

**IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM DALAM BISNIS
E-COMMERCE (STUDI PADA TOKO ONLINE DI TOKOPEDIA)
THE IMPLEMENTATION OF ISLAMIC BUSINESS ETHICS IN
E-COMMERCE BUSINESS (A STUDY ON ONLINE STORES IN
TOKOPEDIA)**

Anura Arfianda dan Andri Martiana, Lc., M.A

*Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jalan Lingkar Selatan
Tamantirto Kasihan Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta, 55813*

E-mail: anuraarfianda@gmail.com

andri.martiana@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasikan prosedur bisnis e-commerce pada produk, fitur atau konten, metode pembayaran, metode pengiriman, dan pusat resolusi atau bantuan di toko online dalam etika bisnis Islam, objek penelitian ini adalah toko online di Tokopedia. Konsep etika bisnis Islam menggunakan Teori N. Zainul et.al (2004), sifat seorang pengusaha dalam berbisnis, yaitu Honest (jujur), Truthful (kebenaran), dan Straightforward (berterus terang). Penelitian ini merupakan penelitian field research atau penelitian lapangan dengan analisis data menggunakan deskriptif kualitatif. Selanjutnya menggunakan teknik mengurutkan dan mengorganisasikan data ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian klasifikasi untuk mendapatkan data secara mendalam. Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa etika bisnis Islam di Tokopedia sudah cukup mengikuti etika bisnis Islam dalam ketiga aspek teori N. Zainul et.al (2004). Dapat di lihat dari Jujur dalam memberikan informasi tentang produk yang dijual, memberikan kebenaran akan bertanggung jawab apabila produk yang dikirim terdapat cacat atau tidak sesuai dengan pesanan, berterus terang menyampaikan sesuatu yang benar-benar dibutuhkan oleh pembeli, dan berterus terang mengenai aturan yang terdapat di Tokopedia, seperti pihaknya sudah menjelaskan barang atau produk yang di perjual belikan sudah sesuai dengan syariat Islam yang di tentukan.

Kata kunci: *Implementasi, Etika Bisnis Islam, E-commerce*

Abstract

This study aims to determine the implementation of e-commerce business procedures on products, features or content, payment methods, delivery methods, and the center of resolution or assistance in online stores in Islamic business ethics. The object of this research is the online stores in Tokopedia. The concept of Islamic business ethics uses the theory of N. Zainul et al. (2004), the nature of an entrepreneur in business, are honest, truthful, and straightforward.

This research is a field research by analyzing data using qualitative descriptive. Furthermore, it uses sequencing techniques and organizing data into patterns, categories and classification units to obtain data in depth.

Overall it can be concluded that Islamic business ethics at Tokopedia is already to follow Islamic business ethics in all three aspects of the theory by N. Zainul et al. (2004). It can be seen from the nature of being honest in providing information about the product being sold, giving the truth that he/she will be responsible if the product in question is defective or not in accordance with the order, straightforward in conveying something that is really needed by the buyer, and be straightforward about the rules found in Tokopedia, as it has explained the goods or products that are sold in accordance with the Islamic Shari'a indicated.

Keywords: Implementation, Islamic Business Ethics, E-commerce

PENDAHULUAN

Seiring perkembangan zaman globalisasi saat ini maka berkembang pula sistem teknologi dan informasi. Bukti keinginan sebagian orang muslim untuk merangkul teknologi tersebut, telah berkembang ke situs-situs Islam di Internet, beberapa di antaranya bisnis atau hiburan. Islam berperan penting bagi sektor perdagangan sebagai sumber utama kekayaan dan roda kekuatan ekonomi dalam kesejahteraan umat muslim (N. Zainul et.al, 2004).

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) telah mengumumkan hasil survei data statistik penggunaan internet di Indonesia yang menyatakan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2017 mencapai 143,26 juta jiwa dengan penggunaan yang mencakup 54,68 persen dari total populasi penduduk Indonesia yaitu 262 juta orang. Hal ini meningkat dibandingkan tahun sebelumnya yaitu pada tahun 2016 yang pengguna internetnya sebanyak 132,7 juta atau sekitar 51,5 persen dari total jumlah penduduk Indonesia yang pada tahun tersebut sebesar 256,2 juta (apjii.or.id, 2018).

