

ETIKA BISNIS ONLINE DALAM PANDANGAN ISLAM

¹Mu'tashim Billah Murtadlo, ²Adenia Putri Hafita Sari

^{1,2}Manajemen Bisnis Syariah, STEI Hamfara, Yogyakarta

¹tashim.82@gmail.com, ²adeniaputri45@gmail.com

ABSTRAK

Artikel ini dibuat bertujuan untuk mengetahui perilaku dan etika para pebisnis dan konsumen bisnis online di era sekarang dan menganalisis dalam pandangan Islam. Informasi diambil dari sumber utama, yaitu Al-Qur'an dan fiqh ekonomi madzhab Hamfara dengan tambahan dari sumber-sumber yang lain, seperti artikel jurnal dan buku-buku ekonomi madzhab Hamfara yang ditulis dosen-dosen kampus tersebut. Perilaku dan etika bisnis online di era teknologi saat ini adalah perilaku individu muslim yang tidak mengerti mengenai akad-akad yang ada di dalam sebuah transaksi yang sedang dilakukan karena bisnis online ini termasuk fakta dan masalah baru yang masih sedikit dari ustadz dan ulama yang membahas dan menghukumi membuat mereka tidak mengerti bahwasannya masalah ini adalah perkara penting semestinya individu dan masyarakat muslim ketahui karena perkembangan zaman yang tidak bisa dielakkan. Artikel memiliki kontribusi menambah wacana diskusi ekonomi Islam, khususnya terkait dengan dakwah ekonomi Islam dalam perspektif etika bisnis.

Kata Kunci: etika, perilaku ekonomi, bisnis online, pandangan Islam

ABSTRACT

This article was created with the aim of finding out the behavior and ethics of business operators and online business consumers in the current era and analyzing it from an Islamic point of view. Information is taken from the main sources, namely the Qur'an and the economic fiqh of madzhab Hamfara with additions from other sources, such as journal articles and economic books of madzhab Hamfara written by lecturers of the campus. The behavior and ethics of online business in today's technological era are the behavior of Muslim individuals who do not understand the contracts in a transaction that is being carried out because this online business includes new facts and problems that are still few from the ustadz and scholars who discuss and punish, making them not understand that this problem is an important matter that Muslim individuals and communities should know because of the inevitable development of the times. Articles have contributed to adding to the discourse of Islamic economic discussions, especially related to Islamic economic da'wah from the perspective of business ethics.

Keywords: ethics, economic behavior, online business, Islamic views

PENGANTAR

Perkembangan bisnis online di era digital merupakan salah satu fenomena yang tidak bisa dihindari. Di era digital yang semakin berkembang telah memberikan banyak keuntungan bagi para pelaku bisnis. Salah satunya adalah munculnya bisnis online yang semakin populer di kalangan masyarakat. Bisnis online merupakan salah satu model bisnis yang menjual produk atau jasa melalui internet. Perkembangan bisnis online di era digital terlihat dari semakin banyaknya pelaku bisnis yang membuka toko online atau mempromosikan produk mereka melalui media sosial. Hal ini disebabkan oleh kemudahan yang ditawarkan oleh teknologi dalam mengelola bisnis, seperti mudahnya mengakses informasi pasar, mengirim pesanan, atau melakukan transaksi. Selain itu, bisnis online juga dapat menjangkau pasar yang lebih luas daripada bisnis offline yang terbatas pada lokasi fisik (Billah, 2021; Fitria, 2017).

Namun, perkembangan bisnis online di era digital juga menimbulkan beberapa tantangan bagi para pelakunya. Salah satunya adalah persaingan yang semakin ketat akibat semakin banyaknya pelaku bisnis yang membuka toko online. Selain itu, pelaku bisnis juga harus memperhatikan isu-isu seperti keamanan data dan hak cipta, serta harus mengelola resiko yang mungkin terjadi seperti penipuan atau pencurian identitas. Untuk menghadapi tantangan tersebut, pelaku bisnis online harus memiliki strategi yang tepat dan terus belajar untuk meningkatkan kemampuan dalam mengelola bisnis online. Hal ini termasuk mempelajari cara memasarkan produk atau jasa secara efektif, mengelola resiko yang mungkin terjadi, serta memahami peraturan yang berlaku di bidang bisnis online (Billah, 2021; Farida et al., 2016; Oetomo & Santoso, 2015; Paramita et al., 2022).

