

**ETIKA BISNIS EKONOMI SYARIAH:STUDI PADA  
PEBISNIS *ONLINE* DI KOTA PAREPARE**



Tesis Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh  
Gelar Magister Ekonomi Syariah (M.E.) pada Pascasarjana IAIN  
Parepare

**TESIS**

*Oleh:*

ANDI FATIMAH  
NIM: 16.0224.004

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
PASCASARJANA**

**INSTITUT AGAMA ISLAM  
NEGERI (IAIN) PAREPARE**

**2020**

## PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Andi Fatimah  
Nim : 16.0224.004  
Tempat/Tgl. Lahir : Kanari, 16 Desember 1986  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul Tesis : Etika Bisnis Ekonomi Syariah: Studi Pada Pebisnis  
*Online* Di Kota Parepare

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa dengan penuh kesadaran, tesis ini adalah hasil karya penyusun sendiri. Tesis ini, sepanjang pengetahuan saya, tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftarpustaka.

Jika ternyata didalam naskah tesis ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiasi, maka gelar akademik yang saya peroleh batal demi hukum.

Parepare, 17 Desember 2020  
Mahasiswa



Andi Fatimah  
16.0224.004

## PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Tesis dengan judul **Etika Bisnis Ekonomi Syariah: Studi Pada Pebisnis Online Di Kota Parepare**, yang disusun oleh saudari **Andi Fatimah**, NIM: **16.0224.004**,. Telah diujikan dan dipertahankan dalam Sidang Ujian Tutup/Munaqasyah yang diselenggarakan pada hari **Rabu, 09 Desember 2020 Masehi**, bertepatan dengan tanggal **24 Rabiul Akhir 1442 Hijriah**,. Dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Magister dalam bidang **Ekonomi Syariah** pada Pascasarjana IAIN Parepare.

**Ketua/Pembimbing Utama/Penguji:**

Dr. St.Jamilah Amin, M.Ag

(.....)

**Sekretaris/Pembimbing Pendamping/Penguji:**

Dr. Muhammad Kamal Zubair, M. Ag

(.....)

**Penguji Utama:**

Dr. Damirah, S.E., M.M

(.....)

Dr.H.Suarning, M.Ag

(.....)

Parepare, Desember 2020

Diketahui oleh:  
Direktur Program Pascasarjana  
IAIN Parepare,

(.....)

**Dr. H. Mahsyar, M.Ag**  
NIP. 19621231 199103 103

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur dipanjatkan kehadirat Allah SWT, atas berkah, nikmat iman, ilmu, hidayat dan inayah-Nya kepada penulis, sehingga dapat tersusun Tesis ini sebagaimana yang ada dihadapan pembaca. Salam dan Salawat atas Baginda Rasulullah SAW., sebagai suri tauladan sejati bagi umat manusia dalam melakoni hidup yang lebih sempurna dan menggulung permadani kemungkar dan membentangkan permadani keimanan dan ketakwaan kepada Allah SWT. serta menjadi referensi spiritualitas dalam mengemban misi khalifah di alam persada.

Penulis menyadari dengan keterbatasan dan akses penulis, naskah Tesis ini dapat terselesaikan pada waktunya, dengan bantuan secara ikhlas dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh sebab itu, refleksi syukur dan terimakasih yang mendalam kepada kedua Orang Tuaku, kedua Mertuaku, dan Suamiku Tercinta Rafsanjani, S.Sy., Serta keempat anak-anak, yang senantiasa menyayangi, mencintai, mengasihi serta tak pernah bosan mengirimkan doa yang tulus buat penulis sehingga tugas akademik dapat selesai tepat pada waktunya, selanjutnya, penulis juga mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Ahmad S. Rustan, M.Si. selaku Rektor IAIN Parepare, Dr. Sitti Jamilah Amin, M.Ag, Dr. H. Sudirman L, M.H. dan Dr. Muh. Shaleh. masing- masing sebagai Wakil Rektor dalam lingkup IAIN Parepare, yang telah memberi kesempatan menempuh Studi Program Magister pada Pascasarjana IAIN Parepare.
2. Dr. H. Mahsyar, M.Ag selaku Direktur PPs IAIN Parepare, yang telah memberi layanan akademik kepada penulis dalam proses dan penyelesaian studi.
3. Dr. Sitti. Jamilah Amin, M.Ag dan Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag., masing- masing sebagai pembimbing I dan II, dengan tulus membimbing, mencerahkan, dan mengarahkan penulis dalam melakukan proses penelitian hingga dapat rampung dalam bentuk naskah Tesis ini.
4. Pimpinan dan Pustakawan IAIN Parepare yang telah memberikan layanan prima kepada penulis dalam pencarian referensi dan bahan bacaan yang dibutuhkan dalam penelitian Tesis.
5. Kepada seluruh guru, teman, saudara, dan seperjuangan penulis yang tidak

sempat disebut namanya satu persatu yang memiliki kontribusi besar dalam penyelesaian studipenulis.

Semoga Allah SWT., senantiasa memberikan balasan terbaik bagi orang- orang yang terhormat dan penuh ketulusan membantu penulis dalam penyelesaian studi program magister pada pascasarjana IAIN Parepare, dan semoga naskah Tesis ini bermanfaat.

Parepare, Desember 2020

Penyusun,



Andi Fatimah  
16.0224.004



## DAFTAR ISI

SAMPUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS.....	ii
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI.....	v
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	viii
ABSTRAK.....	xiv
<b>BAB I    PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Fokus Penelitian Dan Deskripsi Fokus.....	6
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian.....	7
E. Garis Besar Isi Tesis .....	8
<b>BAB II    TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>9</b>
A. Penelitian Yang Relevan .....	10
B. Analisis Teori Subjek .....	11
1. Bisnis Online.....	11
2. Etika Bisnis Ekonomi Syariah .....	22
3. Etika Bisnis Islam Dalam Jual Beli Online.....	61
C. Kerangka Teoritis Penelitian .....	65
<b>BAB III    METODE PENELITIAN .....</b>	<b>71</b>
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	71
B. Paradigma Penelitian .....	72
C. Sumber Data Penelitian .....	72
D. Waktu Dan Lokasi Penelitian .....	73
E. Tahap Pengumpulan Data.....	74

	F. Teknik Pengumpulan Data .....	74
	G. Teknik Pengolahan Data Dan Analisis Data .....	74
	H. Teknik Pengujian Keabsahan Data .....	75
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	80
	A. Deskripsi Hasil Penelitian .....	80
	1. Proses Transaksi Bisnis Online Di Kota Parepare .....	80
	2. Penerapan Etika Bisnis Ekonomi Syariah Terhadap Pebisnis Online Di Kota Parepare .....	96
	B. Pembahasan Hasil penelitian .....	118
BAB V	PENUTUP .....	134
	A. Simpulan .....	137
	B. Implikasi .....	138
	C. Rekomendasi .....	138
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN – LAMPIRAN		
BIODATA PENULIS		

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

### 1. Konsonan

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada halaman berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	b	Be
ت	Ta	t	Te
ث	s\`a	s\`	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	j	Je
ح	h}a	h}	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	z\`al	z\`	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	er
ز	zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	s}ad	s}	es (dengan titik di bawah)
ض	d}ad	d}	de (dengan titik di bawah)
ط	t}a	t}	te (dengan titik di bawah)
ظ	z}a	z}	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	apostrof terbalik
غ	gain	g	Ge
ف	Fa	f	Ef
ق	qaf	q	Qi
ك	kaf	k	Ka
ل	lam	l	El
م	mim	m	Em
ن	nun	n	En
و	wau	w	We
هـ	Ha	h	Ha
ء	hamzah	`	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

### 2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat,

transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	<i>fathāh</i>	a	a
اِ	<i>kasrah</i>	i	i
اُ	<i>ḍammah</i>	u	u

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَيّ	<i>fathāh dan yā'</i>	ai	a dan i
اَوّ	<i>fathāh dan wau</i>	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوَّلَ : *hauḷa*

### 3. *Maddah*

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ...   اِ...   اُ...	<i>fathāh dan alif atau yā'</i>	ā	a dan garis di atas
يِ	<i>kasrah dan yā'</i>	ī	i dan garis di atas
وِ	<i>ḍammah dan wau</i>	ū	u dan garis di atas

قَيْلًا : *qīla*

يَمُوتُ : *yamūtu*

### 4. *Ta marbūṭah*

Transliterasi untuk *ta>' marbu>t}ah* ada dua, yaitu: *ta>' marbu>t}ah* yang hidup atau mendapat harakat *fathāh*, *kasrah*, dan *ḍammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *ta>' marbu>t}ah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *ta>' marbu>t}ah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta>' marbu>t}ah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	: <i>rauḍah al-atfāl</i>
الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ	: <i>al-madīnah al-fāḍilah</i>
الْحِكْمَةُ	: <i>al-ḥikmah</i>

### 5. *Syaddah (Tasydid)*

*Syaddah* atau *tasydi>d* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydi>d* ( ّ ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا	: <i>rabbānā</i>
نَجِينَا	: <i>najjainā</i>
الْحَقُّ	: <i>al-ḥaqq</i>
نُعِمْ	: <i>nu‘ima</i>
عُدُّوْ	: <i>‘aduwwun</i>

Jika huruf *syaddah* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* ( ِ ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi *ī*.

Contoh:

عَلِيٌّ	: ‘Alī (bukan ‘Aliyy atau ‘Aly)
عَرَبِيٌّ	: ‘Arabī (bukan ‘Arabiyy atau ‘Araby)

### 6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *alif lam ma‘arifah* ( *alif lam ma‘arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiyah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

السَّمْسُ	: <i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i> )
الزَّلْزَلَةُ	: <i>al-zalزالah</i> ( <i>az-zalزالah</i> )
الْفَلْسَفَةُ	: <i>al-falsafah</i>
الْبِلَادُ	: <i>al-bilādu</i>

### 7. *Hamzah*

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof ( ‘ ) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta'murūna*

النَّوْءُ : *al-nau'*

سَيِّئٌ : *syai'un*

أُمِرْتُ : *umirtu*

## 8. Penulisan Kata Arab yang Lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari *al-Qur'a>n*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

*Fī Zilāl al-Qur'ān*  
*Al-Sunnah qabl al-tadwīn*

## 9. Lafz al-Jalālah (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mud}a>f ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ *dīnullāh* بِاللَّهِ *billāh*

Adapun *tā' marbūṭah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللَّهِ  
*hum fī raḥmatillāh*

## 10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf

kapital (Al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR). Contoh:

*Wa mā Muḥammadun illā rasūl*

*Inna awwala baitin wuḍi‘a linnāsi lallaẓī bi Bakkata mubārakan*

*Syahrū Ramaḍān al-laẓī unzila fīh al-Qur‘ān*

Naṣīr al-Dīn al-Ṭūsī

Abū Naṣr al-Farābī

Al-Gazālī

Al-Munqiz min al-Ḍalāl

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abu> (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

Abū al-Walīd Muḥammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muḥammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muḥammad Ibnu)

Naṣr Ḥāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Naṣr Ḥāmid (bukan: Zaīd, Naṣr Ḥāmid Abū)

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt.	= <i>subḥānahū wa ta‘ālā</i>
saw.	= <i>ṣallallāhu ‘alaihi wa sallam</i>
a.s.	= <i>‘alaihi al-salām</i>
H	= Hijrah
M	= Maschi
SM	= Sebelum Masehi
l.	= Lahir tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
w.	= Wafat tahun
QS .../...: 4	= QS al-Baqarah/2: 4 atau QS Āli ‘Imrān/3: 4
HR	= Hadis Riwayat

## ABSTRAK

Nama : Andi Fatimah  
 NIM : 16.0224.004  
 Judul Tesis : Etika Bisnis Ekonomi Syariah:Studi Pada Pebisnis  
*Online Di Kota Parepare.*

Tesis ini membahas etika bisnis ekonomi syariah terhadap etika pebisnis online Di Kota Parepare. Adapun tujuan penelitian tesis ini adalah untuk mendeskripsikan proses transaksi bisnis online di Kota Parepare dan menganalisa penerapan etika bisnis terhadap para pelaku bisnis di Kota Parepare.

Jenis penelitian ini adalah penelitian empiris. Paradigma penelitian adalah naturalism. Sumber data primer adalah pebisnis online makanan, buah-buahan, pakaian dan kosmetik sedangkan data sekunder adalah buku-buku ilmiah, jurnal dan tesis. Instrumen penelitian adalah peneliti sendiri dan dibantu dengan alat pengumpulan data yaitu pedoman observasi, pedoman wawancara, alat dokumentasi dan *field note*. Teknik pengumpulan data adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik pengolahan dan analisis data yang meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Adapun teknik pengujian keabsahan data yaitu menggunakan teknik triangulasi.

Hasil penelitian ini adalah: (1).Proses transaksi jual-beli yang dilakukan oleh pebisnis *online* di Kota Parepare yaitu para pebisnis menawarkan barang dagangan di Media Sosial *facebook* dan *story whatsapp* kepada para konsumen. Kemudian konsumen akan menawar harga maupun jumlah barang yang akan diberikan kepada pebisnis. Apabila dalam proses tawar-menawar tersebut diperoleh kesepakatan maka terjadilah transaksi jual-beli dengan berbagai system pembayaran yakni cash on delivery, pre order, private message, plug and play, dan down payment. Pendistribusian yang dipilih oleh para pebisnis online di kota parepare adalah jasa kurir. J&T express, JNE, Kantor pos, jasa kurir orang terdekat dan pebisnis mengantar sendiri pesanan konsumen. (2). Etika bisnis ekonomi syariah belum sepenuhnya diterapkan oleh para pebisnis online di Kota Parepare. Hal ini disebabkan bahwa masih ada dua indikator dalam nilai *nubuwwah* yang belum dilakukan oleh beberapa pebisnis online yaitu indikator *shiddiq*. pebisnis online kosmetik menjual kosmetik palsu dan pebisnis tidak menjaga hubungan baik pelanggan yakni pebisnis meviralkan pelanggan yang php dan pelanggan yang berutang. Dan yang kedua *tabligh* pebisnis online memotong transaksi pebisnis yang lain dikolom komentar dan Pebisnis mempromosikan barang daganganya secara berlebihan.

Kata kunci: Kata kunci: Bisnis *Online*, Etika Bisnis

## ABSTRAK

Nama : Andi Fatimah  
 Nim : 16.0224.004  
 JudulTesis : Sharia Ekonomi Business Ethics: a Study on Online Businessmen in The City of Parepare.

---

This thesis discussion focuses on sharia economic business ethics against online businessethics in Parepare. The purpose of this research is to describe the process of buying and selling online transactions in Parepare and to analyze the application of business ethics to those business in Parepare.

Empirical research ischoosing to build up this research with naturalism paradigm to sharpen focus. Primary data sources are online businessmen who sell food, fruits, clothing and cosmetics, while secondary data is obtained, among others, from scientific books, journals and theses. The research uses her selves as research instrument and assisted by data collection tools, such as observation guidelines, interview guides, documentation tools and field notes. Then, the techniques of data collection are usingobservation, interviews, and documentation. The data Processing and analysis techniques include data collection, data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The data validity testing uses triangulation technique.

The result of the study are : (1) buying and selling transactions process carried out by the online businesses in Pareparecirculate by offering merchandise on Social Media Facebook and WhatsApp stories to consumers. Then consumers will bid on the price and quantity of goods to be purchased to theseller. If an agreement is reached during the bargaining process, there will be a sale and then there will be purchase transaction with various payment systems, such cash on delivery, pre-orders, private messages, plug and play, and down payments. In distributing all the sellingitems, the online businesses in Parepareentrust their goods delivery by such various services, they are J&T express, JNE, post offices, courier services for the closest people and sometimes, the owner itself do their own customer orders. (2). Sharia economic business ethics have not been fully implemented by the online seller. This is indicated by the existence of two factors in the nubuwah value that have not been carried out by some online seller, the trust / trust indicator is the first crucial things that is most highlighted. The Businessman do not maintain the customer's good name, the online seller publish the account of the buyer who unilaterally cancels the ordered item on social media, and also goes viral with the owed ones.*tabligh* the businessmen cut other seller transactions in the comments column of online platform and then promote their merchandise excessively. The last is Shiddiq, the online cosmetics seller, selling fake cosmetics.

Keywords: Online Business, Business Ethics

## تجريد البحث

الإسم : أندي فاطمة  
رقم التسجيل : 16.0224.004  
موضوع الرسالة : أخلاقيات الأعمال الاقتصادية الشرعية: دراسة عن رجال الأعمال عبر الإنترنت في مدينة فرى فارى.  
فارى.

تناقش هذه الأطروحة أخلاقيات الأعمال التجارية الاقتصادية الشرعية الإسلامية ضد أخلاقيات الأعمال التجارية عبر الإنترنت في مدينة فرى فارى الغرض من بحث الأطروحة هذا هو وصف عملية المعاملات التجارية عبر الإنترنت في مدينة فرى فارى وتحليل تطبيق أخلاقيات العمل على رجال الأعمال في مدينة فرى فارى.

هذا النوع من البحث هو بحث تجريبي. نموذج البحث هو المذهب الطبيعي. مصادر البيانات الأولية هي رجال الأعمال عبر الإنترنت في مجال الأغذية والفواكه والملابس ومستحضرات التجميل ، في حين أن البيانات الثانوية هي الكتب والمجلات والأطروحات العلمية. كانت أداة البحث هي الباحث نفسه وساعدتها أدوات جمع البيانات ، وهي إرشادات المراقبة وأدلة المقابلات وأدوات التوثيق والملاحظات الميدانية. تقنيات جمع البيانات هي المراقبة والمقابلات والتوثيق. تشمل تقنيات معالجة البيانات وتحليلها جمع البيانات وتقليلها وعرضها واستخلاص النتائج. تستخدم تقنية اختبار صحة البيانات تقنية التثليث.

نتائج هذه الدراسة هي: (1) عملية الشراء والبيع التي تجربها الشركات عبر الإنترنت في مدينة فرى فارى ، أي رجال الأعمال الذين يعرضون البضائع على وسائل التواصل الاجتماعي وقصص موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك و واتساب للمستهلكين ثم سيقدم المستهلكون عطاءات على سعر وكمية البضائع التي سيتم تسليمها لرجل الأعمال. إذا تم التوصل إلى اتفاق أثناء عملية المساومة ، فستكون هناك معاملة بيع وشراء مع أنظمة دفع مختلفة ، مثل الدفع نقدًا عند التسليم ، والطلبات المسبقة ، والرسائل الخاصة ، والتوصيل والتشغيل ، والدفعات المقدمة. التوزيع الذي تختاره الشركات عبر الإنترنت في مدينة فرى فارى هو خدمة بريد سريع. J&T Express و JNE ومكاتب البريد وخدمات البريد السريع لأقرب الأشخاص ورجال الأعمال لتسليم طلبات العملاء بأنفسهم. (2). لم يتم تنفيذ أخلاقيات الأعمال التجارية الإسلامية الشرعية بشكل كامل من قبل رجال الأعمال عبر الإنترنت في مدينة فرى فارى. هذا يرجع إلى حقيقة أنه لا تزال هناك ثلاثة مؤشرات في قيمة النبوة لم يتم تنفيذها من قبل بعض رجال الأعمال عبر الإنترنت ، وهي مؤشر الثقة / الثقة. لا يحتفظ رجال الأعمال بالسمعة الطيبة للعملاء ، ورجال الأعمال يجيدون العملاء الذين هم PHP والعملاء الذين يدينون به. يقطع رجال الأعمال عبر الإنترنت معاملات رجال الأعمال الآخرين في عمود التعليقات ويقوم رجال الأعمال بالترويج لبضائعهم بشكل مفرط.

الكلمات الرئيسية:الكلمات الرئيسية: الأعمال التجارية عبر الإنترنت ، أخلاقيات العمل.

إتفق عليها :

رئيس مركز



# BAB I

## PENDAHULUAN

### *A. LatarBelakang*

Manusia memerlukan harta untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Maka dari itu, manusia berusaha untuk memperoleh harta kekayaan. Salah satu usaha yang dilakukan manusia adalah bekerja dan diantara ragam dari bekerja adalah berbisnis. Aktivitas bisnis telah ada sejak manusia berada di bumi. Aktivitas bisnis yang dilakukan manusia pada zaman dahulu adalah berburu dan mengumpulkan berbagai barang yang tersedia di alam seperti buah-buahan, kayu bakar, sayur-sayuran, dan sebagainya.<sup>1</sup>Pada saat ini, aktivitas bisnis semakin berkembang seiring berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi. Aktivitas bisnis yang banyak dan cukup mudah dilakukan oleh pebisnis adalah kegiatan bisnis *online*.

Bisnis *online* dijalankan atau dipasarkan melalui internet atau media sosial dengan menawarkan dan menjual berbagai macam kebutuhan manusia. Hal ini guna menghasilkan atau uang keuntungan. Akan tetapi, setiap pelaku bisnis memiliki berbagai aturan atau etika yang harus dilakukan dan dipatuhi. Hal ini dikarenakan bahwa manusia tidak hanya hidup sendiri akan tetapi, manusia sebagai makhluk sosial yang membutuhkan bantuan dari manusia lain dan memiliki tanggung jawab atas perbuatannya kepada Allah Swt.

Seorang pelaku bisnis sebelum masuk ke dunia bisnis harus mengkaji setiap tahapan proses bisnis sebagai masalah dasar dalam berbisnis. Setiap

---

<sup>1</sup>Sukrisno Agoes, *Etika Bisnis dan Profesi*, Edisi Revisi (Jakarta: Salemba Empat, 2011), h. 75.

proses yang dilalui harus berpijak pada aturan-aturan Allah Swt., mengikutisariat, dan menjunjung tinggi berbagai nilai akhlak.<sup>2</sup> Prinsip bisnis atau perdagangan yang dianjurkan dalam Islam tidak hanya untuk mencari keuntungan dunia akan tetapi, keuntungan materi yang halal dan berkah yang dapat membawa kebahagiaan di dunia dan di akhirat. Konsep tersebut dapat diwujudkan oleh pelaku bisnis apabila memiliki wawasan yang luas sebelum bergabung dalam dunia bisnis atau perniagaan.<sup>3</sup> Islam memosisikan etika bisnis sebagai usaha untuk mencari keridhaan Allah Swt. Bisnis tidak hanya bertujuan dalam jangka pendek dan semata-mata hanya mencari keuntungan berdasarkan kalkulasi matematika akan tetapi, juga memiliki tujuan jangka panjang dan berbagai hal yang harus dipertanggungjawabkan.

Seorang muslim harus senantiasa konsisten dan seimbang dalam melaksanakan ibadah dan dalam menjalankan aktivitas bisnisnya sehari-hari, serta harus menghindari praktik bisnis yang dilarang oleh syariat. Manusia dalam bidang ekonomi harus berperilaku dan berakhlak secara professional baik dalam posisi sebagai produsen, konsumen, pengusaha, karyawan atau sebagai pelaku ekonomi lainnya, karena teori yang unggul dan sistem-sistem ekonomi yang sesuai syariah bukan merupakan jaminan bahwa perekonomian umat Islam otomatis akan maju. Sistem ekonomi hanya memastikan tidak ada transaksi ekonomi yang bertentangan dengan syariah akan tetapi, kinerja bisnis tergantung pada pelaku utama ekonomi.<sup>4</sup> Islam memiliki etika atau pedoman dalam melakukan suatu pekerjaan. Pedoman tersebut menjadi kerangka acuan dan tujuan yang diinginkan dalam Islam agar pekerjaan atau

---

<sup>2</sup>Muhammad Sulaiman dan Aizuddinur Zakaria, *Jejak Bisnis Rasul* (Cet. I; Jakarta Selatan: Mizan Publika, 2010), h. 29-30.

<sup>3</sup>Muhammad Sulaiman dan Aizuddinur Zakaria, *Jejak Bisnis Rasul...*, h. 358.

<sup>4</sup>Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, Edisi Kelima (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2015), h. 46.

bisnis yang dilakukan tetap berada dalam naungan syariat.

Agar kegiatan bisnis sejalan dengan ketentuan agama maka kegiatan bisnis harus selaras dengan prinsip-prinsip muamalah yang digariskan dalam ajaran Islam.<sup>5</sup> Setiap kegiatan bisnis yang dilakukan harus mematuhi dan mentaati ketentuan yang ada dalam al-Quran dan hadis, ijmak ulama, dan peraturan pemerintah. Segala transaksi yang membawa ke arah positif atau kebaikan dapat dibenarkan selama tidak bertentangan dengan ketentuan syariat. Sebaliknya, setiap transaksi yang membawa ke arah negatif atau merugikan para pihak dilarang oleh syariat. Selain itu, kegiatan muamalah yang dilakukan harus merealisasikan tujuan syariat yaitu mewujudkan kemashlahatan dan menghindarkan kemudharatan dalam kehidupan manusia.<sup>6</sup> Islam sebagai agama yang *rahmatan lil alamin* menjadi dan memberi solusi terbaik untuk mengatasi manusia dari keterburukan ekonomi. Islam menawarkan konsep bisnis yang bersih dari berbagai perbuatan yang tercela dan jauh dari ketidakadilan.

Kegiatan ekonomi dan bisnis manusia harus mengacu pada prinsip-prinsip yang telah diajarkan oleh nabi dan rasul. Para pelaku ekonomi dan bisnis harus meneladani sifat-sifat utama Nabi Muhammad Saw., yaitu sifat *siddiq, amanah, fathanah, dan tabligh*.<sup>7</sup> Para pelaku bisnis dalam menjalankan kegiatan bisnisnya harus senantiasa berlaku jujur kepada para pihak yang terlibat dalam kegiatannya, menjaga kepercayaan para mitra dan para pembeli, menawarkan dan menjual produk dengan cara yang benar dan terbuka kepada para konsumen, dan para pelaku bisnis hendaknya menjaga

---

<sup>5</sup>Rozalinda, *Fikih Ekonomi Syariah; Prinsip dan Implementasimya pada Sektor Keuangan Syariah* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2017), h. 4.

<sup>6</sup>Rozalinda, *Fikih Ekonomi Syariah; Prinsip dan Implementasimya pada Sektor Keuangan Syariah...*, h. 6.

<sup>7</sup>Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islam...*, h. 38-40.

nama baik berbagai pihak sehingga tidak menimbulkan kerugian baik secara materi maupun mental. Akan tetapi, pada saat ini terdapat beberapa pelaku bisnis khususnya pelaku bisnis *online* yang melakukan beberapa perbuatan yang melanggar etika dalam berbisnis.

Bisnis online di kota Parepare mengalami kemajuan yang sangat pesat, untuk lebih memudahkan para pelaku bisnis memasarkan barang dagangannya maka mereka membentuk akun jual beli khusus wilayah Parepare yakni akun grup publik Jual Beli Parepare, jumlah anggota mencapai 256.610 orang<sup>8</sup>. Di grup tersebut menjadi tempat dagang segala macam barang maupun jasa, mulai dari penjualan bahan pokok primer, sekunder dan tersier.

Berdasarkan observasi awal peneliti ada beberapa pebisnis *online* di media sosial seperti *facebook* yang menjiplak gambar atau merk dan memalsukan produk pebisnis *online* yang lain, misal pada beberapa produk kosmetik. Sering kali ditemukan berbagai produk palsu yang beredar dengan harga murah dari barang asli sehingga banyak pembeli yang merasa tertarik dengan harga murah namun berdampak negatif ketika digunakan. Selain itu, banyak pebisnis *online* yang memperlihatkan testimoni palsu. Hal ini dilakukan dengan cara mengedit testimoni dari pebisnis lain sehingga barang yang diperdagangkan dan proses transaksinya seolah-olah laris seperti pebisnis lain yang diambil testimoni. Hal lain yang biasa dilakukan oleh pebisnis *online* yaitu memviralkan pembeli di media sosial seperti *facebook* apabila pembeli tersebut batal membeli barangnya atau pebisnis merasa bahwa pembeli hanya menipu. Meskipun bagi pebisnis bahwa tujuan memviralkan pembeli tersebut agar tidak ada lagi pebisnis lain yang ditipu akan tetapi, di sisi lain pebisnis tersebut akan merusak nama baik pembeli.

---

<sup>8</sup>m.facebook.com.zaskiashop.anggota akun jualbeli parepare.diakses pada tanggal 07 Januari 2021, pukul 16.00 wita

transaksinya seolah-olah laris seperti pebisnis lain yang diambil testimoninya. Hal lain yang biasa dilakukan oleh pebisnis *online* yaitu memviralkan pembeli di media sosial seperti *facebook* apabila pembeli tersebut batal membeli barangnya atau pebisnis merasa bahwa pembeli hanya menipu. Meskipun bagi pebisnis bahwa tujuan memviralkan pembeli tersebut agar tidak ada lagi pebisnis lain yang ditipu akan tetapi, di sisi lain pebisnis tersebut akan merusak nama baik pembeli.

Realitas yang sering pula terjadi dalam sistem jual beli online di kota Parepare ialah para pebisnis online sering tidak mempraktikkan nilai-nilai moral yang selaras dengan etika bisnis demi mendapatkan keuntungan yang lebih banyak, seperti tidak menerapkan nilai-nilai keadilan dan kejujuran. Sebagai contoh kualitas yang dijual bukan yang baik namun produk yang jelek padahal pada saat melakukan proses transaksi melalui media sosial penjual menyertakan gambar yang bagus tanpa cacat dan penjual menjamin barang yang diperdagangkan merupakan barang yang bermutu, akan tetapi setelah proses transaksi selesai, pembeli kecewa dengan barang yang dibeli karena tidak sesuai dengan realita yang digambarkan oleh penjual.

Unsur yang kurang etis pula sering dilakukan oleh para pebisnis online di kota Parepare adalah selalu memaksakan pembeli untuk membeli barang dagangannya dengan cara kata-kata yang manis yang disertai sumpah palsu. sebagai contoh, penjual mendesak melakukan proses transaksi padahal tidak ada kata sepakat dari pihak pembeli karena pembeli takut diviralkan di media sosial maka dengan terpaksa pembeli menyepakati transaksinya dan perbuatan yang dilakukan oleh pihak penjual melanggar etika bisnis karena tidak adanya keridhoan salah satu pihak yakni pembeli.

Perbuatan-perbuatan yang dilakukan oleh pebisnis *online* tersebut

menjadi asumsi bagi peneliti bahwa perbuatan tersebut melanggar etika dalam berbisnis diantaranya etika kejujuran dan kurang komunikatif. Nabi mengajarkan untuk senantiasa jujur dalam melaksanakan kegiatan ekonomi akan tetapi, perbuatan pebisnis *online* dengan menjiplak gambar atau merk, menjual kosmetik palsu, memalsukan testimony, mendesak pembeli dengan kata-kata manis dan sumpah palsu dan penipuan kualitas barang, merupakan perbuatan yang melanggar etika kejujuran dalam perekonomian. Berdasarkan atas asumsi peneliti atas perbuatan-perbuatan yang dilakukan oleh beberapa pebisnis *online*, menjadi alasan mengapa peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut sejauh mana kesesuaian para pebisnis *online* di Kota Parepare dalam menjalankan aktivitas bisnisnya dengan etika bisnis ekonomi syariah.

### **B. Fokus Penelitian dan Deskripsi Fokus**

Fokus utama yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini yaitu analisis etika bisnis ekonomi syariah terhadap etika pebisnis *online* di Kota Parepare. Etika bisnis ekonomi syariah yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu meliputi sifat-sifat yang dianjurkan nabi dalam bermuamalah diantaranya sifat *siddiq*, *amanah*, *fathanah*, dan *tabligh*. Adapun etika bisnis *online* yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu segala perilaku pebisnis *online* dalam menjalankan bisnisnya meliputi kejujuran dalam berkomunikasi dan berperilaku, sikap menepati janji, dan integritas sebagai pelaku bisnis *online*.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini yaitu bagaimana analisis etika bisnis

ekonomi syariah terhadap etika pebisnis *online* di Kota Parepare, dengan sub-sub masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana proses transaksi bisnis *online* di Kota Parepare?
2. Bagaimana penerapan etika bisnis ekonomi syariah terhadap etika pebisnis *online* di Kota Parepare?

#### **D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

1. Tujuan Penelitian
  - a. Untuk mendeskripsikan proses transaksi bisnis *online* di Kota Parepare.
  - b. Untuk menganalisa penerapan etika bisnis terhadap para pelaku bisnis di Kota Parepare.
2. Kegunaan Penelitian
  - a. Kegunaan Teoretis
    - 1) Hasil penelitian ini diharapkan mampu mengembangkan teori tentang etika bisnis *online*.
    - 2) Penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.
  - b. Kegunaan Praktis
    - 1) Untuk mengembangkan dan memperluas wawasan keilmuan dan pengetahuan tentang etika bisnis *online* dan penerapannya dalam kegiatan pebisnis *online*.
    - 2) Untuk memberikan dan menambah pemahaman masyarakat, khususnya kepada para pebisnis tentang pentingnya etika bisnis dalam melakukan bisnis *online*.

### ***E. Garis Besar Isi Tesis***

Tesis ini terdiri atas tiga bagian, yaitu bagian awal, bagian isi, dan bagian penutup, berikut uraian garis besar isi tesis, yaitu Bagian pengantar yaitu halaman judul, abstrak, halaman pengesahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, dan daftar lampiran.

1. BAB I yaitu pendahuluan yang berisi latar belakang, fokus penelitian dan deskripsi fokus, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, garis besar isitesis.
2. BAB II yaitu landasan teori, yang berisi penelitian yang relevan, analisis teoretis subjek meliputi penerapan, nilai-nilai ekonomi syariah, transaksi jual-beli, kerangka teoretis penelitian.
3. BAB III yaitu metodologi penelitian meliputi jenis dan pendekatan penelitian, paradigma penelitian, sumber data, waktu dan lokasi penelitian, instrumen penelitian, tahapan pengumpulan data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan dan analisis data, teknik pengujian keabsahandata.
4. BAB IV yaitu hasil penelitian dan pembahasan.
5. BAB V yaitu simpulan, implikasi dan rekomendasi.

Bagian akhir tesis terdiri dari daftar pustaka dan lampiran-lampiran yakni pedoman observasi, pedoman wawancara, surat izin penelitian, surat keterangan telah melakukan penelitian, foto-foto proses penelitian, dan riwayat hidup.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Telaah Pustaka dan Landasan Teori

##### 1. Telaah Pustaka

###### a. Penelitian yang Relevan

Penelitian yang relevan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu:

- 1) Penelitian yang dilakukan oleh Sapriadi dengan judul *Praktik Etika Bisnis dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus Pasar Tradisional Kota Parepare)*.<sup>9</sup>

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan terletak pada jenis penelitiannya yaitu jenis penelitian lapangan (*field research*), dan lokasi penelitian yaitu di Kota Parepare. Selain itu, analisa yang digunakan dalam penelitian Sapriadi dan penelitian ini adalah etika bisnis Islam sebagaimana yang diteladani dari Rasulullah Saw., yaitu sifat *siddiq, amanah, fathanah, dan tabligh*. Adapun perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Sapriadi dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaituterletak pada sumber primer penelitian yang dijadikan sebagai narasumber, di mana narasumber dalam penelitian Sapriadi yaitu tokoh masrakat, pembeli dan pedagang, sedangkan dalam penelitian ini, narasumbernya yaitu para pebisnis *online* di Kota Parepare.

- 2) Penelitian yang dilakukan oleh Heri Irawan dengan judul *Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Sembako di Pasar Sentral Sinjai*.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup>Sapriadi, "Praktik Etika Bisnis dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus Pasar Tradisional Kota Parepare)," Tesis, 2015, <http://repositori.uin-alauddin.ac.id>, diakses pada tanggal 08 Juni 2020 pukul 12.45 WITA.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan terletak pada kajian tentang etika bisnis Islam yaitu etika bisnis yang diteladani dari Rasulullah Saw., yaitu sifat *siddiq, amanah, fathanah*, dan *tabligh*. Selain itu, persamaannya terletak pula pada jenis penelitiannya yaitu jenis penelitian empiris. Adapun perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Heri Irawan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu terletak pada sumber data primer yang dijadikan sebagai narasumber di mana narasumber pada penelitian Heri Irawan yaitu para pedagang sembako di Pasar Sentral Sinjai sedangkan pada penelitian ini narasumbernya adalah para pebisnis *online* di Kota Parepare, dan perbedaan lain terkait dengan lokasi yang dijadikan sebagai tempat penelitian di mana lokasi penelitian Heri Irawan yaitu bertempat di Pasar Sentral Sinjai sedangkan dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan penelitian di Kota Parepare.

#### b. Referensi yang Relevan

- 1) Buku Veithzal Rivai, dan kawan-kawan dengan judul *Islamic Business and Economic Ethics (Mengacu pada Al-Qur'an dan Mengikuti Jejak Rasulullah SAW dalam Bisnis, Keuangan, dan Ekonomi)*.

Buku ini mengacu pada bisnis dan etika yang diajarkan di dalam al-Qur'an dan contoh dari Rasulullah Shalallahu alaihi wasallam., serta cuplikan ayat-ayat-ayat al-Qur'an dan hadis Nabi juga disajikan untuk menguatkan landasan mengenai bisnis Islami. Buku ini memaparkan pula tentang etika bisnis yang ditunjukkan oleh Rasulullah saw., dan juga

---

<sup>10</sup>Heri Irawan, "Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Sembako di Pasar Sentral Sinjai," Tesis, 2017, <http://repositori.uin-alauddin.ac.id>, diakses pada tanggal 08 Juni 2020 pukul 12.41 WITA.

menunjukkan aspek perbedaan bisnis Islam dengan non-Islam/kapitalisme. Selain itu, dalam beberapa bab di buku ini, dikupas juga tentang manajemen dan organisasi bisnis menurut Islam, dan larangan-larangan dasar terkait dengan bisnis Islam.

- 2) Buku yang ditulis oleh Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) dengan judul *Ekonomi Islam*.

Buku ini memberikan pemahaman tentang bangunan dan mekanisme ekonomi Islam berdasarkan interpretasi terhadap nilai dan prinsip syari'ah Islam. Buku ini tidak hanya menyentuh mekanisme ekonomi, akan tetapi juga nilai-nilai akhlak dalam berekonomi.

- 3) Buku Adiwarman A. Karim dengan judul *Ekonomi Mikro Islam*.

Buku ini menggali kembali konsep, variabel, dan teori-teori ekonomi yang telah diidentifikasi oleh para pemikir ekonom muslim, di mana pemikirannya masih sangat relevan dengan ekonomi modern. Buku ini juga memberikan jawaban atas berbagai pertanyaan dan konsep ekonomi Islam, seperti mengapa riba memiliki hubungan terbalik dengan sedekah?, mengapa sistem bagi hasil lebih menguntungkan dari sistem bunga?, apakah monopoli dibolehkan dalam Islam?, dan mengapa zakat tidak mengurangi margin laba?.