Bisnis online atau yang biasa dikenal dengan e-commerce merupakan pertukaran transaksi jual beli yang menggunakan media elektronik antara pembeli dan penjual yang telah mendorong pertumbuhan ketersediaan Internet yang luas. E-commerce di Indonesia seperti Tokopedia, Olx, shopee, bukalapak maupun Lazada bukanlah hal yang asing lagi di Indonesia. Berdasarkan peta *e-commerce* paling top di Indonesia dengan jumlah kunjungan ke laman lebih dari 153 juta visit dalam kuartal ke tiga di Indonesia yang terakhir dikumpulkan pada bulan Oktober 2018 menjelaskan pemain besar e-commerce yang sering digunakan pengunjung dilihat dari segi visitor per bulan (rata-rata pengunjung website), ranking aplikasi (rata-rata ranking aplikasi shopping), followers atau pengikut media sosial (facebook, instagram, twitter) adalah Tokopedia (iprice.co.id).

Berbagai macam kasus mengiringi bisnis *e-commerce*, menurut Ketua Umum Asosiasi e-commerce ada berbagai hambatan dan tantangan di Indonesia yang diungkapkannya, seperti permasalahan paling realitas dari e-commerce yaitu ekosistemnya. Pertama situs itu sendiri, kedua payment online, dan induknya harus kemana serta bagaimana. Selanjutnya permasalahan yang lain terhambat oleh kendala logistik pengiriman ke luar pulau Jawa (cnnindonesia.com).

Berita selanjutnya dalam penelitian yang dilakukan Kaspersky Lab dan B2B International (tribunnews.com) mengungkapkan bahwa dari 26 negara, Indonesia menempati peringkat tertinggi disusul Vietnam (26%) dan India (24%). Hasil ini menjelaskan dimana 26% konsumen telah menjadi korban penipuan secara online dan 48% konsumen menjadi target aksi penipuan sehingga mereka memberikan informasi pribadi dan data keuangan untuk tindak kriminal. Dan hasil survei terbaru meskipun berbelanja secara online memiliki risiko seperti yang telah disebutkan di atas, namun rupanya hal tersebut tidak mengurangi minat masyarakat untuk berbelanja online.

Sedangkan beberapa kasus yang terjadi di Tokopedia, seperti mendapati beberapa anggota team yang melakukan pelanggaran sebanyak total 49 buah produk dari kampanye promosi Tokopedia (detik.com). Sehingga menimbulkan kurangnya kepercayaan konsumen terhadap Tokopedia.

(N. Zainul et.al, 2004) dalam penelitiannya menjelaskan masalah yang muncul dan harus banyak di perhatikan dari e-commerce yaitu cara pembayaran dan pengiriman. Pertama cara pembayaran harus Islami, kedua, pengiriman produk harus sampai kepada pembeli. Selanjutnya, Upaya mengantisipasi terjadi kecurangan di e-commerce, baik dalam bentuk eksploitasi ketidak jelasan, menyembunyikan fakta, melebih-lebihkan, maupun dalam menggunakan pendekatan psikologis untuk membujuk pelanggan agar membeli sesuatu dengan kebutuhan emosional bukan untuk alasan.

Penelitian ini adalah penelitian lanjutan dan penyederhanaan dari penelitian konseptual sebelumnya yang ditulis oleh N. Zainul ea.al (2004) dengan judul "*E-commerce from an Islamic perspective*". Membahas tentang e-commerce dan transaksi, bisnis dalam Islam, e-commerce dalam perspektif Islam meliputi legalitas dari e-commerce, etika bisnis Islam di e-commerce, legitimasi kontrak e-commerce, jenis-jenis kontrak dalam Islam, keabsahan e-commerce dari pandangan Islam, transaksi pembayaran untuk e-commerce. Perbedaan penelitian ini dengan sebelumnya adalah penelitian ini hanya memfokuskan pada etika bisnis Islam pada E-commerce. Penelitian ini penyederhanaan dalam ruang lingkup yang lebih kecil yaitu situs Tokopedia menjadi objek penelitiannya, dan alat analisis.

