif Ekonomi Islam." *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 4.2 (2024): 1240-1249.
- Refaldi, Nofan, and Ulil Albab. "PERAN EKONOMI KREATIF DALAM PENINGKATAN PEREKONOMIAN PENGRAJIN TALI TENUN PERSEPEKTIF EKONOMI ISLAM." *Jurnal Ilmu Ekonomi* 2, no. 2 (2023): 59-70.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif Dan R & D Cet. XII*; Bandung: Alfabeta, 2011.
- Syifaunisya, F., Albab, U., Mawardi, M., & Al Fajar, M. R. (2023). Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Melalui Peran Ekonomi Kreatif Di Desa Durian Perspektif Ekonomi Islam. *Widya Balina*, 8(2), 864-876.
- Wahyu, Mega Putri, Mawardi Mawardi, and Nina Ramadhani. "ANALISIS PERILAKU KONSUMTIF MELALUI ONLINE SHOPPING PADA REMAJA DESA TANJUNG AGUNG LAMPUNG SELATAN PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH." *Mu'amalatuna: Jurnal Ekonomi Syariah* 6, no. 1 (2023).
- Wahyuni, Eka Sri. *Trend Jual Beli Online Melalui Situs Resmi Menurut Tinjauan Etika Bisnis Islam*, Baabu Al-Ilmi 4, No. 2, 2019.