- 4) Buku-buku ekonomi dan fiqh muamalah yang berkaitan dengan fokus utama penelitian.

## **B. Analisis Teoritis Subjek**

### **1. Bisnis Online**

Bisnis adalah kegiatan yang dilakukan oleh individu dan sekelompok orang (organisasi) yang menciptakan nilai melalui penciptaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan memperoleh keuntungan melalui

transaksi. Sedangkan *online* berarti segala aktivitas yang menggunakan internet dimana kita bisa berkomunikasi atau berhubungan atau terkoneksi dengan banyak orang melalui dunia maya, jaringan ataupun sistem yang lebih besar. Maka dari itu dapat dikatakan bisnis *online* didefinisikan sebagai kegiatan menjual barang/jasa untuk mendapatkan keuntungan melalui media internet. Aktifitas bisnis secara elektronik yang kerap disebut dengan *e-business* atau *e-commerce*, telah memberikan beberapa kemudahan baik bagi pihak produsen, penjual maupun bagi pembeli ataupun *customers*.<sup>11</sup>

a. Bentuk bisnis *online*

1) Toko *online*

Toko *online* adalah sebuah toko yang menjual berbagai macam produk melalui internet dengan menggunakan *website*. Adapun *website interaktif* yang menangani permintaan informasi dari konsumen terhadap sebuah produk dan sekaligus menangani pesannya.

2) Bisnis *web hosting*

*Web hosting* adalah bisnis menyewakan ruang server untuk menempatkan *file website* agar dapat diakses kapanpun, dimanapun dan oleh siapapun. Bisnis *web hosting* juga menyediakan layanan lain yaitu *web desain*. Seseorang yang buta internet namun hendak memiliki *website* maka dengan menghubungi sebuah alamat *web hosting* dan membayar biaya *hosting* masalah sudah dapat terselesaikan.

3) *E-commerce*

---

<sup>11</sup>Rosinta Romauli Situmeang, “Dampak Bisnis Online Dan Lapangan Pekerjaan Terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat (Studi Kasus Jasa Bisnis Online Transportasi Grab Di Kota Medan)”, *AJIE - Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, Volume 03, Issue 03, September 2020, h. 323.

*E-commerce* adalah sebuah website yang menyediakan atau melakukan transaksi secara *online* atau juga merupakan suatu cara berbelanja atau dagang secara *online* atau *direct selling* yang memanfaatkan fasilitas internet dimana terdapat *website* yang dapat menyediakan layanan *get and deliver*. *E-commerce* merubah semua kegiatan *marketing* dan sekaligus memangkas biaya-biaya operasional untuk kegiatan *trading* (perdagangan).<sup>12</sup> *E-commerce* lebih terfokus pada strategi fungsi yang menggunakan kemampuan elektronik dan melibatkan seluruh nilai dalam proses bisnis, yaitu pembelian elektronik dan manajemen pelayanan pelanggan, dan bekerja sama dengan mitra usaha.<sup>13</sup>

Keberadaan bisnis *online* dapat memberikan berbagai kemudahan bagi para penggunanya. Di mana dengan adanya bisnis secara *online* maka pedagang dan pembeli tidak perlu melakukan tatapan langsung atau pembeli tidak perlu datang langsung ke lokasi untuk melakukan transaksi dengan penjual karena segala bentuk transaksi antara penjual dan pembeli dapat dilakukan secara *online* termasuk pembayaran.

#### b. Ruang Lingkup Jual beli Online

Perkembangan dunia bisnis dewasa ini dalam perkembangan perdagangan tidak lagi membutuhkan pertemuan secara langsung antara pelaku bisnis. Kemajuan teknologi memungkinkan untuk dilaksanakannya hubungan-hubungan bisnis melalui perangkat teknologi yang disebut dengan internet. Permintaan ataupun penawarannya melalui perangkat lunak yang ada dalam melakukan kegiatan usaha di dunia online tersebut menjadi

---

<sup>12</sup>Sadono Sukirno, *et al., eds., Pengantar Bisnis* (Jakarta: Kencana, 2006), h. 278 -279.

<sup>13</sup>Candra Ahmadi dan Dadang Hermawan, *E-Business & E-Commerce* (Yogyakarta: Andi Offset, 2013), h. 9.

daya tarik tersendiri bagi para pelaku bisnis yang kini memiliki kecenderungan memerlukan informasi yang cepat, dan tidak memakan waktu yang lama. Segmentasi atau ruang lingkup jual beli di dunia internet itu meliputi tiga sisi, yakni terdiri dari segmentasi bisnis ke bisnis (*business to business*), bisnis ke konsumen (*business to consumer*), serta konsumen ke konsumen (*consumer to consumer*)<sup>14</sup>

1) Bisnis ke bisnis (*business to business*)

Bisnis ke bisnis merupakan sistem komunikasi bisnis antara pelaku bisnis atau dengan kata lain transaksi secara elektronik antara perusahaan (dalam hal ini pelaku bisnis) yang dilakukan secara rutin dan dalam kapasitas atau volume produk yang besar. Aktivitas jual beli di Internet (*e-commerce*) dalam ruang lingkup ini ditunjuk untuk menunjang kegiatan para pelaku bisnis itu sendiri.<sup>15</sup>

Karakterisasi yang umum akan segmentasi bisnis ke bisnis adalah antara lain:

- a) *Trading partners* yang sudah saling mengetahui dan antara mereka sudah terjalin hubungan yang berlangsung cukup lama. Pertukaran informasi masih berlangsung diantara mereka dan karena sudah sangat mengenal, maka pertukaran informasi dilakukan atas dasar kebutuhan dan kepercayaan.
- b) Pertukaran yang dilakukan secara berulang-ulang dan berkala format data yang telah disepakati, jadi service yang digunakan antara kedua sistem tersebut sama dan menggunakan standar yang samapula.
- c) Salah satu pelaku tidak harus menunggu partners mereka lainnya untuk mengirimkan data.
- d) Model umum digunakan adalah *peer to peer* dimana *processing intelligence* dapat didistribusikan di kedua pelakubisnis.<sup>16</sup>

<sup>14</sup>Panggih P.Dwi Atmojo, *Internet Untuk Bisnis I*, (Jogjakarta: Dirkomnet Training, 2002),h.6.

<sup>15</sup>Abdul Halim Barakatullah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce Study System Keamanan dan Hukum di Indonesia*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005), h.18.

<sup>16</sup>Onno W Purba dan aang arid wahyudi, *mengenal e-commerce*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2001), h.57.

## 2) Bisnis ke konsumen (*business to consumer*)

Bisnis ke konsumen dalam *e-commerce* merupakan suatu transaksi bisnis secara elektronik yang dilakukan pelaku usaha dan pihak konsumen untuk memenuhi suatu kebutuhan tertentu dan pada saat tertentu. Sebagai contoh *internet mall*. Transaksi bisnis ini produk yang diperjualbelikan mulai produk barang dan jasa baik dalam bentuk berwujud maupun dalam bentuk elektronik atau digital yang telah siap untuk digunakan atau dikonsumsi. Perkembangan segmentasi jual beli online di Internet khususnya pada ruang lingkup bisnis ke konsumen membawa keuntungan bukan saja pada pihak pelaku usaha, pihak konsumen juga mendapat keuntungan yang sama. Walaupun demikian tetap ada kemungkinan penyimpangan di dunia maya dapat terjadi.

Karakteristik yang umum untuk segmentasi bisnis ke konsumen diantaranya adalah sebagai berikut:

- a) Terbuka untuk umum, dimana informasi disebarakan secara umum.
- b) *Service* yang diberikan bersifat umum sehingga mekanisme dapat digunakan oleh banyak orang sebagai contoh karena sistem web telah umum di kalangan masyarakat maka sistem yang digunakan sistem web.
- c) *Service* yang diberikan adalah berdasarkan permintaan. Konsumen berinisiatif sedangkan produsen harus siap merespon terhadap inisiatif konsumen. Sering dilakukan pendekatan *client-server* di mana konsumen di pihak *client* menggunakan sistem yang minimal (*berbasis web*) dan penyedia barang dan jasa (*business procedure*) berada pada pihak *server*.<sup>17</sup>

## 3) Konsumen ke konsumen (*consumer to consumer*)

Konsumen ke konsumen merupakan transaksi bisnis secara elektronik yang dilakukan antara konsumen untuk memenuhi suatu kebutuhan tertentu dan pada saat tertentu pula, segmentasi konsumen ke konsumen ini sifatnya lebih khusus karena transaksi dilakukan oleh konsumen ke

<sup>17</sup>Onno W Purba dan Aang Arid Wahyudi, *Mengenal E-Commerce*, h.5.

konsumen yang memerlukan transaksi internet telah dijadikan sebagai sarana tukar menukar informasi tentang produk baik mengenai harga, kualitas dan pelayanannya. Selain itu antara *customer* juga dapat membentuk komunitas pengguna atau penggemar produk tersebut. Ketidakpuasan *customer* dalam mengonsumsi suatu produk dapat segera tersebar luas melalui komunitas-komunitas tersebut. Internet telah menjadikan *customer* memiliki posisi tawar yang tinggi terhadap perusahaan dengan demikian menuntut pelayanan perusahaan menjadi lebih baik.<sup>18</sup>

### c. Keuntungan dan Resiko

Trend bisnis saat ini sudah mengalami perubahan yang drastis. Sebelum mengenal Internet, pebisnis berbisnis tradisional, tetapi, pada zaman ini cara tradisional tersebut mulai beralih ke cara yang lebih modern, yaitu bisnis *Online*. Berikut adalah beberapa keuntungan berbisnis *Online*:

#### 1) Ketersediaan *Online*

Ketersediaan *Online* memungkinkan setiap etalase barang dapat diakses selama 24jam oleh calon pembeli.

#### 2) Efisiensi Waktu

Pembeli dapat dengan mudah menelesuri etalase online kapan pun juga, asalkan memiliki koneksi internet yang bagus.

#### 3) Proses Murah

Penghematan sumber daya, misalnya berupa biaya transportasi dan gedung.

#### 4) Target market luas

Jarak sudah tidak lagi menjadi kendala yang berarti karena jangkauan bisnis online sangatlah luas, bahkan bisa meliputi antar negara.

#### 5) Aman

Keamanan transaksi dapat dijamin karena proses transaksi *online* tidak

<sup>18</sup> Panggih P, *Dwi Atmojo, Internet Untuk Bisnis I*, h.7.

melibatkan dan menggunakan uang secara fisik.

#### 6) Menjaga Privasi

Beberapa orang segan dan merasa ragu untuk membeli barang tertentu, tetapi dengan membeli secara *online*, privasi pembeli tetap dapat terlindungi.

Dari semua kelebihan bisnis *online*, terdapat juga sejumlah kelemahan atau resiko yang mungkin terjadi ketika mencoba berbisnis *online* diantaranya:

##### 1) Barang tidak terlihat jelas

Sangat sulit melihat keadaan maupun kondisi barang secara nyata. Kondisi barang yang mencakup warna, tekstur, aroma, rasa, dan ukuran barang secara akurat.

##### 2) Keterlibatan berbagai pihak

Berbelanja *online* membutuhkan serangkaian proses yang melibatkan berbagai pihak untuk memastikan bahwa proses transaksi benar-benar berhasil. Anda pasti memerlukan jasa kurir, penyedia jasa keuangan, dan sebagainya.

##### 3) Pendistribusi barang yang memerlukan waktu

Barang tidak dapat langsung diterima dengan segera setelah pembelian. Barang tersebut harus didistribusikan terlebih dahulu. Pembeli harus bersabar ketika menunggu barang yang akan dikirimkan.

##### 4) Hilangnya “sentuhan manusia”

Transaksi pembelian dikelola secara digital tanpa bertatap muka antara pembeli dan penjual. Proses tawar menawar transaksi *online* tidak melibatkan langsung “sentuhan manusia” seperti berbelanja *offline* secara langsung.

##### 5) Rentan terhadap penipuan

Pembeli tidak bisa mengamati secara jelas keberadaan penjual, seperti melihat kondisi barang dan lokasi toko.<sup>19</sup>

Semakin canggih teknologi informasi akan berpengaruh terhadap gaya belanja masyarakat, salah satunya adalah belanja via toko *online*. Jual beli atau bisnis melalui *online* memiliki dampak positif karena dianggap praktis, cepat, dan mudah. Kegiatan jual beli *online* mulai berkembang di dalam forum internet, khususnya forum jual beli. Jual beli dapat dilakukan melalui situs jual beli *online*, seperti *berniaga.com*, *olx.com*, *kaskus.com*, dan melalui beberapa media sosial, seperti *facebook*, *instagram*, *blackberry messenger*, *blog*, *whatsapp*, dan lain-lain, atau melalui websait resmi dari toko *online* yang bersangkutan. Melalui media sosial maupun situs-situs belanja *online*, kebutuhan sehari-hari seperti baju dan peralatan lainnya akan cepat terpenuhi tanpa mencarinya langsung dipasarkan, cukup dengan memesan barang yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan, kemudian melakukan pembayaran transfer melalui rekening, maka proses belanja akan menjadi lebih mudah.

Namun demikian, bertransaksi secara *online* ini memiliki kendala terutama dalam hal kepercayaan dari pembeli. Hal ini dapat dimaklumi mengingat tingkat penipuan secara *online* cukup tinggi. Ditambah dengan fakta bahwa Indonesia adalah negara dengan tingkat *cybercrime*<sup>20</sup> yang sangat tinggi. Namun mudahnya dalam bertransaksi tersebut justru rawan menimbulkan banyak resiko dan kerugian yang ditanggung pembeli khususnya. Resiko dari jual beli *online* yang sering terjadi yakni maraknya penipuan. Beberapa penyebabnya adalah tidak bertemunya penjual dan pembeli. Setelah uang dikirim barang tak kunjung datang.

---

<sup>19</sup> Feri Sulianta, *Langkah Jitu Jualan Online*, (Bandung: PT. Publika Edu Media, 2015), h.1-4.

<sup>20</sup> *Cybercrime* adalah segala ancaman penggunaan jaringan komputer untuk tujuan kriminal dan atau kriminal berteknologi tinggi dengan menyalahgunakan kemudahan teknologi digital. Ade Maman Suherman, *Aspek hukum dalam Ekonomi Global*, cet. ke-2 (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005), h.190.

Selain itu, barang tidak sesuai dengan spesifikasi yang telah dipaparkan dan pada akhirnya menimbulkan ketidakpastian pelanggan.

d. Sistem penjualan *online*

Beberapa sistem penjualan toko *online* yang sering dipergunakan di Indonesia diantaranya adalah:

1) Sistem Penjualan *Ready Stok*

Sistem *ready stok* merupakan simpanan stok barang dalam toko *online*. Sistem penjualan membutuhkan modal yang relatif paling besar dibandingkan dengan sistem penjualan lainnya. Sistem *ready stok* terlebih dahulu berbelanja barang dagangan layaknya seperti toko *offline*.

2) Sistem Penjualan *Purchase Order* (PO)

Sistem penjualan *Purchase Order* merupakan sistem yang cocok untuk pebisnis *online* baru saja memulai bisnis toko *online*. Dalam sistem penjualan *purchase order* menawarkan suatu barang pada pelanggan, meminta *down payment* atau uang muka sebesar 50-100%, dan memproses order ketika jumlah pelanggan atau DP sudah memenuhi kuota pemesanan minimal atau *minimal order*.

3) Sistem Penjualan *Dropship*

Sistem penjualan *dropship* meminimalkan modal, karena penjual tidak memerlukan stok produk yang akan dijual. Pebisnis hanya perlu kerja sama dengan beberapa toko online yang produk-produknya akan dijual. Tugas pebisnis adalah membuat satu lapak *online* untuk menjual barang-barang tersebut. Pebisnis bebas memasarkan dan menjual barang apapun dengan harga yang sudah ditentukan oleh pebisnis. Pebisnis mengambil keuntungan dengan membuat selisih harga jual di toko dengan toko *online* mitrapebisnis.

e. Produk-produk bisnis

Produk-produk bisnis yang dapat dipilih oleh pebisnis online setelah menentukan sistem penjualan *online*.

Berikut adalah beberapa contoh produk yang bisa dijual di toko *online*:

1) *Fashion*

Ada banyak pilihan produk jenis *fashion*. Misalnya; baju-baju dewasa untuk priadan wanita, baju anak, baju hamil, baju muslim dan lain lain.

2) Alat-alat Hobi

Produk bisnis alat-alat hobi, seperti gitar, peralatan jahit, peralatan masak, peralatan crafiting, dan lain-lain.

3) *Craft* atau kerajinan tangan yang dibuat sendiri

Kerajinan tangan seperti merajut, membuat sarung bantal, meronce manik- manik menjadi perhiasaan, dan lain-lain.

4) Tas dan sepatu

Tas dan sepatu merupakan produk barang yang sangat diminati berbagai kalangan. Tas dan sepatu pelengkap *fashion* perempuan dan pria dari yang produk barang-barang *branded* maupun *imitasi*.

5) Buku

Konsumen sebagian membutuhkan pengetahuan dan ilmu. Pengetahuan dapat didapat dengan membaca berbagai buku-buku. Konsumen yang mempunyai hobi membaca membutuhkan buku baik baru ataupun bekas, adapun yang sekarang sedang booming yaitu e-book.<sup>21</sup>

f. Promosi tepat sasaran

Pebisnis yang memilih produk apa yang akhirnya dijual akan memilih sasaran promosi yang tepat sesuai dengan produk barang dagangannya. Pebisnis *onlinedi* media sosial harus mengenali terlebih dahulu calon pembeli sebelum mempromosikan toko online yang sudah pebisnis buat. Misalnya, barang yang pebisnis jual adalah *fashion*, maka promosikan toko *online* tepat pada sasarannya, yaitu para remaja atau

<sup>21</sup> Carolina Ratri, *Sukses Membangun Toko Online*, h.17-23.

ibu-ibu yang suka berbelanja.<sup>22</sup>

g. Jasa Pengiriman

Jasa pengiriman menjadi faktor penting untuk pembisnis *online*, terlebih jika dikaitkan dengan kepuasan pelanggan. Karena pembeli *online* shop biasanya adalah orang-orang yang suka kepraktisan dan hal-hal yang serba cepat, maka proses pengiriman barang tentunya harus diperhatikan. Pebisnis harus mengetahui bahwa dalam pengiriman sering terjadi hal-hal di luar kontrol selaku pemilik toko *online*. Misal barang yang diterima pembeli rusak, tidak sampai ke alamat, atau hal-hal buruk lainnya.

Berikut adalah dua jasa pengiriman yang sering dipilih oleh toko *online*:

1) Jalur Nugraha Ekakurir (JNE)

Untuk saat ini, JNE yang paling sering digunakan oleh para pemilik toko *online* sebagai kurir pengiriman barang pesanan. Kemudahan pengecekan, ongkos kirim, dan juga mudahnya agen-agen JNE ditemukan diberbagai kota menjadi beberapa keunggulannya.

2) Pos Indonesia

Selain JNE, Pos Indonesia patut jadi pilihan. Jangkauan area pengirimannya lebih luas bisa sampai ke Luar Negeri dibandingkan JNE dan jasa pengiriman lainnya. Selain itu, harganya pun lebih murah. Pengiriman barang lebih dari 3kg ada pilihan “Paket Biasa” dengan harga yang lebih hemat dan waktu yang relatifcepat.

h. Sistem Jalur Pemesanan

Sebelum mengoperasikan toko *online*, pebisnis sudah mempunyai bayangan terlebih dulu mengenai alur pemesanan barang. Pada umumnya, sebuah toko *online* di Indonesia mempunyai alur pemesanan sebagaiberikut:

- 1) Upload foto produk berikut spesifikasi di situs web ataupun di akun media sosial

<sup>22</sup> Dyna Novitasari, *25 Bisnis Sampingan untuk Mahasiswa*, h.180.

- 2) Calon pelanggan akan bertanya melalui kolom komentar atau bisa juga langsung jalur pribadi melalui email, whatsapp (wa) ataupun SMS
- 3) Jika spesifikasi barang sudah cocok dan pelanggan puas dengan informasi yang diberikan, langkah selanjutnya adalah menghitung harga total yang harus dibayar pelanggan (harga barang ditambah ongkos kirim). Setelah sudah deal harga, selanjutnya memberikan nomer rekening untuk proses transaksi pembayaran.
- 4) Konfirmasi pembayaran kepada pelanggan, seperti bukti transfer. Setelah ada konfirmasi langkah selanjutnya adalah pengiriman barang.
- 5) Apabila terdapat nomer konfirmasi untuk pengiriman barang, pebisnis akan menginformasikan kepada pelanggan, langkah ini untuk menjaga atau mewujudkan rasa kepercayaan.

Adapun Mekanisme penjualan *Online* dengan Proses bisnis sebagai berikut:

- (a) Menyediakan barang dagangan
- (b) Membangun media *online* untuk memajang barang dagangan
- (c) Proses transaksi antara penjual dan pembeli.
- (d) Memastikan proses pembayaran berhasil dilakukan.
- (e) Proses serah terima barang dengan mengirimkan paket dengan menggunakan kurir, dan
- (f) Barang diterima pembeli.<sup>23</sup>

## 2. Etika Bisnis Ekonomi Syariah

### a. Etika Bisnis

Etika berasal dari bahasa Yunani dari kata “*ethos*”, yang dalam bentuk jamaknya (*ta etha*), berarti adat-istiadat atau kebiasaan. Dalam pengertian ini, etika berkaitan dengan kebiasaan yang baik, baik pada diri

<sup>23</sup>Feri Sulianta, *Langkah Jitu Jualan Online*, h.15.

seseorang maupun pada suatu masyarakat atau kelompok masyarakat.<sup>24</sup>Etika secara terminologis ialah “*The systematic study of the nature of value concepts, good, bad, ought, right, wrong, etc. And of the general principles which justify, us in applying them to anything; also called moral philosophy*”. Artinya: Etika merupakan studi sistematis tentang tabiat konsep nilai, baik, buruk, harus, benar, salah, dan lain sebagainya. Dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan kita untuk mengaplikasikannya atas apa saja.<sup>25</sup>Setiap individu berhadapan dengan berbagai permasalahan etis, dan jarang yang tahu bagaimana harus berhadapan dengan permasalahan kebohongan, penipuan, dan ketidakjujuran dalam sebuah transaksi. Pada dasarnya, etika berpengaruh terhadap para pelaku bisnis, terutama dalam hal kepribadian, tindakan dan perilakunya. Etika ialah teori tentang perilaku perbuatan manusia, dipandang dari nilai baik dan buruk, sejauh yang dapat ditentukan oleh akal.<sup>26</sup>

Menurut Issa Rafiq Beekum yang dikutip oleh Muhammad, etika dapat didefinisikan sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan antara baik dan buruk. Etika adalah bidang ilmu yang bersifat normatif karena ia berperan menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak dilakukan oleh seorang individu. Dalam Islam, istilah yang paling dekat berhubungan dengan istilah etika di dalam al-Qur’an adalah *al-khuluq*. *Al-Khuluq* dari kata dasar *khaluqa-khuluqan*, yang mengandung beberapa arti, diantaranya:

---

<sup>24</sup>Aziz Abdul, *Etika Bisnis Perspektif Islam* (Bandung: Alfabeta, 2013), h.24.

<sup>25</sup>Faisal Badroen., *et al., eds., Etika Bisnis dalam Islam* (Cet. II; Jakarta: Kencana, 2007), h. 5.

<sup>26</sup>A. Kadir, *Hukum Bisnis Syariah Dalam al-Qur’an* (Ed. I, Cet. I; Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2010), h. 49.

- 1) Tabiat, merupakan suatu sifat dalam diri yang terbentuk oleh manusia tanpa dikehendaki dan tanpa diupayakan.
- 2) Adat, merupakan suatu sifat dalam diri yang diupayakan manusia melalui latihan, yakni berdasarkan keinginannya. Watak, merupakan suatu cakupan yang meliputi hal-hal yang menjadi tabiat dan hal-hal yang diupayakan hingga menjadi adat. Kata akhlak juga bisa berarti kesopanan dan agama.<sup>27</sup>

Kata *al-khuluq-khuluqan* sangat berdekatan bahkan kesamaan asal kata *akhlaq-khalaq*, hal ini, merupakan ada hubungan antara kata *akhlaq-khalaq* yang berarti menciptakan dan membuat dengan *khuluq* yang berarti kebiasaan, yaitu dalam *akhlaq* pada hakikatnya harus ada kehendak dan *i'tikad* manusia dalam menciptakan perbuatannya. Dengan demikian *akhlaq* sebagai kebiasaan tidak akan terwujud bila manusia tidak berupaya untuk menciptakannya baik dengan niat dan *i'tikad* maupun dengan usaha terus-menerus.<sup>28</sup>

Pengertian *khuluq-akhlaq* pada intinya merupakan gambaran atau studi kritis tentang perilaku manusia dari sudut pandang kebaikan dan keburukan, maka etika al-Qur'an dapat dikembangkan dari terma-terma yang terkait langsung dengan ruang lingkup *akhlaq*. Terma-terma yang dimaksud adalah *al-khair*, *al-birr*, *al-qist*, *al-adl*, *al-haqq*, *al-ma'ruf*, *at-taqwa*, *as-salihat*, *as-syayyiat* dan *as-syar*.<sup>29</sup>

---

<sup>27</sup>Iman Abdul Mukimin Sa'aduddin, *Al Akhlāq Fil Islami*. Terj. Dadang Sobar Ali *Mencladani Akhlak Nabi "Membangun Kepribadian Muslim"* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006), h. 15.

<sup>28</sup>Muhammad, *Etika Bisnis Islami* (Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2004), h. 39.

<sup>29</sup>R. Lukman Fauroni, *Etika Bisnis Dalam Al-Qur'an* (Cet. I; Yogyakarta: LkiS Pelangi Aksara, 2006), h. 94.

Etika dalam konsep al-Qur'an mempunyai sifat humanistik dan rasionalistik. Humanistik dalam pengertian mengarahkan manusia pada pencapaian hakikat kemanusiaan yang tertinggi dan tidak bertentangan dengan fitrah manusia itu sendiri. Sedangkan yang bersifat rasionalistik bahwa semua pesan-pesan diajarkan dalam al-Qur'an terhadap manusia sejalan dengan rasionalitas manusia itu sendiri. Pesan-pesan dalam al-Qur'an seperti ajakan pada kebenaran, keadilan, kejujuran, kebersihan dan bekerja keras. Struktur etika dalam al-Qur'an lebih banyak menjelaskan tentang nilai-nilai kebaikan dan kebenaran baik pada tataran niat atau ide hingga perilaku dan perangai.<sup>30</sup>

Pada dasarnya etika ini terbagi dua macam, yaitu:

1) Teori deontologi.

Kata deontologi yang berasal dari bahasa Yunani "*deon*" yang berarti kewajiban. Etika deontologi menekankan pada kewajiban manusia untuk bertindak secara baik. Suatu tindakan baik, bukan dinilai serta dibenarkan berdasarkan akibatnya atau tujuan baik dari tindakan yang dilakukan, akan tetapi berdasarkan tindakan itu sendiri sebagai baik pada diri sendiri. Dengan kata lain, bahwa tindakan itu bernilai moral karena tindakan itu dilaksanakan terlepas dari tujuan atau akibat dari tindakan itu atau sesuatu tindakan bisnis akan dinilai baik bagi pelakunya jika tindakan itu sejalan dengan kewajiban pelaku dalam hal memberikan pelayanan yang baik kepada konsumennya, serta menawarkan barang atau jasa yang mutunya sebanding dengan harganya.

---

<sup>30</sup>R. Lukman Fauroni, *Etika Bisnis Dalam Al-Qur'an*, h. 95.

## 2) Etika teologi

Etika teologi yaitu etika yang mengukur baik buruknya suatu tindakan berdasarkan tujuan yang hendak dicapai dengan tindakan itu, atau berdasarkan akibat yang ditimbulkan oleh tindakan itu sendiri. Suatu tindakan dinilai baik jika bertujuan untuk mencapai sesuatu yang bernilai baik, atau akibat yang ditimbulkan bernilai baik dan bermanfaat. Etika teologi ini lebih bersifat situasional, karena tujuan dan akibatnya suatu perbuatan tergantung pada situasi tertentu.<sup>31</sup>

Selanjutnya Hamzah Ya'qub mengatakan bahwa etika ialah ilmu tentang tingkah laku manusia, prinsip-prinsip yang disistimatisir tentang tindakan moral yang betul. Etika ialah ilmu yang menyelidiki mana yang baik dan mana yang buruk dengan memperhatikan amal perbuatan manusia sejauh yang dapat diketahui oleh akal pikiran.<sup>32</sup>

Maka dari itu, etika dapat dimaknai sebagai dasar moralitas seseorang dan juga sebagai dasar dalam berperilaku. Dari uraian tersebut dapat didefinisikan bahwa etika bisnis ialah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas.<sup>33</sup> Prinsip-prinsip moralitas bagi pelaku bisnis sangat dibutuhkan dalam menjalankan setiap usaha yang dilakukan.

Etika bisnis diartikan sebagai pengetahuan tentang cara ideal pengaturan dan pengelolaan bisnis yang memperhatikan norma dan moralitas yang berlaku secara universal dan secara ekonomi/sosial, dan

---

<sup>31</sup>Agus Arijanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis "Cara Cerdas Dalam Memahami Konsep Dan Faktor-faktor Etika Bisnis Dengan Beberapa Contoh Praktis"* (Cet, I; Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2011), h. 9-10.

<sup>32</sup>A. Sonny Keraf, *Etika Bisnis "Tuntutan Dan Relevansinya"* (Yogyakarta: Kanisius, 1998), h. 14.

<sup>33</sup>Faisal Badroen., *et al., eds., Etika Bisnis dalam Islam...*, h. 15.

penerapan norma dan moralitas ini menunjang maksud dan tujuan kegiatan bisnis.<sup>34</sup> Pelaksanaan etika bisnis pada masyarakat sangat didambakan oleh semua orang. Namun banyak pula orang yang tidak ingin melaksanakan etika ini secara murni. Mereka masih berusaha melanggar perjanjian, manipulasi dalam segala tindakan. Mereka kurang memahami etika bisnis, atau mungkin saja paham tapi memang tidak mau melaksanakan.

Suatu kenyataan yang dihadapi di masyarakat perilaku yang menyimpang dari ajaran agama, merosotnya etika dalam bisnis. Tumbuh gejala kurangnya rasa solidaritas, tanggung jawab sosial dan tingkat kejujuran, saling curiga, sulit percaya kepada seorang pengusaha jika berhubungan untuk pertama kali. Kepercayaan baru terbentuk jika sudah terjadi transaksi beberapa kali. Namun ada saja yang mencari peluang untuk menipu, setelah terjadi hubungan dagang yang mulus dan lancar beberapa kali, pembayaran lancar sudah saling percaya. Tetapi pada akhirnya yang satu menipu yang lainnya, memanfaatkan kepercayaan yang baru terbentuk ini.

Gejala persaingan tidak sehat, penggunaan cek mundur dan cek kosong, utang menunggak tidak dibayar, penyogokan, saling mematikan diantara pesaing dengan cara membuat isi negatif terhadap lawan, komersialisasi birokrasi tampaknya merupakan hal biasa. Hal ini kurang etis sering pula dilakukan dalam bentuk memotong relasi saingan.<sup>35</sup> Apabila seorang mempunyai langganan setia, kemudian oleh lawannya disaingi dengan menawarkan barang dengan harga lebih murah, kadang-kadang dengan harga rugi. Hal ini dapat mengakibatkan mematikan saingan dan merugikan diri sendiri dan sama sekali tidak etis.

---

<sup>34</sup>Budi Untung, *Hukum dan Etika Bisnis*, Ed. I (Yogyakarta: Andi Offset, 2012), h. 65.

<sup>35</sup>Buhari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah...*, h. 200.

**b. Tujuan Etika Bisnis**

Tujuan dari etika bisnis Islam adalah profit yang merupakan kelebihan penghasilan di atas biaya yang layak dikorbankan oleh pelaku bisnis. Karena dengan profit yang diperoleh akan dapat dipergunakan sebagai alat dan sarana antara lain untuk memajukan dan memperbesar bisnisnya di masa yang akan datang. Selain itu dapat juga digunakan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang mendukung kegiatan bisnis yang bersangkutan. Profit diperoleh melalui kegiatan dalam persediaan barang atau jasa yang dilakukan mengingat kebutuhan dan keinginan masyarakat dan melihat peluang yang memberikan harapan untuk meraih keuntungan dari hasil penerimaan di atas pengeluaran biaya yang dikorbankan oleh pelaku bisnis.<sup>36</sup>

Tujuan bisnis tidak selalu untuk mencari profit (nilai materi) tetapi harus dapat memperoleh dan memberikan *benefit* (keuntungan atau manfaat) non materi, baik bagi si pelaku bisnis sendiri maupun pada lingkungan yang lebih luas, seperti terciptanya suasana persaudaraan, kepedulian sosial dan sebagainya. Di samping untuk mencari profit, juga masih ada dua orientasi lainnya, yaitu akhlak dan perbuatan. Akhlak yaitu nilai-nilai mulia yang menjadi suatu kemestian yang muncul dalam kegiatan bisnis, sehingga tercipta hubungan persaudaraan yang Islami, baik antara majikan dengan buruh, maupun antara penjual dengan pembeli (bukan sekadar hubungan fungsional maupun profesional semata). Perbuatan yang dimaksudkan untuk mendekatkan diri kepada Allah, dengan kata lain ketika melakukan suatu aktivitas bisnis, maka harus disertai dengan kesadaran hubungannya dengan Allah. Inilah yang

---

<sup>36</sup>Muslich, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: Ekonisia, 2004), h.11.

dimaksud, bahwa setiap perbuatan muslim adalah ibadah. Amal perbuatannya bersifat materi, sedangkan kesabaran akan hubungannya dengan Allah ketika melakukan bisnis dinamakan ruhnya.<sup>37</sup> Selain itu tujuan yang menjadi misi yang diemban oleh kegiatan bisnis adalah menciptakan kesejahteraan bagi semua pihak yang terlibat maupun bagi mereka yang secara tidak langsung memberikan dukungan terhadap kegiatan bisnis.

Dengan adanya kegiatan bisnis secara logis dikonsepsikan bahwa semua pihak akan memperoleh manfaat baik ekonomi, finansial, sosial dan budaya. Sehingga secara logis pula masyarakat secara luas akan memperoleh tingkat kesejahteraan yang makin tinggi. Tidak sebaliknya justru makin melorotkan kesejahteraan dengan adanya bisnis yang dilakukan. Di sini fungsi tujuan berkaitan erat dengan etika yaitu kesejahteraan bersama yang menjadi tujuan yang ingin dicapai.<sup>38</sup>

Etika bisnis sangat dibutuhkan oleh semua pebisnis baru maupun pebisnis yang sudah lama terjun di dunia bisnis. Dengan tujuan bagi pelaku adalah untuk mendorong kesadaran moral dan memberikan batasan-batasan bagi para pelaku bisnis untuk menjalankan *good business* dan tidak melakukan *monkey business* atau *dirty business*. Hal tersebut dapat merugikan banyak pihak yang terkait. Dengan demikian, para pelaku bisnis memiliki aturan yang dapat mengarahkan mereka dalam mewujudkan citra dan manajemen bisnis yang baik sehingga dapat diikuti oleh semua orang yang memercayai bahwa bisnis tersebut memiliki etika yang baik. Selain itu, dapat juga menghindari citra buruk seperti penipuan,

---

<sup>37</sup>Veithzal Rivai, Amiur Nuruddin, dan Faisar Ananda Arfa, *Islamic Business and Economic Ethics* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2012), h.13.

<sup>38</sup>Muslich, *Etika Bisnis Islami*, h.12.

serta cara kotor dan licik. Bisnis yang memiliki etika yang baik biasanya tidak pernah akan merugikan bisnis lain, tidak melanggar aturan hukum yang berlaku, tidak membuat suasana yang tidak kondusif pada saingan bisnisnya dan memiliki izin usaha yang sah. Adapun manfaat etika dalam berbisnis yakni:

- 1) Pengendalian diri, pelaku bisnis harus mampu mengendalikan diri mereka untuk tidak memperoleh apapun dari siapapun dalam bentuk apapun.
- 2) Pengembangan jati diri, dengan memahami etika yang baik, setiap pebisnis dapat membentuk sebuah jati diri usaha sehingga akan memberikan dampak yang cukup besar bagi usaha.
- 3) Suasana persaingan sehat, persaingan bisnis yang ketat baik terjadi pada internal atau eksternal pada suatu usaha. Hal tersebut dapat diatasi dengan sehat jika memiliki kesadaran atas etika bisnis serta tanggung jawab yang baik saat akan menjalankan suatu bisnis.
- 4) Sikap saling percaya, dengan adanya sikap saling percaya antar individu maka akan memberikan kelancaran pada suatu bisnis.
- 5) Kepentingan bersama, dengan kesadaran etika pada tiap individu, akan berdampak pada pelaku bisnis untuk lebih memperhatikan kepentingan bersama daripada kepentingan individu. Sehingga untuk mewujudkan tujuan meraih kesuksesan dalam menjalankan bisnis tidak begitu sulit.
- 6) Kenyamanan dalam berbisnis, dapat mendorong pelaku bisnis untuk bekerja lebih optimal sehingga memberikan dampak positif bagi bisnis seperti tercapainya tepat waktu.<sup>39</sup>

---

<sup>39</sup>Widya Utama Nadia, Pengertian-tujuan-contoh-dan-manfaat-etika-bisnis, Jurnal 2020, <https://www.jurnal.id>, diakses pada tanggal 25 november 2020 pukul 16.00 WITA.

### c. Macam-macam Etika dalam Bisnis

Ada beberapa macam etika yang tidak terlepas dari kegiatan berbisnis diantaranya sebagai berikut ini:

#### 1) Etika dalam produksi barang dan jasa

Produksi menempati bagian besar dari ruang jiwa manusia menurut tingkat dan taraf masing-masing. Hal itu karena eratnya hubungan antara produksi dengan perkembangan pendapatan dan peningkatan taraf hidup, yang mempengaruhi kemuliaan hidup dan kehidupan yang sejahtera bagi individu dan masyarakat. Sehingga dapat dikatakan bahwa produksi adalah suatu proses atau siklus kegiatan-kegiatan ekonomi untuk jasa tertentu dengan memanfaatkan faktor-faktor produksi dalam waktu tertentu.<sup>40</sup>

Kegiatan produksi berarti membuat nilai yang bermanfaat atas suatu barang atau jasa, produksi dalam hal ini tidak diartikan dengan membentuk fisik saja.<sup>41</sup> Kegiatan produksi tidak terlepas dari keseharian manusia. Meskipun demikian, pembahasan tentang produksi dalam ilmu ekonomi konvensional senantiasa mengusung maksimalisasi keuntungan sebagai motif utama.<sup>42</sup> Menurut Monzer Khaf, kegiatan produksi dalam ilmu ekonomi diartikan sebagai kegiatan yang menciptakan manfaat (*utility*) baik dimasa kini maupun masa yang akan datang.