Namun, penelitian ini menarik pada sarana kelancaran kegiatan dalam transaksi bisnis dan kegiatan komersial seperti yang dilakukan pribadi maupun badan yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan secara langsung maupun tidak langsung.

Kejelasan yang dicari dalam penelitian dalam rangka memecahkan permasalahan yang telah dirumuskan akan terangkum dalam tujuan penelitian, oleh karena itu tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana implementasi etika bisnis Islam dalam bisnis e-commerce seperti produk, fitur-fitur atau konten, metode pembayaran, metode pengiriman, dan pusat resolusi atau bantuan pada Toko *Online* di Tokopedia.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini yaitu penelitian *field research* atau penelitian lapangan dengan analisis data menggunakan deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi dan dokumentasi. Metode observasi (pengamatan) merupakan suatu teknik pengumpulan data yang mengharuskan peneliti turun kelapangan dan mengamati sesuatu yang berkaitan dengan ruang, pelaku, kegiatan, waktu, benda-benda, peristiwa, perasaan, dan tujuan (Ghony&Almansur, 2016:165). Namun observasi dalam penelitian ini tidak terbatas oleh ruang dan waktu karena dapat diakses kapan saja sebab menggunakan internet. Dengan cara memperoleh data dan mengamati secara langsung hal-hal yang berkaitan dengan Tokopedia, serta mengamati setiap konten dan prosedur transaksi e-commerce yang ada ditoko online di Tokopedia. Sedangkan metode dokumentasi Sejumlah besar fakta dan data tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokumentasi (Noor, 2011:138).

Teknik keabsahan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah ketekunan pengamatan. Ketekunan pengamatan dimaksudkan untuk menemukan ciri-ciri dan unsur-unsur dalam situasi yang sangat relevan dengan isu atau persoalan yang sedang dicari kemudian memusatkan pada hal-hal tersebut secara rinci (Molwong, 2002).

Selanjutnya teknik analisis data menggunakan teknik mengurutkan dan mengorganisasikan data ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian klasifikasi untuk mendapatkan data secara mendalam (Moleong, 1998:103). Setelah terkumpulnya data, langkah selanjutnya yakni menganalisa dan mengorganisasikan data sehingga tersusun secara rapi dan teratur. Metode analisis deskriptif-kualitatif adalah penelitian yang menggambarkan variabel-variabel dengan mengumpulkan informasi, menganalisa masalah tanpa menggunakan perhitungan atau angka-angka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tokopedia berdiri sejak 17 Agustus 2009 dibawah naungan PT. Tokopedia yang didirikan oleh William Tanuwijaya dan Leontinus Alpha Edison. Wujud sebuah mall

online yang mempertemukan penjual dan pembeli dan memungkinkan untuk terjadinya transaksi jual beli online dengan aman dan nyaman. Produk-produk yang ditawarkan seperti kategori fashion, peralatan rumah tangga, barang elektronik, mainan anak, dan lain-lain

Model bisnis Tokopedia adalah e-commerce customer to customer (C2C). Setiap orang bisa memiliki akun dan berperan sebagai penjual atau pembeli, atau keduanya sekaligus. Tokopedia merupakan C2C terbesar di Indonesia nomor satu, dengan jumlah kunjungan ke laman lebih dari 153 juta visit dalam kuartal ke dua dan ke tiga di Indonesia yang terakhir dikumpulkan pada bulan Oktober 2018 menjelaskan pemain besar e-commerce yang sering digunakan pengunjung dilihat dari segi visitor per bulan (rata-rata pengunjung website), ranking aplikasi (rata-rata ranking aplikasi shopping), followers atau pengikut media sosial (facebook, instagram, twitter) (iprice.co.id).

Tokopedia percaya bahwa marketplace merupakan model bisnis paling indah di dunia karena kesuksesan sebuah marketplace hanya dapat diraih dengan membuat orang lain menjadi lebih sukses (Tokopedia.com). Visi Tokopedia adalah membangun sebuah ekosistem dimana siapa pun bisa memulai dan menemukan apa pun.

