

BAB II

TELAAH PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI

A. Telaah Pustaka

Penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan adalah; yang *pertama*, artikel jurnal Muhammad Saifullah (2011) dengan judul “ Etika Bisnis Islami Dalam Praktek Bisnis Rasulullah”. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kepustakaan. Hasil dari jurnal ini adalah kita diminta untuk menjadi produsen seperti Rasulullah, Rasulullah telah terjun keperdagangan dari kecil. Rasulullah selalu menerapkan kejujuran, amanah, timbangan yang sesuai, tidak menimbun barang, tidak mengandung maghribilis (maysir, gharar, riba, dan tadlis). Yang utama adalah Rasulullah mengajarkan bahwasannya rezeki sudah ada yang mengatur dan tidak akan tertukar oleh orang lain oleh karenanya selalu berakhlak baiklah didalam aktivitas bisnis jika ingin rezeki itu datang kepadanya.

kedua, artikel jurnal Ika Yunia Fuzia (2015) dengan judul “Akad Wakalah dan Samsarah Sebagai Solusi Atas Klaim Keharaman Dropship Dalam Jual Beli”. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Hasil didalam jurnal ini adalah bahwa melakukan aktifitas bisnis didalam internet (bisnis online) diperbolehkan. Karena sudah tidak asing lagi, banyak kemudahan yang dapat ditemukan oleh penjual dan melakukan aktifitas bisnis didalamnya dan tidak ada unsur penipuan didalamnya. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Nielsen pada 2011 mengatakan bahwa 41% masyarakat di Indonesia menggunakan *internet via mobile*. Maraknya bisnis online menyebabkan masyarakat banyak tertari dengan *dropship*. *Dropship* adalah sebuah aktivitas bisnis yang dilakukan dimana penjual hanya bermodalkan gambar atau ilustrasi dalam pemasarannya. Aktivitas ini memiliki sisi negatif maupun positif.

Dari etika bisnis Islam atau dari kesyariaannya adalah melibatkan sikap saling percaya antara penjual dan pembeli, penjual harus dengan lebih detail memberikan deskripsi barang yang akan ia jual, sehingga pembeli akan lebih percaya dengan apa yang dijual.

Ketiga artikel jurnal Kristianto Dwi Estijayandono, Sirodjuddin, Abd. Wahid Haddade (2019) dengan judul “ Etika Bisnis Jual Beli *Online* Dalam Perspektif Islam”. Metodologi yang digunakan dalam jurnal ini adalah metodologi deskriptif kualitatif. Jurnal ini menerangkan mengenai pelaku jual beli *online* yang menerapkan etika bisnis dalam bertransaksi jual beli di tokopedia. Hasil dari jurnal ini adalah prinsip etika bisnis yang baik menurut jurnal ini adalah prinsip kejujuran, ketetapan loyalitas dan kedisiplinan. Prinsip prinsip etika bisnis ini adalah prinsip yang sangat mendasar dalam pandangan islam saling menuntungkan satu sama lain antara konsumen maupun produsen. Menurut penulis konsumen dan produsen yang melakukan transaksi di tokopedia telah menerpkan prinsip tersebut.

Keempat artikel jurnal Friska Muthi Wulandari (2015) dengan judul “ Jual Beli *online* yang Aman dan Syari (Studi terhadap Pandangan Pelaku Bisnis *Online* di Kalangan Mahasiswa dan Alumni Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga). Metodologi yang digunakan dalam jurnal ini adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan wawancara. Jurnal ini menerangkan bahwa di era sekarang berbisnis dapat diakses melalui berbagai macam cara. Bisnis online merupakan salah satu bentuk usaha di era ini, mudahnya dalam transaksi online ini banyak menimbulkan permasalahan atau resiko yang ditanggung. Permasalahan yang sering terjadi adalah penipuan. Dalam melakukan transaksi ini ada batasan-batasan yang harus diperhatikan oleh konsumen maupun produsen yaitu, rukun dan syaratnya dalam jual beli. Hasilnya adalah rukun dan syarat yang harus diperhatikan oleh produsen adalah adanya penjual dan pembeli, uang dan barang yang diperjual belikan, dan akad jual beli.

Kelima, artikel jurnal Tira Nur Fitria (2017) dengan judul “ Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) Dalam Hukum Islam dan Hukum Negara”.