Dalam Islam, produksi dapat diartikan sebagai usaha manusia untuk memperbaiki kondisi fisik material dan moralitas sebagai sarana untuk mencapai tujuan hidup sesuai syariat Islam, kebahagiaan dunia dan

---

<sup>40</sup> Aziz Abdul, *Etika Bisnis Perspektif Islam...*, h.142.

<sup>41</sup> Mustafa Edwin Nasution, *et al., eds., Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam* (Jakarta: Kencana Perdana Media Group, 2010), h. 102.

<sup>42</sup> Musafa Edwin Nasution, *et al., eds., Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam...*, h. 10.

akhirat dan menurut Mannan, Siddiqi dan ahli ekonomi Islam menekankan pentingnya motif altruisme, dan penekanan akan masalah dala kegiatan produksi.<sup>43</sup>

Konsep produksi Produksi dalam Al-Quran dan Al-Hadits

Al-Quran surat Huud/011:37

﴿مُعْرِقُونَ بِهِمُ الظَّالِمِينَ فِي غُدُوبَتِنَا وَلَا وَحِينًا بَعْضُنَا الْفُلْكَ وَأَصْنَعُ﴾

Terjemahannya :

Dan buatlah bahtera itu dengan pengawasan dan petunjuk wahyu Kami, dan janganlah kamu bicarakan dengan aku tentang orang-orang yang zalim itu; Sesungguhnya mereka itu akan ditenggelamkan.

Al-Quran surat Ibrahim/014:32.

اللَّهُ الَّذِي خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ وَأَنْزَلَ مِنَ السَّمَاءِ مَاءً فَأَخْرَجَ بِهِ مِنَ الثَّمَرَاتِ رِزْقًا لَكُمْ وَسَخَّرَ لَكُمُ الْفُلْكَ لِتَجْرِيَ فِي الْبَحْرِ بِأَمْرِهِ وَسَخَّرَ لَكُمْ الْأَنْهَارَ

Terjemahan:

Allah-lah yang telah menciptakan langit dan bumi dan menurunkan air hujan dari langit, kemudian Dia mengeluarkan dengan air hujan itu berbagai buah-buahan menjadi rezeki untukmu; dan Dia telah menundukkan bahtera bagimu supaya bahtera itu, berlayar di lautan dengan kehendak-Nya, dan Dia telah menundukkan (pula) bagimu sungai-sungai

Produksi dalam al-Qur'an surat al-Nahl/016: 97.

مَنْ عَمِلَ صَالِحًا مِّنْ ذَكَرٍ أَوْ أَنثَىٰ وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَلَنُحْيِيَنَّهٗ حَيَاةً طَيِّبَةً وَلَنَجْزِيَنَّهُمْ أَجْرَهُمْ بِأَحْسَنِ مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ

٩٧

Terjemahannya:

Barangsiapa yang mengerjakan amal saleh, baik laki-laki maupun perempuan dalam keadaan beriman, maka sesungguhnya akan Kami berikan kepadanya kehidupan yang baik dan sesungguhnya akan Kami beri balasan kepada mereka dengan pahala yang lebih baik dari apa yang telah mereka kerjakan<sup>44</sup>

<sup>43</sup>Aziz Abdul, *Etika Bisnis Perspektif Islam...*,h.143.

<sup>44</sup>Departemen Agama RI, *al-Qur'an dan Terjemahnya...*,h. 278.

Pemahaman produksi dalam al-Qur'an memiliki arti sebagai bentuk usaha keras dalam pengembangan faktor-faktor sumber produksi yang diperbolehkan. Allah Swt berfirman dalam al-Qur'an dalam surah Al-Maida/05: 87.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تُحَرِّمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ ۝ ٨٧

Terjemahan:

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas<sup>45</sup>

Dan Allah Swt berfirman dalam al-Qur'an surah Al-Baqarah/02: 22.

الَّذِينَ يَنْفُضُونَ عَهْدَ اللَّهِ مِنْ بَعْدِ مِيثَاقِهِ وَيَقْطَعُونَ مَا أَمَرَ اللَّهُ بِهِ أَنْ يُوصَلَ وَيُفْسِدُونَ فِي الْأَرْضِ أُولَٰئِكَ هُمُ  
الْخٰسِرُونَ ۝ ٢٧

Terjemahan:

(yaitu) orang-orang yang melanggar perjanjian Allah sesudah perjanjian itu teguh, dan memutuskan apa yang diperintahkan Allah (kepada mereka) untuk menghubungkannya dan membuat kerusakan di muka bumi. Mereka itulah orang-orang yang rugi.<sup>46</sup>

Berproduksi itu hukumnya mubah dan jelas berdasarkan As-sunnah. Sebab Rasulullah Saw pernah membuat cincin. Diriwayatkan dari Anas yang mengatakan: “Nabi saw telah membuat sebuah cincin”.(HR.Imam Bukhari). Beliau juga pernah membuat mimbar. Dari Sahal berkata: “ Rasulullah Allah saw telah mengutus kepada wanita, (kata beliau):’Perintahkan anakmu si tukang kayu itu untuk membuatkan sandaran tempat dudukku, sehingga aku bisa duduk di atasnya’.”(HR. Imam Bukhari)<sup>47</sup>

Akhlak merupakan hal utama yang wajib diperhatikan oleh kaum muslimin dalam kegiatan produksi, baik secara individual maupun secara

<sup>45</sup>Departemen Agama RI, *al-Qur'an dan Terjemahnya*...,h.122.

<sup>46</sup>Departemen Agama RI, *al-Qur'an dan Terjemahnya*..., h. 4.

<sup>47</sup>Aziz Abdul, *Etika Bisnis Perspektif Islam*...,h.145.

bersama adalah bekerja pada bidang yang dihalalkan oleh Allah Swt., tidak melampaui yang diharamkan-Nya. Tujuan produksi adalah untuk memenuhi kebutuhan setiap individu serta mewujudkan kemandirian umat.

Langkah langkah yang ditempuh dalam proses produksi harus sesuai dengan kode etik yang mencakup tanggung jawab dan akuntabilitas korporasi yang diawasi ketat oleh asosiasi perusahaan dan masyarakat umum. Hukum harus dijadikan sebagai sarana pencegahan bagi pelaku bisnis. Pelaku bisnis yang dapat membahayakan masyarakat dalam memproduksi barang dan jasa harus dijerat dengan norma-norma hukum yang berlaku sehingga masyarakat umum tidak dirugikan, dan juga peran pemerintah sangat dibutuhkan untuk membina pelaku-pelaku bisnis agar memiliki moral dan etika bisnis yang baik. Prinsip etika dalam produksi yang wajib dilaksanakan oleh setiap muslim baik individu ataupun komunitas adalah berpegang pada semua yang dihalalkan Allah Swt., dan tidak melewati batas. Daerah halal mencakup hal yang luas, akan tetapi mayoritas jiwa manusia yang ambisius merasa kurang puas dengan berbagai hal walaupun jumlahnya banyak.

## 2) Etika dalam kegiatan pemasaran (Distribusi)

Bisnis tidak dapat dipisahkan dari aktifitas pemasaran karena pemasaran merupakan aktivitas perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan atas program-program yang dirancang untuk menghasilkan transaksi pada target pasar, guna memenuhi kebutuhan perorangan atau kelompok berdasarkan asas saling menguntungkan, melalui pemanfaatan produk, harga, promosi, dan distribusi. Namun aktivitas pemasaran harus selalu mengedepankan konsep islami yang mengharapkan rahmat dan ridha dari Allah Swt. Dengan demikian, aktivitas pemasaran harus didasari pada

etika dalam bauran pemasarannya yang diklasifikasikan sebagai berikut:

- (a) Etika pemasaran dalam konteks produk
  - i. Produk dan halal dan *thoyyib*
  - ii. Produk yang berguna dan dibutuhkan
  - iii. Produk yang berpotensi ekonomi dan benefit
  - iv. Produk yang bernilai tambah yang tinggi
  - v. Dalam jumlah yang berskala ekonomi dan social
  - vi. Produk yang dapat memuaskan masyarakat
- (b) Etika pemasaran dalam konteks harga
  - i. Beban biaya produksi yang wajar
  - ii. Sebagai alat kompetisi yang sehat
  - iii. Diukur dengan kemampuan daya beli masyarakat
  - iv. Margin perusahaan yang layak
  - v. Sebagai alat daya tarik bagi konsumen
- (c) Etika pemasaran dalam konteks distribusi
  - i. Kecepatan dan ketetapan waktu
  - ii. Keamanan dan keutuhan barang
  - iii. Sarana kompetisi memberikan pelayanan kepada masyarakatKonsumen mendapat pelayanan tepat dan cepat
- (d) Etika pemasaran dalam konteks promosi
  - i. Sarana memperkenalkan barang
  - ii. Informasi kegunaan dan kualifikasi barang
  - iii. Sarana daya tarik barang terhadap konsumen
  - iv. Informasi fakta yang ditopang kejujuran.<sup>48</sup>

<sup>48</sup>Muhammad, *Etika Bisnis Islami* (Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2004), h. 100-101.

Kegiatan pemasaran adalah kegiatan mempromosikan dan menyampaikan barang atau jasa kepada konsumennya, pemasaran juga berupaya menciptakan nilai yang lebih dari pandangan konsumen atau pelanggan terhadap suatu produk perusahaan dibandingkan dengan harga barang atau jasa. Hal ini dimaksudkan untuk memberi nilai lebih yang tinggi dengan produk pesaing. Pada dasarnya kegiatan pemasaran merupakan fungsi utama dalam menentukan bisnis atau perusahaan. Tenaga pemasaran merupakan sarana penghubung utama perusahaan dengan konsumen atau merupakan ujung tombak bisnis perusahaan. Kegiatan pemasaran produk barang dan jasa berbeda dalam penanganannya. Untuk produk barang sering kali diiklankan di media, sedangkan untuk jasa secara etis dan moral sangat sedikit yang dilakukan secara terbuka.

### 3) Etika dalam kegiatan konsumsi

Konsumsi merupakan hal utama dalam kegiatan produksi, karena konsumsilah yang mendorong terjadinya proses produksi dalam sebuah kegiatan bisnis yang disebut dengan konsumen. Tujuan utama konsumen adalah mencari kepuasan tertinggi dari barang atau jasa yang memenuhi kriteria kepuasan. Meskipun demikian konsumen tetap harus mempertimbangkan *mashlahah* daripada *utilitas*.<sup>49</sup> Pencapaian *mashlahah* merupakan tujuan dari syariat Islam yang harus menjadi tujuan utama dari kegiatan konsumsi. Konsumen tidak boleh melupakan *mashlahah* dalam kegiatan konsumsi hanya untuk memuaskan diri sendiri, sehingga apabila berbelanja hendaknya mendahulukan kepentingan dari pada keinginan.

Dunia bisnis tidak terlepas dari tiga hal yaitu produksi, distribusi,

---

<sup>49</sup>Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam* (Cet. IV; Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h. 128.

dan konsumsi. Dalam mengkonsumsi suatu barang harus memperhatikan haram atau halal suatu barang yang dikonsumsi. Dalam ajaran Islam, dianjurkan untuk mengkonsumsi barang atau makanan yang halal menurut ajaran Islam. Setiap hari harus membuat sejumlah keputusan mengenai cara mengalokasikan sumber daya untuk memenuhi berbagai macam kebutuhan. Misalnya, dalam memilih penggunaan waktu untuk bangun tidur atau makan pagi, untuk baca koran atau nonton televisi, serta dalam memilih penggunaan uang untuk membeli barang atau jasa yang dibutuhkan. Penentuan pilihan tersebut harus menyeimbangkan antara kebutuhan dan ketersediaan sumber daya.<sup>50</sup> Oleh sebab itu, maka menentukan pilihan yang sudah ditentukan perlu diperhatikan apakah pilihan tersebut sesuai dengan ajaran Islam atau tidak. Selain itu, seorang muslim dalam mengkonsumsi sesuatu harus memperhatikan kebaikan (kehalalan) sesuatu yang akan dikonsumsinya.

**d. Prinsip-prinsip Etika Bisnis**

**1) Prinsip ekonomi**

Perusahaan secara bebas memiliki wewenang sesuai dengan bidang yang dilakukan dan pelaksanaannya sesuai dengan visi dan misi yang dimiliki. Perusahaan dalam menetapkan kebijakan harus mengarahkan pada upaya pengembangan visi dan misi perusahaan yang berorientasi pada kemakmuran, kesejahteraan para pekerja dan komunitas yang dihadapinya. Dalam hal ini, perusahaan harus fokus dalam pencapaian tujuan yang telah ditetapkan oleh orang yang berwenang pada perusahaan.

---

<sup>50</sup>Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam...*, h. 129.

## 2) Prinsip kejujuran

Kejujuran menjadi nilai yang paling mendasar dalam mendukung keberhasilan kinerja perusahaan. Dalam hubungannya dengan lingkungan bisnis, kejujuran diorientasikan kepada seluruh pihak yang terkait dengan aktivitas bisnis. Dengan kejujuran yang dimiliki oleh suatu perusahaan maka masyarakat yang ada di sekitar lingkungan perusahaan akan menaruh kepercayaan yang tinggi bagi perusahaan tersebut.

## 3) Prinsip niat baik dan tidak berniat jahat

Prinsip ini terkait erat dengan kejujuran. Tindakan jahat tentu tidak membantu perusahaan dalam membangun kepercayaan masyarakat, justru kejahatan dalam berbisnis dapat menghancurkan perusahaan itu sendiri. Niatan dari suatu tujuan dapat terlihat pada misi, visi dan tujuan yang ingin dicapai dari suatu perusahaan.

## 4) Prinsip adil

Prinsip ini menganjurkan perusahaan untuk bersikap dan berperilaku adil kepada pihak-pihak bisnis yang terkait dengan sistem bisnis tersebut. Sehingga tidak dibenarkan jika perusahaan hanya berpihak kepada orang yang dapat memberinya keuntungan saja.

## 5) Prinsip hormat pada diri sendiri

Prinsip hormat pada diri sendiri adalah cermin penghargaan yang positif pada diri sendiri. Hal ini dimulai dengan penghargaan terhadap orang lain.<sup>51</sup> Oleh karena itu, menjaga nama baik merupakan pengakuan atas keberadaan perusahaan tersebut.

---

<sup>51</sup>Muslich, *Prinsip-prinsip Etika Bisnis* (Yogyakarta: Ekonisia, 2004), h. 18-20.

#### e. Etika Bisnis Islam

Ada beberapa istilah yang berkaitan dengan etika yaitu akhlak dan moral. Ada orang yang berpendapat bahwa etika sama dengan akhlak, bahkan sama pula dengan moral. Persamaan itu karena ketiganya membahas masalah baik buruknya perilaku manusia. Hanya saja kalau menarik titik perbedaannya, bisa dilihat dari tolak ukur masing-masing. Tolak ukur akhlak adalah al-Quran dan hadis.<sup>52</sup> Sedangkan tolak ukur etika adalah akal pikiran. Lain halnya dengan moral yang berasal dari bahasa latin “*Mores*”, jamak dari “*Mos*” yang berarti adat kebiasaan.

Adat kebiasaan sebagai sumber perilaku maka moral lebih bersifat lokal, tidak universal sebagaimana etika memandang perilaku manusia. Etika adalah suatu sifat yang tetap dalam jiwa, yang dari padanya timbul perbuatan-perbuatan dengan mudah, tidak membutuhkan pikiran. Dengan demikian etika bisnis dalam syariat Islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran, sebab diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar.<sup>53</sup>

Ada pedoman hidup dalam kehidupan manusia yang menyeluruh berasal dari agama Islam yang dibawah Nabi Muhammad Saw., yaitu *aqidah* (cara manusia harus percaya kepada Allah Swt), *ibadah* (cara bagaimana manusia mengabdikan kepada Allah Swt), *akhlak* (cara bagaimana manusia harus mempunyai sikap hidup yang baik dan menjauhi sikap yang

---

<sup>52</sup>Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islam: Tataran Teoritis dan Praksis* (Malang: UIN Malang Press, 2008), h. 309.

<sup>53</sup>Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah: Kaya di Dunia Terhormat di Akhirat* (Cet. I; Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), h. 171.

buruk), dan muamalah (cara bagaimana manusia harus melaksanakan hidup bertetangga, bernegara, berekonomi, bergaul antara bangsa dan lain-lain).<sup>54</sup>

Etika Islam yang berkaitan dengan aktivitas ekonomi Islam yaitu meliputi beberapa aspek.

- 1) memberi penegasan bahwa dalam hidup dan kehidupan manusia memiliki berbagai macam kebutuhan.
- 2) memberi petunjuk bagaimana cara orang memenuhi kebutuhannya, baik secara jelas maupun tersirat, secara eksplisit maupun secara implisit.
- 3) memberi pedoman bagaimana cara yang dibenarkan untuk ditempuh dalam usaha memenuhi kebutuhan dan jalan mana yang tidak dibenarkan, dan cara mana yang halal dan yang haram. Islam mewajibkan setiap muslim bekerja yang didasarkan iman, etika kerja dan akhlak Islam.<sup>55</sup> Dapat disimpulkan bahwa etika Islam yang bersifat universal dan komprehensif yang bersumber dari ajaran al-Quran dan hadis adalah ajaran yang berfungsi untuk mengarahkan manusia kepada perbuatan-perbuatan yang diridhai Allah Swt. Melaksanakan etika Islam akan membuat seorang selamat dari pikiran-pikiran dan perbuatan yang tidak terpuji dan menyesatkan.

**f. Dasar-dasar etika bisnis islam**

- 1) Tauhid sebagai landasan pokok dalam jual-beli

Seluruh aktivitas ekonomi, baik produksi, konsumsi, penukaran dan distribusi, terikat pada prinsip ilahiah dan pada tujuan ilahiah. Seorang muslim dalam memproduksi akan terdorong karena memenuhi perintah

<sup>54</sup>Ishak Ajub, "Al-Mizan: Jurnal Pemikiran Hukum dan Ekonomi Islam", Nomor 1, Volume 3 Juni 2007, h. 150.

<sup>55</sup>Organius Yan, *Moralitas Islam dalam Ekonomi & Bisnis* (Cet. I; Bandung: Penerbit Maja, 2012), h. 136.

Allah Swt. Karena itu bagi seorang muslim apapun aktivitasnya, seperti berdagang, bisa bernilai ibadah kepada Allah Swt. Semakin bertambah kebaikan amalnya, semakin bertambah pula taqwa dan pendekatan kepada-Nya. Setiap kali mengonsumsi atau memakai dari sebagian rezeki Allah Swt., ia akan merasa tengah memenuhi perintah-Nya. Ia akan menikmatinya dalam batas kewajaran dan kesederhanaan.

2) Akhlak sebagai norma pokok dalam pelaksanaan jual beli

Antara ekonomi (bisnis) dan akhlak (etika) tidak pernah terpisah sama sekali seperti halnya antara ilmu dan akhlak, antara politik dan akhlak, dan antara perang dan akhlak. Akhlak adalah daging dan urat nadi kehidupan Islami, karena risalah Islam adalah risalah akhlak, sebagaimana pula tidak pernah terpisah antara agama dan negara, dan antara materi dan dunia.<sup>56</sup> Kendati masalah bisnis tidak lepas dari ikatan norma etika bukan berarti Islam menghalangi seorang pelakunya memperoleh keuntungan. Bagaimanapun bisnis yang profit pasti ingin mengejar tambahan modal yang diperoleh dari laba. Akan tetapi dalam pandangan etika Islam, yang harus dikejar bukanlah sekedar keuntungan, melainkan keberkahan. Keberkahan usaha adalah kemantapan dari usaha itu dengan memperoleh keuntungan yang wajar dan diridhai oleh Allah Swt.

3) Menekankan sikap transparan (keterbukaan/kejujuran)

Transparan (jujur) dalam takaran sangat penting untuk diperhatikan karena Tuhan sendiri secara gamblang mengatakan dalam QS. al-Muthaffifin/83: 1-3.

﴿مُخْسِرُونَ وَزَنُوهُمْ أَوْكَالُهُمْ وَإِذَا يَسْتَوْفُونَ النَّاسَ عَلَىٰ أَكْتَالِهِمْ إِذَا الَّذِينَ ﴿١﴾ لِلْمُطَفِّفِينَ وَيَلُ

<sup>56</sup>Yusuf Qardhawi, *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam* (Cet. I; Jakarta: Robbani Press, 2001), h. 57.

Terjemahnya:

Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta untuk dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi.<sup>57</sup>

Masalah kejujuran tidak hanya merupakan kunci sukses seorang pelaku bisnis menurut Islam. Akan tetapi etika bisnis modern juga sangat menekankan prinsip kejujuran. Disamping itu, dalam menetapkan harga harus transparan. Harga yang tidak transparan bisa mengandung penipuan. Untuk menetapkan harga dengan terbuka dan wajar sangat dihormati dalam Islam agar tidak terjerumus dalam riba. Kendati dalam dunia bisnis kita tetap ingin memperoleh prestasi (keuntungan), namun hak pembeli harus tetap dihormati. Untuk menjamin transparansi dan kewajaran harga, perlu dibentuk suatu badan yang dapat menetapkan harga yang wajar yang terdiri dari wakil-wakil produsen, konsumen, ahli pemerintah, dan ahli hukum Islam.<sup>58</sup> Dalam hal ini, harus ada organisasi yang mengatur tentang harga suatu barang.

#### 4) Mengharamkan manipulasi dan monopoli

Mengejar keuntungan dengan menyembunyikan mutu, identik dengan sikap ketidakadilan, penipuan dan manipulasi. Bahkan secara tidak langsung telah mengadakan penindasan terhadap pembeli. Penindasan merupakan aspek negatif bagi keadilan, yang bertentangan dengan ajaran agama Islam. Penindasan merupakan kezaliman. Sesungguhnya orang yang dzalim tidak akan pernah mendapatkan keuntungan.<sup>59</sup> Selain itu, praktik bisnis yang lain yang bertentangan dengan etika atau ajaran agama

<sup>57</sup>Departemen Agama RI, *al-Qur'an dan Terjemahnya...*, h. 878.

<sup>58</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islam: Tataran Teoritis dan Praksis...*, h. 325.

<sup>59</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islam: Tataran Teoritis dan Praksis...*, h. 325.

Islam yaitu monopoli. Monopoli adalah menahan barang untuk beredar untuk tidak beredar di pasar supaya naik harganya. Semakin besar dosa orang yang melakukan jika praktik monopoli dilakukan secara kolektif dimana para pedagang barang-barang jenis tertentu bersekongkol untuk memonopolinya. Demikian pula seorang pedagang yang memonopoli satu jenis tertentu dari barang dagangan untuk keuntungan dirinya sendiri dan menguasai pasar sekehendaknya.

#### 5) Menghargai sikap adil dan toleransi

Keadilan merupakan prinsip yang sangat penting dalam kehidupan sebagaimana yang dikehendaki oleh ajaran agama Islam. Kendati prinsip keadilan ini menyentuh setiap individu, namun paling diutamakan adalah akibat yang ditimbulkannya terhadap kehidupan sosial.<sup>60</sup> Jika Islam tidak menentukan kadar keuntungan secara pasti, maka seyogyanya bagi pengusaha untuk menentukan harga barangnya sesuai dengan prinsip keadilan. Terdapat beberapa hal penting terkait dengan dasar etika dalam bisnis syariah, yaitu menyangkut janji, utang piutang, tidak boleh menghadang orang desa di perbatasan kota, kejujuran dalam jual beli, ukuran takaran dan timbangan, perilaku hormat, masalah upah, mengambil hak orang lain, memelihara bumi, perintah berusaha dan batasan pengumpulan harta.<sup>61</sup> Sebagai pengelola bisnis, para pengusaha dihadapkan pada tanggung-jawab yang berat. Perusahaan dituntut untuk dapat melayani masyarakat sebaik-baiknya, namun juga harus memperoleh keuntungan yang diharapkan oleh para pemegang saham atau pemilik. Selain itu, perusahaan harus mampu menghadapi saingan dalam suasana pasar yang

---

<sup>60</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islam Tataran: Teoritis dan Praksis...*, h. 331.

<sup>61</sup> Buhari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah...*, h. 207.

semakin sempit. Namun perlu ditekankan bahwa etika bisnis bukanlah alat untuk melindungi pelaku bisnis yang tidak efisien, pengusaha yang hanya mengandalkan koneksi dalam usahanya atau mengandalkan kegiatan melobi para relasinya. Akan tetapi etika bisnis menuntut kepada semua para pelaku bisnis untuk berlaku adil.

**g. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam**

Untuk membangun kultur bisnis yang sehat, idealnya dimulai dari perumusan etika yang akan digunakan sebagai norma perilaku sebelum aturan (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 usaha dengan mengutamakan kejujuran, bertanggung jawab, disiplin, berperilaku tanpa diskriminasi. Etika bisnis menurut Suarny Amran, harus berdasarkan prinsip-prinsip sebagai berikut:

- 1) Prinsip otonomi, yaitu kemampuan untuk mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan keselarasan tentang apa yang baik untuk dilakukan dan bertanggung jawab secara moral atas keputusan yang diambil.
- 2) Prinsip kejujuran, dalam hal ini kejujuran adalah merupakan kunci keberhasilan suatu bisnis, kejujuran dalam pelaksanaan kontrol terhadap konsumen, dalam hubungan kerja, dan sebagainya.
- 3) Prinsip keadilan bahwa setiap orang dalam berbisnis diperlakukan sesuai dengan haknya masing-masing dan tidak ada yang boleh dirugikan.
- 4) Prinsip saling menguntungkan, juga dalam bisnis kompetitif.

5) Prinsip integritas moral, ini merupakan dasar dalam berbisnis, harus menjaga nama baik perusahaan tetap dipercaya dan merupakan perusahaan terbaik.<sup>62</sup>

Demikian pula dalam Islam, etika bisnis Islam harus berdasakan pada prinsip-prinsip dasar yang berlandaskan pada al-Qur'an dan al-Hadits, sehingga dapat diukur dengan aspek dasarnya yang meliputi:

a) Kesatuan (*Unity*)

Kesatuan adalah prinsip-prinsip yang terefleksikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek dalam kehidupan manusia baik dalam bidang politik, sosial dan ekonomi yang menjadi kesatuan yang homogen dan konsisten secara teratur dan menyeluruh. Islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan inilah etika dan bisnis menjadi terpadu sehingga membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam bisnis sistem Islam.

Kesatuan ini dimaksudkan bahwa sumber utama etika Islam adalah kepercayaan total dan murni terhadap kesatuan (keesaan) Allah. Kenyataan ini secara khusus menunjukkan dimensi vertikal Islam yang menghubungkan institusi-institusi sosial yang terbatas dan tak sempurna dengan dzat yang sempurna dan tak terbatas. Hubungan vertikal ini merupakan wujud penyerahan diri manusia secara penuh tanpa syarat di hadapan Allah, dengan menjadikan keinginan, ambisi, serta perbuatannya tunduk pada titah-Nya.

Penerapan konsep kesatuan yaitu tidak berbuat diskriminatif terhadap pedagang lain, pemasok, pembeli atas dasar ras, warna kulit, jenis

---

<sup>62</sup>Abdul Aziz, Etika Bisnis Perspektif Islam, (Bandung:Alfabeta,2013),h. 37

---

kelamin, ataupun agama, terpaksa atau dipaksa untuk melakukan praktik-praktik mal bisnis karena ia hanya takut dan cinta kepada Allah, menimbun kekayaannya dengan penuh keserakahan karena konsep amanah sangat penting bagi seorang muslim dan semua harta hanya bersifat sementara maka harus dengan bijaksana.<sup>63</sup>

Kapan saja terdapat ada perbedaan seperti ini, maka hak-hak dan kewajiban-kewajiban mereka harus diatur sedemikian rupa sehingga terciptanya keseimbangan. Islam tidak mengakui adanya kelas-kelas sosio ekonomis sebagai sesuatu yang bertentangan dengan prinsip-prinsip persaudaraan (*Ukhuwah*). Karena mematuhi ajaran-ajaran Islam dalam aspeknya, dianggap sebagai sarana untuk mendapatkan ridha Allah.<sup>64</sup>

#### b) Keseimbangan (*Equilibrium*)

Keseimbangan (*'adl*) adalah keadilan dan kesetaraan. Prinsip ini menuntut agar setiap orang tidak terkecuali bagi para pelaku bisnis untuk tetap berlaku adil bahkan kepada pihak yang tidak disukai. Islam mengharuskan penganutnya untuk tetap berlaku dan berbuat kebajikan, dan bahkan berlaku adil harus didahulukan dari pada berbuat kebajikan. Dalam perniagaan, persyaratan adil yang paling mendasar adalah membentuk mutu (kualitas) dan ukuran (kuantitas) pada setiap takaran maupun timbangan.

Sebagaimana firman AllahSwT., dalam QS. al-An'am/6: 152.

كَلِّفُوا بِالْقِسْطِ وَالْمِيزَانَ الْكَيْلَ وَأَوْفُوا أَسْهُدَهُ رِيْبُلُغِ حَتَّىٰ أَحْسَنُ هِيَ بِالَّتِي إِلَّا اللَّيْتِمِ مَالٍ تَقْرَبُوا وَلَا لَعَلَّكُمْ بِهِ وَصَلَكُمْ ذَلِكُمْ أَوْفُوا لِلَّهِ وَبِعَهْدِ قُرْبَىٰ ذَاكَ كَانَ وَلَوْ فَعَادِلُوا أَقْلْتُمْ وَإِذَا وَسَعَهَا إِلَّا نَفْسَانِ تَذَكَّرُونَ

Terjemahannya:

<sup>63</sup>Srijanti, Purwanto, dan Rahman, *Etika Membangun Masyarakat Islam Modern* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007), h. 35.

<sup>64</sup>Veithzal Rivai, Amiur Nuruddin, dan Faisar Ananda Arfa, *Islamic Business and Economic Ethics* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2012), h. 89-90.

Dan janganlah kamu dekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih bermanfaat, hingga sampai ia dewasa. Dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak memikulkan beban kepada seseorang melainkan sekedar kesanggupannya. Dan apabila kamu berkata, Maka hendaklah kamu berlaku adil, kendatipun ia adalah kerabat(mu), dan penuhilah janji Allah. Yang demikian itu diperintahkan Allah kepadamu agar kamu ingat.<sup>65</sup>

Konsep keseimbangan dapat dipahami bahwa keseimbangan hidup di dunia dan akhirat harus diusung oleh para pelaku bisnis muslim. Oleh karena itu, konsep keseimbangan berarti mengingatkan kepada para pengusaha muslim agar tindakan-tindakan dalam bisnis dapat membawa orang lain kepada kesejahteraan duniawi serta keselamatan akhirat.

Pada dataran ekonomi, konsep keseimbangan 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 di dahulukan atas sumber daya riil masyarakat. Tidak terciptanya keseimbangan sama halnya dengan terjadinya kedhaliman. Dengan demikian, Islam menuntut keseimbangan antara kepentingan diri dan kepentingan orang lain, antara kepentingan si kaya dan si miskin, antara hak pembeli dan hak penjual dan lain sebagainya.

Penerapan konsep keseimbangan ini sebagai contoh adalah Allah memperingatkan para pengusaha muslim untuk menyempurnakan takaran timbangan dalam jual beli. Sebaliknya, Islam ingin mengekang kecenderungan sikap serakah manusia dan kecintaanya untuk memiliki barang-barang yang tidak dibutuhkan.

---

<sup>65</sup>Departemen Agama RI, *al-Qur'an dan Terjemahnya...*, h. 199.

c) Kehendak bebas (*Free Will*)

Berdasarkan prinsip ini, manusia dianugerahi kehendak bebas untuk membimbing kehidupannya sebagai khalifah yang mempunyai kebebasan untuk membuat suatu perjanjian, melaksanakan bentuk aktivitas bisnis tertentu, serta berkreasi untuk mengembangkan potensi bisnis yang ada. Kebebasan merupakan bagian terpenting dalam nilai etika bisnis Islam, yang terpenting kebebasan itu tidak akan merugikan kepentingan kolektif. Kebebasan individu dibuka lebar dan tidak ada batasan bagi seseorang untuk aktif berkarya dan bekerja sesuai dengan potensi yang dimilikinya. Aktivitas ekonomi dalam konsep ini diarahkan kepada kebaikan setiap kepentingan untuk seluruh komunitas Islam, baik sektor pertanian, perindustrian, perdagangan dan lainnya. Larangan adanya bentuk monopoli, kecurangan dan praktik riba adalah jaminan terhadap terciptanya suatu mekanisme pasar untuk berusaha tanpa adanya keistimewaan-keistimewaan pada pihak-pihak tertentu.<sup>66</sup>

Penerapan konsep kehendak bebas dalam etika bisnis Islam ialah manusia memiliki kebebasan untuk membuat kontrak dan menepatinya ataupun mengingkarinya. Seorang muslim yang telah menyerahkan hidupnya pada kehendak Allah akan menepati semua kontrak yang telah ia buat.<sup>67</sup>

d) Tanggung jawab (*Responsibility*)

---

<sup>66</sup> Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Kencana, 2007),h.96.

<sup>67</sup>Srijanti dkk, *Etika Membangun Masyarakat Islam Modern* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007),h, 39.

Tanggung jawab individu begitu mendasar dalam ajaran- ajaran islam. Terutama jika dikaitkan dengan kebebasan ekonomi. Penerimaan pada prinsip tanggung jawab individu ini berarti setiap orang akan diadili secara personal di hari kiamat kelak. Setiap individu mempunyai hubungan langsung dengan Allah. Ampunan harus diminta secara langsung dari Allah. Setiap individu mempunyai hak penuh untuk berkonsultasi dengan sumber-sumber Islam (Al-Qur'an dan Sunnah) untuk kepentingannya sendiri. Setiap orang dapat menggunakan hak ini, karena hal ini merupakan landasan untuk melaksanakan tanggung jawabnya kepada Allah.<sup>68</sup>

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 dilakukannya.<sup>69</sup> 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.<sup>70</sup>

Penerapan konsep tanggung jawab dalam etika bisnis Islam misalnya jika seorang pengusaha muslim berperilaku secara tidak etis, ia tidak dapat 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.<sup>71</sup>

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang sangat mustahil dilakukan jika tidak ada pertanggungjawaban. Kebebasan yang dimiliki

---

<sup>68</sup>Srijanti dkk, *Etika Membangun Masyarakat Islam Modern*, h. 100.

<sup>69</sup> Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, h. 46.

<sup>70</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, h. 17.

<sup>71</sup> Srijanti dkk, *Membangun Masyarakat Islam Modern*, h. 42.

manusia dalam menggunakan potensi sumber daya harus memiliki batasan tertentu dan tidak digunakan sebebas-bebasnya melainkan dibatasi oleh koridor hukum, norma, dan etika yang harus dipatuhi serta pertanggungjawaban atas semua yang dilakukan. Apabila sumber daya digunakan untuk kegiatan bisnis yang halal maka cara pengelolaannya juga harus benar, adil, dan mendatangkan manfaat yang optimal bagi seluruh masyarakat.

e) Kebenaran, kebajikan dan kejujuran

Kebenaran mengandung unsur kebajikan dan kejujuran yang tidak bertentangan dengan ajaran Islam. Kebajikan ialah sikap ihsan yang artinya melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain. Sedangkan, kejujuran ialah menunjukkan sikap jujur dalam semua proses bisnis yang dilakukan tanpa adanya unsur penipuan. Dalam dunia bisnis kebenaran yang dimaksud ialah kemurahan hati, motif pelayanan, kesadaran akan adanya Allah dan aturan yang menjadi prioritas perilaku yang benar.<sup>72</sup> Kebenaran harus diterapkan dalam berbagai proses dalam berbisnis meliputi proses akad (transaksi), proses mencari dan memperoleh komoditas, serta proses usaha pengembangan untuk meraih keuntungan (laba).

Dalam Al-Qur'an memuat prinsip kebenaran, kebajikan, dan kejujuran maka suatu bisnis itu secara otomatis akan melahirkan suatu persaudaraan. Persaudaraan, kemitraan antara pihak yang berkepentingan dalam bisnis yang saling menguntungkan, tanpa adanya kerugian dan penyesalan sedikitpun. Dengan demikian, dalam semua proses bisnis akan dilakukan pula secara transparan dan tidak ada rekayasa. Prinsip kebenaran dengan dua makna kebajikan dan kejujuran secara jelas telah diteladankan

---

<sup>72</sup>Faisal Badroen., *et al., cds., Etika Bisnis dalam Islam...*, h. 89-102.

oleh Nabi Muhammad SAW yang juga merupakan pelaku bisnis yang sukses pada masanya. Dalam menjalankan bisnisnya, nabi tidak pernah sekalipun melakukan kebohongan, penipuan, atau menyembunyikan kecacatan barang. Penerapan prinsip kebajikan yaitu: menurut Al-Ghazali terdapat enam kebajikan, yaitu:

- (1) Jika seseorang membutuhkan sesuatu, maka orang lain harus memberikannya dengan mengambil keuntungan sesedikit mungkin. Jika sang pemberi melupakan keuntungannya, maka hal tersebut akan lebih baik baginya.
- (2) Jika seseorang membeli sesuatu dari orang miskin akan lebih baik baginya untuk kehilangan sedikit uang dengan membayarnya lebih dari harga yang sebenarnya. Tindakan seperti ini akan memberikan akibat yang mulia dan tindakan yang sebaliknya cenderung akan memberikan hasil yang juga berlawanan. Bukan satu hal yang patut dipuji untuk membayar orang kaya lebih dari apa yang seharusnya diterima manakala ia dikenal sebagai orang yang suka mencari keuntungan yang tinggi.
- (3) Dalam mengabdikan hak pembayaran dan peminjaman seseorang harus bertindak secara bijaksana dengan memberi waktu yang lebih banyak kepada sang peminjam untuk membayar hutangnya, dan jika diperlukan seseorang harus membuat pengurangan pinjaman untuk meringankan beban sang peminjam.
- (4) Sudah sepantasnya bahwa mereka yang ingin mengembalikan barang-barang yang telah dibeli seharusnya diperbolehkan untuk melakukannya demi kebajikan.