Keadaan persaingan pasar yang ketat ini meniscayakan pelaku bisnis melakukan apa saja demi tujuan tanpa memikirkan etika dan aspek halal haram (Utomo et al., 2022). Terkadang banyak juga yang bahkan tidak mengetahui hukum transaksi yang dilakukan, baik dari penjual ataupun konsumen, terutama pada muamalah digital atau bisnis online ini karena bisa dibilang permasalahan baru. Maka dari sini letak permasalahan artikel ini tentang etika bisnis online kontemporer yang sudah berjalan di sekitar masyarakat dengan etika dalam persepektif islam, karena Indonesia juga negara yang mayoritas beragama Islam.

METODE

Artikel ini ditulis oleh peneliti dengan pendekatan fenomenologi kebiasaan individu dan masyarakat yang menjalankan transaksi online dan dikorporasikan dengan hukum yang dikembangkan oleh para cendekiawan di bidang muamalah kontemporer. Informasi-informasi yang tersajikan dalam artikel ini dikumpulkan dari beberapa sumber, seperti: artikel di beberapa jurnal bereputasi, dan penjelasan dari para dosen, teori yang dipelajari di dalam perkuliahan peneliti, dan bantuan internet. Semua informasi yang terkumpul dianalisis oleh peneliti dengan pembacaan yang kritis menggunakan teori-teori ekonomi Islam.

HASIL DAN DISKUSI

Pembelian barang tidak hanya bisa dilakukan dengan langsung ke toko, tapi juga bisa dengan daring lewat aplikasi. Toko daring (online shop) banyak diminati masyarakat karena lebih praktis dan mudah dalam menemukan barang yang ingin dibeli. Beragam e-commerce muncul seperti tokopedia, bukalapak, shopee, lazada, jd.id, dan sebagainya. Jual beli secara online merupakan fakta baru di zaman sekarang. Jual beli online hukumnya mubah (boleh). Meski tidak bertemu secara langsung sehingga tidak terjadi ijab dan qobul secara lisan (qoul), aktivitas transaksi online yang dilakukan oleh kedua belah pihak (penjual dan pembeli) sudah dikatakan sah karena mereka pada dasarnya telah melakukan ijab dan qobul lewat tindakan (fi'il).

Meskipun hukum asalnya mubah, kita harus teliti lagi tentang fakta-fakta lain yang terdapat dalam jual beli online di e-commerce. Tapi disini kebanyakan dari penjual online dan pembelinya tidak mengerti mengenai konsep dasar dan rukun jual beli yang mengakibatkan kesalahan baik secara bathil (batal) ataupun fasad (rusak) akad sejak awal, jangankan mengenai permasalahan cabang yang lain yang dihasilkan dari perkembangan bisnis online, karena Tidak dapat dipungkiri bahwa pemilik e-commerce akan selalu mengembangkan layanan baru untuk menarik masyarakat. Hal ini akan menghasilkan fakta baru. Jika terdapat fakta lain dalam jual beli online itu, maka bisa jadi akan memiliki hukum yang berbeda lagi dalam Islam. Kita harus memahaminya agar paham hukumnya dalam Islam dan agar tidak terlibat dalam aktivitas yang diharamkan oleh Allah SWT.

Setelah diamati fakta dan dicari dalilnya, ternyata ada beberapa hal yang haram yang terdapat dalam e-commerce yang banyak terjadi di kalangan masyarakat, yaitu yang pertama tidak awas barang ribawi, yaitu yang menjadikan transaksi jual beli online menjadi haram karena memperjualbelikan barang-barang ribawi (R. Hakim, 2016; Iswanto, 2022; Kalimullina & Orlov, 2020; Mahri, 2021; Syihab & Utomo, 2022). Barang-barang ribawi itu hanya ada enam yaitu emas, perak, gandum bur, gandum syair, kurma, dan garam. Penjualan dan pembelian keenam barang ribawi ini harus dilakukan secara kontan dan langsung terjadi serah terima. kedua dapat 'plus' setelah deposite, yaitu fakta kedua yang membuat transaksi belanja online menjadi haram ialah karena ada keuntungan setelah isi saldo, misalnya isi saldo ke shopeepay. Biasanya, pembeli akan mendapatkan potongan ongkos kirim dari Shopee dengan syarat harus menggunakan metode pembayaran shopeepay. Pembeli bisa menggunakan metode pembayaran itu tentunya harus deposit dulu. Fakta ini sama halnya seperti menabung di bank atau juga deposit di gopay. Meski demikian, bukan berarti menabung atau isi saldo gopay atau shopeepay mutlak haram. Isi saldo di e-wallet tersebut dan penggunaan saldo tersebut tetap menjadi mubah selama tidak mendapat nilai "plus" dari perusahaan.