Dalam berbisnis Islam tidak membiarkan umatnya memperoleh keuntungan dengan cara yang tidak baik. Etika bisnis Islam menerapkan garis pemisah atau batasan antara yang boleh dan tidak boleh, yang halal maupun yang haram. Hal ini sangat penting bagi pedagang dalam mengimplementasikannya dalam bisnis. Teori terkait etika bisnis Islam sangat banyak, salah satunya teori dari sifat bisnis yang di kemukakan oleh (N. Zainul et.al, 2004), yang akan dibahas dibawa ini:

Honest (jujur)

Tidak ada ruang lingkup terhadap kecurangan, berbiacara bohong, dan iklan palsu dalam kerangka bisnis Islam. Dijelaskan dalam Hadits, Nabi berkata:

“Dia yang telah telah memperkuat kebenaran dengan lidahnya, pahalanya akan terus bertumbuh sampai Hari Kebangkitan dimana Allah akan membayar pahala penuh kepadanya”.

Cakupan jujur sendiri sangat luas meliputi jujur memberikan informasi tentang produk yang dijual, jujur menjual produk dari bahan yang baik dan halal, dan Tidak menyembunyikan cacat barang dagangan.

***Truthful* (kebenaran)**

Sikap ini sangat dianjurkan dalam aktifitas bisnis kejujuran dan kebenaran mempunyai hubungan yang erat. Karena pengiklan cenderung berlebihan atau sewenang-wenang, ketidak jelasan, menyembunyikan fakta, melebih-lebihkan, dan menggunakan pendekatan psikologis untuk membujuk pelanggan agar membeli sesuai kebutuhan emosional, bukan untuk alasan.

Cakupan kebenaran disini adalah dalam berdagang harus transparan dan tidak mengambil sesuatu yang melebihi haknya dan tidak melebihi orang lain, seperti memberikan harga (tidak melebih lebihkan atau mengurangi), memberikan kebenaran akan bertanggung jawab apabila produk yang dikirim terdapat cacat atau tidak sesuai dengan pesanan, memberikan pelayanan yang baik kepada pembeli, dan lain-lain.

***Straightforward* (berterus terang)**

Rasulullah SAW dalam memberikan informasi terkait barang dagangannya dikatakan dengan apa adanya. Mengelola bisnis dapat diartikan sebagai menyampaikan sesuatu yang benar-benar dibutuhkan oleh pembeli, seperti berterus terang terhadap produk yang di jual apakah masih tersedia atau tidak, dan sebagainya.

Peneliti mengimplementasikan sifat *Honest* (jujur), *Truthful* (kebenaran), *Straightforward* (berterus terang) menggunakan lima kategori dalam penerapannya pada toko online di Tokopedia. Dengan kriteria point penilaian sebagai berikut:

3 = Memenuhi

2 = Cukup Memenuhi

1 = Tidak Memenuhi

Jenis Produk atau Barang

Aturan mengenai jenis produk atau barang yang dilarang untuk diperdagangkan oleh penjual di Tokopedia sudah dijelaskan dalam situsnya. Didapat data pengamatan yang diolah pada awal bulan Januari-Februari mengalami peningkatan kasus, bulan Maret-April mengalami kestabilan, pada bulan Mei hingga September mengalami fluktuatif, dan bulan Oktober-November mengalami kestabilan kembali. Kasus di lapangan yang terdapat pada produk seperti barang yang di jual palsu, memberikan barang yang cacat atau rusak.

Dapat disimpulkan dan dikaitkan dengan kriteria ketiga point etika bisnis Islam, jika mengikuti ketentuan yang ada, cukup memenuhi dalam aspek *Honest* (Jujur), *Straightforward* (berterus terang) . Tetapi dalam aspek *Truthful* (kebenaran) penjual tidak menerapkan kepada pembeli. Ditemukan kasus dilapangan beberapa barang di jual palsu dan mengirimkan barang dengan kualitas yang tidak baik atau cacat. Sebagaimana disebutkan dalam hadis Nabi (Aplikasi, Ensiklopedi Hadits 9 Imam):

Artinya: *"Telah menceritakan kepada kami Abu Nu'aim telah menceritakan kepada kami Sufyan dari 'Abdullah bin Dinar berkata, aku mendengar 'Abdullah bin 'Umar radliallahu 'anhuma berkata; Ada seorang laki-laki berkata kepada Nabi shallallahu 'alaihi wasallam: "Aku tertipu dalam berjual beli". Maka Beliau bersabda: "Jika kamu berjual beli katakanlah tidak boleh ada (penipuan dalam jual beli) ". Kemudian orang itu mengatakannya. (H.R Al-Bukhari No. 2230).*

Berdasarkan ayat diatas Tokopedia sebagai e-commerce dapat lebih berperan mengawasi merchant (pelaku bisnis) dengan aturan-aturan yang telah ditetapkan. Akibatnya masalah ini akan memberikan dampak yang merugikan kepada salah satu pihak, yakni pihak penerima barang atau pembeli.