- (5) Merupakan tindakan yang sangat baik bagi sang peminjam jika mereka membayar hutangnya tanpa harus diminta, dan jika mungkin jauh-jauh hari sebelum jatuh waktu pembayarannya.
- (6) Ketika menjual barang secara kredit seseorang harus cukup bermurah hati, tidak memaksa membayarketika orang tidak mampu membayar dalam waktu yang telah ditetapkan.<sup>73</sup>

## 2. Sistem Ekonomi Islam

Sistem didefinisikan sebagai suatu organisasi berbagai unsur yang saling berhubungan satu sama lain. Unsur-unsur tersebut juga saling mempengaruhi, dan saling bekerja sama untuk mencapai tujuan tertentu. Dengan pemahaman semacam itu, maka kita bisa menyebutkan bahwa sistem ekonomi merupakan organisasi yang terdiri dan bagian-bagian yang saling bekerja sama untuk mencapai tujuan ekonomi. Lalu apa yang disebut sistem ekonomi Islam? Secara sederhana kita bisa mengatakan, sistem ekonomi Islam adalah suatu sistem ekonomi yang didasarkan pada ajaran dan nilai-nilai Islam. Sumber dari keseluruhan nilai tersebut sudah tentu Al-Qur'an, As-Sunnah, ijma dan qiyas. Nilai-nilai sistem ekonomi Islam ini merupakan bagian integral dari keseluruhan ajaran Islam yang komprehensif dan telah dinyatakan Allah swt. sebagai ajaran yang sempurna,<sup>74</sup> firman Allah dalam QS. al-Maidah/5: 3.

حَمَاصَةَ فِى اَضْطُرِّ فَمَنْ دِينَا اِلَّا سَلَمٌ لَكُمْ وَرَضِيْتُمْ نِعْمَتِي عَلَيْكُمْ وَاَتَمَمْتُ دِيْنَكُمْ لَكُمْ اَكْمَلْتُ الْيَوْمَ  
 رَحِيْمٌ غَفُوْرٌ اَللّٰهُ فَاِنْ لَّا تَمُرُّمُتْ جَانِبِ غَيْرٍ

Terjemahnya:

Pada hari Ini telah kusempurnakan untuk kamu agamamu, dan telah Ku-cukupkan kepadamu nikmat-Ku, dan telah Ku-ridhai

<sup>73</sup>Srijanti dkk. *Etika Membangun Masyarakat Islam Modern*.h. 43-44.

<sup>74</sup>Mustafa Edwin Nasution, *et al., cds., Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam...*, h. 11.

Islam itu jadi agama bagimu. Maka barang siapa terpaksa karena kelaparan tanpa sengaja berbuat dosa, Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang<sup>75</sup>

Sistem ekonomi Islam didasarkan pada nilai-nilai Ilahiah sehingga sistem ekonomi Islam akan berbeda dengan sistem ekonomi kapitalis yang didasarkan pada ajaran kapitalisme, dan juga berbeda dengan sistem ekonomi sosialis yang didasarkan pada ajaran sosialisme. Memang, dalam beberapa hal, sistem ekonomi Islam merupakan kompromi antara kedua sistem tersebut, namun dalam banyak hal sistem ekonomi Islam berbeda sama sekali dengan kedua sistem tersebut. Sistem ekonomi Islam memiliki sifat-sifat baik dari kapitalisme dan sosialisme, namun terlepas dari sifat buruknya.<sup>76</sup>

Ekonomi, secara umum didefinisikan sebagai hal yang mempelajari perilaku manusia dalam menggunakan sumber daya yang langka untuk memproduksi barang dan jasa yang dibutuhkan manusia. Dengan demikian, ekonomi merupakan suatu bagian dari agama. Ruang lingkup ekonomi meliputi satu bidang perilaku manusia terkait dengan konsumsi, produksi dan distribusi.<sup>77</sup> Beberapa ahli mendefinisikan ekonomi Islam sebagai suatu ilmu yang mempelajari perilaku manusia dalam usaha untuk memenuhi kebutuhan dengan alat pemenuhan kebutuhan yang terbatas di dalam kerangka syariah. Definisi tersebut mengandung kelemahan karena menghasilkan konsep yang tidak kompetibel dan tidak universal. Karena dari definisi tersebut mendorong seseorang terperangkap dalam keputusan yang apriori (*apriory judgement*), benar atau salah tetap

<sup>75</sup>Departemen Agama RI, *al-Qur'an dan Terjemahnya...*, h. 107

<sup>76</sup>Mustafa Edwin Nasution, *et al., eds., Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam...*, h.11.

<sup>77</sup>Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015), h. 14.

harus diterima.<sup>78</sup> Adapun pengertian ekonomi Islam menurut para ahli ekonomi Islam sebagai berikut:

a) Menurut Muhammad Abdul Mannan

*Islamic economics is a social science which studies the economics problems of a people imbued with the values of Islam.* Menurut Mannan ilmu ekonomi Islam adalah ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi masyarakat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam.

b) M. Umer Chapra

*Islamic economics was defined as that branch of knowledge which helps realize human well-being through an allocation and distribution of scarce resources that is in conformity with Islamic teaching without unduly curbing Individual freedom or creating continued macroeconomic and ecological imbalances.* Chapra berpendapat bahwa ekonomi Islam adalah sebuah pengetahuan yang membantu upaya realisasi kebahagiaan manusia melalui alokasi dan distribusi sumber daya yang terbatas yang berada dalam koridor yang mengacu pada pengajaran Islam tanpa memberikan kebebasan individu atau tanpa perilaku makro ekonomi yang berkesinambungan dan tanpa ketidakseimbangan lingkungan.

c) Muhammad Nejatullah Ash-Shidiqy

*Islamic economics is the muslim thinker's response to the economic challenges of their time. In this endeavor they were aided by the Qur'an and the Sunnah as well as by reason and experience.* Menurut Ash-Shidiqy, ilmu ekonomi Islam adalah respon pemikir muslim terhadap tantangan ekonomi pada masa tertentu. Dalam usaha keras ini mereka dibantu oleh al-Qur'an dan Sunnah, akal (ijtihad) dan pengalaman.<sup>79</sup>

<sup>78</sup>Imamudin Yuliadi, *Ekonomi Islam* (Yogyakarta: LPPI, 2006), h. 6

<sup>79</sup>Mustafa Edwin Nasution, *et al., eds., Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam...*, h.16-17.

Berdasarkan definisi-definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa ekonomi Islam adalah suatu bidang ilmu yang mempelajari perilaku-perilaku masyarakat dalam mengelola sumber daya yang ada untuk mencapai kesejahteraan berdasarkan prinsip-prinsip yang bersumber pada al-Qur'an dan Sunnah.

Adapun karakteristik ekonomi Islam, diantaranya sebagai berikut:

- (1) Meluruskan kekeliruan pandangan yang menilai ekonomi kapitalis (memberikan penghargaan terhadap prinsip hak milik) dan sosialis (memberikan penghargaan terhadap persamaan dan keadilan) tidak bertentangan dengan metode ekonomi Islam.
- (2) Membantu para ekonom muslim yang telah berkecimpung dalam teori ekonomi konvensional dalam memahami ekonomi Islam.
- (3) Membantu para peminat studi fiqh muamalah dalam melakukan studi perbandingan antara ekonomi Islam dengan ekonomi konvensional.<sup>80</sup>

Sedangkan sumber karakteristik Ekonomi Islam adalah Islam itu sendiri yang meliputi tiga asas pokok. Ketiganya secara asasi dan bersama mengatur teori ekonomi dalam Islam, yaitu asas akidah, akhlak dan asas hukum (muamalah).<sup>81</sup> Ada beberapa karakteristik ekonomi sebagaimana disebutkan dalam *al-Mawsu'ah Al-ilmiyah wa al-amaliyah al-islamiyah* yang dapat diringkas sebagai berikut:

- (a) Harta kepunyaan Allah dan manusia merupakan khalifah atas harta.
- (b) Ekonomi terikat dengan akidah, syariah (hukum), dan moral.
- (c) Keseimbangan antara kerohanian dan kebendaan.

---

<sup>80</sup>Mustafa Edwin Nasution, *et al., eds., Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam...*, h.17-18

<sup>81</sup>Nurul Huda, *et al., eds., Ekonomi Makro Islam* (Jakarta: Prenada Media Group, 2008), h. 2

- (d) Ekonomi Islam menciptakan keseimbangan antara kepentingan individu dengan kepentingan umum.
- (e) Kebebasan individu dijamin dalam Islam
- (f) Negara diberi wewenang turut campur dalam perekonomian.
- (g) Bimbingan konsumsi.
- (h) Petunjuk investasi.
- (i) Zakat.
- (j) Larangan riba.<sup>82</sup>

Konsistensi dan koherensi ajaran Islam antar aspek kehidupan diwujudkan dalam bentuk kesatuan antara keyakinan (iman), perbuatan (amal), dan akhlak. Amal dapat dikategorikan menjadi dua kelompok besar, yaitu ibadah dan muamalah. Kegiatan ekonomi merupakan bagian dari muamalah dan harus didasarkan atas akidah yang benar sehingga menghasilkan kegiatan ekonomi yang berakhlak. Kegiatan ekonomi hanya akan mampu membawa kepada falah selama dilaksanakan berdasarkan akidah islam dan diwarnai dengan moral Islam.

Ekonomi Islam memiliki sifat dasar sebagai ekonomi Rabbani dan Insani. Disebut ekonomi Rabbani karena sarat dengan arahan dan nilai-nilai ilahiah. Lalu ekonomi Islam dikatakan memiliki dasar sebagai ekonomi insani karena sistem ekonomi ini dilaksanakan dan ditujukan untuk kemakmuran manusia.<sup>83</sup> Menurut Adiwarmarman Karim, bangunan ekonomi Islam didasarkan atas lima nilai universal, yakni tauhid, keadilan, kenabian, khilafah, dan Ma'ad(hasil).<sup>84</sup>

#### 1) Nilai-nilai Universal Ekonomi Islam

<sup>82</sup>Mustafa Edwin Nasution, *et al., cds., Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam...*, h. 18-29.

<sup>83</sup>Mustafa Edwin Nasution, *et al., cds., Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam...*, h. 12.

<sup>84</sup>Adiwarmarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islami...*, h. 34.

a) Tauhid (Keesaan Tuhan)

Allah adalah pemilik hakiki. Manusia hanya diberi amanah untuk memiliki untuk sementara waktu sebagai ujian bagi mereka. dalam Islam, segala sesuatu yang ada tidak diciptakan dengan sia-sia tetapi memiliki tujuan. Tujuan diciptakannya manusia adalah untuk beribadah kepada-Nya, karena itu segala aktivitas manusia dalam hubungannya dengan alam dan manusia dibingkai dengan kerangka hubungan dengan Allah. Karena kepada-Nya kita akan mempertanggungjawabkan segala perbuatan kita, termasuk aktivitas ekonomi dan bisnis.

Implikasi nilai tauhid dalam konteks ekonomi yaitu adanya kemestian setiap kegiatan ekonomi untuk bertolak dan bersumber dari ajaran Allah Swt., dilakukan dengan cara-cara yang ditentukan Allah Swt., dan akhirnya ditujukan untuk ketakwaan kepada Allah Swt. Konsep tauhid mengajarkan dua ajaran utama dalam ekonomi. *Pertama*, semua sumber daya yang ada di alam ini merupakan ciptaan dan milik Allah Swt., secara absolut (mutlak dan hakiki). Manusia hanya sebagai pemegang amanah untuk mengelola sumber daya itu dalam rangka mewujudkan kemakmuran dan kesejahteraan kehidupan manusia secara adil. Manusia dalam mengelola sumber daya itu harus mengikuti aturan Allah Swt., dalam bentuk syariah Islam. *Kedua*, Allah Swt., menyediakan sumber daya alam sangat banyak untuk memenuhi kebutuhan manusia. Manusia yang berperan sebagai khalifah dapat memanfaatkan sumber daya alam yang ada untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Semua sumber daya yang ada merupakan nikmat Allah Swt., yang tidak ada batasnya.

Menurut Adirwarman A. Karim, tauhid merupakan fondasi ajaran

agama Islam. Nilai tauhid ini mengajarkan bahwa Allah Swt., adalah pencipta dan pemilik alam semesta beserta isinya termasuk manusia dan segala sumber daya yang ada. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa Allah Swt., adalah pemilik hakiki, sedangkan manusia hanya diberi amanah untuk memilikinya untuk sementara waktu sebagai ujian bagi mereka. Segala sesuatu yang ada dalam pandangan Islam tidak diciptakan dengan sia-sia akan tetapi memiliki tujuan.

b) *‘Adl* (Keadilan)

Allah adalah pencipta segala sesuatu, dan salah satu sifat-Nya adalah adil. Dia tidak membeda-bedakan perlakuan terhadap makhluk-Nya secara zalim. Manusia sebagai khalifah dimuka bumi harus memelihara hukum Allah di bumi, dan menjamin bahwa pemakaian segala sumber daya diarahkan untuk kesejahteraan manusia, supaya semua mendapat manfaat daripadanya secara adil dan baik.<sup>85</sup> Implikasi ekonomi dari nilai keadilan adalah bahwa pelaku ekonomi tidak dibolehkan untuk mengejar keuntungan pribadi apabila hal itu merugikan orang lain atau merusak alam. Tanpa keadilan, manusia akan terkelompok-kelompok dalam berbagai golongan. Golongan yang satu akan mendzalimi golongan yang lain sehingga terjadi eksploitasi manusia atas manusia. Masing-masing berusaha mendapatkan hasil yang lebih besar daripada usaha yang dikeluarkannya karena kerasukannya.

c) *Nubuwwah* (Kenabian)

Sifat-sifat utama nabi Muhammad saw., yang harus diteladani oleh manusia pada umumnya dan pelaku ekonomi dan bisnis pada khususnya, adalah *Siddiq* (benar, jujur), *Amanah* (tanggung jawab, kepercayaan,

---

<sup>85</sup>Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islami...*, h. 35.

kredibilitas), *Fathanah* (kecerdikan, kebijaksanaan, intelektualita) dan *Tabligh* (Komunikasi, keterbukaan, pemasaran)<sup>86</sup>

(1) *Siddiq* (benar, jujur)

Jujur atau benar ialah mengatakan yang benar dan yang terang atau memberikan kabar sesuai kenyataan, sesuai dengan yang diketahui subjek dan tidak diketahui oleh orang lain. Jujur merupakan salah satu sifat baik, orang yang ingin maju harus memiliki sifat jujur. Jujur adalah perilaku yang didasarkan pada upaya menjadikan dirinya sebagai orang yang selalu dapat dipercaya dalam perkataan, tindakan, dan pekerjaan.<sup>87</sup>

Jujur adalah sikap dan perilaku yang tidak suka berbohong dan berbuat curang, berkata apa adanya dan berani mengakui kesalahan.<sup>88</sup> Prinsip ini harus melandasi seluruh perilaku ekonomi manusia, baik produksi, distribusi maupun konsumsi. Sikap jujur harus diterapkan dalam perbuatan, bukan hanya sekedar ucapan akan tetapi menunjukkannya dalam perbuatan-perbuatan yang benar, sebagaimana jujur dalam bahasa Arab yang berasal dari kata *shiddiq* yang berarti berkata benar.<sup>89</sup>

Nabi adalah sosok yang ideal dari seorang yang jujur

<sup>86</sup>Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islami...*, h. 38-39.

<sup>87</sup>Haedar Nashir, *Pendidikan Karakter Berbasis Agama dan Budaya* (Yogyakarta: Multi Presindo, 2013), h. 71.

<sup>88</sup>Pupuh Faturrohman, AA Suryana, dan Fenny Fatriany, *Pengembangan Pendidikan Karakter* (Bandung: Refika Aditama, 2013), h. 120.

<sup>89</sup>Yan Tirtobisono, dan Ekrom Z, *Kamus 3 Bahasa: Arab, Inggris, Indonesia* (Surabaya: Apollo), h. 292.

atau benar. Ketika muda sangat dipercaya kejujurannya sehingga diberi kepercayaan untuk berniaga bagi Siti Khadijah yang kaya raya, yang kemudian menjadi isteri beliau. Nabi Muhammad manakala menjual sesuatu dikatakan secara terbuka kepada calon pembeli mana barang baik dan yang cacat, tidak pernah menutupinya. Nabi Muhammad juga ketika berjualan memberi tahu kepada calon pembeli berapa dia membeli barangnya dan berapa dia harus menjual sehingga keuntungannya benar-benar terbuka, tidak ditutupi.

Orang jujur akan berbuat benar tanpa tergantung pada sikap orang lain dan keadaan disekitarnya, apakah dirinya diawasi atau tidak oleh orang lain.<sup>90</sup> Rasulullah saw., melarang pelaku ekonomi melakukan perbuatan yang tidak baik seperti mengurangi timbangan sebagaimana diterangkan dalam QS. al-Muthaffifin. Pedagang harus tegas dalam hal takaran dan timbangan agar terhindar dari unsur penipuan.<sup>91</sup> Rasulullah pada zamannya menjadi pelopor perdagangan berdasarkan prinsip kejujuran transaksi bisnis yang *fair* dan sehat sehingga beliau digelari sebagai *al-amin*. Nabi Muhammad tak segan-sogan mensosialisasikannya dalam bentuk edukasi langsung dan statemen yang tegas kepada para pedagang.

Pada saat beliau menjadi kepala negara, perangkat hukum beserta *reward* dan *punishment* benar-benar ditegaskan

<sup>90</sup> Haedar Nashir, *Pendidikan Karakter Berbasis Agama dan Budaya...*, h. 72.

<sup>91</sup> Mustofa, “*Enterpreneursip Syariah: (Menggali Nilai-nilai Dasar Manajemen Bisnis Rasulullah)*”, *al-Mizan*: Volume 9, Nomor 1, Juni 2013, h. 38.

kepada para pelaku bisnis yang tidak jujur/benar. Siddiq dapat dijadikan sebagai modal dasar untuk menerapkan prinsip efisiensi dan efektivitas.

(2) *Amanah* (tanggung jawab, kepercayaan, kredibilitas)

Nilai dasar *amanah* adalah terpercaya, dan nilai-nilai bisnisnya adalah kepercayaan, bertanggung jawab, transparan, dan tepat waktu.<sup>92</sup> Sifat amanah merupakan karakter utama seseorang pelaku ekonomi syariah dan semua umat manusia. Sifat amanah menduduki posisi yang paling penting dalam ekonomi dan bisnis maka tanpa adanya amanah, perjalanan dan kehidupan ekonomi dan bisnis pasti akan mengalami kegagalan dan kehancuran. Implikasinya bahwa setiap pelaku ekonomi harus menjadi orang yang professional dan bertanggung jawab sehingga dapat dipercaya oleh masyarakat dan seluruh pelanggan.

(3) *Fathanah* (kecerdikan, kebijaksanaan, intelektualita)

Pelaku ekonomi yang memiliki sifat *tabligh* mampu berdialog/berdiskusi dengan baik, dan mampu berbicara dengan konsumen/orang lain dengan mudah dan dapat diterima dengan akal.<sup>93</sup> Pelaku ekonomi harus syariah, harus memiliki kemampuan komunikasi yang handal dalam memasarkan ekonomi syariah. Para manajemen dalam mengelola perusahaan harus transparan, demikian pula dalam melakukan

---

<sup>92</sup>Haedar Nashir, *Pendidikan Karakter Berbasis Agama dan Budaya...*, h. 72.

<sup>93</sup>Afzalurrahman, *Muhammad as A Trader*, Terj. Dewi Nurjulianti, *Muhammad sebagai Seorang Pedagang* (Jakarta: Yayasan Swarna Bhumi, 1997), h. 292.

pemasaran, sosialisasi dan edukasi harus berkesinambungan. Sosialisasi yang dilakukan sebaiknya tidak hanya mengedepankan pemenuhan prinsip syariah semata, tetapi juga harus mampu mengedukasi masyarakat mengenai manfaat bagi pengguna. *Tabligh* juga berarti bahwa pengelolaan dana dan keuntungan harus dilakukan secara transparan dalam batas-batas yang tidak mengganggu kerahasiaan.

(4) *Tabligh* (Komunikasi, keterbukaan, pemasaran)

Bila ekonom muslim akan menyusun teori dan proposisinya, maka hal yang harus menjadi pegangan adalah bahwa semua yang datang dari Allah dan Rasul-Nya pasti benar. Bila ada hal-hal yang tidak dapat dipahami oleh manusia dengan akalunya, maka mejadi tugas manusia untuk terus berusaha menemukan kebenaran tersebut dengan cara apapun. Pelaku ekonomi yang memiliki sifat *tabligh* mampu berdialog/berdiskusi dengan baik, dan mampu berbicara dengan konsumen/orang lain dengan mudah dan dapat diterima dengan akal.<sup>94</sup>

Pelaku ekonomi harus syariah, harus memiliki kemampuan komunikasi yang handal dalam memasarkan ekonomi syariah. Para manajemen dalam mengelola perusahaan harus transparan, demikian pula dalam melakukan pemasaran, sosialisasi dan edukasi harus berkesinambungan. Sosialisasi yang dilakukan sebaiknya tidak hanya mengedepankan pemenuhan prinsip syariah semata, tetapi juga harus mampu mengedukasi masyarakat

---

<sup>94</sup>Afzalurrahman, *Muhammad as A Trader*, Terj. Dewi Nurjulianti, *Muhammad sebagai Seorang Pedagang* (Jakarta: Yayasan Swarna Bhumi, 1997), h. 292.

mengenai manfaat bagi pengguna. *Tabligh* juga berarti bahwa pengelolaan dana dan keuntungan harus dilakukan secara transparan dalam batas-batas yang tidak mengganggu kerahasiaan.

d) *Khilafah* (Pemerintahan)

Nilai *khilafah* secara umum berarti tanggung jawab sebagai pengganti atau utusan Allah Swt., di alam semesta. Manusia diciptakan Allah Swt., untuk menjadi *khalifah* di muka bumi, yaitu menjadi wakil Allah Swt., untuk memakmurkan bumi dan alam semesta. Ini berlaku bagi semua manusia, baik dia sebagai individu, kepala keluarga, pemimpin masyarakat atau kepala negara. Nilai ini mendasari prinsip kehidupan kolektif manusia dalam Islam. Fungsi utamanya adalah agar menjaga keteraturan interaksi (muamalah) antarkelompok termasuk dalam bidang ekonomi agar kekacauan dan keributan dapat dihilangkan atau dikurangi. Selain tentang aspek manusia sebagai *khalifah* di muka bumi, juga tentang peranan pemerintah dan negara dalam perekonomian.

Peran utama pemerintah dalam pandangan Islam adalah untuk menjamin perekonomian agar berjalan sesuai dengan syari'ah, dan untuk memastikan supaya tidak terjadi pelanggaran terhadap hak-hak manusia. Semua ini dalam kerangka mencapai tujuan-tujuan syari'ah, yang menurut imam al-Ghazali adalah untuk memajukan kesejahteraan manusia. Meskipun dalam Islam, pemerintah memainkan peranan yang kecil, akan tetapi sangat penting dalam perekonomian. Peran utamanya adalah untuk menjamin perekonomian agar berjalan sesuai dengan syariah, dan untuk memastikan supaya

tidak terjadi pelanggaran terhadap hak-hak manusia.<sup>95</sup>

Pemerintah memainkan peranan yang kecil tetapi sangat penting dalam perekonomian. Peran utamanya adalah untuk menjamin perekonomian agar berjalan sesuai dengan syari'ah, dan untuk memastikan supaya tidak terjadi pelanggaran terhadap hak-hak manusia. Semua ini dalam kerangka mencapai tujuan-tujuan syari'ah, yang menurut imam Al-Ghazali adalah untuk memajukan kesejahteraan manusia. Hal ini dicapai dengan melindungi keimanan, jiwa, akal, kehormatan dan kekayaan manusia.

e) *Ma'ad* (Hasil)

*Ma'ad* sering kali diterjemahkan sebagai kebangkitan, tapi secara harfiah *ma'ad* berarti kembali. *Ma'ad* diartikan juga sebagai imbalan/ganjaran. Implikasi nilai ini dalam kehidupan ekonomi dan bisnis misalnya, diformulasikan oleh Imam Al-Ghazali yang menyatakan bahwa motivasi para pelaku bisnis adalah untuk mendapatkan laba. Laba dunia dan laba akhirat. Karena itu, konsep profit mendapatkan legitimasi dalam Islam.<sup>96</sup>

Kelima nilai tersebut menjadi dasar inspirasi untuk menyusun proposisi-proposisi dan teori-teori ekonomi islami. Dari kelima nilai-nilai tersebut maka dibangunlah tiga ciri-ciri sistem ekonomi Islam yang menjadi ciri-ciri dan cikal bakal sistem ekonomi Islam. Ketiga ciri-ciri sistem ekonomi Islam adalah *multitype ownership*, *freedom to act*, dan *social justice*.

---

<sup>95</sup> Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islam...*, h. 40-41.

<sup>96</sup> Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islami...*, h. 40-41.

## 2) Ciri-ciri Sistem Ekonomi Islam

Ekonomi Islam merupakan bahagian dari sistem Islam yang menyeluruh. Berbeda halnya dengan sistem ekonomi sebagai hasil penemuan manusia. Dalam ekonomi Islam, antara agama dan ekonomi mesti terlihat jelas dan mempunyai hubungan yang sempurna. Adapun ciri-ciri ekonomi Islam dapat dirumuskan sebagai berikut:

### a) *Multitype Ownership* (Kepemilikan Multijenis)

Nilai tauhid dan nilai adil melahirkan konsep kepemilikan multijenis. Prinsip ini terjemahan dari nilai tauhid: pemilik primer langit, bumi dan seisinya adalah Allah, sedangkan manusia diberi amanah untuk mengelolanya. Jadi manusia dianggap sebagai pemilik sekunder. Namun untuk menjamin keadilan supaya tidak ada proses penzaliman segolongan orang terhadap segolongan yang lain, maka cabang-cabang produksi yang penting dan menguasai hajat hidup orang banyak dikuasai oleh negara.<sup>97</sup>

### b) *Freedom to Act* (Kebebasan Bertindak/Berusaha)

Ketika nilai *nubuwwah* digabungkan dengan nilai keadilan dan nilai khilafah maka akan melahirkan prinsip *freedom to act* bagi setiap muslim, khususnya pelaku bisnis dan ekonomi. *Freedom to act* bagi setiap individu akan menciptakan mekanisme pasar dalam perekonomian. Karena itu, mekanisme pasar adalah keharusan dalam Islam, dengan syarat tidak ada distorsi (proses penzaliman). Potensi distorsi dikurangi dengan penghayatan nilai keadilan. Penegakan nilai keadilan dalam ekonomi dilakukan dengan melarang semua yang merusak, *riba*, *gharar*, *tadlis*, dan *maysir*.

<sup>97</sup>Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islami...*, h. 42.

c) *Social Justice* (Keadilan Sosial)

Gabungan nilai khilafah dan nilai *ma'ad* melahirkan prinsip keadilan social. Dalam Islam, pemerintah bertanggung jawab menjamin pemenuhan kebutuhan dasar rakyatnya dan menciptakan keseimbangan sosial antara yang kaya dan yang miskin. Keadilan diartikan dengan suka sama suka dan satu pihak tidak menzalimi pihak lain. Islam menganut sistem mekanisme pasar, namun tidak semuanya diserahkan pada mekanisme harga.<sup>98</sup> Karena segala distorsi yang muncul dalam perekonomian tidak sepenuhnya diselesaikan, maka Islam membolehkan adanya beberapa intervensi, baik intervensi harga maupun pasar.

Prinsip ekonomi dalam Islam merupakan kaidah-kaidah pokok yang membangun struktur atau kerangka ekonomi Islam yang digali dari al-Qur'an dan/atau Sunnah. Prinsip ekonomi ini berfungsi sebagai pedoman dasar bagi setiap individu dalam berperilaku ekonomi. Namun, agar manusia bisa menuju falah, perilaku manusia perlu diwarnai dengan spirit dan norma ekonomi Islam yang tercermin dalam nilai-nilai ekonomi Islam.

3. Etika Bisnis Islam Dalam Jualbeli *Online*

Usaha elektronik commerce (e-commerce) atau lebih dikenal Jual beli online (online Shopping) adalah pelaksanaan perniagaan berupa transaksi penjualan, pembelian, pemesanan, pembayaran maupun promosi suatu produk barang dan atau jasa yang dilakukan dengan

---

<sup>98</sup>Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islami...*, h. 42-43.

memanfaatkan komputer dan sarana komunikasi elektronik digital atau telekomunikasi data. Selain itu bentuk perniagaan ini dapat dilakukan secara global, yaitu dengan menggunakan jaringan internet.<sup>99</sup>

Jika dikaji lebih dalam proses transaksi niaga dalam bentuk e-commerce meliputi kegiatan-kegiatan, seperti marketing dan penjualan produk serta pembayaran atau payment. Pada prinsipnya, mekanisme pembayaran yang dikenal selama ini ada dua cara, yaitu tunai dan non-tunai. Pembayaran tunai adalah pembayaran yang langsung dilaksanakan sesaat setelah terjadi transaksi dan dibayarkan dengan uang. Sementara itu, pembayaran non-tunai dilakukan melalui suatu proses yang melibatkan lembaga pembayar atau bank. Proses pembayaran non-tunai dapat dilakukan beberapa cara, diantaranya menggunakan cek atau giro, kartu kredit, kartu debit, maupun transfer dana antar-rekening.<sup>100</sup>

Dalam menjalankan aktivitas bisnis jual beli online yang telah diuraikan sebelumnya, terdapat aturan-aturan tak tertulis yang menjadi kaidah umum yang mengikat bagi sesama pelaku bisnis maupun dengan konsumen. Aturan atau kaidah tersebut biasa kita kenali atau kita sebut etika bisnis. Aturan main perdagangan Islam, yang menjelaskan berbagai etika yang harus dilakukan oleh para pedagang muslim dalam melaksanakan jual beli. Dan diharapkan dengan menggunakan dan

---

<sup>99</sup>Bonifasius Aji Kuswiratmo, *Memulai Usaha Itu Gampang (langkah-langkah hukum mendirikan badan usaha hingga mengelolanya)*, (Jakarta : Transmedia Pustaka, 2016), h.163.

<sup>100</sup>Bonifasius Aji Kuswiratmo, *Memulai Usaha Itu Gampang (langkah-langkah hukum mendirikan badan usaha hingga mengelolanya)*, h.164.

mematuhi etika perdagangan islam tersebut, suatu usaha perdagangan dan seorang muslim akan maju dan berkembang pesat lantaran selalu mendapat berkah Allah SWT, di dunia dan di akherat. Etika perdagangan Islam menjamin, baik pedagang maupun pembeli, masing-masing akan saling mendapat keuntungan.

Adapun etika perdagangan Islam tersebut antara lain<sup>101</sup>:

1) Shidiq (Jujur)

Seorang pedagang wajib berlaku jujur dalam melakukan usaha jual beli. Jujur dalam arti luas. Tidak berbohong, tidak menipu, tidak mengada-ngada fakta, tidak berkhianat, serta tidak pernah ingkar janji dan lain sebagainya. Dalam jual beli kejujuran adalah hal yang sangat mutlak, karena berbagai tindakan tidak jujur selain merupakan perbuatan yang jelas-jelas berdosa, jika biasa dilakukan dalam berdagang juga akan mewarnai dan berpengaruh negatif kepada kehidupan pribadi dan keluarga pedagang itu sendiri. Bahkan lebih jauh lagi, sikap dan tindakan yang seperti itu akan mewarnai dan mempengaruhi kehidupan bermasyarakat.

Dalam Al-Quran , keharusan bersikap jujur dalam berdagang, berniaga dan atau berjual beli, sudah diterangkan dengan sangat jelas dan tegas yang antara lain kejujuran tersebut di beberapa ayat dihubungkan dengan pelaksanaan timbangan.

---

<sup>101</sup>Izuddin Khatib At-Tamimi, *Bisnis Islami*, (Jakarta: Fikahati Aneska, 2004),h.89.

## 2. Amanah (TanggungJawab)

Setiap pedagang harus bertanggung jawab atas usaha, pekerjaan dan atau jabatan sebagai pedagang yang telah dipilihnya tersebut. Tanggung jawab di sini artinya, mau dan mampu menjaga amanah (kepercayaan) masyarakat yang memang secara otomatis terbeban di pundaknya.<sup>102</sup> Dengan demikian, kewajiban dan tanggung jawab para pedagang antara lain : menyediakan barang dan atau jasa kebutuhan masyarakat dengan harga yang wajar, jumlah yang cukup serta kegunaan dan manfaat yang memadai.

## 3. Tidak menipu

Dalam suatu hadist dinyatakan, sebaik-baik tempat adalah masjid dan seburuk-buruknya tempat adalah pasar (*Shohih Ibnu Hibban*). Hal ini lantaran pasar atau tempat di mana orang jual beli itu dianggap sebagai sebuah tempat yang didalamnya penuh dengan penipuan, sumpah palsu, janji palsu, keserakahan, keselesihan dan keburukan tingkah laku manusia lainnya. Oleh karena itu, Rosullulah SAW, selalu memperingatkan kepada para pedagang untuk tidak mengobral janji atau berpromosi secara berlebihan yang cenderung mengada-ngada, semata-mata agar barang dagangannya laris terjual, lantaran jika seorang pedagang berani bersumpah palsu, akibat yang akan menimpa dirinya hanyalah kerugian.

---

<sup>102</sup> Izuddin Khatib At-Tamimi, *Bisnis Islami*, h.91

#### 4. Menempati janji

Seorang pedagang juga dituntut untuk selalu menepati janjinya, baik kepada para pembeli maupun diantara sesama pedagang, terlebih lagi tentu saja, harus menepati janjinya kepada Allah SWT. Janji yang harus ditepai oleh para pedagang kepada para pembeli misalnya: tepat waktu, pengiriman, menyerahkan barang yang kualitasnya, kuantitasnya, warna, ukuran dan atau spesifikasinya sesuai dengan perjanjian semua, memberi layanan jual lagi, garansi dan lain sebagainya. Sedangkan janji yang harus ditepati dengan sesama para pedagang misalnya: pembayaran dengan jumlah dan waktu yang tepat.

Dengan demikian, sesibuk-sibuknya urusan dagang, urusan bisnis dan atau urusan jual beli yang sedang ditangani sebagai pedagang Muslim masih memberi waktu yang sangat luas kepada kita untuk mencari dan mendapatkan rejeki setelah sholat, yakni yang tercermin melalui perintah-Nya; “Bertebar di muka bumi dengan mengingat Allah SWT banyak-banyak supayaberuntung.”

#### 5. Murah hati

Dalam suatu hadist, Rosullullah SAW menganjurkan agar para pedagang selalu bermurah hati dalam melaksanakan jual beli. Murah hati dalam pengertian: ramah tamah, sopan santun, murah senyum, suka mengalah, namun tetap penuh tanggung jawab.

## 6. Tidak Melupakan Akhirat

Jual beli adalah perdagangan dunia sedangkan melaksanakan kewajiban Syariat Islam adalah perdagangan akhirat. Keuntungan akhirat pasti lebih utama dari pada keuntungan dunia. Maka para pedagang muslim sekali-kali tidak boleh terlalu menyibukkan dirinya semata-mata untuk mencari keuntungan materi dengan meninggalkan keuntungan akhirat. Sehingga jika datang waktu shalat, mereka wajib melaksanakannya sebelum habis waktunya.