Kebiasaan di masyarakat yang ketiga metode pembayaran COD, yaitu Cash on delivery (COD) merupakan salah satu metode pembayaran dalam transaksi jual beli online dengan cara pembeli membayar barang pada saat barang sudah tiba di tempat (Gundogdu, 2016). Fakta metode pembayaran COD ini ada dua macam, yaitu ada yang COD manual dan ada COD lewat aplikasi e-commerce. Adapun fakta COD yang kedua yaitu yang digunakan dalam e-commerce seperti di shopee, tokopedia, dll. COD yang kedua ini hukumnya haram karena dua alasan (Al-aaidroos et al., 2019; Goodell et al., 2021; S. H. Hakim et al., 2022; Hasna, 2023; Muhammad Khoirul Rojiqin et al., 2022; Oprea et al., 2024). Alasan pertama, pada saat terjadinya aqad jual beli online, pihak penjual dan pembeli sama-sama berutang yaitu penjual belum menyerahkan barangnya (karena masih harus dikirim lewat ekspedisi dulu seperti ke JNT, JNE, Pos, dll) dan pihak pembeli juga belum membayarkan uangnya (karena menunggu barangnya tiba di rumah). Dalil keharamannya ialah Rasulullah bersabda (yang artinya), "*Rasulullah SAW telah melarang jual beli dimana penjual dan pembeli sama-sama tidak tunai.*"

Adapun alasan yang kedua yang menjadikan COD ini haram ialah karena pembeli tidak diberi hak khayar atau hak memilih antara melanjutkan membeli atau membatalkan. Ketika barang sudah diterima di rumah pembeli, maka pembeli harus sepakat dan membayar barang tersebut kepada kurir, tidak bisa dibatalkan. Padahal transaksi jual beli dalam Islam, pembeli harus diberi hak khayar atau pilihan antara melanjutkan membeli atau membatalkannya pada saat barang diperlihatkan kepada pembeli. Dan poin yang terakhir dari pembahasan kebiasaan etika bisnis online yaitu yang keempat beli sekarang bayar kemudian (*paylater*), fakta ini bisa dibidang baru di menu pembayaran bisnis online. paling menjerat banyak orang dan membuat banyak akibat negatif dan juga dosanya pembayaran dengan cara kredit juga harus diwaspadai dan diteliti syarat dan ketentuannya. Hal itu agar kita tidak terjerumus kepada riba. Dalam Islam, membeli barang dengan pembayaran dengan cara dicicil hukumnya mubah. Pada umumnya, di dalam pembayaran secara kredit, harga barang akan dinaikkan menjadi beberapa persen. Namun, fakta kredit di bank atau pun di *paylater* (dalam e-commerce) tidak sesederhana itu. Di sana ada syarat ketentuannya, termasuk di dalamnya ada bunga sekian persen untuk pembayaran di bulan berikutnya. Adanya bunga membuat metode pembayaran *paylater* hukumnya haram karena itu riba. Namun, fakta kredit di bank atau pun di *paylater* (dalam e-commerce) tidak sesederhana itu. Di sana ada syarat ketentuannya, termasuk di dalamnya ada bunga sekian persen untuk pembayaran di bulan berikutnya. Adanya bunga membuat metode pembayaran *paylater* hukumnya haram karena itu riba. Tidak cukup di situ saja, keharaman *paylater* berikutnya karena adanya denda jika telat membayar.

Sekalipun ada yang menggunakan *paylater* dan berusaha untuk selalu bayar cicilan tepat waktu sehingga tidak kena denda, tetap saja itu haram. Mengapa? Dalam Islam, hukum suatu muamalah ditentukan oleh aqad di awal. Karena aturan di awal sudah ditetapkan bahwa jika telat bayar akan dapat denda. Sekalipun tidak pernah mendapat denda, tetap saja itu hukumnya haram. Disinilah masyarakat yang tidak mereka ketahui yang membuat transaksi yang dilakukan oleh *owner* dan *costumer* telah melakukan kesalahan yang fatal dalam melakukan transaksinya ketika tidak mengetahui, bukan hanya mendapatkan kesengsaraan dunia tapi juga akhirat. Maka dari itu wajib bagi pengguna digital mempelajari hukum tersebut karena pergantian era yang berubah semua menjadi teknologi.