Fitur atau Konten

Aturan mengenai fitur atau konten di Tokopedia sudah dijelaskan dalam situsnya. Didapat data pengamatan yang diolah mengenai permasalahan yang terdapat pada fitur atau konten di Tokopedia pada bulan Januari sampai November 2018 terjadi kondisi yang tidak stabil (*fluktuatif*) pada awal bulan Januari sampai November, dan kondisi yang paling parah terjadi pada bulan Mei, dikarenakan pada bulan tersebut Tokopedia mempromosikan *flash sale* serba 25.000, tetapi konsumen mengeluh merasa

tertipu dengan iklan yang dibuat, baru beberapa detik barangnya sudah habis terjual. Kasus lainnya yang terdapat di lapangan seperti banyak toko yang menipu, jaringan server down atau error, fitur atau aplikasi tidak memberikan kemudahan saat belanja.

Selanjutnya dari data pengamatan diatas diperkuat dengan mengkualifikasikan data yang diperoleh. Jika dikaitkan dengan tiga aspek teori eika bisnis Islam menurut (N. Zainul et.al, 2004), belum memenuhi kriteria penilaian dalam tiga asepek *Honest* (Jujur), *Truthful* (kebenaran), dan *Straightforward* (berterus terang) etika bisnis Islam. Terlihat kasus yang terjadi dilapangan seperti pembeli tertipu oleh salah satu toko di Tokopedia sehingga menimbulkan kerugian terhadap salah satu pihak, banyak toko yang menipu, Fitur atau aplikasi pada Tokopedia tidak memberikan kemudahan.

Sebagaimana firman Allah SWT dalam al-Qur'an surah al-Maidah ayat 2 yang berbunyi:

Artinya: "Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya".

Berdasarkan ayat diatas jelas bahwa pengaturan dari setiap bidang muamalah khususnya dalam bidang jual beli mempunyai maksud tertentu yaitu agar manusia tidak melakukan tindakan yang menyimpang dari ketentuan-ketentuan yang berlaku. Dan sebaiknya apabila jika terjadi kekeliruan yang disebabkan oleh pihak Tokopedia maka pihak costumer dapat mengklarifikasi atau dengan menghubungi alamai email yang tertera di pembeli.

Metode Pembayaran

Aturan mengenai metode pembayaran pesanan di Tokopedia sudah dijelaskan dalam situsnya. Didapat data pengamatan yang diolah mengenai permasalahan pada metode pembayaran di Tokopedia pada bulan Januari-November mengalami peningkatan di bulan Januari hingga Mei, disebabkan karena server atau jaringan pada Tokopedia mengalami kendala. Sedangkan pada bulan Juni sampai November mengalami penurunan permasalahan. Kasus yang terjadi di lapangan seperti sulitnya cara pembayaran di Tokopedia, metode pembayaran tidak sesuai dengan informasi pada iklan.

Dapat disimpulkan jika dikaitkan dengan tiga aspek teori etika bisnis Islam diatas, dalam aturan metode pembayaran yang terdapat di Tokopedia cukup memenuhi. Namun, tidak begitu menjelaskan aturan-aturan dalam sistem pembayarannya dan terkadang ketika terjadi masalah di lapangan belum cukup memudahkan bagi pembeli.

Dalam transaksi online harus ada pihak-pihak yang terlibat di dalamnya, karena setiap transaksi e-commerce yang menggunakan situs media internet yang dimana kedua belah pihak tidak bertemu bahkan tidak saling menganl satu sama lain. Oleh karena itu untuk menjamin adanya validitas, keamanan, serta kepercayaan transaksi e-commerce membutuhkan pendukung dalam pelaksanaannya.