Alangkah baiknya, jika mereka bergegas bersama-sama melaksanakan shalat berjamaah, ketika adzan telah dikumandangkan. Begitu pula dengan pelaksanaan kewajiban memenuhi rukun Islam yang lain. Sekali-kali seorang pedagang Muslim hendaknya tidak melalikan kewajiban agamanya dengan alasan kesibukan perdagangan.<sup>103</sup>

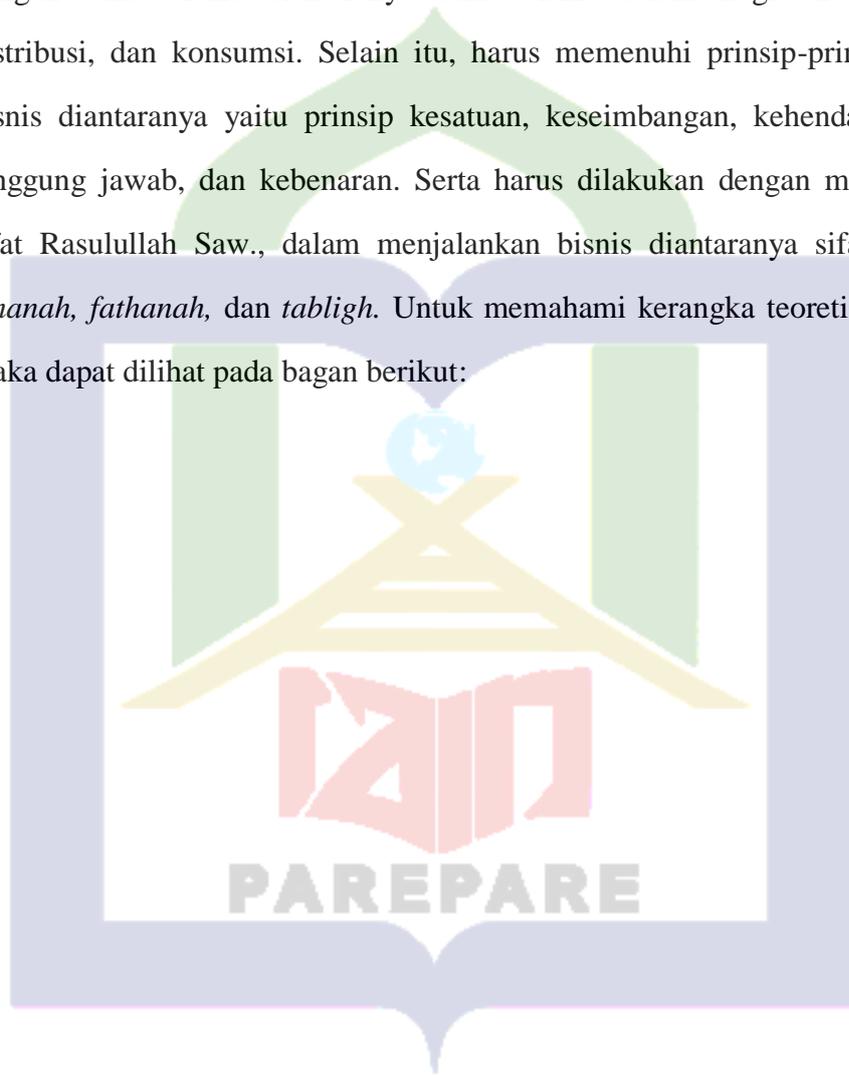
### C. *Bagan Kerangka Teoretis Penelitian*

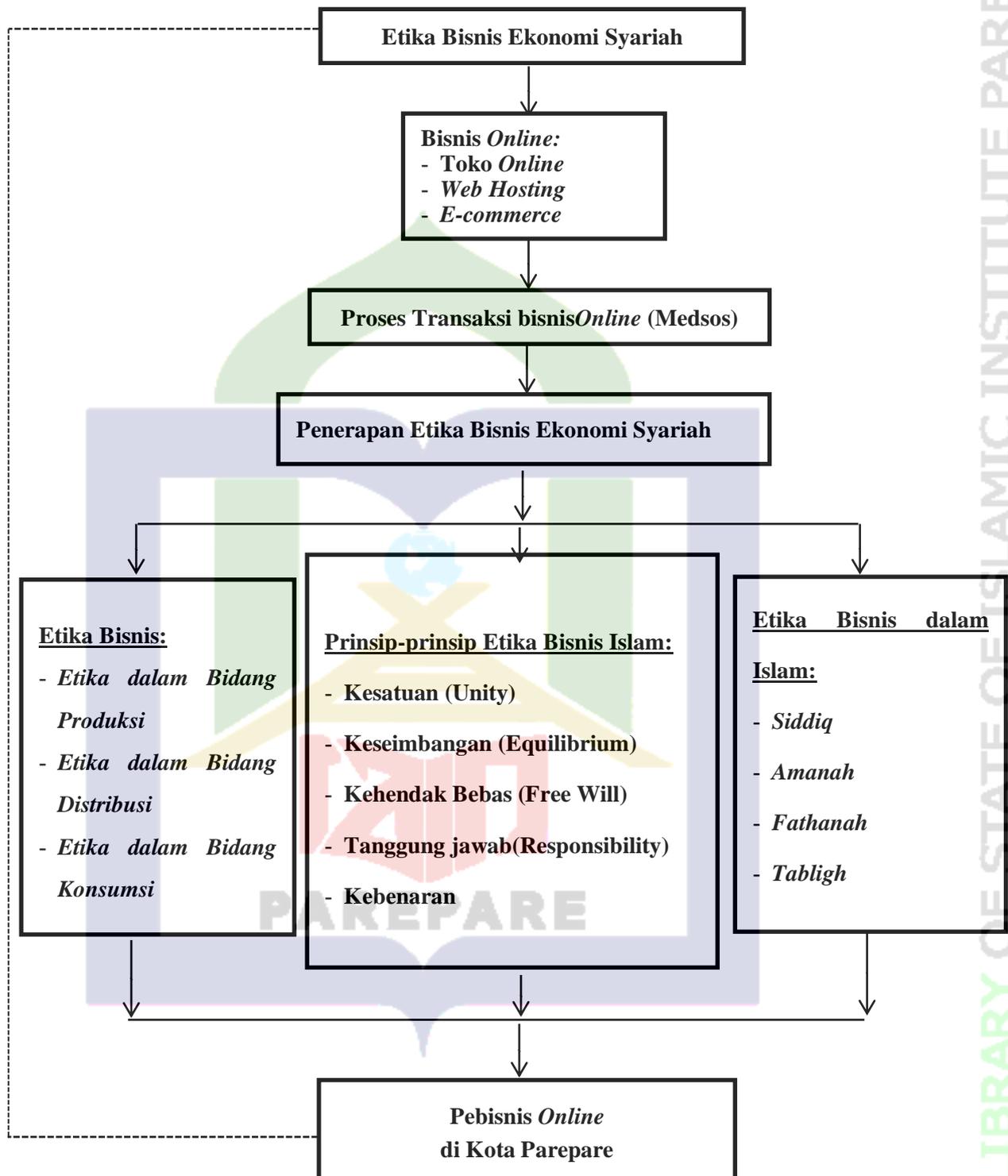
Objek utama dalam penelitian ini adalah bisnis *online*. Bentuk bisnis *online* ada tiga yaitu toko *online*, *web hosting*, dan *e-commerce*. Akan tetapi dalam penelitian ini, bentuk bisnis *online* yang akan diteliti yaitu bentuk bisnis *e-commerce*. Di mana bisnis yang akan diteliti ini adalah bisnis dalam model pemasaran *online* (melalui media sosial). Untuk mengetahui perilaku para pebisnis *online* di kota Parepare, peneliti akan menganalisa sejauh mana penerapan etika bisnis ekonomi syariah terhadap etika para pebisnis *online* di

<sup>103</sup> Izuddin Khatib At-Tamimi, *Bisnis Islami*, h.92

kota Parepare, maka dari itu dalam menjalankan bisnis *online* tidak terlepas dari etika bisnis.

Dengan kata lain, kegiatan bisnis *online* yang dilakukan harus sesuai dengan etika bisnis diantaranya etika bisnis dalam kegiatan produksi, distribusi, dan konsumsi. Selain itu, harus memenuhi prinsip-prinsip etika bisnis diantaranya yaitu prinsip kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebenaran. Serta harus dilakukan dengan meneladani sifat Rasulullah Saw., dalam menjalankan bisnis diantaranya sifat *siddiq*, *amanah*, *fathanah*, dan *tabligh*. Untuk memahami kerangka teoretis tersebut maka dapat dilihat pada bagan berikut:





## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian lapangan (*field research*), yakni meneliti peristiwa-peristiwa yang ada dilapangan sebagaimana adanya. Berdasarkan masalahnya, penelitian ini digolongkan sebagai penelitian deskriptif kualitatif,<sup>104</sup> dengan menggunakan pendekatan<sup>105</sup> Teologis Normatif dan Sosiologis.

##### 1. Pendekatan Teologis Normatif

Pendekatan teologis normatif, yaitu pendekatan yang digunakan dengan merujuk pada norma agama yang diyakini kebenarannya. Norma agama yang dimaksud peneliti adalah al-Qur'an dan hadis. Pendekatan ini digunakan karena penelitian ini ingin menyorot tentang etika bisnis dengan menggunakan konsep hukum Islam. Secara umum pendekatan ini bertujuan untuk mencari pembenaran dari suatu ajaran agama dan menemukan pemahaman atau pemikiran keagamaan yang lebih dapat dipertanggungjawabkan secara normatif idealistis terkait objek kajian dalam penelitian ini.<sup>106</sup>

##### 2. Pendekatan Sosiologis<sup>107</sup>.

---

<sup>104</sup>Sanafiah Faisal, *Format-format Penelitian Sosial* (Cet. IV; Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2003), h. 20.

<sup>105</sup>Pendekatan adalah cara pandang atau paradigma dalam suatu ilmu yang digunakan dalam memahami sesuatu. Lihat: Abuddin Nata, *Metodologi Studi Islam* (Cet. IX; Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2009), h. 28.

<sup>106</sup>Imam Suprayogo dan Tobroni, *Metodologi Penelitian Sosial-Agama* (Cet. I; Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001), h. 60.

<sup>107</sup>Sosiologi adalah ilmu yang menggambarkan tentang keadaan masyarakat lengkap dengan struktur, lapisan serta berbagai gejala sosial lainnya yang saling berkaitan. Dengan ilmu ini suatu fenomena sosial dapat dianalisis dengan faktor-faktor yang mendorong terjadinya

Pendekatan ini digunakan untuk mengetahui kondisi sosial masyarakat, baik yang terkait dengan perbuatan hukum, konsepsi, nilai, dan kebiasaan masyarakat dalam melakukan kegiatan bisnis atau perdagangan.

## B. Paradigma Penelitian

1. Pebisnis *online* banyak yang berdomisili di Kota Parepare mulai dari kalangan mahasiswa hingga ibu rumah tangga yang menawarkan dan menjual berbagai macam produk mulai dari makanan, pakaian, kosmetik, dan berbagai kebutuhan lainnya.
2. Banyaknya pebisnis *online* yang berdomisili di Kota Parepare memudahkan bagi peneliti untuk memperoleh data-data yang dibutuhkan dalam penelitian.

## C. Sumber Data Penelitian

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari sumber data primer dan sumber data sekunder.

### 1. Sumber data primer

Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari objek yang diteliti (narasumber).<sup>108</sup>Data tersebut diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi di lokasi penelitian. Sumber data primer dalam penelitian ini yaitu:

- a. Pebisnis *online*
- b. Pembeli/Konsumen

### 2. Sumber data sekunder

---

hubungan, mobilitas sosial serta keyakinan-keyakinan yang mendasari terjadinya proses tersebut. Lihat: Abuddin Nata, h. 39.

<sup>108</sup>Bagong Suyanto dan Sutinah, *Metode Penelitian Sosial*, Ed. I(Cet. III; Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007), h. 55.

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari dokumen-dokumen resmi, buku-buku yang berhubungan dengan objek penelitian, hasil penelitian dalam bentuk laporan, skripsi, tesis, disertasi, peraturan perundang-undangan, dan lain-lain.<sup>109</sup>Sumber data sekunder dalam penelitian ini yaitu berupa buku-buku ilmiah, jurnal terakreditasi, tesis serta disertasi yang berhubungan dengan objek penelitian.

#### D. Waktu dan Lokasi Penelitian

##### 1. Waktu Penelitian

Waktu yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu selama  $\pm 2$  bulan dengan berbagai tahapan, mulai dari pengurusan surat penelitian hingga selesainya tahap pengujian keabsahan data dalam penelitian.

##### 2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini yaitu di Kota Parepare. Pemilihan lokasi ini dikarenakan terdapat banyak pebisnis *online* yang berada di Kota Parepare sehingga memungkinkan peneliti untuk memperoleh data yang dibutuhkan selama dalam masa penelitian.

#### E. Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat dari teknik yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu sebagai berikut:

1. Pedoman observasi.
2. Pedoman wawancara.
3. Alat dokumentasi.

---

<sup>109</sup>Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum* (Jakarta: Sinar Grafika, 2011), h. 106.

## F. Tahapan Pengumpulan Data

1. Tahap persiapan
  - a. Persiapan surat izin penelitian.
  - b. Melakukan observasi awal lokasi.
  - c. Menyusun instrumen penelitian.
  - d. Menguji instrumen penelitian yang akan digunakan dalam penelitian.
2. Tahap pelaksanaan
  - a. Melakukan observasi lanjutan.
  - b. Melakukan wawancara kepada narasumber yang dijadikan sebagai sumber data.
  - c. Melakukan dokumentasi terkait dengan bukti penelitian.
3. Tahap akhir
  - a. Tahap pengumpulan data
  - b. Tahap reduksi data
  - c. Tahap penyajian data
  - d. Penarikan kesimpulan atau verifikasi data.<sup>110</sup>

Setiap tahap pengumpulan data dalam penelitian ini akan dilakukan secara sistematis dan berlangsung selama 2 bulan pada masa penelitian.

## G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik dalam mengumpulkan data dalam penelitian ini yaitu teknik *field research*. Teknik *field research* merupakan teknik yang digunakan untuk memperoleh data yang memuat apa yang didengar, dilihat, dialami dan dipikirkan peneliti pada saat melakukan penelitian di lapangan.<sup>111</sup> Teknik

---

<sup>110</sup>Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Parepare: Program Pascasarjana STAIN Parepare, 2015), h. 67-68.

<sup>111</sup>Sudarwan Danim, *Menjadi Peneliti Kualitatif* (Bandung: Pustaka Setia, 2002), h. 164.

pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

### 1. Observasi

Observasi adalah pengamatan yang dilakukan secara sengaja, sistematis mengenai fenomena sosial dengan gejala-gejala psikis untuk kemudian dilakukan pencatatan.<sup>112</sup> Dalam hal ini, peneliti akan mengamati secara langsung masalah-masalah yang berkaitan dengan apa yang menjadi permasalahan peneliti di lokasi penelitian yaitu proses pelaksanaan bisnis *online* yang dilakukan oleh pebisnis *online* di Kota Parepare sebagai narasumber.

### 2. Wawancara

Wawancara merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan mengungkapkan pertanyaan-pertanyaan pada para narasumber.<sup>113</sup> Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan wawancara dengan pihak-pihak yang terkait diantaranya pebisnis *online* dan pembeli/konsumen.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data berupa dokumen penting yang diperlukan untuk penelitian, seperti catatan, data arsip, serta cacatan lain yang berkaitan dengan obyek penelitian dilapangan.<sup>114</sup> Dokumentasi merupakan suatu cara pengumpulan data yang menghasilkan catatan-catatan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, sehingga akan diperoleh data yang lengkap, sah dan bukan

---

<sup>112</sup>Joko Subagyo, *Metode Penelitian (dalam Teori dan Praktek)* (Cet. IV; Jakarta: Rineka Cipta, 2004), h. 63.

<sup>113</sup>Joko Subagyo, *Metode Penelitian (dalam Teori dan Praktek)*..., h. 39.

<sup>114</sup>Mansyhuri dan Zainuddin, *Metode Penelitian (Pendekatan Praktis dan Aplikatif)* (Jakarta: Revika Aditama, 2008), h. 30.

berdasarkan perkiraan.<sup>115</sup> Dalam hal ini, peneliti akan mengumpulkan dokumen-dokumen yang terkait dengan permasalahan pada penelitian ini. Dokumen-dokumen yang akan peneliti kumpulkan diantaranya foto-foto transaksi dan testimoni pebisnis *online*, dan foto-foto bukti wawancara.

#### H. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

##### 1. Pengumpulan Data

Mengumpulkan data-data yang terkait dengan penelitian untuk menjawab permasalahan-permasalahan yang diajukan dalam rumusan masalah.

##### 2. Reduksi Data

- a. Mengumpulkan data dan informasi dari catatan hasil wawancara dan hasil observasi.
- b. Mencari hal-hal yang dianggap penting dari setiap aspek penelitian.

##### 3. Penyajian Data

- a. Membuat rangkuman secara deskriptif dan sistematis terkait dengan data-data yang didapatkan di lokasi penelitian.
- b. Memberikan makna setiap rangkuman tersebut dengan memperhatikan kesesuaian dengan fokus penelitian. Jika belum memadai maka dilakukan penelitian kembali ke lapangan untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan dan sesuai dengan alur penelitian.

##### 4. Penarikan kesimpulan atau verifikasi

Pada tahap ini, peneliti melakukan pengkajian tentang kesimpulan yang telah diambil dengan data pembanding teori tertentu, melakukan proses

---

<sup>115</sup>Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), h. 158.

pengecekan ulang mulai dari pelaksanaan wawancara, observasi dan dokumentasi, dan membuat kesimpulan umum untuk dilaporkan sebagai hasil dari penelitian yang telah dilakukan.

#### I. Teknik Pengujian Keabsahan Data

Teknik yang digunakan oleh peneliti untuk menganalisis data yang diperoleh adalah teknik triangulasi. Teknik triangulasi yaitu teknik yang menggunakan beberapa metode pengumpulan data dan analisis data sekaligus dalam sebuah penelitian, termasuk menggunakan informan sebagai alat uji keabsahan dan analisis hasil penelitian.<sup>116</sup> Penggunaan teknik analisis data triangulasi dengan asumsi bahwa informasi yang diperoleh peneliti melalui pengamatan akan lebih akurat apabila juga digunakan wawancara atau menggunakan bahan dokumentasi untuk mengoreksi keabsahan informasi yang telah diperoleh dengan kedua metode tersebut.

---

<sup>116</sup>Burhan Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif* (Cet. VIII; Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2012), h. 203.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Deskripsi Hasil Penelitian

##### 1. Proses Transaksi Bisnis *Online* Di Kota Parepare

Proses transaksi jual-beli *online* yang dilakukan oleh pebisnis merupakan serangkaian kegiatan atau tahapan yang dilakukan secara rutin oleh pebisnis dalam melakukan kegiatan jual-beli. Proses transaksi jual-beli menyangkut aktivitas yang dilakukan oleh pebisnis dimulai saat mempersiapkan semua kebutuhan dalam berjualan sampai selesai berjualan. Selain itu, menyangkut pula tentang proses dalam melakukan jual-beli hingga tercapainya kesepakatan untuk melakukan transaksi antara penjual dengan pembeli. Rutinitas yang dilakukan oleh pebisnis *online* sebelum memulai menjual yaitu memastikan kuota internet masih ada. Hal ini sebagaimana hasil wawancara peneliti dengan saudari Satriani sebagai berikut:

Sebelum memulai menjual pada pagi hari, hal yang harus dilakukan yaitu menyiapkan kuota internet dan memastikan kuota internet masih cukup untuk dipake berselancar di dunia maya.<sup>117</sup>

Aktivitas lain juga yang dilakukan oleh pebisnis adalah memastikan daya handphone dan jaringan yang mendukung untuk melancarkan aktivitas ekonominya dalam hal ini bertransaksi di internet melalui media online yang menggunakan Handphone. Sebagaimana hasil wawancara Ibu Samsinar sebagai berikut:

Sebelum memulai menjual pada pagi hari, pebisnis melakukan aktivitas yaitu memastikan daya handphone maksimal dan tentunya memastikan jaringan handphone konek diinternet untuk

<sup>117</sup>Satriani, "Pebisnis Online pakaian", Wawancara, Parepare, 04 November 2020

melancarkan segala aktivitas menjual.<sup>118</sup>

Kegiatan lain juga yang dilakukan oleh pebisnis online adalah menyiapkan barang dagangan yang akan dijual untuk dijual hari ini, menata dan merapikan barang dagangan sebaik mungkin agar barang dagangan yang lain tidak tercampur. Sebagaimana hasil wawancara dari saudara Andi Anto, sebagai berikut:

Kegiatan sebelum memulai menjual pada pagi hari yaitu mempersiapkan barang dagangan, menata dan merapikan barang dagangan hari ini yang akan dijual.<sup>119</sup>

Setelah memastikan kuota internet, daya *handphone* maximal, jaringan yang kuat dan mempersiapkan barang dagangan untuk dijual serta merapikan letak barang dagangannya, para pebisnis online memulai menjual barang dagangannya sesuai dengan caranya masing-masing. Dalam hal ini pebisnis online mayoritas memposting status barang jualan di masing-masing laman *facebook*, dan *story whatsapp*. Sebagaimana hasil wawancara peneliti dengan saudari Fitriani, sebagai berikut:

Setelah memastikan kuota internet masih ada, jaringan *handphone* kuat dan daya baterai maximal maka pebisnis memulai menjual pada pagi hari yaitu memposting jualan di laman *facebook* dan *story whatsapp*.<sup>120</sup>

Para Pebisnis *online* sebelum memposting barang dagangan, pebisnis menata letak barang dagangan semenarik mungkin agar pembeli tertarik melihat status barang dagangan pebisnis *online*, hal ini butuh sedikit keahlian mengambil posisi gambar barang dagangan. Dari sekian banyak hasil foto maka akan dipilih salah satu gambar yang jelas dan menarik.

<sup>118</sup>Samsinar, "Pebisnis Online Tas", Wawancara, Parepare, 05 November 2020

<sup>119</sup>Andi Anto, "Pebisnis Online Pakaian", Wawancara, Parepare, 04 November 2020.

<sup>120</sup>Fitriani, "Pebisnis Online sepatu", Wawancara, Parepare, 04 November 2020.

Sebagaimana hasil wawancara oleh saudara Rafsanjani, sebagai berikut:

Hal-hal yang harus diperhatikan sebelum memposting barang dagangan adalah menata barang dagangan semenarik mungkin dan ini membutuhkan waktu dan kreatifitas dalam menentukan gambar yang dipilih untuk diposting.<sup>121</sup>

Pebisnis juga memperhatikan tata bahasa. Kalimat yang digunakan jelas dan menarik sehingga barang dagangan cepat laku terjual. Tentunya pebisnis juga harus memiliki sistem promosi yang bagus dalam hal ini pebisnis memberi harga promo paketan yang lebih murah dibandingkan dengan harga satuan, pebisnis juga memberi kesempatan kepada pelanggan untuk dijual kembali dengan harga lebih murah meski harga jual sama dengan barang dagangannya. Sebagaimana hasil wawancara saudara Samsinar, sebagai berikut:

Pebisnis memilih gambar untuk diposting, kemudian menata kalimat yang jelas dan menarik. Pebisnis juga memberikan harga promo untuk paketan agar lebih ekonomis selain itu pebisnis memberikan harga lebih murah kepada para pelanggan untuk dijual kembali.<sup>122</sup>

Tingkat promosi Pebisnis online berbeda-beda, selain memposting gambar di laman *facebook* dan *story whatsapp*, pebisnis juga memiliki cara yang lain untuk memasarkan barang dagangannya yakni membuat vidio pendek dengan latar musik yang kekinian kemudian memposting hasil editan vidio barang dagangan. Sebagaimana hasil wawancara saudara Satriani, sebagai berikut:

Selain memposting gambar barang dagangan, pebisnis juga mengedit vidio dengan latar musik yang kekinian dan tentunya menarik.<sup>123</sup>

Pebisnis *online* juga melakukan promosi barang dagangan dan menjual dengan cara mengadakan siaran langsung di laman *facebook* dan ini

<sup>121</sup>Rafsanjani, “Pebisnis Online Ayam”, Wawancara, Parepare, 04 November 2020.

<sup>122</sup>Samsinar, “Pebisnis Online Tas”, Wawancara, Parepare, 05 November 2020

<sup>123</sup>Satriani, “Pebisnis Online Tas”, Wawancara, Parepare, 05 November 2020

cara yang sangat strategis mempromosikan barang dagangan ke publik.

Sebagaimana hasil wawancara saudara Samsinar, sebagai berikut:

Hal yang selama ini pebisnis lakukan dalam mempromosikan barang dagangan adalah mengadakan siaran langsung karena cara ini sangat efisien dan efektif untuk menjual barang dagangan pebisnis *online*.<sup>124</sup>

Promosi di laman *facebook* baik memposting photo, membuat video pendek dengan latar musik yang menarik dan mengadakan siaran langsung merupakan rutinitas tiap hari yang harus dilakukan oleh pebisnis *online* di kota Parepare untuk mengenalkan dan menjual barang dagangannya. Setelah aktivitas promosi yang dilakukan oleh pebisnis maka pebisnis akan melayani layanan berupa pertanyaan calon konsumen mengenai harga jual barang dagangan melalui kolom komentar dan untuk lebih serius lagi pebisnis mengarahkan lanjut di inbox. Hal ini sebagaimana hasil wawancara peneliti dengan saudara Satriani sebagai berikut:

Setelah selesai memposting barang jualan maka akan muncul notifikasi di layar *handphone* berupa pemberitahuan bahwa ada yang menyukai status jualan dan bertanya mengenai harga. Maka saya sangat senang melayani calon pembeli di kolom komentar *facebook* dan untuk memudahkan komunikasi maka berlanjut di *inbox*.<sup>125</sup>

Hal lain yang dilakukan oleh konsumen selain bertanya harga, konsumen juga akan bertanya mengenai kualitas dan spesifikasi barang dagangan pebisnis. Maka pebisnis akan sangat senang melayani pertanyaan konsumen dan mengarahkan konsumen untuk bertanya lebih detail lagi di *whatsapp*. Dalam hal ini pebisnis memberikan kenyamanan kepada pembeli agar lebih mudah dan leluasa bertanya mengenai masing-masing detail barang dagangan. Hal ini sebagaimana yang dikatakan oleh Ibu Samsinar sebagai berikut:

<sup>124</sup>Samsinar, "Pebisnis Online Tas", Wawancara, Parepare, 05 November 2020

<sup>125</sup>Satriani, "Pebisnis Online Tas", Wawancara, Parepare, 05 November 2020

Pebisnis sangat senang melayani pertanyaan para konsumen, ada yang bertanya tentang harga, kualitas barang dan spesifikasi barang dagangan, maka untuk lebih memudahkan informasi mengenai barang dagangan saya akan mengarahkan lanjut chat via *WhatsApp* (WA).<sup>126</sup>

Bagi pebisnis layanan inbox maupun *WhatsApp* memiliki kenyamanan tersendiri karena mampu membuat hubungan dengan konsumen komunikatif, konsumen diberi hak bertanya detail tiap masing-masing barang dagangan yang telah pebisnis posting di media sosial dalam hal ini *facebook*. Konsumen juga memiliki hak untuk menawar tiap barang yang dijual oleh pebisnis, maka pebisnis akan memberikan keringanan harga jika konsumen membeli barang lebih dari tiga buah barang yang sejenis atau pebisnis memberikan penawaran dengan harga paketan. Sebagaimana hasil wawancara saudara Fitriani, sebagai berikut:

Pebisnis sangat senang melayani pertanyaan para konsumen, untuk memberi kenyamanan konsumen, pebisnis mengalihkan pertanyaan lanjutan dengan via inbox dan WA agar pebisnis dan konsumen dapat berkomunikasi secara intens. Jika konsumen menawar barang dagangan pebisnis maka pebisnis memberi keringanan sedikit dengan cara konsumen harus membeli lebih dari tiga buah barang yang sejenis atau memberikan harga paketan.<sup>127</sup>

Konsumen yang tertarik untuk membeli barang yang dijual oleh pebisnis akan menanyakan harga barang dagangan yang dijual oleh pebisnis. Selain menanyakan harga barang, konsumen juga menanyakan mengenai kualitas barang yang dijual oleh pebisnis. Maka dari itu, sudah menjadi tugas pebisnis untuk menjelaskan tentang harga dan kualitas barang dagangannya. Hal inisebagaimana yang dikatakan oleh Saudara Andi Anto sebagai berikut:

Kualitas barang dagangan dijelaskan kepada konsumen apabila konsumen bertanya. Begitupula dengan harga, perlu dijelaskan

<sup>126</sup>Samsinar, "Pebisnis Online Pakian", Wawancara, Parepare, 05 November 2020

<sup>127</sup>Fitriani, "Pebisnis Online Tas", Wawancara, Parepare, 05 November 2020

kepada konsumen apabila ada konsumen yang bertanya. Apabila ada konsumen meminta harga kurang dari harga modal, maka akan diberikan jika sudah ada keuntungan dari harga yang diminta. Akan tetapi, jika belum ada keuntungan yang didapat maka harga yang diminta tidak akan diberikan.<sup>128</sup>

Selain yang dikatakan oleh informan tersebut, maka hal ini dikatakan pula oleh informan yaitu Ibu Fatma selaku penjual kosmetik sebagai berikut:

Harga dan kualitas barang dagangan dijelaskan sesuai dengan pertanyaan konsumen. konsumen kadang-kadang menanyakan tentang harga barang saja, jika konsumen tersebut sepakat dengan harga yang ditawarkan maka barang tersebut akan dibeli. Akan tetapi, apabila harga yang ditawarkan tidak disepakati maka barang tidak akan dibeli.<sup>129</sup>

Adapun informan yaitu Ibu Hasna selaku penjual buah-buahan mengatakan sebagai berikut:

Perlu dijelaskan kepada pembeli bahwa buah-buahan yang dijual adalah buah yang baru saja dibeli, akan tetapi untuk lebih meyakinkan pembeli maka diperbolehkan untuk memeriksanya sendiri. Selain itu, perlu pula dijelaskan tentang harga buah kepada pembeli, apabila pembeli menyepakati harga yang ditawarkan maka buah yang ditawarkan akan dibeli.<sup>130</sup>

Hal ini dikatakan pula oleh Ibu Tija sebagai berikut:

Jenis dan harga buah dijelaskan kepada pembeli, harga yang dijelaskan yaitu jika buah dibeli dengan harga 15.000 maka akan dijual dengan harga 20.000, kadang-kadang dijual dengan harga 25.000. Apabila ada yang meminta harga di bawah modal, maka akan diberitahu bahwa harga yang diminta tersebut tidak sampai harga modal, dan pembeli kadang-kadang ditawarkan untuk menambah nominal dari harga yang dimintanya. Jika pembeli bersedia untuk menambah maka permintaannya untuk membeli barang akan diterima.<sup>131</sup>

Setelah pebisnis menjelaskan tentang harga dan kualitas barang dagangannya maka akan terjadi proses tawar-menawar antara penjual dan pembeli, baik terkait dengan harga maupun terkait dengan jumlah barang yang akan diminta. Hal ini sebagaimana yang dikatakan oleh Ibu St.Hajrah sebagai berikut:

<sup>128</sup> Andi Anto, "Pebisnis Online Pakaian", Wawancara, Parepare, 05 November 2020

<sup>129</sup> Fatma, "Pebisnis Online Kosmetik", Wawancara, Parepare, 05 November 2020

<sup>130</sup> Hasna, "Pebisnis Online Buah-buahan", Wawancara, Parepare, 05 November 2020

<sup>131</sup> Ibu Tija, "Pebisnis Online Buah-buahan", Wawancara, Parepare, 05 November 2020

Pembeli sering menawar harga barang, selain itu banyak pula pembeli yang kadang-kadang meminta tambahan jumlah barang. Jika pebisnis merasa tidak rugi maka pembeli akan diberi tambahan, akan tetapi jika pebisnis merasa rugi atau tidak ada keuntungan yang diperoleh maka tidak akan diberi tambahan.<sup>132</sup>

Hal ini dikatakan pula oleh Ibu Andi Anti sebagai berikut:

Pembeli kadang-kadang menawar harga barang dan meminta ditambahkan atau dilebihkan jumlah barangnya. Biasanya diusahakan diberi tambahan jumlah barang yang harganya lebih murah sedikit dengan tujuan untuk mendapatkan langganan.<sup>133</sup>

Sistem transaksi pada bisnis online berbeda dengan bisnis offline, dimana bisnis *offline* itu, jika sudah terjadi tawar-menawar antara penjual dan pembeli kemudian menemukan harga kesepakatan maka terjadilah jual-beli dengan menggunakan sistem pembayaran tunai di tempat. Berbeda dengan bisnis *online*, sistem-sistem penjualan bisnis *online* dalam hal ini *E-commerce* memiliki beberapa model transaksi yang mudah, aman dan efektif. Di era yang semakin modern seperti sekarang orang-orang sudah lebih mudah menjalankan bisnisnya menggunakan sistem pembayaran online (*internet payment system*). Perkembangan teknologi yang semakin pesat dari waktu ke waktu tentunya menjadi alasan hadirnya berbagai kemudahan untuk melakukan transaksi atau *payment* antara konsumen dan pebisnis. Dengan adanya *online payment*, kini Anda tidak perlu lagi berlama-lama antri untuk melakukan pembayaran barang yang dibeli.

Metode pembayaran online yang mudah tentu akan menjadi pilihan semua orang yang ingin belanja online. Hal ini karena memilih sistem pembayaran *E-commerce* merupakan salah satu hal yang penting untuk para

<sup>132</sup>St.Hajrah, "Pebisnis Online Daster", Wawancara, Parepare 05 November 2020.

<sup>133</sup>Andi Anti, "Pebisnis Online sabu n laundry", Wawancara, Parepare 05 November 2020.

start-up bisnis di dunia digital. Bahkan sematang apa pun rencana bisnis yang sudah dipersiapkan, semua transaksi jual beli bisa terhambat jika pebisnis salah memilih sistem pembayaran *E-commerce*. Maka pebisnis online harus memilih sistem pembayaran yang tepat.

Memiliki bisnis online, tentunya sudah paham dengan persaingan yang semakin berat. Salah satu cara yang bisa dilakukan untuk meyakinkan pelanggan adalah dengan adanya metode pembayaran yang mudah dan aman. Persaingan yang semakin ketat dalam *E-commerce* tentunya mendesak pebisnis untuk menggunakan sistem pembayaran terbaik, salah satu tujuannya adalah agar para customer nanti mendapatkan kenyamanan dalam transaksi. Sistem *payment online* merupakan layanan transaksi dan pembayaran yang dilakukan secara online atau berbasis server. Dengan menggunakan transaksi pembayaran secara online, maka transaksi yang dilakukan akan lebih aman dan nyaman. Seiring kemunculan bisnis online pada dasarnya bertujuan untuk mempermudah pebisnis online untuk melakukan transaksi jual dan beli. Maka dari itu, metode pembayaran yang digunakan seharusnya juga mempermudah proses transaksi tersebut. Saat ini proses pembayaran berbasis online lebih banyak diminati jika dibandingkan dengan sistem pembayaran yang biasa dilakukan secara langsung. Setiap transaksi yang dilakukan saat belanja online tentunya memiliki keunggulan tersendiri. Seperti halnya jika pebisnis memilih metode pembayaran secara online. Berikut beberapa keuntungan yang didapat saat memilih pembayaran secara online;

1. Sistem pembayaran online lebih memenuhi kebutuhan pebisnis dalam memilih metode payment yang diinginkan, dimana internet payment system sudah menyediakan berbagai opsi pembayaran selama pebisnis akan melakukan transaksi.
2. Semua transaksi dan *payment* yang dilakukan ketika berbelanja secara online tentunya bisa dilakukan dalam waktu yang lebih cepat, efektif dan tidak perlu ikut antri panjang yang nantinya hanya akan buang-buang waktu saja.
3. Layanan dengan sistem pembayaran online tentunya lebih meminimalisir terjadinya tindak kejahatan yang banyak terjadi dalam sistem pembayaran tunai. Dengan begitu transaksi dan pembayaran yang dilakukan akan lebih aman dan nyaman.
4. Pebisnis tidak perlu memiliki kartu kredit ataupun semacamnya karena dengan metode pembayaran secara online, pebisnis sudah bisa melakukan transaksi dengan lebih mudah dan praktis melalui handphone.

Di antara sekian banyak jenis transaksi pembayaran pada bisnis online, berikut ini beberapa metode pembayaran yang paling sering digunakan ;

a. Melalui transfer bank

Metode pembayaran online pertama yang paling sering digunakan adalah transfer bank. Pebisnis bisa melakukannya melalui mobile banking, internet banking, dan ATM. Bisa dibayangkan, metode ini

tergolong cara lama yang masih digunakan hingga sekarang. Dengan menggunakan metode transfer via bank, tentunya hal ini tidak tergerus oleh keberadaan alat pembayaran online karena mereka dinilai aman dan praktis untuk dilakukan. Selain itu, cara ini juga paling familiar karena sudah dikenal oleh banyak orang dari berbagai kalangan.

b. Kartu kredit

Kartu kredit masih menjadi salah satu metode pembayaran online yang disukai banyak orang. Dengan kartu kredit, pebisnis dan konsumen bisa berbelanja apa saja baik di dalam maupun luar negeri. Bahkan toko online dalam dan luar negeri juga memasukkan kartu kredit sebagai salah satu metode pembayaran sehingga, banyak orang menyukainya dan menggunakannya.

c. *Paypal*

Jika ingin bertransaksi di luar negeri, maka paypal menjadi sarana pembayaran yang telah populer sejak dulu dan bisa menjadi pilihan. Paypal juga tergolong sebagai salah satu metode pembayaran selain kartu kredit yang disukai oleh banyak orang. Ada juga beberapa toko lokal yang juga menggunakan paypal sebagai salah satu metode pembayaran yang bisa digunakan. Hal ini tentunya sangat memudahkan orang-orang dalam bertransaksi sehingga belanja online akan lebih mudah.

d. Melalui rekening bersama

Jenis pembayaran yang kian berkembang ini punya tujuan untuk sama-sama melindungi penjual dan pembeli. Metode ini berkembang, seiring dengan munculnya transaksi jual beli di marketplace online. Rekening bersama ini nantinya akan melibatkan pihak ketiga yang bertujuan untuk menahan dana hingga transaksi selesai dilakukan dan barang sampai dari tangan penjual ke pembeli secara utuh. Ketika barang sudah sampai, pembeli wajib melakukan konfirmasi agar dana segera dilepaskan kepada penjual.

e. *E-Wallet*

Metode pembayaran yang satu ini tentunya sudah tidak asing lagi. Meski masih ada keterbatasan layanan pembayaran hanya dan hanya di merchant tertentu yang bekerjasama, namun ke depannya prospek e-wallet dapat berkembang lebih jauh sebagai alat pembayaran online. Beberapa e-wallet yang dikenal seperti Go-pay dari Gojek, T-Cash dari Telkomsel, dan Ovo, bisa digunakan untuk menyimpan uang dalam bentuk digital dan siap untuk digunakan bertransaksi secara online. Beberapa marketplace bahkan sudah bekerjasama dengan layanan pembayaran melalui e-wallet.<sup>134</sup>

---

<sup>134</sup> <http://www.etcheabakery.com/jenis-metode-pembayaran-dalam-transaksi-online/>

diakses pada tanggal 06 November 2020.

f. *Cash On Delivery*

*Cash on delivery* merupakan salah satu cara yang paling konvensional yang banyak digunakan di Indonesia. Dalam cara ini, penjual dan pembeli bertatap muka secara langsung dan pembeli akan menyerahkan uangnya. Umumnya barang atau jasa yang nantinya akan dibeli juga ditransaksikan langsung kecuali bila pesanan. Metode seperti ini menjadi cara yang kurang efektif tetapi akan lebih aman bila dibandingkan dengan metode lainnya. Oleh sebab itu hingga saat ini masih banyak orang yang melakukan metode ini. Salah satu kelemahan utama dari *cash on delivery* adalah bila tempat penjual dan pembeli lokasinya jauh penggunaan metode ini tidak efektif diterapkan.

g. *Pre Order*

*Pre order* jika diartikan secara bahasa adalah memesan terlebih dahulu, sehingga sistem jual beli ini dilakukan dengan cara pembeli memesan terlebih dahulu dengan cara memberi uang muka, jika sudah fiks diberi uang muka baru penjual memproses permintaannya.

h. *Private message*

PM atau pesan pribadi adalah perbincangan pribadi antara penjual dan pembeli yang membicarakan mengenai barang yang akan diperjualbelikan. Pada pesan pribadi, penjual dan pembeli biasanya

membahas tentang kualitas barang, kelengkapan, kelebihan, dan potongan harga.

i. *Plug and Play*

*Plug and play* berarti barang yang diperjual belikan dapat langsung dipergunakan setelah proses transaksi. Sistem ini dimaksudkan agar pembeli dapat langsung mencoba barang yang baru dibelinya dan meminimalisir penipuan yang dapat dilakukan oleh penjual.

j. *Down Payment*

Di Indonesia sendiri DP dikenal dengan uang muka. Pemberian uang muka sering dilakukan sebagai penegasan bahwa barang yang dijual benar-benar akan dibeli oleh calon konsumen.<sup>135</sup>

Sistem transaksi jual beli yang dilakukan oleh para pebisnis online di kota Parepare adalah sistem *Cash On Delivery* (COD), *Pre Order* (PO), *Private Message* (PM), *Plug and Play* (PnP), dan *Down Payment* (DP). Hal ini sesuai hasil wawancara dari saudari Hajriana sebagai penjual cemilan, yang sebagian pelanggannya melakukan sistem COD. Sistem COD atau *cash on delivery* adalah sistem di mana uang akan dibayarkan pembeli kepada penjual saat barang sudah diterima. Sehingga pada sistem ini pembeli dan penjual akan bertemu tatap muka secara langsung di tempat yang sudah disepakati.