PENUTUP

Kemajuan teknologi informasi telah memanjakan umat manusia. Berbagai hal yang dahulu seakan mustahil dilakukan, kini dengan mudah terlaksana. Dahulu, praktik perdagangan banyak dibatasi waktu, tempat, ruang, dan lainnya. Namun kini batasan-batasan itu dapat dilampaui. Keterbatasan ruang tidak lagi menjadi soal, sebagaimana perbedaan waktu tidak lagi menghambat manusia untuk menjalankan berbagai perniagaan. Dengan demikian, secara logis kapasitas perniagaan seseorang dan juga hasilnya semakin berlipat ganda. Namun perlu diingat bahwa mengetahui dan mempelajari hukum bisnis online sangat penting karena ini bukan hanya menyangkut masalah sosial antar manusia tapi juga kepada sang pencipta, yaitu Allah SWT.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-aaidroos, M., Jailani, N., & Mukhtar, M. (2019). Expert validation on a reference model for e-auctions that conform to Islamic trading principles. *Journal of King Saud University - Computer and Information Sciences*, 31(1), 62–71. <https://doi.org/10.1016/j.jksuci.2017.10.008>
- Billah, A. M. (2021). *Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial dan Pameran Online untuk Meningkatkan Penjualan Ekspor Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada CV. Palem Craftd Jogja)*.
- Farida, I., Tarmizi, A., & November, Y. (2016). ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN 7P TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA GOJEK ONLINE. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 31–40.
- Fitria, T. N. (2017). Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) Dalam Hukum Islam Dan Hukum Negara. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 3(01), 52. <https://doi.org/10.29040/jiei.v3i01.99>
- Goodell, G., Al-Nakib, H. D., & Tasca, P. (2021). A digital currency architecture for privacy and owner-custodianship. *Future Internet*, 13(5). <https://doi.org/10.3390/fi13050130>
- Gundogdu, A. S. (2016). Islamic electronic trading platform on organized exchange. *Borsa Istanbul Review*, 16(4), 249–255. <https://doi.org/10.1016/j.bir.2016.06.002>
- Hakim, R. (2016). Islamisasi Ekonomi Madzhab Mainstream: Tinjauan, Model dan

Implikasi. *Iqtishodia*, 1(1), 79–94.

<http://ejournal.alqolam.ac.id/index.php/iqtishodia/article/download/58/63/>

Hakim, S. H., Rahman, A., & Syafii, M. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi penggunaan E-Wallet di Sumatera utara. *Owner*, 6(2), 1171–1183.

<https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.566>

Hasna, A. N. (2023). Implementasi Etika Konsumen Shopee. *JAHE: Jurnal Ayat Dan Hadits Ekonomi*, 1(1), 29–34.

Iswanto, B. (2022). *Pengantar Ekonomi Islam*. Raja Grafindo Persada.

Kalimullina, M., & Orlov, M. (Shamil). (2020). Islamic finance and food commodity trading: is there a chance to hedge against price volatility and enhance food security? *Heliyon*, 6(11), e05355. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e05355>

Mahri, J. W. dkk. (2021). *Ekonomi Pembangunan Islam* (A. Irfan S, Muhamad; Sakti (ed.)). Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah - Bank Indonesia.

Muhammad Khoirul Rojiqin, Hadi, S. N., & Utomo, Y. T. (2022). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap E-Customer Loyalty Shopee Melalui E-Satisfaction Di Masa Pandemi Covid-19 Ditinjau Dari Prespektif Syariah. *Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen, Dan Perbankan Syariah*, 2(2020), 1–16.

Oetomo, D. B. S., & Santoso, S. (2015). Pengaruh web dalam komunikasi pemasaran untuk meningkatkan perhatian dan ketertarikan konsumen Online. *Jurnal Eksplorasi Karya Sistem Informasi Dan Sains*, 8(2), 1–13.

Oprea, S. V., Georgescu, I. A., & Bâra, A. (2024). Is Bitcoin ready to be a widespread payment method? Using price volatility and setting strategies for merchants. In *Electronic Commerce Research* (Issue 0123456789). Springer US. <https://doi.org/10.1007/s10660-024-09812-x>

Paramita, A., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk, dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian (Literatute Review Manajemen Pemasaran). *JMPIS Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 660–669.

Siyhab, M. B., & Utomo, Y. T. (2022). Praktek Ekonomi Islam Umar Bin Khatab Sebagai Kepala Negara. *Humantech Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indoneisa*, 2(2), 549–558.

Utomo, Y. T., Marianti, D. J., & Khairunnisa, F. (2022). Diskusi Online : Sharing Etika Bisnis Islam Dengan Pelaku Bisnis dari. *JalinMas: Jurnal Kolaborasi Dan Pengabdian Masyarakat*, 02(02), 4–8.

Internet

<https://www.kompasiana.com/andmedani9968/63ae0fb80788a33c2c58a232/perkembangan-bisnis-online-di-era-digital-keuntungan-dan-tantangan>

https://www.kompasiana.com/sts_santuso/61451cd053f9cd4b6b05a002/empat-hal-ini-dalam-jual-beli-online-hukumnya-haram-lho?page=all

<http://fissilmi-kaffah.com/frontend/artikel>

<https://konsultasisyariah.com/13756-halal-haram-bisnis-online.html>