Sebagaimana yang dijelaskan dalam QS. Al-Baqarah 2 : 282:

Artinya: “Dan persaksikanlah dengan dua orang saksi dari orang-orang lelaki (di antaramu). Jika tak ada dua oang lelaki, maka (boleh) seorang lelaki dan dua orang perempuan dari saksi-saksi yang kamu ridhai, supaya jika seorang lupa maka yang seorang mengingatkannya. Janganlah saksi-saksi itu enggan (memberi keterangan) apabila mereka dipanggil; dan janganlah kamu jemu menulis hutang itu, baik kecil maupun besar sampai batas waktu membayarnya. Yang demikian itu, lebih adil di sisi Allah dan lebih menguatkan persaksian dan lebih dekat kepada tidak (menimbulkan) keraguanmu”. (QS. Al-Baqarah 2 : 282)

Berdasarkan ayat diatas dianjurkan adanya saksi dalam tiap transaksi untuk menghindari terjadinya kecurangan yang dapat memberi mudharat pada salah satu pihak dan rasa kepercayaan sangat penting dimiliki oleh kedua bela pihak sehingga nantinya akan timbul harmonisasi serta rasa persaudaraan antara hubungan penjual dan pembeli.

Metode Pengiriman

Aturan mengenai metode pengiriman barang di Tokopedia sudah dijelaskan dalam situsnya. Didapat data pengamatan yang diolah terkait dengan permasalahan di metode pengiriman pada bulan Januari sampai Agustus terus mengalami peningkatan, sedangkan pada bulan September-November mulai ada penurunan permasalahan. Permasalahan yang terdapat di lapangan seperti jasa pengiriman ke luar pulau Jawa masih sedikit, jasa pengiriman terlalu lama yang memproses, nomor resi pengiriman yang diberikan terkadang tidak bisa di input atau palsu.

Jika dikaitkan dengan tiga aspek teori etika bisnis Islam menurut (N. Zainul et.al, 2004), cukup memenuhi kriteria penilaian dalam tiga aspek *Honest* (Jujur), dan *Straightforward* (berterus terang) etika bisnis Islam. Namun, kasus yang terjadi dilapangan seperti nomor resi pengiriman yang di berikan tidak bisa di input atau palsu bukti bahwa jasa pengiriman ekspedisi belum menerapkan etika bisnis Islam kategori *Truthful* (kebenaran).

Transaksi jual beli seperti di Tokopedia, barang tidak dapat diberikan secara langsung melalui perantara media internet, namun diberikan melalui jasa ekspedisi pengiriman yang telah berkerjasama dan telah mendapatkan verifikasi rekanan dari Tokopedia yang dipilih oleh pembeli barang dengan mencantumkan alamat yang jelas.

Unsur kejelasan harus ada dalam jual beli sebagaimana disebutkan dalam hadis (Aplikasi, Ensiklopedi Hadits 9 Imam) :

Artinya: Dan telah menceritakan kepada kami Abu Bakar bin Abi Syaibah telah menceritakan kepada kami Abdullah bin Idris dan Yahya bin Sa'id serta Abu Usamah dari Ubaidillah. Dan diriwayatkan dari jalur lain, telah menceritakan kepadaku Zuhair bin Harb sedangkan lafazh darinya, telah menceritakan kepada kami Yahya bin Sa'id dari 'Ubaidillah telah menceritakan kepadaku Abu Az Zinad dari Al A'raj dari Abu Hurairah dia berkata; Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam melarang jual beli dengan cara hashah (yaitu: jual beli dengan melempar kerikil) dan cara lain yang mengandung unsur penipuan. (H.R Muslim No. 2783)

Berdasarkan ayat di atas menegaskan bahwa dalam melakukan jual beli harus dengan cara yang benar, karena dalam unsur jual beli melibatkan kerelaan antara dari kedua belah pihak yaitu penjual dan pembeli. Seperti keadaan jual beli biasa, informasi tujuan pengiriman pun harus jelas, dan jika terjadi kesalahan dan kekeliruan dalam memberikan informasi alamat tujuan pengiriman maka, barang yang dibeli tidak akan sampai ke alamat tujuan pembeli. Apabila pembeli bersedia dan rela untuk membayar biaya pengiriman, maka biaya pengiriman akan ditambahkan dalam jumlah pembayaran, selanjutnya barang yang dibeli akan dikirimkan dan sebaliknya jika pembeli tidak bersedia dan rela maka transaksi menjadi batal.