---

<sup>135</sup> <https://blog.jejualan.com/5-jenis-metode-pembayaran-untuk-bisnis-online>. diakses pada tanggal 06 November 2020.

Pelanggan sering melakukan sistem COD, jadi pebisnis akan membawakan camilan pesanan setelah mengetahui alamat yang diberikan.<sup>136</sup>

Hal yang sama juga dikatakan oleh saudari Satriani sebagai berikut:

Pembeli yang memesan barang dagangan sering melakukan sistem COD, kemudian pebisnis dan konsumen akan menyepakati waktu dan tempat bertemu.<sup>137</sup>

Selain sistem COD, sistem PO, sistem PM, Sistem PnP dan sistem DP itu merupakan sistem yang disering dilakukan oleh pelanggan karena masing-masing konsumen tingkat daya beli dan pemasukannya tidak seimbang jadi untuk mensiasati itu maka konsumen harus cermat memilih sistem transaksi bisnis online yang sesuai dengan kemampuannya. Hal ini sesuai hasil wawancara saudari Samsinar sebagai penjual pakaian, sebagai berikut:

Pelanggan bervariasi melakukan sistem transaksi ada yang COD, PO, PM, PnP dan DP, konsumen memilih sistem yang menurutnya sesuai kemampuan.<sup>138</sup>

Cara pendistribusian pesanan para konsumen yang telah dipacking adalah memakai jasa kurir dalam hal ini konsumen membayar ongkos kirim. Kurir dalam bahasa Inggris adalah *Courier* atau jasa ekspedisi maksudnya adalah perusahaan atau perorangan yang bertugas mengirim pesan, paket dalam jumlah kecil hingga sedang, atau surat yang dari tempat yang satu ke tempat yang lain menggunakan jalur darat, laut dan udara. Di Kota Parepare sendiri jasa kurir bisa kita temukan pada perusahaan J&T express, JNE dan kantor pos, akan tetapi jika jarak tempuh dekat maka pebisnis akan menggunakan jasa pengantaran dari orang terdekatnya atau

<sup>136</sup>Hajriana, "Pebisnis Online Cemilan", Wawancara, Parepare, 05 November 2020.

<sup>137</sup>Satriani, "Pebisnis Online Pakaian", Wawancara, Parepare, 05 November 2020.

<sup>138</sup>Samsinar, "Pebisnis Online Pakaian", Wawancara, Parepare, 05 November 2020.

mengantar sendiri barang dagangannya yang sudah laku. Hal ini sesuai hasil wawancara dari ibu st. Hajrah sebagai penjual Daster, sebagai berikut:

Ketika barang dagangan sudah laku maka pebisnis akan mempacking dan mengirimkan barang tersebut sesuai alamat. Jika alamat yang dituju diluar parepare maka pebisnis menggunakan jasa kurir yakni JNE,J&T dan kantor pos akan tetapi jika alamat masih diwilayah dekat maka pebisnis memakai jasa kurir orang terdekat.<sup>139</sup>

Hal yang sama juga dikatakan oleh saudara rafsanjani sebagai berikut:

Untuk mengirim pesanan para pelanggan yang masih berada di wilayah kota parepare maka pebisnismengantar sendiri, hal ini mampu meminimalisir pengeluaran para pelanggan.<sup>140</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tersebut maka dapat dideskripsikan bahwa rutinitas yang dilakukan oleh para pebisnis *online* di kota Parepare adalah memastikan kuota internet di *handphone* masih ada, daya *handphone* maksimal dan memeriksa jaringan yang kuat agar berselancar di dunia maya lebih mudah. Pebisnis kembali menata ulang dengan rapi agar hasil tangkapan kamera *handphone* lebih jelas dan menarik untuk diposting di laman *facebook* dan story *whatsaap* masing-masing pebisnis *online*. Konsumen yang tertarik akan menyakan harga maupun spesifikasi secara detail pada tiap barang dagangan, pebisnis akan dengan sigap memberikan informasi mengenai barang dagangan tentunya melalui *via inbox* dan *via WhatsApp* agar konsumen dan pebisnis mampu membangun komunikasi yang baik dan konsumen bisa menawar barang yang akan dibeli. Ketika konsumen menawar barang dagangan pebisnis online maka pebisnis akan

<sup>139</sup>St. Hajrah, "Pebisnis Online Daster", Wawancara, Parepare, 05 November 2020.

<sup>140</sup>Rafsanjani "Pebisnis Online Ayam", Wawancara, Parepare, 05 November 2020.

memberikan harga yang lebih ekonomis yakni harga paketan, dan potongan harga jika pembeli membeli tiga buah barang dagangan yang sejenis. selain itu pebisnis juga memberikan kesempatan pada pelanggannya untuk dijual kembali dengan harga jual yang sama dengan pebisnis tersebut.

Sistem pembayaran yang dilakukan pebisnis online di Kota Parepare dengan konsumen ada lima yakni sistem *cash on delivery* (COD), yaitu sistem di mana uang akan dibayarkan pembeli kepada penjual saat barang sudah diterima. Sehingga pada sistem ini pembeli dan penjual akan bertemu tatap muka secara langsung di tempat yang sudah disepakati, sistem *pre orde*(PO), yaitu memesan terlebih dahulu, sehingga sistem jual beli ini dilakukan dengan cara pembeli memesan terlebih dahulu dengan cara memberi uang muka, jika sudah fiks diberi uang muka baru penjual memproses permintaannya. Sistem *private message* (PM) atau pesan pribadi adalah perbincangan pribadi antara penjual dan pembeli yang membicarakan mengenai barang yang akan diperjualbelikan. Pada pesan pribadi, penjual dan pembeli biasanya membahas tentang kualitas barang, kelengkapan, kelebihan, dan potongan harga, sistem *Plug and play* (Pnp), berarti barang yang diperjual belikan dapat langsung dipergunakan setelah proses transaksi. Sistem ini dimaksudkan agar pembeli dapat langsung mencoba barang yang baru dibelinya dan meminimalisir penipuan yang dapat dilakukan oleh penjual. Sistem *Down Payment* (DP), Di Indonesia sendiri DP dikenal dengan uang muka. Pemberian uang muka sering dilakukan

sebagai penegasan bahwa barang yang dijual benar-benar akan dibeli oleh calon konsumen.

Pendistribusian yang dipilih oleh para pebisnis online di kota Parepare adalah jasa kurir, Jasa kurir dalam hal ini konsumen membayar ongkos kirim. Kurir dalam bahasa Inggris adalah *Courier* atau jasa ekspedisi maksudnya adalah perusahaan atau perorangan yang bertugas mengirim pesan, paket dalam jumlah kecil hingga sedang, atau surat yang dari tempat yang satu ke tempat yang lain menggunakan jalur darat, laut dan udara. Di Kota Parepare sendiri jasa kurir bisa kita temukan pada perusahaan J&T express, JNE dan kantor pos, akan tetapi jika jarak tempuh dekat maka pebisnis akan menggunakan jasa pengantaran dari orang terdekatnya atau mengantar sendiri barang dagangannya yang sudah laku.

## **2. Penerapan Etika Bisnis Ekonomi Syariah terhadap Pebisnis Online di Kota Parepare.**

Pebisnis dalam melakukan transaksi jual-beli online diharapkan menjual barang dagangan yang baik dan halal, berasal dari tempat yang baik dan halal, dan didapatkan dengan cara yang baik dan halal. Para pebisnis online makanan di kota Parepare menjual barang yang baik dan halal karena barang yang dijual adalah berbagai jenis makanan yang diolah sendiri dan bahan-bahannya menggunakan bahan makanan fresh, bersih dan tentunya halal. Hal ini sebagaimana yang dikatakan oleh Ibu Rezky sebagai berikut:

Jenis makanan yang saya jual adalah kapurung, sup ubi ceker dan jalangkote, tentunya saya yang olah sendiri dengan bahan yang masih

fresh, bersih dan halal.<sup>141</sup>

Hal ini dikatakan pula oleh informan lain selaku penjual donat yaitu Ibu Eka sebagai berikut:

Pengolahan donat yang saya olah menggunakan bahan yang baik dan halal serta cara pengolahannya betul-betul memperhatikan protokol kesehatan. Yakni senantiasanya mencuci tangan sampai bersih dan tentunya saya memakai masker pada saat mengolah dan memberikan pesanan donat yang sudah laku kepada pelanggan, saya tetap memakai masker.<sup>142</sup>

Adapun untuk pebisnis online buah-buahan, barang yang dijual adalah berbagai jenis buah-buahan yang baik dan halal. Hal ini sebagaimana yang dikatakan oleh Ibu Anti sebagai berikut:

Buah-buahan yang dijual adalah buah kelapa, buah rambutan, apel, pir, anggur dan buah langsung.<sup>143</sup>

Hasil wawancara dari Ibu Lia sebagai berikut:

Buah-buahan yang dijual adalah buah Semangka saja.<sup>144</sup>

Sementara Bapak Umar selaku informan juga mengatakan sebagai berikut:

Jenis buah-buahan yang dijual yaitu buah apel dan juga buah jeruk.<sup>145</sup>

Pebisnis online Pakaian juga tentunya menjual barang dagangan yang baik dan halal, pebisnis pakaian menjual semua kebutuhan para pelanggan mulai dari pakaian untuk bayi sampai orang dewasa. Hal ini sebagaimana yang dikatakan oleh saudara Satriani sebagai berikut:

Pakaian yang saya jual adalah berdasarkan pesanan pakaian para pelanggan ada yang memesan pakaian bayi dan orang dewasa.<sup>146</sup>

<sup>141</sup>Rezky, "Pebisnis Online Makanan", Wawancara, Parepare 05 November 2020

<sup>142</sup>Eka, "Pebisnis Online Makanan", Wawancara, Parepare 05 November 2020

<sup>143</sup>Anti, "Pebisnis Online Buah-buahan", Wawancara, 06 November 2020.

<sup>144</sup>Lia, "Pebisnis Online Buah-buahan", Wawancara, 06 November 2020

<sup>145</sup>Umar, "Pebisnis Online Buah-buahan", Wawancara, 06 November 2020

<sup>146</sup>Satriani, "Pebisnis Online Pakaian", Wawancara, 06 November 2020

Hal yang sama juga dikatakan oleh saudari Samsinar selaku pebisnis Online pakaian bahwa:

Barang dagangan yang saya jual berupa pakaian selain baik tentunya juga saya harus melihat kondisi pakaian yang saya tawarkan apakah tidak ada cacatnya kalau sekiranya ada cacatnya maka saya akan cancel.<sup>147</sup>

Pebisnis online Kosmetik juga menjual kosmetik yang beragam, ada yang olahan dari pabrik dan olahan dari rumahan. Kosmetik yang dijual tentunya berbahan yang aman selain ada izin dari Badan Pengelolaan Obat dan Makanan (BPOM), pebisnis juga memperhatikan label halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI). Hal ini berdasarkan hasil wawancara dari saudara Fatmawati sebagai berikut:

Barang dagangan yang saya jual berupa kosmetik baik olahan dari pabrik maupun rumahan harus ada label dari BPOM dan label MUI.<sup>148</sup>

Adapun hasil wawancara dari saudari Fatma selaku pebisnis online Kosmetik sebagai berikut:

Barang dagangan yang saya jual berupa kosmetik itu harus jelas pabrik dan perusahaannya jadi pelanggan yang memakai tidak perlu risau lagi akan keamanan bahannya dan saya pribadi tidak takut lagi memasarkan produknya.<sup>149</sup>

Para pebisnis online makanan memperoleh bahan makanan dari sumber dan tempat yang baik dan halal, dan juga diperoleh dengan cara yang baik dan halal. Hal itu disebabkan bahwa bahan makanan yang diolah oleh pebisnis sebagian ditanam langsung, dibeli secara langsung di kebun, dibeli secara langsung di pasar dan dibeli secara online pada pebisnis lain.

Sebagaimana yang dikatakan oleh Ibu Resky sebagai berikut:

Sebagian bahan makanan yang diolah adalah bahan yang saya tanam sendiri yakni ubi kayu dan bahan makanan yang lainnya dibeli pada

<sup>147</sup>Samsinar "Pebisnis Online Pakaian", Wawancara, 06 November 2020

<sup>148</sup>fatmawati "Pebisnis Online Pakaian", Wawancara, 06 November 2020

<sup>149</sup>Fatma, "Pebisnis Online Pakaian", Wawancara, 06 November 2020

pedagang di pasar, dan juga pebisnis online yang menjual bahan makanan yang dibutuhkan.<sup>150</sup>

Hal ini dikatakan pula oleh Ibu Eka sebagai berikut:

Bahan-bahan donat yang saya butuhkan dibeli langsung dari pedagang di pasar.<sup>151</sup>

Adapun untuk pebisnis online buah-buahan, buah dijual adalah buah yang sebagian ditanam dan diperoleh secara langsung dari pekebun. Hal ini sebagaimana yang dikatakan oleh Ibu Anti sebagai berikut:

Buah-buahan yang dijual yaitu buah-buahan yang dibeli dan diambil secara langsung dari pekebun yang ada di daerah Suppa kabupaten Pinrang dan siwa.<sup>146</sup>

Hal ini dikatakan pula oleh Lia sebagai berikut:

Buah-buahan yang saya jual adalah semangka jadi saya tidak beli dari pedagang karena saya menanam langsung di kebun.<sup>152</sup>

Selain itu, adapula pebisnis yang memperoleh barang dagangannya melalui supplier yang dikirim melalui ekspedisi. Hal ini sebagaimana yang dikatakan oleh Ibu Anti sebagai berikut:

Buah-buahan yang dijual ini dibeli secara langsung dari supplier akan tetapi barangnya dikirim melalui ekspedisi dari Mamuju, Barru, dan Makassar.<sup>153</sup>

Hal ini dikatakan pula oleh informan lain yaitu Bapak Umar sebagai berikut:

Barang dagangan dibeli langsung dari supplier dan dikirim melalui ekspedisi.<sup>154</sup>

Bagi pebisnis yang tidak dapat membeli secara langsung dari pekebun maupun supplier, maka pebisnis akan membeli buah-buahan pedagang lain yang ada di Pasar kemudian dijual kembali. Hal ini sebagaimana yang dikatakan oleh Ibu Anti sebagai berikut:

<sup>150</sup> Rezky, "Pebisnis Online Makanan", Wawancara, Parepare 05 November.2020

<sup>151</sup> Eka, "Pebisnis Online Makanan", Wawancara, Parepare 05 November.2020

<sup>152</sup> Lia, "Pebisnis Online Buah-buahan", Wawancara, 06 November 2020

<sup>153</sup> Anti, "Pebisnis Online Buah-buahan", Wawancara, 06 November 2020

<sup>154</sup> Umar, "Pebisnis Online Buah-buahan", Wawancara, 06 November 2020

Buah-buahan dibeli secara langsung pada pedagang yang ada di Pasar-pasar kemudian dijual kembali.<sup>155</sup>

Adapun Pebisnis online pakaian cara mendapatkan barang dagangan adalah produk sendiri, membeli produk dari orang lain kemudian menjualnya lagi dalam hal ini supplier dan menggunakan sistem dropship yakni mengambil produk dari orang lain tanpa perlu punya stok barang dagangan. Barang dagangan yang dibeli oleh pebisnis pakaian ke supplier akan dikirim lewat ekspedisi karena berasal dari kota Bandung, Surabaya dan Jakarta. Hal ini sebagaimana yang telah dikatakan Samsinar sebagai berikut:

Barang dagangan berupa pakaian dibeli langsung dari supplier akan tetapi dikirim melalui ekspedisi.<sup>156</sup>

Hal yang sama juga dikatakan oleh saudari Satriani:

Sistem dropship merupakan cara mengambil barang tanpa harus menyetok barang nanti ada pesanan baru diproses.<sup>157</sup>

Bagi pebisnis yang tidak dapat membeli secara langsung dari supplier, maka pebisnis akan membeli barang pada pedagang lain yang ada di Pasar kota Makassar kemudian dijual kembali. Hal ini sebagaimana yang dikatakan oleh Andi Anto sebagai berikut:

Barang dagangan dibeli secara langsung pada pedagang yang ada di Pasar kota Makassar kemudian dijual kembali di laman Facebook.<sup>158</sup>

Pebisnis online kosmetik mendapatkan barang dari toko online atau online shop, baik produk pabrik maupun rumahan. Pebisnis kosmetik

<sup>155</sup> Anti, "Pebisnis Online Buah-buahan", Wawancara, 06 November 2020

<sup>156</sup> Samsinar, "Pebisnis Online Pakaian", Wawancara, 06 November 2020

<sup>157</sup> Satriani, "Pebisnis Online Pakaian", Wawancara, 06 November 2020

<sup>158</sup> Andi Anto, "Pebisnis Online Pakaian", Wawancara, 06 November 2020

menjadi reseller tidak perlu untuk memproduksi suatu barang dan tidak perlu mengurus stok barang cukup memposting produk nanti ada pesanan baru diproses dan sistem ini sangat mudah karena tidak membutuhkan modal yang besar. Hal ini sebagaimana yang dikatakan oleh saudari Fatmawati, sebagai berikut:

Sistem reseller merupakan cara mengambil barang dari toko online tanpa harus menyetok barang nanti ada pesanan baru diproses.<sup>159</sup>

Hal yang sama juga dikatakan oleh saudari Fatma sebagai berikut:

Sistem reseller paling mudah dijalankan karena tanpa harus mengeluarkan modal besar.<sup>160</sup>

Selain menjual barang dagangan yang baik dan halal, berasal dari tempat yang baik dan halal, dan diperoleh dengan cara yang baik dan halal, segala sesuatu yang pebisnis online lakukan juga harus memiliki tujuan yang baik dan halal. Terkait dengan hal tersebut, para pebisnis online makanan berbisnis dengan tujuan untuk mencari keuntungan agar usahanya dapat dikembangkan lagi, dan juga untuk kebutuhan sehari-hari dan masa depan anak-anaknya. Hal ini sebagaimana yang dikatakan oleh Ibu Resky sebagai berikut:

Tujuan utama berbisnis tentunya mencari keuntungan. Selain itu, untuk belanja keperluan sehari-hari, dan juga kebutuhan anak-anak.<sup>161</sup>

Hal ini dikatakan pula oleh informan lain yaitu Ibu Eka sebagai berikut:

Tujuan dalam berbisnis online yaitu untuk memenuhi kebutuhan pokok, dan untuk ditabung sehingga hasilnya dapat digunakan untuk mengembangkan usaha.<sup>162</sup>

Sedangkan pebisnis online buah-buahan sama halnya dengan

<sup>159</sup>Fatmawati, "Pebisnis Online Kosmetik", Wawancara, 06 November 2020

<sup>160</sup>Fatma, "Pebisnis Online Kosmetik", Wawancara, 06 November 2020

<sup>161</sup>Rezky, "Pebisnis Online Makanan", Wawancara, Parepare 06 November 2020

<sup>162</sup>Eka, "Pebisnis Online Makanan", Wawancara, Parepare 06 November 2020

pebisnis online makanan mereka pada umumnya menjual di media sosial dengan tujuan mendapat keuntungan untuk menambah modal, belanja kebutuhan sehari-hari dan untuk sekolah anak-anak mereka. Hal ini sebagaimana yang dikatakan oleh Ibu Anti sebagai berikut:

Tujuan dari berbisnis yaitu untuk memenuhi kebutuhan makanan sehari-hari dan kebutuhan lainnya.<sup>163</sup>

Hasil wawancara dari informan Bapak Umar sebagai berikut:

Tujuan berbisnis online yaitu untuk menambah penghasilan, dan untuk kebutuhan pokok keluarga.<sup>164</sup>

Hal ini dikatakan pula oleh informan lain yaitu Ibu Lia sebagai berikut:

Tujuan dalam berbisnis yaitu untuk membeli makanan atau kebutuhan pokok lainnya, dan untuk ditabung sehingga hasilnya dapat digunakan untuk mengembangkan usaha.<sup>165</sup>

Adapun pebisnis online pakaian dan kosmetik, tujuan utama dalam berbisnis yaitu ingin mendapat keuntungan, memberi manfaat dan menyambung silaturahmi antar sesama manusia. Jadi bukan keuntungan materi saja yang dicari tapi keberkahan hidup di dunia juga perlu dicari.

Hal ini sebagaimana hasil wawancara oleh saudari Satriani sebagai berikut:

Adapun tujuan utama berbisnis online ingin mendapatkan keuntungan dan menyambung silaturahmi antar sesama pembeli maupun pebisnis yang lain.<sup>166</sup>

Hal yang sama juga dikatakan oleh saudari Samsinar sebagai berikut:

Tujuan utama berbisnis online, selain ingin mendapatkan keuntungan dan menyambung silaturahmi, pebisnis juga ingin bermanfaat bagi konsumen dengan menjual barang-barang kebutuhan konsumen tanpa harus keluar ke

<sup>163</sup>Anti“Pebisnis Online Buah-buahan”,Wawancara, Parepare 06 November 2020

<sup>164</sup>Umar,“Pebisnis Online Buah-buahan”,Wawancara, Parepare 06 November 2020

<sup>165</sup>Anti“Pebisnis Online Buah-buahan”,Wawancara, Parepare 06 November 2020

<sup>166</sup>Satriani,“Pebisnis Online Pakaian”,Wawancara, Parepare 06 November 2020

pasar meski dengan harga jual sama dengan di pasar.<sup>167</sup>

Informan lain Andi Anto, sebagai berikut:

Tujuan utama berbisnis online adalah ingin mendapatkan keuntungan dan ingin bermanfaat bagi sesama dengan cara membuka sistem reseller buat pelanggan.<sup>168</sup>

Wawancara yang sama juga dikatakan oleh informan fatmawati selaku pebisnis kosmetik sebagai berikut:

Tujuan utama berbisnis online adalah ingin mendapatkan keuntungan dan ingin bermanfaat bagi sesama dengan cara memberikan solusi perawatan kulit ke pelanggan.<sup>169</sup>

Wawancara informan Fatma sebagai berikut:

Tujuan utama berbisnis online adalah ingin mendapatkan keuntungan agar mampu memenuhi kebutuhan pokok dalam keluarga.<sup>170</sup>

Konsumen memiliki hak untuk mengetahui barang dagangan yang akan dipesan maka dari itu setiap pebisnis online berkewajiban memberikan informasi tentang harga dan kualitas setiap barang dagangannya. Pebisnis online memberikan informasi harga dan kualitas barang beragam, ada yang mencantumkan harga di status laman *facebook* (Fb), ada yang menjawab dikolom komentar, ada yang langsung inbox dan ada yang menyertakan *WhatsAap* (WA). Hal ini sebagaimana yang dikatakan oleh informan Ibu Rezky sebagai berikut:

Status bisnis makanan langsung disertakan harga jadi konsumen tidak perlu repot lagi bertanya tentang harga masing-masing makanan yang dijual.<sup>171</sup>

Hal yang sama juga dikatakan oleh Ibu Eka selaku pebisnis online donat sebagai berikut:

<sup>167</sup>Samsinar, "Pebisnis Online Pakaian", Wawancara, Parepare 05 Desember 2020

<sup>168</sup>Andi Anto, "Pebisnis Online Pakaian", Wawancara, Parepare 05 November 2020

<sup>169</sup>Fatmawati, "Pebisnis Online Kosmetik", Wawancara, Parepare 05 November 2020

<sup>170</sup>Fatma, "Pebisnis Online Kosmetik", Wawancara, Parepare 05 Desember 2020

<sup>171</sup>Resky, "Pebisnis Online Makanan", Wawancara, Parepare 05 November 2020

Status bisnis online donat saya langsung disertakan harga jadi konsumen tidak perlu repot lagi bertanya tentang harga tiap donat dengan varian yang berbeda.<sup>172</sup>

Adapun pebisnis online buah-buahan, cara menjawab semua pertanyaan konsumen baik menanyakan harga maupun kualitas buah maka pebisnis langsung menjawab di kolom komentar. Hal ini sesuai hasil wawancara oleh pebisnis buah Ibu Anti sebagai berikut:

Jika ada konsumen bertanya tentang harga maupun kualitas buah, maka langsung dijawab melalui kolom komentar facebook.<sup>173</sup>

Hal yang sama juga dikatakan oleh informan Lia sebagai berikut:

Konsumen yang bertanya tentang kualitas dan harga buah di kolom komentar, maka langsung dijawab juga.<sup>174</sup>

Sedangkan pebisnis online pakaian dan kosmetik selain menyertakan harga barang dagangan disetiap status jualan dan menjawab langsung dikolom komentar, pebisnis juga ada yang menjawab harga dan kualitas barang dagangan di inbox dan WA. Sebagaimana hasil wawancara informan pebisnis pakaian Saudari Satriani sebagai berikut:

Konsumen yang menanyakan harga dikolom komentar, langsung juga dijawab dikolom komentar akan tetapi sebagian konsumen juga langsung menanyakan harga dan kualitas barang di inbox.<sup>175</sup>

Wawancara informan Samsinar sebagai berikut:

Selain dikolom komentar dan inbox para pelanggan juga menanyakan harga dan kualitas barang dagangan di aplikasi WA.<sup>176</sup>

Hal yang sama juga dikatakan oleh informan Andi Anto sebagai

<sup>172</sup>Eka, "Pebisnis Online Makanan", Wawancara, Parepare 05 November 2020

<sup>173</sup>Anti, "Pebisnis Online Buah-buahan", Wawancara, Parepare 05 November 2020

<sup>174</sup>Lia, "Pebisnis Online Buah-buahan", Wawancara, Parepare 05 November 2020

<sup>175</sup>Satriani, "Pebisnis Online Pakaian", Wawancara, Parepare 05 November 2020

<sup>176</sup>Samsinar, "Pebisnis Online Pakaian", Wawancara, Parepare 05 November 2020

berikut:

Bagi Pelanggan yang ingin dapat informasi tentang harga dan kualitas tiap barang maka pelanggan langsung menanyakan di aplikasi WA.<sup>177</sup>

Adapun pebisnis online kosmetik, calon konsumen menanyakan harga maupun kualitas kosmetik langsung di kolom komentar akan tetapi pada pelanggan yang telah menyimpan nomor WA pebisnis maka langsung menanyakan di aplikasi WA. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dari penjual kosmetik Fatmawati, sebagai berikut:

Bagi calon konsumen yang ingin mendapatkan informasi tentang harga dan kualitas kosmetik maka calon konsumen langsung menanyakan di kolom komentar.<sup>178</sup>

Wawancara oleh informan Fatma sebagai berikut:

Bagi pelanggan yang ingin mendapatkan informasi tentang harga dan kualitas kosmetik maka pelanggan langsung menanyakan di aplikasi WA.<sup>179</sup>

Selain terbuka soal kualitas dan harga barang, kemampuan dan wawasan pebisnis dalam melakukan transaksi jual-beli juga diperlukan. Hal ini dapat dilihat dari Strategi maupun cara-cara yang digunakan oleh para pebisnis untuk menarik perhatian para konsumen. Terkait dengan Strategi tersebut, maka para pebisnis akan memberikan harga yang lebih murah dan juga menambah jumlah barang karena pembeli menyukai apabila barang yang dibeli diberitambahkan. Hal ini sebagaimana yang dikatakan oleh Ibu Resky sebagai berikut:

Trik yang digunakan dalam menjual yaitu menawarkan harga yang murah kepada konsumen, makanan yang dibeli bisadapat free satu cup es teh. Hal ini bertujuan untuk mencari langganan.<sup>180</sup>

<sup>177</sup>Andi Anto, "Pebisnis Online Pakaian", Wawancara, Parepare 05 November 2020

<sup>178</sup>Fatmawati, "Pebisnis Online Kosmetik", Wawancara, Parepare 05 November 2020

<sup>179</sup>Fatma, "Pebisnis Online Kosmetik", Wawancara, Parepare 05 November 2020

<sup>180</sup>Resky, "Pebisnis Online Makanan", Wawancara, Parepare 05 November 2020

Wawancara oleh informan lain yaitu Ibu Eka sebagai berikut:

Strategi yang digunakan dalam berjualan yaitu menjual donat dengan harga lebih murah, dan apabila ada pembeli yang membeli donat dengan beberapa dos maka akan diberi gratis satu dos.<sup>181</sup>

Adapun pebisnis online buah-buahan, strategi dalam penjualan buah-buahan yakni memberi harga lebih murah, memberi harga paketan aneka buah dan bisa beli perbiji buahnya misalnya apel atau buah pir, dan atau bisa membeli setengah kilo buah-buahnya misalnya buah rambutan dan langsung. Pebisnis buah juga menawarkan jika membeli buah lebih dari tiga kilo maka akan diantarkan kealamat konsumen yang masih berada di wilayah Parepare. Hal ini sebagaimana wawancara dari Ibu Anti sebagai berikut:

Strategi yang digunakan dalam berjualan buah-buahan yaitu menjual buah-buahan dengan harga lebih murah, dan memberi buah paketan beberapa varian buah dengan harga lebih ekonomis.<sup>182</sup>

Wawancara oleh Ibu Lia sebagai berikut:

Strategi yang digunakan dalam berjualan buah-buahan selain memberi harga lebih murah, pebisnis juga menawarkan harga lebih ekonomis dengan catatan konsumen membeli buah-buahan sebanyak tiga kilo dengan alamat masih di wilayah Parepare.<sup>183</sup>

Hal yang sama juga dikatakan oleh Bapak Umar sebagai berikut:

Strategi yang digunakan dalam berjualan buah-buahan yaitu ketika konsumen membeli buah-buahan di atas tiga kilo maka pebisnis mengantar langsung ke alamat tujuan yang masih berada di wilayah Parepare.<sup>184</sup>

Sedangkan pebisnis online pakaian, Strategi yang digunakan adalah menawarkan beberapa paket promo yang lebih ekonomis, memberi ongkos kirim yang lebih murah dan menanggung atau free ongkos kirim

<sup>181</sup>Eka, "Pebisnis Online Makanan", Wawancara, Parepare 05 November 2020

<sup>182</sup>Anti, "Pebisnis Online Buah-buahan", Wawancara, Parepare 05 November 2020

<sup>183</sup>Lia, "Pebisnis Online Buah-buahan", Wawancara, Parepare 05 November 2020

<sup>184</sup>Umar, "Pebisnis Online Buah-buahan", Wawancara, Parepare 05 November 2020

jika konsumen membeli beberapa potong pakaian. Hal ini sebagaimana wawancara Saudari Samsinar sebagai berikut:

Pebisnis online pakaian memiliki Strategi yang digunakan dalam berjualan yaitu menawarkan konsumen membeli paket promo yang lebih ekonomis.<sup>185</sup>

Wawancara informan Satriani sebagai berikut:

Pebisnis online pakaian memiliki Strategi yang digunakan dalam berjualan selain menawarkan konsumen membeli paket promo yang lebih ekonomis, pebisnis juga meringankan ongkos kirim yang lebih murah.<sup>186</sup>

Wawancara oleh informan Andi Anto sebagai berikut:

Pebisnis online pakaian memiliki Strategi yang digunakan dalam berjualan selain menawarkan konsumen membeli paket promo yang lebih ekonomis, pebisnis juga meringankan ongkos kirim yang lebih murah dan menawarkan ongkos kirim yang ditanggungkan sama pebisnis.<sup>187</sup>

Adapun strategi pebisnis online kosmetik dalam menawarkan barang dagangannya adalah menawarkan beberapa paket kosmetik yang lebih ekonomis dan melayani konsultasi tentang kosmetik yang cocok untuk dipakai oleh konsumen. Hal ini sebagaimana hasil wawancara oleh saudari Fatmawati sebagai berikut:

Strategi yang digunakan dalam menawarkan kosmetik yaitu menawarkan paket promo kosmetik misalnya beli sepaket perawatan wajah dapat satu lipstik.<sup>188</sup>

Wawancara oleh saudari Fatma sebagai berikut:

Strategi yang digunakan dalam menawarkan kosmetik selain menawarkan paket promo kosmetik, pebisnis kosmetik juga menawarkan layanan konsultasi perawatan yang cocok dengan keluhan pada konsumen.<sup>189</sup>

Pebisnis online tidak boleh memonopoli suatu jenis usaha dalam

<sup>185</sup>Samsinar, "Pebisnis Online Pakaian", Wawancara, Parepare 05 November 2020

<sup>186</sup>Satriani, "Pebisnis Online Pakaian", Wawancara, Parepare 05 November 2020

<sup>187</sup>Andi Anto, "Pebisnis Online Pakaian", Wawancara, Parepare 05 November 2020

<sup>188</sup>Fatmawati "Pebisnis Online Kosmetik", Wawancara, Parepare 05 November 2020

<sup>189</sup>Fatma "Pebisnis Online Kosmetik", Wawancara, Parepare 05 November 2020

menjual barang dagangan melainkan memberi peluang kepada pebisnis lain untuk melakukan usaha yang sama selama tidak menyebabkan kekacauan. Terkait dengan hal tersebut, maka para pebisnis online makanan pada umumnya memberikan kesempatan yang sama kepada pebisnis makanan yang lain untuk berbisnis. Pebisnis juga tidak masalah apabila ada pebisnis lain yang barangnya lebih laris dari barang dagangannya karena bagi para pebisnis rezeki sudah diatur oleh Allah Swt., Hal ini sebagaimana hasil wawancara oleh Ibu Resky sebagai berikut:

Tidak ada masalah apabila ada pebisnis baru dan pebisnis lain yang barang dagangannya lebih laris karena pada dasarnya masing-masing sedang berusaha untuk mencari rezeki, dan rezeki itu berasal dari Allah Swt.<sup>190</sup>

Wawancara oleh informan lain yaitu Ibu Eka sebagai berikut:

Tidak menjadi masalah apabila ada pebisnis baru karena masing-masing sudah ada rezekinya.<sup>191</sup>

Adapun untuk para penjual buah-buahan juga tidak masalah dengan adanya pedagang baru maupun pedagang lain yang barang dagangannya lebih laris karena menurut para pedagang tersebut bahwa rezeki masing-masing orang sudah diatur. Hal ini sebagaimana hasil wawancara dengan Ibu Anti sebagai berikut:

Tidak menjadi masalah apabila ada pebisnis baru atau pebisnis lain yang barang dagangannya lebih laris. Lebih banyak pebisnis di media Facebook maka akan lebih ramai lagi bisnis sehingga orang-orang akan lebih senang untuk berbelanja.<sup>192</sup>

Wawancara oleh Ibu Lia sebagai berikut:

Tidak masalah apabila ada pebisnis baru dan pebisnis lain yang barang dagangannya lebih laris dari barang dagangan yang lain karena rezeki setiap orang sudah diatur.<sup>193</sup>

<sup>190</sup>Reski "Pebisnis Online Makanan", Wawancara, Parepare 05 November 2020

<sup>191</sup>Eka "Pebisnis Online Makanan", Wawancara, Parepare 05 November 2020

<sup>192</sup>Anti, "Pebisnis Online Buah-buahan", Wawancara, Parepare 05 November 2020

<sup>193</sup>Lia, "Pebisnis Online Buah-buahan", Wawancara, Parepare 05 November 2020

Sedangkan tanggapan Pebisnis online pakaian mengenai pebisnis baru dan pebisnis yang barang dagangannya laris adalah pebisnis online merupakan mitra usaha karena pebisnis juga mempunyai kebutuhan yang dipenuhi dari pebisnis yang lain dan jika ada pebisnis lain yang barang dagangannya lebih laris maka pebisnis bersyukur karena dibalik itu pebisnis yakin ada usaha promosi yang sangat gencar dilakukan dan itu menjadi cambukan buat pebisnis online yang lain. Hal ini sebagaimana hasil wawancara dari saudari Satriani sebagai berikut:

Pebisnis baru merupakan mitra usaha dalam berbisnis online.<sup>194</sup>

Hal yang sama dikatakan oleh saudari Samsinar sebagai berikut:

Pebisnis online yang lebih laris barang dagangannya merupakan cambukan oleh para pebisnis online yang lain karena dibalik barang dagangannya laris ada promosi barang dagangan yang gencar dilakukan.<sup>195</sup>

Adapun tanggapan pebisnis online kosmetik mengenai pebisnis yang baru dan pebisnis online yang lebih laris barang dagangannya adalah pebisnis mempunyai kesempatan bersilahturahim dengan pebisnis yang lain dan pebisnis yang lebih laris barang dagangannya merupakan patner dalam mencari rezeki karena suka duka pebisnis online pernah semua dirasakan sesama pebisnis lain, jadi kalau ada pebisnis yang lain lebih laris dagangannya itu merupakan jalan rejekinya dan pebisnis online lain akan selalu saling mendukung. Hal ini sebagaimana yang dikatakan oleh informan Fatmawati sebagai berikut:

Pebisnis online yang baru merupakan team dalam mencari rejeki dan

---

<sup>194</sup>Satriani, "Pebisnis Online Pakaian", Wawancara, Parepare 05 November 2020

<sup>195</sup>Samsinar, "Pebisnis Online Pakaian", Wawancara, Parepare 05 November 2020

pebisnis yang lain mempunyai kesempatan untuk saling silaturahmi antar sesama pebisnis.<sup>196</sup>

Hasil wawancara oleh saudari Fatma sebagai berikut:

Pebisnis online yang baru merupakan team dalam mencari rejeki dan pebisnis yang lain mempunyai kesempatan untuk saling silaturahmi antar sesama pebisnis dan pebisnis online yang laris barang dagangannya juga merupakan team maka dari itu pebisnis harus saling dukung mendukung.<sup>197</sup>

Adapun pebisnis online yang baru membuat resah pebisnis online yang lain karena pebisnis online baru kadang tidak memahami cara bertransaksi yang baik dan benar, misalnya ketika pebisnis online yang lain memasang status jualan masing-masing di laman facebooknya, ada saja pebisnis lain yang menyerobot numpang menjual di kolom komentar milik pebisnis yang lain. Hal ini yang membuat menghalangi pebisnis lain untuk melariskan barang dagangannya karena setelah itu pebisnis baru menawarkan harga lebih murah melalui inbox konsumen. Hal ini sebagaimana yang dikatakan oleh informan Bapak Rafsanjani sebagai berikut:

Pebisnis online baru sebagian, kadang tidak memahami cara bertransaksi yang baik dan benar karena pebisnis online yang baru menawarkan lebih murah barang dagangannya di kolom komentar pebisnis yang lain sehingga pebisnis yang lain merasa dirugikan.<sup>198</sup>

Wawancara oleh informan Andi Anto selaku penjual pakaian sebagai berikut:

Pebisnis online baru membuat pebisnis online yang lain merasa dirugikan karena tindakan yang menghalangi pebisnis yang lain untuk melariskan barang dagangannya dengan cara pebisnis online yang baru menawarkan barang dagangannya lebih murah kepada konsumen.<sup>199</sup>

<sup>196</sup>Fatmawati, "Pebisnis Online Kosmetik", Wawancara, Parepare 05 November 2020

<sup>197</sup>Fatma, "Pebisnis Online Kosmetik", Wawancara, Parepare 05 November 2020

<sup>198</sup>Rafsanjani, "Pebisnis Online Hewan", Wawancara, Parepare 05 November 2020

<sup>199</sup>Andi Anto "Pebisnis Online Pakaian", Wawancara, Parepare 05 November 2020

Kejujuran merupakan modal penting bagi setiap pebisnis online karena dengan kejujuran pebisnis akan mendapat banyak pelanggan dan pebisnis mendapat kepercayaan baik dari konsumen maupun dari pebisnis yang lain. Kejujurann para pebisnis online terkait pertanyaan mengenai testimoni palsu dan mengambil gambar dari internet tujuannya untuk melariskan barang dagangannya dapat diketahui dengan mengajukan pertanyaan: Bagaimana tanggapan anda mengenai pebisnis memperlihatkan testimoni palsu dan mengambil gambar dari internet?. Pertanyaan tersebut diarahkan ke orang lain karena tidak memungkinkan bertanya secara langsung kepada pebisnis yang bersangkutan karena peneliti tetap menjaga perasaannya sehingga peneliti dapat membangun komunikasi yang baik dengan pebisnis.

Terkait dengan pertanyaan tersebut, para pebisnis online makanan memberikan jawaban yaitu tidak pernah mengedit testimoni dan mengambil gambar dari internet untuk melariskan barang dagangannya. Hal tersebut sebagaimana yang dikatakan oleh Ibu Resky sebagai berikut:

Ada pebisnis yang sengaja mengedit testimoni palsu agar supaya mendapatkan banyak pelanggan. Akan tetapi testimoni rasa makanan yang diperlihatkan di jualan disini adalah asli dari pelanggan.<sup>200</sup>

Wawancara oleh saudari Hajriana selaku penjual camilan sebagai berikut:

Ada pebisnis yang sengaja mengedit testimoni palsu agar supaya mendapatkan banyak pelanggan dan ada juga yang mengambil gambar dari internet agar barang dagangannya cepat laris.<sup>201</sup>

Sedangkan untuk tanggapan dari pebisnis online buah-buahan mengenai pebisnis online yang mengedit testimoni palsu dari pebisnis yang

<sup>200</sup>Reski, "Pebisnis Online Makanan", Wawancara, Parepare 05 November 2020

<sup>201</sup>Hajriana, "Pebisnis Online Makanan", Wawancara, Parepare 05 November 2020

lain itu tidak baik untuk jangka panjang karena ketika konsumen sudah membeli barang dagangan dari pebisnis tersebut maka konsumen akan kecewa mengenai barang yang sudah dibeli dan konsumen tidak akan kembali lagi memesan barang dagangan dari pebisnis yang telah mengambil testimoni palsu dan usaha yang dilakukan tidak akan berkah. Hal ini sebagaimana hasil wawancara dari saudara Taufik Akbar selaku pebisnis online alat dan bahan campuran rumah tangga, sebagai berikut:

Pebisnis yang sengaja mengedit testimoni dari pebisnis yang lebih laris dagangannya akan mendapat keuntungan sementara karena konsumen tidak akan percaya lagi dengan pebisnis tersebut.<sup>202</sup>

Wawancara oleh Saudara Rafsanjani sebagai berikut:

Pebisnis yang memanipulasi testimimoni maka usahanya tidak akan mendapatkan keberkahan karena ada kebohongan mengenai testimoni yang pebisnis perlihatkan.<sup>203</sup>

Adapun mengenai pebisnis mengambil gambar dari internet itu adalah suatu kewajaran karena pebisnis beranggapan gambar diinternet persis sama dengan barang dagangan pebisnis. Hal ini sebagaimana hasil wawancara dari Saudari Satriani sebagai berikut:

Pebisnis yang mengambil gambar dari internet merupakan suatu kewajaran karena gambar diinternet sama persis dengan barang dagangan pebisnis.<sup>204</sup>

Wawancara oleh saudari Samsinar selaku pebisnis Pakaian sebagai berikut:

Pebisnis yang mengambil gambar dari internet sesuatu yang sudah lumrah karena sebagian pebisnis yang tidak bagus kamera handphonenya akan mengambil gambar dari internet dan para pelanggan juga sudah

<sup>202</sup>Taufik Akbar, "Pebisnis Online Peralatan Rumah Tangga", Wawancara, Parepare 05 November 2020

<sup>203</sup>Rafsanjani "Pebisnis Online Ayam", Wawancara, Parepare 05 November 2020

<sup>204</sup>Satriani, "Pebisnis Online Pakaian", Wawancara, Parepare 05 November 2020

mengetahui hal itu.<sup>205</sup>

Sedangkan tanggapan pebisnis online kosmetik mengenai pebisnis mengambil testimoni dari pebisnis lain dan pebisnis mengambil gambar dari internet itu merupakan hal yang biasa karena pebisnis yang baru terjun di dunia maya memerlukan pelanggan sementara barang dagangan belum laku terjual jadi untuk memberi kepercayaan para konsumen maka pebisnis yang baru terjun di bisnis mengambil testimoni dari pebisnis yang lama dan sudah terpercaya akan tetapi baiknya pebisnis meminta izin untuk dijadikan testimoni lanjutan buat barang dagangannya dan mengenai gambar dari internet pebisnis beranggapan itu tidak jadi masalah karena para konsumen sudah tahu hal itu. Hal ini sebagaimana wawancara dari Fatmawati sebagai berikut:

Pebisnis yang mengambil testimoni dari pebisnis yang lain itu suatu kewajiban di dunia maya asal pebisnis meminta izin terlebih dahulu untuk dipakai terstimoninya.<sup>206</sup>

Wawancara oleh informan Fatma sebagai berikut:

Testimoni yang diambil oleh pebisnis yang lebih laris barang dagangannya itu tidak jadi masalah karena pebisnis tersebut masih dalam satu team.<sup>207</sup>

Menjalani sebuah bisnis tentu akan mengalami suka duka dalam perjalanannya dan itu sudah menjadi hal yang biasa bagi pebisnis. Bisnis offline saja tidak terlepas dari hal itu, apalagi bisnis online dimana pembeli dan penjual tidak saling bertemu satu sama lain. Salah satu peneliti tanyakan dalam hal ini adalah adanya customer atau pembeli yang memberi PHP

<sup>205</sup>Samsinar, "Pebisnis Online Pakaian", Wawancara, Parepare 05 November 2020

<sup>206</sup>Fatmawati, "Pebisnis Online Kosmetik", Wawancara, Parepare 05 November 2020

<sup>207</sup>Fatma, "Pebisnis Online Kosmetik", Wawancara, Parepare 05 November 2020

(Pemberian Harapan Palsu). Pebisnis online merasa sangat kecewa jika ada konsumen yang melakukan PHP karena pebisnis merasa rugi baik waktu, tenaga maupun materi. Sebagaimana yang dikatakan dari pebisnis online makanan Ibu Reski sebagai berikut:

Setelah akad transaksi selesai pebisnis dan konsumen akan janji tempat dan waktu untuk bertemu akan tetapi setelah pebisnis mengantar pesanan konsumen, konsumen membatalkan pesannya.<sup>208</sup>

Wawancara oleh Saudari Hajriana sebagai berikut:

Pebisnis akan mengantarkan pesanan cemilan ke alamat yang diberikan oleh konsumen akan tetapi setelah satu jam menunggu lamanya handphone konsumen tidak aktif padahal pebisnis sudah berada alamat yang dituju.<sup>209</sup>

Wawancara oleh informan pebisnis buah-buahan Ibu Anti sebagai berikut:

Konsumen yang memberikan harapan palsu sama sekali tidak menghargai jerih payah pebisnis yang meluangkan waktu dan tenaga untuk mengantar pesanan konsumen.<sup>210</sup>

Pebisnis yang merasa rugi akan memviralkan kelakuan konsumen yang membatalkan sepihak transaksi karena konsumen yang tipe PHP harus diberi pelajaran dan agar tidak ada lagi pebisnis yang lain menjadi korban akan tetapi ada juga sebagian pebisnis memilih sabar karena memviralkan konsumen sama halnya mengungkap aib konsumen. Hal ini sebagaimana hasil wawancara dari saudari Hasna sebagai berikut:

Memviralkan pembeli PHP tujuannya adalah agar tidak terjadi kesalahan yang sama dan konsumen yang lain mampu menghargai kerja keras dari pebisnis online.<sup>211</sup>

Adapun tanggapan saudari Marni selaku informan sebagai berikut:

<sup>208</sup>Reski, "Pebisnis Online Makanan", Wawancara, Parepare 05 November 2020

<sup>209</sup>Hajriana, "Pebisnis Online Makanan", Wawancara, Parepare 05 November 2020

<sup>210</sup>Anti, "Pebisnis Online Buah-buahan", Wawancara, Parepare 05 November 2020

<sup>211</sup>Hasna, "Pebisnis Online Pakain", Wawancara, Parepare 05 November 2020

Jika ada konsumen yang php maka kuncinya adalah sabar karena memviralkan pembeli php itu sama halnya dengan membuka aib konsumen.<sup>212</sup>

Hal yang sama juga yang dikatakan oleh informan Hasbiah sebagai berikut:

Sebagian pebisnis online memilih tidak memviralkan konsumen. Pebisnis masih mempunyai hati nurani untuk memaklumi tindakan konsumen yang php karena pebisnis yakin masih ada rejeki di tempat yang lain.<sup>213</sup>

Sedangkan menurut informan Bapak Rahman sebagai berikut:

Kesalahan besar bagi pebisnis online yang memviralkan konsumen yang php karena dalam Islam tidak ada akad jual beli yang terjadi masih dalam taraf bertanya mengenai harga maupun kualitas barang akan tetapi jika sudah ada transaksi kesepakatan diantara kedua belah pihak maka itu sah tapi tetap tidak bisa diviralkan karena belum termasuk merugikan, barang dagangan masih ada sama pebisnis.<sup>214</sup>

Hal yang sama juga dikatakan oleh saudari Satriani sebagai berikut:

Ketika terjadi pembatalan pesanan oleh konsumen dalam hal ini php maka pebisnis mengalihkan atau menjual pada konsumen lain tanpa harus memviralkan karena itu tidak pantas dilakukan, mengenai rejeki tidak akan tertukar pasti akan sampai pada pemiliknya.<sup>215</sup>

Masalah yang sering dihadapi para konsumen adalah adanya pebisnis online yang melakukan tindak penipuan dalam hal ini memalsukan barang jualan kosmetik. Pertanyaan ini dikhususkan para pebisnis online kosmetik, bagaimana tanggapan anda jika melihat ada pebisnis online kosmetik menjual kosmetik palsu?. Dalam hal ini pebisnis online mempunyai pandangan bahwa memalsukan kosmetik merupakan tindakan yang tidak baik karena selain merugikan pihak konsumen, tindakan tersebut juga merugikan pihak pebisnis kosmetik yang lain. Hal ini sebagaimana

<sup>212</sup>Marni, "Pebisnis Online Obat Herbal", Wawancara, Parepare 05 November 2020

<sup>213</sup>Hasbiah, "Pebisnis Online Makanan", Wawancara, Parepare 05 November 2020

<sup>214</sup>Rahman, "Pebisnis Online Bunga-bunga", Wawancara, Parepare 05 November 2020

<sup>215</sup>Satriani, "Pebisnis Online Bunga-bunga", Wawancara, Parepare 05 November 2020

yang dikatakan oleh Saudari Fatmawati sebagai berikut:

Kosmetik palsu yang dijual bebas di media sosial sangat merugikan konsumen karena akan menimbulkan efek buruk jangka panjang.<sup>216</sup>

Wawancara oleh saudari Fatma sebagai berikut:

Peredaran kosmetik palsu selain merugikan pihak konsumen juga merugikan pihak pebisnis kosmetik karena konsumen akan selalu curiga dengan barang dagangan pebisnis kosmetik yang lain.<sup>217</sup>

Pebisnis online dalam memasarkan barang dagangannya senangtiasa mengucapkan kata-kata yang manis sehingga menjadi daya tarik tersendiri bagi para konsumen akan tetapi sebagian pebisnis online mengambil kesempatan untuk mendesak konsumen untuk membeli barang dagangannya. Dalam hal ini peneliti memberi pertanyaan yang ditujukan oleh pebisnis yang lain yaitu, Bagaimana tanggapan anda jika ada pebisnis yang mendesak atau memaksa para konsumen membeli barang dagangannya? . Pebisnis online yang melakukan pemaksaan pada konsumen akan menjadikan usahanya tidak akan berkah karena konsumen merasa terpaksa membeli, ada ketidakridhoan salah satu pihak untuk membeli barang tersebut yakni konsumen. Konsumen yang merasa terpaksa membeli barang dagangan tersebut tidak akan membeli lagi barang dagangan yang ditawarkan oleh pebisnis online yang melakukan pemaksaan. Hal ini sebagaimana hasil wawancara dari saudari Marni sebagai berikut:

Pebisnis tidak boleh melakukan pemaksaan pada calon konsumen karena konsumen yang merasa terpaksa akan mengurangi keberkahan dalam

---

<sup>216</sup>Fatmawati,,“Pebisnis Online Kosmetik”,Wawancara, Parepare 05 November 2020

<sup>217</sup>Fatma,“Pebisnis Online Kosmetik,Wawancara, Parepare 05 November 2020

usaha.<sup>218</sup>

Wawancara oleh saudari Satriani sebagai berikut:

Konsumen yang merasa terpaksa membeli barang dagangan pebisnis online karena ada desakan dari pebisnis, maka konsumen tidak akan kembali lagi untuk membeli barang dagangannya.<sup>219</sup>

Hasil wawancara oleh informan Hasbiah sebagai berikut:

Pebisnis yang melakukan pemaksaan membeli barang dagangannya akan mendapat untung sesaat karena konsumen tidak akan membeli untuk ke dua kalinya ke pebisnis tersebut.<sup>220</sup>

Wawancara oleh informan Rahman sebagai berikut:

Pebisnis juga tidak akan ridho ketika ada pebisnis online yang lain mendesak untuk membeli barang dagangannya.<sup>221</sup>

Dalam dunia bisnis, utang piutang merupakan masalah terbesar dalam perjalanan tiap-tiap usaha. Karakter setiap konsumen pun berbeda-beda ada yang hidup sederhana tapi bermental kaya adapula yang bermateri tapi bermental miskin. Dalam hal ini tipikal sebagian konsumen yang dilihat penampilannya terlihat glamor akan tetapi pada saat ditagih utangnya, konsumen mendadak menghilang. Itulah alasan sebagian pebisnis memviralkan pelanggan yang berutang karena tidak ada itikad baik untuk membayarnya jadi perlu ada sanksi sosial karena pebisnis dirugikan baik dari segi materi maupun waktu. Akan tetapi pebisnis yang peneliti wawancarai mayoritas memilih cara-cara yang baik dan santun untuk menagih utang para pelanggannya karena ketika pebisnis memviralkan utang para pelanggan itu sama halnya membuka aib saudaranya sendiri dan

<sup>218</sup>Marni, "Pebisnis Online Obat Herbal, Wawancara, Parepare 05 November 2020

<sup>219</sup>Satriani, "Pebisnis Online Pakaian, Wawancara, Parepare 05 November 2020

<sup>220</sup>Hasbiah, "Pebisnis Online Makanan, Wawancara, Parepare 05 November 2020

<sup>221</sup>Rahman, "Pebisnis Online Bunga-bunga", Wawancara, Parepare 06 November 2020

dalam Islam hal tersebut tidaklah baik. Hal ini sesuai hasil wawancara dari saudari Marni sebagai berikut:

Memviralkan pelanggan yang berutang itu sama halnya memperlakukan orang lain dan itu tidak sesuai dari ajaran Islam. Namun perlu mengingatkan utang-utang para pelanggan dengan cara yang baik.<sup>222</sup>

Wawancara oleh informan Hasna sebagai berikut:

Menagih utang dengan cara yang baik dan terus menerus diingatkan tanpa harus memviralkan.<sup>223</sup>

Wawancara oleh informan Hasbiah sebagai berikut:

Menagih utang dengan cara yang halus tanpa menyinggung perasaan pelanggan yang berutang dan mengingatkan terus utangnya tanpa harus memviralkan.<sup>224</sup>

Sedangkan menurut informan Bapak Rahman sebagai berikut:

Pebisnis harus siap menanggung segala resiko yang mungkin terjadi dalam menjalankan setiap usahanya salah satunya adalah utang. Pelanggan yang berutang tanpa ada itikad baik dari pelanggan tersebut, maka dalam hal ini pebisnis tidak perlu memviralkan karena itu sama halnya mencemarkan nama baik pelanggan dan menurut hukum Undang-undang Ilmu Teknologi itu akan kena pidana kurungan dan harus membayar denda.<sup>225</sup>

Pebisnis online melakukan kegiatan jual-beli karena ingin mendapatkan keuntungan atau laba. Ada keuntungan bersifat duniawi dan juga keuntungan bersifat akhirat. Keuntungan yang bersifat duniawi biasanya dalam bentuk benda atau barang. Keuntungan berupa barang atau uang merupakan hal utama yang ingin didapatkan dalam berbisnis, akan tetapi lebih daripada itu para pebisnis bisa memperluas tali silaturahmi dengan berbagai pebisnis lain. selain digunakan untuk memenuhi kebutuhan

<sup>222</sup>Marni, "Pebisnis Online Obat Herbal", Wawancara, Parepare 06 Desember 2020

<sup>223</sup>Hasna, "Pebisnis Online Pakaian", Wawancara, Parepare 06 November 2020

<sup>224</sup>Hasbiah, "Pebisnis Online Makanan", Wawancara, Parepare 06 November 2020

<sup>225</sup>Rahman, "Pebisnis Online Bunga-bunga", Wawancara, Parepare 06 November 2020

sehari-hari atau hal-hal yang menyangkut duniawi, sebagian keuntungan tersebut harus bisa disisihkan atau diberikan kepada orang-orang yang membutuhkan. Terkait dengan hal tersebut, para pebisnis online di kota Parepare memperoleh berbagai keuntungan selama berbisnis baik berupa barang kebutuhan sehari-hari maupun berbagai barang lainnya dan berusaha menyisihkan sebagian rejeki yang didapat. Sebagaimana dalam hal ini hasil wawancara dari Satriani selaku pebisnis online sebagai berikut:

Banyak keuntungan yang sudah didapatkan selama berjualan diantaranya bisa membeli barang kebutuhan sehari-hari, perabotan rumah tangga, membeli sebidang tanah dan membelimotor dan menyisihkan kepada anak yatim. Selain itu, kegiatan berbisnis dapat lebih memperluas silaturahmi dengan berbagai pebisnis yang lain dan para pelanggani.<sup>226</sup>

Wawancara oleh informan Samsinar sebagai berikut:

Keuntungan yang sudah didapatkan selama berbisnis online diantaranya bisa memenuhi kebutuhan sehari-hari, keperluan pendidikan anak-anak sekolah, membeli emas dan tak lupa selalu memberikan sebagian rejeki buat orang tua dan pembangunan masjid serta panti asuhan.<sup>227</sup>

Wawancara oleh informan Rafsanjani sebagai berikut:

Keuntungan selama berbisnis online adalah dapat memenuhi kebutuhan pokok keluarga, membeli motor dan berbagi kepada orang tua serta sanak saudara.<sup>228</sup>

Wawancara oleh Andi Anto sebagai berikut:

Selama berbisnis online dapat memenuhi kebutuhan pokok dan primer keluarga dan memiliki modal usaha yang lebih besar lagi.<sup>229</sup>

Wawancara oleh saudari Marni sebagai berikut:

Keuntungan yang didapat selama berbisnis dapat memenuhi kebutuhan pokok dan mampu memberi kepada orang lain.<sup>230</sup>

<sup>226</sup>Satriani, "Pebisnis Online Pakaian", Wawancara, Parepare 06 November 2020

<sup>227</sup>Samsinar, "Pebisnis Online Pakaian", Wawancara, Parepare 06 November 2020

<sup>228</sup>Rafsanjani, "Pebisnis Online Ayam", Wawancara, Parepare 06 November 2020

<sup>229</sup>Andi Anto, "Pebisnis Online Pakaian", Wawancara, Parepare 06 November 2020

<sup>230</sup>Marni, "Pebisnis Online Obat Herbal", Wawancara, Parepare 06 November 2020

Berdasarkan hasil wawancara tersebut maka dapat dideskripsikan bahwa barang dagangan yang dijual oleh para pebisnis baik itu pebisnis makanan, pebisnis buah-buahan, pebisnis pakaian, maupun pebisnis kosmetik adalah barang yang baik, halal, dan banyak dibutuhkan oleh konsumen karena barang yang dijual tersebut adalah barang kebutuhan pokok dan sekunder. Barang yang dijual oleh para pebisnis baik pebisnismakanan, pebisnis buah-buahan, pebisnis pakaian maupun pebisnis kosmetik di Media Sosial dari tempat yang baik dan halal, dan juga diperoleh dengan cara yang baik dan halal karena barang-barang yang dijual diperoleh dari pedagang, petani, perusahaan, dan pekebun baik diambil secara langsung maupun dikirim melalui ekspedisi. Para pebisnis menjual di Media Sosial dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan, untuk biaya kebutuhan sehari-hari, untuk kebutuhan anak-anak atau keluarga, menambah penghasilan, dan untuk masa depannya

Para pebisnis di media Sosial selalu menjelaskan tentang kualitas dan harga barang dagangannya sesuai dengan pertanyaan konsumen. Ada yang bertanya di kolom komentar *facebook*, ada yang *inbox* dan di aplikasi *WhatsApp*. Jika konsumen menawar harga di bawah modal maka pebisnis menolak dan tidak memberikannya dengan mengatakan tidak sampai harga modal. Menjelaskan tentang kualitas dan harga barang kepada pembeli dapat menarik perhatian dan kepercayaan pembeli tentang barang yang dijual. Selain itu, Strategi atau cara- cara yang digunakan oleh pebisnis online di Kota Parepare dalam memasarkan barang dagangannya yaitu memberikan harga yang murah, menjual barang yang bagus, menawarkan harga promo paketan, mensubsidi ongkos kirim, membebaskan ongkos kirim, menambah jumlah barang dan bersikap ramah kepada konsumen.

Strategi tersebut dilakukan dengan tujuan agar barang yang dijual bisa lebih laris.

Para pebisnis *online* di Media Sosial tidak memperlakukan apabila ada pebisnis baru atau pebisnis lain yang barangnya lebih laris karena para pebisnis meyakini bahwa setiap orang memiliki rezeki masing-masing. Hal ini berarti bahwa para pebisnis online di Kota Parepare memberikan kesempatan kepada pebisnis yang lain untuk melakukan usaha yang sama. Akan tetapi ada sebagian pebisnis online yang baru terjun di dunia bisnis tidak memahami etika ketika melakukan penawaran barang dagangannya di kolom komentar status pebisnis yang lain sehingga pebisnis tersebut memotong alur transaksi pebisnis pertama.

Pebisnis online di Kota Parepare memberi dua versi tanggapan mengenai testimoni palsu dan mengambil gambar dari internet, ada pebisnis yang tidak setuju jika mengedit testimoni dari pebisnis yang lain misalnya pada pebisnis makanan, buah-buahan dan pakaian. Menurut pebisnis bahwa testimoni palsu merupakan manipulasi dari pebisnis dan merugikan konsumen sedangkan pebisnis yang setuju akan testimoni palsu adalah pebisnis kosmetik. Menurut pebisnis kosmetik, testimoni sangat dibutuhkan buat status-status pebisnis kosmetik sedangkan testimoni yang didapat belum ada jadi untuk meyakinkan konsumen maka pebisnis kosmetik mengedit kosmetik yang sama kepada pebisnis yang lain dan tentunya meminta izin kepada pebisnis kosmetik yang bersangkutan. Sedangkan pebisnis yang mengambil gambar dari internet pebisnis pakaian dan alat-alat rumah tidak memperlakukan selama tidak ada yang dirugikan.

Menjalani sebuah bisnis tentu akan mengalami suka duka dalam

perjalanannya dan itu sudah menjadi hal yang biasa bagi pebisnis. Bisnis offline saja tidak terlepas dari hal itu, apalagi bisnis online dimana pembeli dan penjual tidak saling bertemu satu sama lain. Salah satu peneliti tanyakan dalam hal ini adalah adanya customer atau pembeli yang memberi PHP (Pemberian Harapan Palsu). Pebisnis online merasa sangat kecewa jika ada konsumen yang melakukan PHP karena pebisnis merasa rugi baik waktu, tenaga maupun materi. Pebisnis yang merasa rugi akan memviralkan kelakuan konsumen yang membatalkan sepihak transaksi karena konsumen yang tipe PHP harus diberi pelajaran dan agar tidak ada lagi pebisnis yang lain menjadi korban akan tetapi ada juga sebagian pebisnis memilih sabar karena memviralkan konsumen sama halnya mengungkap aib konsumen.

Masalah yang sering dihadapi para konsumen adalah adanya pebisnis online yang melakukan tindak penipuan dalam hal ini memalsukan barang jualan kosmetik. Pertanyaan ini dikhususkan para pebisnis online kosmetik, bagaimana tanggapan anda jika melihat ada pebisnis online kosmetik menjual kosmetik palsu?. Dalam hal ini pebisnis online mempunyai pandangan bahwa memalsukan kosmetik merupakan tindakan yang tidak baik karena selain merugikan pihak konsumen, tindakan tersebut juga merugikan pihak pebisnis kosmetik yang lain.

Pebisnis online dalam memasarkan barang dagangannya senantiasanya mengucapkan kata-kata yang manis sehingga menjadi daya tarik tersendiri bagi para konsumen akan tetapi sebagian pebisnis online mengambil kesempatan untuk mendesak konsumen untuk membeli barang dagangannya. Dalam hal ini peneliti memberi pertanyaan yang ditujukan oleh pebisnis yang lain yaitu, Bagaimana tanggapan anda jika ada pebisnis

yang mendesak atau memaksa para konsumen membeli barang dagangannya? Pebisnis online yang melakukan pemaksaan pada konsumen akan menjadikan usahanya tidak akan berkah karena konsumen merasa terpaksa membeli, ada ketidakridhoan salah satu pihak untuk membeli barang tersebut yakni konsumen. Konsumen yang merasa terpaksa membeli barang dagangan tersebut tidak akan membeli lagi barang dagangan yang ditawarkan oleh pebisnis online yang melakukan pemaksaan.

Dalam dunia bisnis, utang piutang merupakan masalah terbesar dalam perjalanan tiap-tiap usaha. Karakter setiap konsumen pun berbeda-beda ada yang hidup sederhana tapi bermental kaya adapula yang bermateri tapi bermental miskin. Dalam hal ini tipikal sebagian konsumen yang dilihat penampilannya terlihat glamor akan tetapi pada saat ditagih utangnya, konsumen mendadak menghilang. Itulah alasan sebagian pebisnis memviralkan pelanggan yang berutang karena tidak ada itikad baik untuk membayarnya jadi perlu ada sanksi sosial karena pebisnis dirugikan baik dari segi materi maupun waktu. Akan tetapi pebisnis yang dijadikan narasumber oleh peneliti mayoritas memilih cara-cara yang baik dan santun untuk menagih utang para pelanggannya karena ketika pebisnis memviralkan utang para pelanggan itu sama halnya membuka aib saudaranya sendiri dan dalam Islam hal tersebut tidaklah baik serta pebisnis akan mendapat sanksi hukum ketika memviralkan pelanggan yang berutang karena telah melakukan pencemaran nama baik.

Setiap orang yang berbisnis menginginkan dan mendapatkan keuntungan dalam usahanya. Para pebisnis online di Kota Parepare dalam melakukan kegiatan jual-beli mendapatkan keuntungan berupa uang dan

barang, Selain itu, adanya kegiatan jual-beli di Media Sosial tersebut maka para pebisnis dapat lebih memperluas tali silaturahmi dengan orang-orang yang berada di Media Sosial dari kalangan pebisnis maupun dari konsumen atau langganan. Pendapatan dan keuntungan yang diperoleh oleh para pebisnis di Kota Parepare, sebagian disisihkan untuk disumbangkan ke mesjid, disedekahkan kepada keluarga, anak-anak yatim dan anak-anak yang membutuhkan sebagai bentuk kesadaran bahwa menyumbang merupakan bekal untuk diakhirat.

### ***B. Pembahasan Hasil Penelitian***

Islam mengajarkan manusia untuk melakukan kegiatan ekonomi yang benar. Segala sumber daya alam dan manusia harus dikelola dan dimanfaatkan dengan baik dan tidak bertentangan dengan syariat Islam. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk mengelola dan mengembangkan sumber daya alam dan sumber daya manusia pebisnis yaitu dengan melakukan kegiatan atau transaksi jual-beli. Transaksi jual-beli merupakan kegiatan atau transaksi yang dilakukan oleh pebisnis kepada konsumen dengan menawarkan barang dengan harga tertentu.

Seorang pebisnis online harus menjual barang-barang yang baik dan halal, yang banyak dibutuhkan oleh masyarakat atau konsumen sehingga barang-barang yang dijual tidak mubazir dan laris di Media Sosial. Para pebisnis online di Kota Parepare menjual barang-barang yang dibutuhkan oleh masyarakat seperti bahan kebutuhan pokok primer dan tersier yaitu makanan, buah-buahan, hewan, pakaian, kosmetik, obat-obat herbal dan alat-alat rumah tangga lainnya. Barang-barang tersebut diperoleh secara langsung dari hasil menanam, petani, pekebun, perusahaan, pebisnis lain serta diperoleh dengan menggunakan ekspedisi atau jasa pengiriman.

Para pebisnis memulai aktivitasnya pada waktu subuh, pagi hari sampai pada saat pebisnis masih online. Aktivitas yang dilakukan sebelum memulai menjual yaitu memastikan kuota untuk internet masih ada, memastikan daya handphone penuh dan memastikan jaringan serta mengatur barang dagangan serapi mungkin untuk di Foto kemudian memajang status barang dagangan di laman facebook pebisnis. Setelah segala hal yang dibutuhkan untuk menjual telah disiapkan maka para pebisnis mulai berbisnis.

Mereka berbisnis dengan cara mereka masing- masing, ada yang dengan memasang status jualan dengan gambar, ada yang membuat video dagangan dengan latar musik yang kekinian, ada yang live barang dagangannya, adapula yang menjual yang biasa-biasa saja yaitu menunggu konsumen yang ingin memesan barang dagangannya di kolom komentar. Ketika ada konsumen yang merasa tertarik dengan barang yang dijual oleh pebisnis maka terjadilah proses tawar-menawar antara pebisnis dengan konsumen baik terkait dengan harga maupun yang terkait dengan jumlah barang yang akan diberikan. Apabila keduanya merasa cocok dan sepakat maka transaksi jual-beli akan terjadi.

Sistem pembayaran yang dilakukan pebisnis online di Kota Parepare dengan konsumen ada lima yakni sistem *cash on delivery*(COD), yaitu sistem di mana uang akan dibayarkan pembeli kepada penjual saat barang sudah diterima. Sehingga pada sistem ini pembeli dan penjual akan bertemu tatap muka secara langsung di tempat yang sudah disepakati, sistem *pre order* (PO), yaitu memesan terlebih dahulu, sehingga sistem jual beli ini dilakukan dengan cara pembeli memesan terlebih dahulu dengan cara memberi uang muka, jika sudah fiks diberi uang muka baru penjual memproses

permintaannya. Sistem *private message* (PM) atau pesan pribadi adalah perbincangan pribadi antara penjual dan pembeli yang membicarakan mengenai barang yang akan diperjualbelikan. Pada pesan pribadi, penjual dan pembeli biasanya membahas tentang kualitas barang, kelengkapan, kelebihan, dan potongan harga, sistem *Plug and play* (PnP) berarti barang yang diperjual belikan dapat langsung dipergunakan setelah proses transaksi. Sistem ini dimaksudkan agar pembeli dapat langsung mencoba barang yang baru dibelinya dan meminimalisir penipuan yang dapat dilakukan oleh penjual. Sistem *Down Payment* (DP) Di Indonesia sendiri DP dikenal dengan uang muka. Pemberian uang muka sering dilakukan sebagai penegasan bahwa barang yang dijual benar-benar akan dibeli oleh calon konsumen.

Pendistribusian yang dipilih oleh para pebisnis online di kota Parepare adalah jasa kurir, Jasa kurir dalam hal ini konsumen membayar ongkos kirim. Kurir dalam bahasa inggris adalah *Courier* atau jasa ekspedisi maksudnya adalah perusahaan atau perorangan yang bertugas mengirim pesan, paket dalam jumlah kecil hingga sedang, atau surat yang dari tempat yang satu ke tempat yang lain menggunakan jalur darat, laut dan udara. Di Kota Parepare sendiri jasa kurir bisa kita temukan pada perusahaan J&T express, JNE dan kantor pos, akan tetapi jika jarak tempuh dekat maka pebisnis akan menggunakan jasa pengantaran dari orang terdekatnya atau mengantar sendiri barang dagangannya yang sudah laku.

Konsep ekonomi Syariah dalam menjalankan aktivitas ekonomi sangat menjunjung tinggi kebebasan individu, tetapi dibatasi oleh nilai syariah dan mengarah pada kerjasama dan bukan pada persaingan yang mematikan. Praktik etika bisnis pada pebisnis online di Kota Parepare yang terdiri dari pebisnis makanan, buah-buahan, pakaian, hewan, obat herbal, kosmetik dan alat-alat kebutuhan rumah tangga lainnya, ditinjau dari segi etika bisnis ekonomi syariah adalah sebagai berikut:

#### 1. *Siddiq* (benar/jujur)

Seorang pebisnis wajib berlaku jujur dalam melakukan usaha jual beli. Jujur dalam arti luas. Tidak berbohong, tidak menipu, tidak mengada-ngada fakta, tidak berkhianat, serta tidak pernah ingkar janji dan lain sebagainya. Dalam jual beli kejujuran adalah hal yang sangat mutlak, karena berbagai tindakan tidak jujur selain merupakan perbuatan yang jelas-jelas berdosa, jika biasa dilakukan dalam berbisnis juga akan mewarnai dan berpengaruh negatif kepada kehidupan pribadi dan keluarga pebisnis itu sendiri. Bahkan lebih jauh lagi, sikap dan tindakan yang seperti itu akan mewarnai dan mempengaruhi kehidupan bermasyarakat.

Terkait dengan aspek-aspek etika bisnis ekonomi syariah tersebut, para pebisnis online di kota Parepare telah menjual barang-barang yang halal dan dibutuhkan oleh para konsumen karena barang yang dijual adalah bahan kebutuhan pokok primer dan tersier yaitu berbagai jenis makanan, buah-buahan, pakaian dan kosmetik. Barang dagangan yang dijual oleh para pebisnis online di Kota Parepare juga bersumber dari tempat yang halal dan barang dagangan tersebut diperoleh dengan cara yang halal. Hal ini

dikarenakan para pedagang memperoleh barang yang bersumber dan dibeli langsung dari petani, pekebun, dan pedagang. Barang dagangan tersebut kemudian diambil secara langsung dan adapula yang dikirim melalui ekspedisi atau jasa pengiriman. Selain menjual barang dagangan yang halal dan memperoleh barang dagangan yang bersumber dari tempat yang halal dan dengan cara yang halal, praktik atau transaksi jual-beli yang dilakukan oleh para pebisnis online di Kota Parepare juga ditujukan untuk sesuatu yang baik. Di mana dalam hal ini, para pebisnis pada umumnya berbisnis dengan tujuan untuk belanja kebutuhan sehari-hari, untuk biaya sekolah anak-anak, dan untuk menambah modal serta mengembangkan usaha mereka.

Tujuan para pebisnis online di Kota Parepare tersebut tidak bertentangan dan melanggar syariat karena ditujukan untuk sesuatu yang baik yang tidak diharamkan dan dilarang dalam syariat. Para pebisnis di media Sosial selalu menjelaskan tentang kualitas dan harga barang dagangannya sesuai dengan pertanyaan konsumen. Ada yang bertanya di kolom komentar *facebook*, ada yang inbox dan di aplikasi *WhatsApp*. Menjelaskan dengan jujur tentang kualitas dan harga barang kepada pembeli dapat menarik perhatian dan kepercayaan pembeli tentang barang yang dijual. Selain itu, Strategi atau cara- cara yang digunakan oleh pebisnis online di Kota Parepare dalam memasarkan barang dagangannya sudah sesuai dengan etika bisnis ekonomi syariah yaitu memberikan harga yang murah, menjual barang yang bagus, menawarkan harga promo paketan, mensubsidi ongkos kirim, membebaskan ongkos kirim, menambah jumlah barang dan bersikap ramah kepada konsumen. Strategi tersebut dilakukan dengan tujuan agar barang yang dijual laris.

Kejujuran merupakan modal penting bagi setiap pebisnis online karena dengan kejujuran pebisnis akan mendapat banyak pelanggan dan pebisnis mendapat kepercayaan baik dari konsumen maupun dari pebisnis yang lain. Kejujuran para pebisnis online terkait testimoni palsu dan mengambil gambar dari internet tujuannya untuk melariskan barang dagangannya.

Ada dua versi hasil penelitian mengenai testimoni palsu dan mengambil gambar dari internet yang pertama Pebisnis online yang melakukan testimoni palsu dengan cara mengedit testimoni dari pebisnis online yang lebih laris dari dagangannya merupakan manipulasi dari pebisnis dan merugikan konsumen karena nilai kejujuran dan kebenaran dari testimoni palsu itu cacat. Sedangkan menurut pebisnis kosmetik, testimoni sangat dibutuhkan buat status-status pebisnis kosmetik sedangkan testimoni yang didapat belum ada jadi untuk meyakinkan konsumen maka pebisnis kosmetik mengedit kosmetik yang sama kepada pebisnis yang lain dan tentunya meminta izin kepada pebisnis kosmetik yang bersangkutan. Alasan pebisnis online yang mengambil gambar dari internet adalah barang dagangannya sama persis dengan gambar yang ada di internet dan tidak merugikan siapapun termasuk konsumen. Jadi menurut etika bisnis ekonomi syariah selama tidak ada yang dirugikan mengedit testimoni dari pebisnis yang lain dan mengambil gambar dari internet tidak itu merupakan etis.