Pusat Resolusi atau Bantuan

Aturan mengenai pusat resolusi atau bantuan di Tokopedia sudah dijelaskan dalam situsnya. Didapat data pengamatan yang diolah terkait dengan permasalahan di

pusat resolusi atau bantuan dapat dilihat pada bulan Januari-Maret mengalami penurunan, tetapi pada bulan Maret-Mei mengalami peningkatan dikarenakan banyak konsumen memberi pengaduan terkait *flash sale* yang dilakukan pada bulan Mei. Pada bulan selanjutnya yaitu Juni hingga November mengalami fluktuatif. Selanjutnya dari data pengamatan diatas diperkuat dengan mengkualifikasikan data yang diperoleh. Kasus permasalahan di lapangan lainnya seperti konsumen dirugikan dengan adanya promo-promo, CS Tokopedia tidak memberikan solusi yang berbuah hasil, tidak cepat tanggap dalam menanggapi keluhan konsumen, pelayanan komplain 3x24 yang di berikan Tokopedia tidak sesuai atau kurang dalam pelayanan.

Jika dikaitkan dengan tiga aspek teori eika bisnis Islam menurut (N. Zainul et.al, 2004), cukup memenuhi aspek dalam teori etika bisnis Islam yaitu *Honest* (Jujur), dan *Truthful* (kebenaran). Karena dilihat dari kasus yang terjadi dilapangan Customer servis Tokopedia dalam aspeknya tidak berterus terang membantu memberikan solusi yang berbuah hasil, dan pelayanan komplain 3x24 toko Tokopedia melepaskan tanggung jawab untuk hal ini. Sebagaimana dinyatakan dalam Al-Quran:

Artinya: *“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat”*. (QS. An-Nisa’ 4:58)

Berdasarkan ayat diatas kebijakan Tokopedia bisa lebih disesuaikan dengan keadaan yang ada di lingkungan, yang terkadang hal ini membuat tidak semua pihak dapat menerima. Pihak Tokopedia sebaiknya memberikan aturan penggunaan dan sanksi yang berlaku sama bagi seluruh pengguna. Tidak menutup kemungkinan pusat resolusi yang diberikan oleh pihak Tokopedia tidak dapat dirasakan oleh semua pihak.

KESIMPULAN

Setelah penulis membahas dan implementasi etika bisnis Islam dalam bisnis e-commerce, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Implementasi etika bisnis Islam dalam bisnis e-commerce pada Toko Online di Tokopedia ditinjau dari teori etika bisnis Islam (N. Zainul et.al,2004) yaitu *Honest* (jujur), *Truthful* (kebenaran), *Straightforward* (berterus terang).

Pertama dapat disimpulkan bahwa poduk sudah mencakupi penilaian angka dua atau dapat dikatakan cukup memenuhi dalam aspek *Honest* (Jujur), *Straightforward* (berterus terang) . Tetapi dalam aspek *Truthful* (kebenaran) penjual tidak menerapkan kepada pembeli. Ditemukan kasus dilapangan beberapa barang di jual palsu dan mengirimkan barang dengan kualitas yang tidak baik atau cacat.

Kedua, fitur atau konten belum memenuhi kriteria penilaian dalam tiga asepek *Honest* (Jujur), *Truthful* (kebenaran), dan *Straightforward* (berterus terang). Terlihat kasus yang terjadi dilapangan seperti pembeli tertipu oleh salah satu toko di Tokopedia sehingga menimbulkan kerugian terhadap salah satu pihak, banyak toko yang menipu, Fitur atau aplikasi pada Tokopedia tidak memberikan kemudahan.

Ketiga, aturan pada metode pembayaran cukup memenuhi , meskipun yang terdapat di Tokopedia tidak begitu menjelaskan aturan-aturan dalam sistem pembayarannya dan terkadang ketika terjadi masalah di lapangan pada sistem pembayaran.

Keempat, metode pengiriman cukup memenuhi kriteria penilaian dalam asepek *Honest* (Jujur), *Straightforward* (berterus terang) pada etika bisnis Islam. Namun, kasus yang terjadi dilapangan seperti nomor resi pengiriman yang di berikan tidak bisa di input atau palsu bukti bahwa jasa pengiriman ekspedisi belum menerapkan etika bisnis Islam kategori *Truthful* (kebenaran).

Kelima, dalam pusat bantuan atau resolusi cukup memenuhi aspek dalam teori etika bisnis Islam yaitu *Honest* (Jujur), *Truthful* (kebenaran). Karena dilihat dari kasus yang terjadi dilapangan Customer servis Tokopedia dalam aspeknya tidak berterus terang membantu memberikan solusi yang berbuah hasil, dan pelayanan komplain 3x24 toko Tokopedia melepaskan tanggung jawab untuk hal ini.

Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa etika bisnis Islam di Tokopedia sudah cukup mengikuti etika bisnis Islam dalam ketiga aspek teori tersebut. Dapat di

lihat dari Jujur dalam memberikan informasi tentang produk yang dijual, memberikan kebenaran akan bertanggung jawab apabila produk yang dikirim terdapat cacat atau tidak sesuai dengan pesanan, berterus terang menyampaikan sesuatu yang benar-benar dibutuhkan oleh pembeli, dan berterus terang mengenai aturan yang terdapat di Tokopedia, seperti pihaknya sudah menjelaskan barang atau produk yang di perjual belikan sudah sesuai dengan syariat Islam yang di tentukan.

Kebijakan Tokopedia bisa lebih disesuaikan dengan keadaan yang ada di lingkungan, yang terkadang hal ini membuat tidak semua pihak dapat menerima dan sebaiknya memberikan aturan penggunaan dan sanksi yang berlaku sama bagi seluruh pengguna. Tidak menutup kemungkinan toko online yang diberikan oleh pihak Tokopedia tidak dapat dirasakan oleh semua pihak.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang sudah dipaparkan dapat diajukan saran untuk penelitian lebih lanjut, saran tersebut sebagai berikut: (1) Penulis mengharapkan hadirnya peraturan pemerintah yang mengatur mengenai transaksi perdagangan melalui e-commerce, sehingga dapat memberikan kejelasan hukum sehingga dapat mengurangi dampak negatif dalam jual beli online. (2) Untuk Tokopedia sebaiknya lebih teliti untuk melakukan pengawasan terhadap merchant (pelaku bisnis) yang masih melakukan pelanggaran. Sehingga pihak-pihak yang berada dalam bisnis online dapat merasa nyaman dan aman, tanpa penipuan pada saat melakukan transaksi. (3) Penelitian ini dapat menambah wawasan bagi pembeli agar lebih berhati-hati pada saat membeli barang di toko online. Hendaknya membeli pada toko online terpercaya, perhatikan ulasan pada setiap produk agar lebih meyakinkan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ghony, M. Junaidi. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Moleong, Lexy J. (1998). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Noor, Juliansyah. (2011). *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana.

Jurnal

- Amalia, F. (2014). Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi pada Usaha Kecil. *Al-Iqtishad*, 134-142.
- Firmansyah, A. (2017). Kajian Kendala Implementasi E-commerce di Indonesia. *Jurnal Masyarakat Telematika dan Infomasi*, Vol. 8, No. 2, Oktober-Desember, 127-
- N. Zainul, et.al. (2004). E-commerce from an Islamic Perspective. *Electronic Commerce Research an Applications*, 280-293.

Sumber Website dan Aplikasi

- iprice insights*. (2018, Oktober). Retrieved Oktober Jumat, 2018, from iprice.co.id: <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>
- Jati, A. S. (2018, Agustus Selasa). *Bos Tokopedia Buka-Bukaan Soal Kasus Flash Sale*. Retrieved November Sabtu, 2018, from detik.com: <https://m.detik.com/inet/cyberlife/d-4186244/bos-tokopedia-buka-bukaan-soal-kasus-flash-sale>
- Playstore Tokopedia. Diakses pada tanggal 6 November 2018. Pukul 18.30
- Tokopedia. (2018, Januari-Oktober). *Tokopedia* . Retrieved Oktober Senin, 2018, from www.Tokopedia.com: <http://www.Tokopedia.com>