Lain halnya dengan sebagian pebisnis online kosmetik di kota Parepare menjual kosmetik palsu, pebisnis hanya ingin mendapatkan keuntungan semata tanpa memikirkan konsekuensi bahaya bagi konsumen, hal ini juga merugikan pihak pebisnis kosmetik yang jujur karena pelanggan lebih senang memesan kosmetik palsu karena proses kerja kosmetik palsu lebih cepat

hasilnya daripada kosmetik asli. Perilaku pebisnis yang curang merupakan perbuatan yang kurang etis akan mendapat balasan yang setimpal atas kecurangannya dan akan dibangkitkan sebagai orang-orang jahat. Sebagaimana HR. Tirmidzi no. 1210 dan Ibnu Majah no. 2146<sup>231</sup>

وَصَدَقَ وَبَرَّ اللَّهُ أَنْفَىٰ مَنْ إِلَّا فُجَّارًا الْفِيَامَةِ يَوْمَ يُبْعَثُونَ التُّجَّارَ نَ

Terjemahannya :

Sesungguhnya para pedagang akan dibangkitkan pada hari kiamat nanti sebagai orang-orang *fajir* (jahat) kecuali pedagang yang bertakwa pada Allah, berbuat baik, dan berlaku jujur.

Pebisnis online di Kota Parepare menjaga hubungan baik dengan para pelanggan yang bermasalah. Masalah dalam dunia bisnis online yang dihadapi oleh para pebisnis online di Kota Parepare adalah pemberian harapan palsu (php) dan pelanggan yang berutang, pebisnis yang selalu menjaga baik hubungan dengan pelanggannya akan tetap memaklumi pelanggan yang memutuskan transaksi sepihak karena pebisnis meyakini rejeki tidak akan pernah tertukar dan pebisnis yang memiliki pelanggan yang berutang akan tetap menjaga nama baik pelanggan tanpa harus menyinggung, berkata kasar dan memviralkan karena bagi pebisnis memviralkan pelanggan di Media Sosial sama halnya membuka aib pelanggan dan melakukan pencemaran nama baik akan tetapi ada sebagian pebisnis online memviralkan pelanggan yang melakukan Php, pembeli yang memberikan harapan palsu tidak menghargai usaha, tenaga dan waktu pebisnis.

Dalam hal ini pebisnis mengemukakan alasan memviralkan pelanggan

<sup>231</sup><https://www.popbela.com/relationship/single/windari-subangkit/dalil-al-quran-dan-hadits-tentang-kejujuran-1/1>. diakses pada tanggal 03-november2020.

karena ingin memberikan sanksi sosial kepada pelanggan yang php agar kejadian serupa tidak terjadi lagi dan menimpa para pebisnis online yang lain. Selain memviralkan pelanggan yang memberi harapan palsu kepada pebisnis, pebisnis juga ada yang memviralkan pelanggan yang berutang, pelanggan yang berutang tidak mempunyai itikad baik untuk melunasi utangnya maka pebisnis akan memberi sanksi sosial dan memberi pelajaran dengan cara memviralkan. Meski pebisnis dalam hal ini korban dari pelanggan yang memberikan harapan palsu dan korban dari pelanggan yang berutang akan tetapi perbuatan merusak nama baik pelanggan tidak dibenarkan karena tidak sesuai dengan etika islam dalam nilai *nubuwwah* yakni *shiddiq*.

## 2. Amanah (terpercaya)

Pengertian amanah menurut bahasa adalah ketulusan hati, kepercayaan ataupun kejujuran. Secara istilah amanah adalah suatu sifat dan sikap yang dimiliki seorang ketika seseorang tersebut mendapatkan kepercayaan dalam melaksanakan sesuatu yang dipercayakan kepadanya, baik berupa harta benda, rahasia ataupun tugas kewajiban.

Diantara nilai-nilai yang terkait dengan kejujuran dan melengkapinya adalah amanah yang merupakan salah satu moralitas keimanan. Allah swt. menyebutkan sifat orang-orang mu'min yang beruntung di dalam QS al-Mu'minin/23: 8;

رَاعُونَ وَعَهْدِهِمْ لَأَمَانَتِهِمْ وَالَّذِينَ

Terjemahnya:

Dan orang-orang yang memelihara amanat-amanat dan janjinya.<sup>232</sup>

<sup>232</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, h. 342.

Setiap pebisnis harus bertanggung jawab atas usaha, pekerjaan dan atau jabatan sebagai pebisnis yang telah dipilihnya tersebut. Tanggung jawab di sini artinya, mau dan mampu menjaga amanah (kepercayaan) masyarakat yang memang secara otomatis terbeban di pundaknya. Sikap amanah mutlak harus dimiliki oleh seorang pedagang atau pelaku bisnis muslim. Sikap itu hanya bisa dimiliki jika ia selalu menyadari bahwa apapun aktivitas yang dilakukan selalu diketahui oleh Allah swt. Sikap amanah dapat diperkuat jika pedagang selalu meningkatkan pemahaman tentang Islam dan istiqamah menjalankan syariat Islam.<sup>233</sup>

Dalam hadits, Nabi Muhammad saw bersabda: “ tiga golongan yang termasuk munafik meskipun mereka menunaikan solat, melaksanakan puasa dan mengaku sebagai seorang muslim yaitu jika berbicara ia berbohong, jika berjanji ia tidak menepati janji dan jika diberi amanah ia berkhiat”. Sama halnya didalam melakukan kegiatan bisnis. Seseorang ataupun kelompok hendaklah memiliki sifat amanah karena Allah menyebutkan sifat orang – orang mukmin yang mendapat keberuntungan adalah yang dapat memelihara amanat yang diberikan kepadanya. Allah swt.berfirman. Konsekuensi amanah adalah mengembalikan setiap hak kepada pemiliknya, baik sedikit ataupun banyak, tidak boleh mengambil lebih banyak dari pada yang ia miliki dan tidak mengurangi hak orang lain sedikitpun.

Amanah didalam bisnis juga sering disebut kredibilitas. Kredibilitas bisnis secara umum dapat diartikan sebagai kepercayaan masyarakat terhadap bisnis, baik yang menyangkut personil yang mengelola bisnis tersebut ataupun terhadap kegiatan usaha bisnis itu sendiri. Kredibilitas ini berpangkat

---

<sup>233</sup>A. Darussalam, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Hadis*, h. 208.

pada kualitas personil beserta segala aspek bisnis seperti masalah keuangan, pemasaran, kelancaran produksi dan lain sebagainya. Kredibilitas suatu beserta segala aspek bisnis seperti masalah keuangan, pemasaran, kelancaran produksi dan lain sebagainya.

Menurut Quraish Shihab, orang yang menjaga amanah yang diberikan oleh Allah swt. kepadanya tentulah akan memelihara hubungannya dengan sesama manusia, karena semua agama memerintahkan untuk menjalin hubungan yang harmonis dengan semua pihak.<sup>234</sup> Kewajiban dan tanggung jawab para pebisnis antara lain : menyediakan barang dan atau jasa kebutuhan masyarakat dengan harga yang wajar, jumlah yang cukup serta kegunaan dan manfaat yang memadai.

Pebisnis online di kota Parepare menjalankan bisnisnya dengan amanah jika ada barang yang cacat maka pebisnis menginformasikan barang dagangannya kepada konsumen. Pebisnis menyediakan barang atau jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat dan tentunya dengan harga yang wajar, pebisnis memudahkan konsumen atau pelanggan untuk melakukan proses transaksi dalam hal ini pebisnis memberi pinjaman harga barang kepada pelanggan dan pebisnis membuka kerja sama antar pelanggan dengan cara memberikan kesempatan bagi pelanggan untuk menjadi reseller barang dagangannya. Jadi menurut etika bisnis ekonomi syariah, pebisnis *online* di kota Parepare memiliki etika yang sesuai dengan nilai nubuwah yakni amanah/terpercaya.

### 3. *Tabligh* (komunikatif-promotif)

Sifat *tabligh* adalah menyampaikan sesuatu, dalam artian bahwa orang yang memiliki sifat *tabligh* harus komunikatif dan argumentatif. Orang yang

---

<sup>234</sup>M. Quraish Shihab, *Tafsir al-Mishbāh “Pesan, Kesan Dan Kecerastian al-Qur’an”* (Jakarta: Lentera Hati, 2007), h. 481.

memiliki sifat *tabligh* akan menyampaikan dengan benar dan tutur kata yang tepat (*bi al-hikmah*).<sup>235</sup> Pelaku bisnis yang bisa dipercaya karena kesalehan dan kejujurannya, akan disukai dan dicintai oleh masyarakat atau konsumen karena kepribadian dan kecerdasannya, sehingga menjadi panutan bagi siapa saja yang berinteraksi dengannya. Kata-kata yang diucapkan selalu menjadi rujukan dan diperhatikan oleh orang lain karena mengandung kebenaran dan memiliki makna yang dalam.<sup>236</sup>

Bisnis yang Islami harus memiliki gagasan-gagasan segar, juga harus mampu mengkomunikasikan gagasan-gagasannya secara tepat serta mudah dipahami yang mendengarkannya. Upaya untuk mengkomunikasikan berbagai produk kepada masyarakat atau konsumen dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satu adalah informasi melalui iklan di media sosial maupun secara langsung. Sikap komunikatif dalam dunia bisnis juga harus memperhatikan *ukhuwah* atau persaudaraan. Ini berarti transaksi bisnis dilakukan berdasarkan harmonisasi kepentingan dan manfaat semua pihak yang dilakukan secara tolong-menolong. Mendapatkan keuntungan di atas kerugian orang lain tidak dibenarkan dalam hukum Islam karena orang lain harus dianggap sebagai saudara. Interaksi dengan masyarakat dilakukan secara saling mengenal (*ta'aruf*), memahami keberadaan dan kepentingan masing-masing (*tafahum*), menolong (*ta'awun*), menjamin (*takaful*), dan bersinergi serta beraliansi (*tahaful*).<sup>237</sup>

---

<sup>235</sup> Muhammad Sulaiman dan Aizuddinur Zakaria, *Jejak Bisnis Rasul*, h. 6.

<sup>236</sup> A. Darussalam, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Hadis*, h 214-215.

<sup>237</sup> Sofyan S. Harahap, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*, h. 119.

Pebisnis online di kota Parepare menjalankan aktivitas usahanya sesuai dengan sifat *tabligh*. Pebisnis mampu membangun komunikasi yang baik bagi konsumen maupun pebisnis online yang lain, pebisnis mempromosikan barang dagangannya dengan gambar menarik dan membuat video editan dengan latar musik yang kekinian serta membuat siaran langsung barang dagangannya, sehingga konsumen tertarik untuk memesan barang dagangan pebisnis online. Pebisnis menjadikan bisnisnya tempat ajang silaturahmi baik antara konsumen maupun pebisnis yang lain.

Pebisnis online di Kota Parepare juga ramah dan komunikatif jika ada konsumen menayakan harga maupun kualitas barang dagangan. Akan tetapi ada sebagian pebisnis online yang baru masuk di dunia bisnis tidak memahami etika ketika melakukan penawaran barang dagangannya di kolom komentar status pebisnis yang lain sehingga pebisnis tersebut memotong alur transaksi pebisnis pertama, dalam hal ini pebisnis tidak mempunyai etika dalam menyampaikan/mempromosikan barang dagangannya, Pebisnis menawarkan harga barang lebih murah dari pebisnis pertama dan menginbox calon konsumen sehingga merugikan pebisnis yang lain sebagai pihak pertama dan menurut etika islam perbuatan tersebut tidak etis.

Hal yang sama juga dilakukan sebagian pebisnis online dalam mempromosikan barang dagangannya adalah dengan cara berlebih-lebihan. Mempromosikan barang dagangan dengan kata-kata yang manis dan ucapan yang dilebih-lebihkan tanpa menjelaskan kecacatan barang tersebut sehingga calon konsumen tertarik untuk membeli tanpa mengecek terlebih dahulu dan hal ini akan merugikan pihak konsumen. Selain itu pebisnis juga melakukan

perbuatan yang merugikan konsumen dengan cara memaksa secara halus untuk segera membeli dan mentransfer uang sesuai harga barang dagangannya padahal belum ada kata sepakat dan kerelaan salah satu pihak yakni konsumen. Perbuatan promosi berlebihan dan pemaksaan halus kepada konsumen merupakan bentuk promosi yang tidak sesuai dengan etika bisnis islam dalam hal ini nilai *nubuwwah*, tidak mencerminkan sifat berbisnis nabi yakni *tabliqh*.

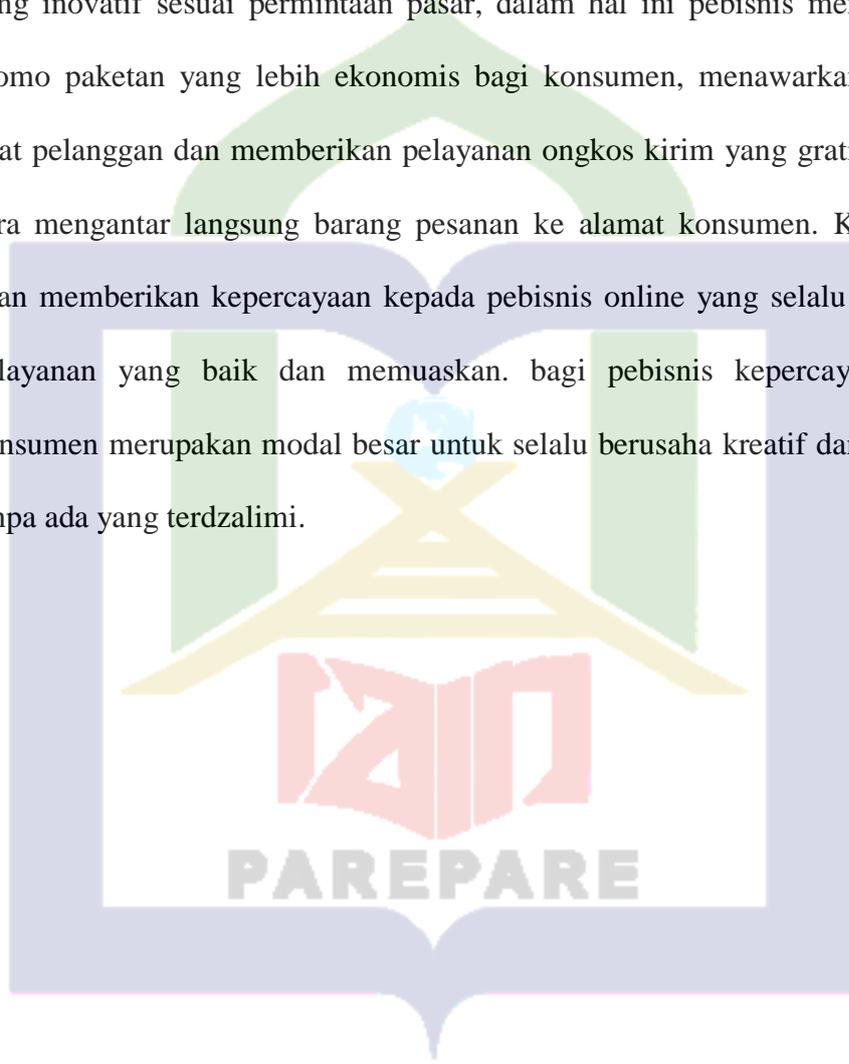
#### 4. *Fatanah* (cerdas)

Sifat *fatamah* mengantarkan Nabi Muhammad saw. mendapat keberhasilan dalam kegiatan perdagangan. Memiliki sifat jujur, benar, dan tanggungjawab tidak cukup dalam mengelolahbisnis secara profesional. Para pelaku bisnis juga harus memiliki sifat *Fatanah*, yaitu sifat cerdas, cerdik, dan bijaksana agar bisnis yang lebih efektif dan efisien serta mampu menganalisis situasi persaingan dan perubahan-perubahan dimasa yang akan datang.

Kecerdasan yang dimaksud adalah bukan hanya kecerdasan intelektual tetapi kecerdasan emosional dan kecerdasan spiritual. Sifat *fatamah* menumbuhkan kreatifitas dan kemampuan untuk melakukan berbagai macam inovasi yang bermanfaat. Kreatif dan inovatif hanya akan dimiliki ketika seorang berusaha menambah ilmu pengetahuan dan informasi, baik yang berhubungan dengan pekerjaan maupun bisnis secara umum. Kreatif dan inovatif dalam dunia bisnis juga harus memperhatikan *masalahah* atau kemaslahatan. Ukuran kemaslahatan yang harus dijadikan dasar dalam menentukan boleh tidaknya suatu transaksi dilakukan. Dalam artian, bahwa

transaksi yang dilakukan harus membawa atau menghasilkan kebaikan seluruh manusia.

Pebisnis online di kota Parepare senantiasa melakukan perubahan yang inovatif sesuai permintaan pasar, dalam hal ini pebisnis menawarkan promo paketan yang lebih ekonomis bagi konsumen, menawarkan reseller buat pelanggan dan memberikan pelayanan ongkos kirim yang gratis dengan cara mengantar langsung barang pesanan ke alamat konsumen. Konsumen akan memberikan kepercayaan kepada pebisnis online yang selalu memberi pelayanan yang baik dan memuaskan. bagi pebisnis kepercayaan para konsumen merupakan modal besar untuk selalu berusaha kreatif dan inovatif tanpa ada yang terdzalimi.



## BAB V PENUTUP

### *A. Simpulan*

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada Bab IV di atas, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Proses transaksi jual-beli yang dilakukan oleh pebisnis *online* di Kota Parepare yaitu para pebisnis menawarkan barang dagangan di Media Sosial *facebook* dan *story whatsapp* kepada para konsumen. Kemudian konsumen akan menawar harga maupun jumlah barang yang akan diberikan kepada pebisnis. Apabila dalam proses tawar-menawar tersebut diperoleh kesepakatan maka terjadilah transaksi jual-beli.
2. Etika bisnis ekonomi syariah belum sepenuhnya diterapkan oleh para pebisnis *online* di Kota Parepare. Hal ini disebabkan bahwa masih ada dua indikator dalam nilai *nubuwwah* yang belum dilakukan oleh beberapa pebisnis *online* yaitu indikator *Shiddiq/* jujur, pebisnis *online* kosmetik ada yang menjual kosmetik palsu dan tidak menjaga hubungan baik terhadap pelanggan dalam hal ini meviralkan pelanggan yang *php* dan pelanggan yang berutang dan *tabligh/komunikatif-promotif*, pebisnis *online* memotong transaksi pebisnis yang lain dikolom komentar dan pebisnis mempromosikan barang dagangannya secara berlebihan.

### *B. Implikasi*

Berdasarkan kesimpulan penelitian Etika bisnis ekonomi syariah pada pebisnis *online* yang telah dilakukan memiliki implikasi yang sangat tinggi. Adapun implikasi yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1. Etika bisnis ekonomi syariah menjadi pedoman dalam setiap transaksi yang dilakukan oleh pebisnis *online* terutama transaksi jual-beli,

karena etika pebisnis dapat menciptakan perekonomian yang baik.

2. Penerapan etika bisnis ekonomi syariah memerlukan kesiapan para pelaku ekonomi terutama pebisnis untuk melaksanakannya sehingga kegiatan perekonomian dapat dipastikan tidak bertentangan dengan syariat Islam.
3. Dengan menerapkan etika bisnis ekonomi syariah, maka para pelaku ekonomi tidak hanya akan mengejar keuntungan dunia tapi juga keuntungan akhirat sehingga tercipta keseimbangan antara dunia dan akhirat. Di samping itu, dengan menerapkan etika bisnis ekonomi syariah maka hubungan dengan manusia dan hubungan dengan Allah akan tetap terjaga dengan baik.

### **C. Rekomendasi**

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan, maka peneliti mengajukan rekomendasi yang dipandang berguna dan dapat dipertimbangkan agar dapat menciptakan perekonomian yang baik, diantaranya yaitu:

1. Kepada para pebisnis *online* di Kota Parepare agar senantiasa menjaga nama baik pelanggan sehingga konsumen memberi kepercayaan. Selain itu, para pebisnis harus menjaga hubungan baik dengan para konsumen dan pelanggan agar mereka tidak mencari langganan lain.
2. Kepada konsumen agar senantiasa menjaga kepercayaan para pebisnis *online* jika sudah memesan barang dagangan agar tidak membatalkan sepihak pesanan yang telah diantarkan pebisnis dan pelanggan yang mempunyai utang agar senantiasa membayar utang secepatnya serta melakukan itikad baik kepada pebisnis ketika utang belum diselesaikan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Mukimin Sa'aduddin, Iman. *Al Akhlaq Islami*. Bandung: Remaja Rosdakarya. 2006.
- Abdul, Aziz. *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Bandung: Alfabeta. 2013.
- Agoes, Sukrisno. *Etika Bisnis dan Profesi*. Edisi Revisi. Jakarta: Salemba Empat. 2011
- Ahmadi, Candra dan Dadang Hermawan. *E-Business & E-Commerce*. Yogyakarta: Andi Offset. 2013.
- A. Karim, Adiwarmanto. *Ekonomi Mikro Islam*. Edisi Kelima. Jakarta: RajaGrafindo Persada. 2015.
- Ali, Moh. Daud dan Habibah Daud. *Lembaga-lembaga Islam di Indonesia*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1995.
- Ali, Zainuddin. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika. 2011.
- Alma, Buhari dan Donni Juni Priansa. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta. 2009.
- Arijanto, Agus. *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis "Cara Cerdas Dalam Memahami Konsep Dan Faktor-faktor Etika Bisnis Dengan Beberapa Contoh Praktis"* (Cet, I; Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2011)
- Badroen, Faisal. *et al., eds., Etika Bisnis dalam Islam*. Cet. II; Jakarta: Kencana. 2007.
- Basrowi dan Suwandi. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta. 2008.
- Bungin, Burhan. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Cet. VIII; Jakarta: RajaGrafindo Persada. 2012.
- Danim, Sudarwan. *Menjadi Peneliti Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia. 2002.
- Departemen Agama RI. *al-Qur'an dan Terjemahnya*. Jakarta: Sygma Examedia Arkanleema. 2010.
- Djakfar, Muhammad. *Etika Bisnis Islam: Tataran Teoritis dan Praksis*. Malang: UIN Malang Press. 2008.
- Edwin Nasution, Mustafa. *et al., eds., Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana Perdana Media Group. 2010.
- Halim Barakatullah, Abdol dan Teguh Prasetyo. *Bisnis E-Commerce Study System Keamanan dan Hukum di Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2005.

- Hasan, Ali. *Manajemen Bisnis Syariah: Kaya di Dunia Terhormat di Akhirat*. Cet. I; Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2009.
- Huda, Nurul, *et al., eds, Ekonomi Makro Islam*. Jakarta: Prenada Media Group. 2008.
- Kadir, A. *Hukum Bisnis Syariah Dalam al-Qur'an*. Jakarta: Sinar Grafika Offset. 2010.
- Karim, Adiwarman A. *Ekonomi Mikro Islam*. Edisi Kelima. Jakarta: RajaGrafindo Persada. 2015.
- Lukman Fauroni, R. *Etika Bisnis Dalam Al-Qur'an*. Yogyakarta: LkiS Pelangi Aksara. 2006.
- Maman Suherman, Ade. *Aspek hukum dalam Ekonomi Global*. cet. ke-2. Bogor: Ghalia Indonesia. 2005.
- Mansyhuri dan Zainuddin. *Metode Penelitian (Pendekatan Praktis dan Aplikatif)*. Jakarta: Revika Aditama. 2008.
- Muhammad. *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN. 2004. 556
- Muslich. *Prinsip-prinsip Etika Bisnis*. Yogyakarta: Ekonisia. 2004.
- Nasution, Mustafa Edwin. *et al., eds., Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana Perdana Media Group. 2010.
- Novitasari, Dyna. *25 Bisnis Sampingan untuk Mahasiswa*. Yogyakarta : G-Media. 2011.
- P. Dwi Atmojo, Panggih. *Internet Untuk Bisnis I*. Jogjakarta: Dirkomnet Training. 2002.
- Purwanto, Srijanti, dan Rahman. *Etika Membangun Masyarakat Islam Modern*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2007
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI). *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2015.
- Qardhawi, Yusuf. *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*. Cet. I; Jakarta: Robbani Press. 2001.
- Ratri, Carolina. *Sukses Membangun Toko Online*. Jogjakarta: Stiletto Book. 2014.
- Rivai, Veithzal. Amiur Nuruddin, dan Faisar Ananda Arfa. *Islamic Business and Economic Ethics*. Jakarta: PT. Bumi Aksara. 2012.
- Rozalinda. *Fikih Ekonomi Syariah; Prinsip dan Implementasinya pada Sektor Keuangan Syariah*. Jakarta: RajaGrafindo Persada. 2017.
- Subagyo, Joko. *Metode Penelitian (dalam Teori dan Praktek*. Cet. IV; Jakarta:

Rineka Cipta. 2004.

Sukirno, Sadono.*et al., eds.,Pengantar Bisnis*. Jakarta: Kencana, 2006.

Sulaiman, Muhammad dan Aizuddinur Zakaria. *Jejak Bisnis Rasul*. Cet. I; Jakarta Selatan: Mizan Publika. 2010.

Sulianta, Feri. *Langkah Jitu Jualan Online*. Bandung: PT. Publika Edu Media. 2015.

Suyanto, Bagong dan Sutinah. *Metode Penelitian Sosial*. Ed. I; Cet. III; Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2007.

Sonny Keraf, A. *Etika Bisnis "Tuntutan Dan Relevansinya"*. Yogyakarta: Kanisius. 1998.

Tim Penyusun. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Parepare: Program Pascasarjana STAIN Parepare. 2015.

Untung, Budi. *Hukum dan Etika Bisnis*. Ed. I. Yogyakarta: Andi Offset. 2012.

W Purba, Onno dan aang arid wahyudi. *mengenal e-commerce*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo. 2001.

Yan, Organius. *Moralitas Islam dalam Ekonomi & Bisnis*. Cet. I; Bandung: Penerbit Maja. 2012.

Yuliadi, Imamudin. *Ekonomi Islam*. Yogyakarta: LPPI. 2006.

#### Referensi dari Jurnal:

Ajub, Ishak "Al-Mizan: Jurnal Pemikiran Hukum dan Ekonomi Islam", Nomor 1, Volume 3 Juni 2007,

Setianingrum, Any. "Application of Pattern of Islamic State Revenue Policy to Improve The Ability of Indonesia's Fiscal." *Al-Iqtishad*: Volume 7. Nomor 2. Juli 2015 (online). Dalam <http://doaj.org> (diakses tanggal 1 Mei 2018).

Shihab, M. Quraish. *Tafsir al-Mishbah "Pesan, Kesan Dan Keserasian al-Qur'an"*. Jakarta: Lentera Hati. 2007.

Situmeang, Rosinta Romauli. "Dampak Bisnis Online Dan Lapangan Pekerjaan Terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat (Studi Kasus Jasa Bisnis Online Transportasi Grab Di Kota Medan)." *AJIE - Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*. Volume 03. Issue 03. September 2018.

Widya Utami, Novia." Pengertian-tujuan-contoh-dan-manfaat-etika-bisnis". Dalam <https://www.jurnal.id>. Diakses pada tanggal 25 november 2020 pukul 16.00 WITA.

**Referensi dari Internet:**

- Sapriadi. "Praktik Etika Bisnis dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus Pasar Tradisional Kota Parepare)." Tesis. 2015. [Http://repositori.uin-alauddin.ac.id](http://repositori.uin-alauddin.ac.id). Diakses pada tanggal 08 Juni 2020 pukul 12.45 WITA.
- Irawan, Heri. "Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Sembako di Pasar Sentral Sinjai." Tesis. 2017. [Http://repositori.uin-alauddin.ac.id](http://repositori.uin-alauddin.ac.id). Diakses pada tanggal 08 Juni 2020 pukul 12.41 WITA.





**LAMPIRAN**

**PAREPARE**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE  
PROGRAM PASCASARJANA

Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404  
PO Box 909 Parepare 91100 website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id

Nomor : B- 175 /In.39.12/PP.00.9/12/2020 Parepare, A Desember 2020  
Lampiran : -  
Perihal : Izin Melaksanakan Penelitian

Yth. Bapak Walikota Parepare  
Cq. Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan  
Terpadu Satu Pintu

Di

Tempat

*Assalamu Alaikum Wr. Wb.*

Sehubungan dengan rencana penelitian untuk Tesis mahasiswa Program  
Pascasarjana IAIN Parepare tersebut di bawah ini :

Nama : ANDI FATIMAH  
NIM : 16.0224.004  
Program Studi : Ekonomi Syaria'ah  
Judul Tesis : Etika Bisnis Ekonomi Syariah : Studi Pada Pebisnis Online Di  
Kota Parepare

Untuk keperluan Pengurusan segala sesuatunya yang berkaitan dengan penelitian  
tersebut akan diselesaikan oleh mahasiswa yang bersangkutan. Pelaksanaan penelitian  
ini direncanakan pada bulan Desember Tahun 2020 Sampai Selesai.

Sehubungan Dengan Hal Tersebut Diharapkan kepada bapak/ibu kiranya yang  
bersangkutan dapat diberi izin dan dukungan seperlunya.

*Assalamu Alaikum Wr. Wb.*

A.n. Rektor,  
Direktur,

  
H. Mahsyar,

**IAIN**  
**PAREPARE**



SRN IP 000628

**PEMERINTAH KOTA PAREPARE**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**

*Jalan Veteran Nomor 28 Telp (0421) 23594 Faksimile (0421) 27719 Kode Pos 91111, Email : dpmptsp@pareparekota.go.id*

**REKOMENDASI PENELITIAN**

**Nomor : 633/IP/DPM-PTSP/12/2020**

- Dasar :
1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
  2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian.
  3. Peraturan Walikota Parepare No. 7 Tahun 2019 Tentang Pendelegasian Wewenang Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.

Setelah memperhatikan hal tersebut, maka Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu :

**MENGIZINKAN**

KEPADA  
 NAMA : **ANDI FATIMAH**  
 UNIVERSITAS/ LEMBAGA : **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE**  
 Jurusan : **EKONOMI SYARIAH**  
 ALAMAT : **BTN TIMURAMA BLOK A19/12 PAREPARE**  
 UNTUK : **melaksanakan Penelitian/wawancara dalam Kota Parepare dengan keterangan sebagai berikut :**  
 JUJUL PENELITIAN : **ETIKA BISNIS EKONOMI SYARIAH : STUDI PADA PEBISNIS ONLINE DI KOTA PAREPARE**

LOKASI PENELITIAN : **KECAMATAN SEKOTA PAREPARE**

LAMA PENELITIAN : **30 November 2020 s.d 30 Desember 2020**

- a. Rekomendasi Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung
- b. Rekomendasi ini dapat dicabut apabila terbukti melakukan pelanggaran sesuai ketentuan perundang - undangan

Dikeluarkan di: Parepare

Pada Tanggal : **16 Desember 2020**

**KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL  
 DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU  
 KOTA PAREPARE**



**Hj. ANDI RUSIA, SH.MH**

Pangkat : **Pembina Utama Muda, (IV/c)**  
 NIP : **19620915 198101 2 001**

Biaya : Rp. 0.00

• UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1

- Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan Sertifikat Elektronik yang diterbitkan BIRE
- Dokumen ini dapat dibuktikan keasliannya dengan terdaftar di database DPMPTSP Kota Parepare (scan QRCode)



Badan  
 Sertifikasi  
 Elektronik



**Nama : Andi Fatimah**

**NIM: 16.0224.004**

**Judul: Etika Bisnis Ekonomi Syariah:Etika Pebisnis Online Di Kota Parepare**

**A. Proses transaksi bisnis online di kota parepare.**

1. Apa yang anda lakukan sebelum memulai menjual?
2. Bagaimana cara anda mempromosi barang dagangan anda untuk menarik perhatian pembeli ?
3. Bagaimana sistem transaksi bisnis anda ?
4. Apa yang anda lakukan apabila ada pembeli yang bertanya tentang harga barang dagangan anda?
5. Apa yang anda lakukan apabila ada pembeli yang bertanya tentang kualitas dan spesifikasi barang dagangan anda?
6. Apa yang anda lakukan apabila ada pembeli yang menawar harga barang dagangan anda?
7. Apa yang anda lakukan apabila ada pembeli yang meminta tambahan jumlah barang?
8. Bagaimana sistem pembayaran dilakukan oleh pembeli?
9. Apabila uang yang digunakan untuk membayar oleh pembeli lebih besar dari harga barang, apakah anda memberikan kelebihanannya dalam bentuk uang atau barang
10. Bagaimana anda mendistribusikan barang dagangan anda yang telah laku terjual?
11. Apakah anda memakai jasa kurir?

**B. Penerapan etika bisnis ekonomi syariah terhadap pebisnis online di kota parepare.**

1. Apa saja yang anda jual?
2. Di mana anda mendapatkan barang?
3. Bagaimana cara anda mendapatkan barang?
4. Apa tujuan anda menjual?
5. Apakah anda menjelaskan kepada pembeli tentang kualitas dan harga barang dagangan anda?
6. Apa saja strategi yang anda gunakan agar barang dagangan anda cepat laku dan mendapat pelanggan?
7. Bagaimana tanggapan anda jika ada pebisnis online baru dan barang dagangannya laris?
8. Bagaimana pendapat anda jika ada pebisnis online yang mengedit testimoni dan mengambil gambar dagangan dari pebisnis yang lain?
9. Bagaimana pendapat anda mengenai pebisnis online memviralkan calon pembeli yang php?

10. Bagaimana tanggapan anda jika ada pebisnis yang menjual kosmetik palsu?
11. Bagaimana tanggapan anda jika ada pebisnis melakukan pemaksaan dalam membeli barang dagangannya?
12. Bagaimana tanggapan anda jika ada pelanggan yang berutang? Bagaimana cara anda menagihnya? Bagaimana tanggapan anda melihat pebisnis yang lain memviralkan pelanggannya?
13. Apakah anda menyumbang sebagian penghasilan anda? Mengapa?

### PEDOMAN OBSERVASI

Observasi atau pengamatan yang dilakukan dalam penelitian ini yakni melakukan pengamatan tentang gambaran umum dan kegiatan pebisnis online di kota parepare meliputi:

1. Mengamati akun jual beli parepare dan akun facebook serta whatsapp pebisnis online yang menjadi narasumber peneliti.
2. Mengamati kegiatan pebisnis online di kota Parepare
  - a. Persiapan yang dilakukan pebisnis sebelum memulai menjual
  - b. Proses transaksi jual-beli online
  - c. Hal-hal yang dilakukan pebisnis setelah melakukan transaksi dengan konsumen .
  - d. Mengamati interaksi status jualan para pebisnis online di Kota Parepare. Interaksi antara pebisnis dengankonsumen.
  - e. Interaksi antara pebisnis online dengan pebisnis online lain

Daftar narasumber yang menjadi sumber data primer dalam penelitian.

No.	Pebisnis	Fashion	Alat\Hobi	Makanan/Buah	Kosmetik/obat
1.	Satriani	Pakaian			
2.	Samsinar	Pakaian			
3.	Andi Anto	Pakaian			
4.	Fitriani	Sepatu			

5.	St.Hajra	Daster			
8.	Tija			Buah-buahan	
9.	Anti			Buah-buahan	
10.	Lia			Buah-buahan	
11.	Umar			Buah-buahan	
12.	Reski			Makanan	
13.	Eka			Makanan	
14.	Hajriana			Cemilan	
15.	Hasbiah			Makanan	
16.	Hasna			Buah -buahan	
17.	Fatma				Kosmetik
18.	Fatmawati				Kosmetik
19.	Marni				Obat Herbal
20.	Taufik Akbar		Alat Rumah tangga		
21.	Rafsanjani		Ayam		
22.	Rahman		Bunga- bunga		
No	Nama Pebisnis	Alamat			
1.	Satriani	Jln. Amal Bakti No.8 Soreang			
2.	Samsinar	Wekkee,Bacukiki			
3.	Andi Anto	Jln. Amal Bakti No.8 Soreang			
4.	Fitriani	Jl.Andi Mappatola,Ujung			
5.	St.Hajra	Jl. Lahalede No.84, ujung Baru			

8.	Tija	Lompoe, Bacukiki
9.	Anti	Btn. Green sahara No.22 Bacukiki
10.	Lia	Jln. Mattirotasi No.20, Ujung
11.	Umar	Btn. Cempae No.5 Soreang
12.	Reski	Jl. Karaeng Burane No. 5, ujung
13.	Eka	Btn.puri alam madani, Bacukiki
14.	Hajriana	Btn.Timurama No.9, Bacukiki
15.	Hasbiah	Btn zahra No.10 Bacukiki
16.	Hasna	Jln.Sumur Jodoh gang katambak No.9, Soreang
17.	Fatma	Grang sulawesi blok C No.35
18.	Fatmawati	Jl. Taebe No.24 Soreang
19.	Marni	Jl. Jenderal Sudirman,Cappa Galung. Bacukiki Barat
20.	Taufik Akbar	Btn. Cempae Soreang
21.	Rafsanjani	Btn.Timurama No.18 Bacukiki
22.	Rahman	Jln. Amal Bakti, Soreang

### Proses Transaksi bisnis online di kota Parepare



(gambar 1. status jualan pebisnis online)



(gambar 2. Konsumen bertanya harga dan memesan barang)



(gambar 3. Konsumen mentransfer uang pesanan barang)



(gambar 4. Konfirmasi untuk pengiriman barang)

**DATA PRIBADI:**

Nama : Andi Fatimah  
 Tempat Lahir : Kanari  
 Tanggal Lahir : 16 Desember 1986  
 NIM : 16.0224.004  
 Alamat : BTN.Timurama Parepare  
 Nomor : HP085255597663  
 Alamat E-Mail : [fatimahfaiz1986@gmail.com](mailto:fatimahfaiz1986@gmail.com)

**RIWAYAT PENDIDIKAN FORMAL:**

1. Sekolah Dasar Negeri 204 kanari kabupaten Pinrang, tahun 1992-1998
2. Madrasah Tsanawiyah DDI Ujung, tahun 1998-2001 Madrasah Aliyah Negeri 2 Parepare, tahun 2001-2004
3. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam Prodi Hukum Ekonomi Syariah, tahun 2006-2011.

**KELUARGA :**

Ayah : Andi Amir  
 Ibu : Hj.Andi Nurcia  
 Suami : Rafsanjani  
 Anak-anak :1. Asyraf Faiz  
 2. Archie Fatih  
 3. Arsy Fayra  
 4. Airish Falisha.

**RIWAYAT ORGANISASI:**

1. Bendahara HMJ Syariah dan Ekonomi Islam periode 2007.
2. Bendahara KSR unit STAIN Parepare 2009.

**KARYA PENELITIAN ILMIAH:**

1. Analisis akad transaksi jual beli terhadap pengembalian uang pada pusat perbelanjaan di Kota Parepare.
2. Etika bisnis ekonomi syariah : studi pada pebisnis online di kota Parepare.