Metodologi yang digunakan dalam jurnal ini adalah metodologi kualitatif. Hasil dalam jurnal ini adalah jual beli merupakan sebuah bentuk bermuamalah didalam kegiatan ekonomi. Jual beli online diartikan sebagai sebuah bentuk aktifitas jual beli barang melalui media elektronik dan internet seperti lazada, bukalapak, olx dll. Didalam islam jual beli online diperbolehkan dengan syarat tidak adanya unsur riba, kezaliman, monopoli dan penipuan didalamnya. Sebagaimana didalam hukum asal muamalah adalah al-ibaahah (boleh) selama tidak adanya dalil yang mengharamkan.

Keenam artikel jurnal Desy Astrid Anindya (2017) dengan judul “Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Usaha pada Wirausaha di Desa Delitua Kecamatan Delitua”. Metodologi yang digunakan dalam jurnal ini adalah metodologi deskriptif kualitatif pendekatan dengan wawancara. Hasil didalam jurnal ini adalah didalam etika bisnis islam pelaku bisnis tidak diperbolehkan hanya bertujuan dalam mencapai keuntungan saja tetapi yang utama adalah dalam mencari keridhaan Allah dalam mendapatkan keberkahan dalam rezekinya. Etika bisnis akan muncul ketika pelaku bisnis berinteraksi langsung terhadap *stakeholder* dengan perwujudan sesuai dengan kebudayaan yang diikuti. Tujuan dari etika bisnis disini adalah menjalankan bisnis dengan baik dan bersih dengan cara mengikuti pedoman nilai-nilai islam yang ada di dalam Alquran dan Hadis.

Ketujuh, , artikel jurnal Farah Aunty Sholihah (2019) dengan judul “Pengaruh Persepsi Pelanggan Terkait Etika Bisnis Islam terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna E-commerce”. metodologi yang digunakan dalam jurnal ini adalah deskriptif kuantitatif. Hasil dari jurnal ini adalah bahwa e-commerce adalah salah satu bentuk dari transaksi yang dilakukan oleh para pelaku bisnis menggunakan media sosial. Etika bisnis islam sangat mempengaruhi dalam kepuasan pelanggan. Menjaga kepuasan pelanggan merupakan sebuah usaha dalam memertahankan pangsa pasar dengan cara memberikan fasilitas yang terbaik untuk pelanggan atau konsumen. Islam telah mengajarkan bahwa orang yang sukses adalah ia yang mengarah kepada kebaikan dan menjauhi larangan. Tujuan utama dari jual beli adalah

untuk mendapatkan ridho Allah tidak hanya sekedar mendapatkan keuntungan saja.

Kedelapan artikel jurnal Fitri Wilyani dan Nugroho Agung Prabowo (2013) dengan judul “ Peningkatan Daya Saing Bisnis ‘Batik Kahuripan’” Melalui Sistem Penjualan Berbasis *E-commerce* “. Metodologi yang digunakan yaitu metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan wawancara. Hasil dalam jurnal ini adalah bahwa *e-commerce* sebuah cara dalam memperbaiki kinerja dan mekanisme dalam bertransaksi jual beli, pemberian informasi, dan pengetahuan dalam pemanfaatan teknologi berbasis internet. Penggunaan dalam aplikasi *e-commerce* dapat meningkatkan daya saing bisnis karena pemasaran atau berbagai macam bentuk aktifitas bisnis dilakukan di dalam aplikasi tersebut seperti pemasaran, pelayanan, transaksi jual beli, dsb.

Kesembilan , aritikel jurnal Sugeng Haryono dan Nurlaela (2018) dengan judul “ Efektifitas Penggunaan Media E-commerce terhadap peningkatan pendapatan UMKM Depok Dilihat dari Etika Bisnis”. metodologi yang digunakan dalam jurnal ini adalah metodologi kuantitatif. Hasil dalam jurnal ini adalah di dalam etika bisnis islam memiliki sebuah perangkat nilai baik, buruk, benar, haram maupun halal dalam dunia bisnis yang berlandaskan dari prinsip islam yang sesuai dengan syariah. Oleh karena itu pelaku bisnis harus memerhatikan kembali bermuamalahnya dengan prinsip-prinsip Islam.

Kesepuluh. Artikel jurnal Muhammad Majdy Amiruddin (2016) dengan judul “ *Khiyar* (hak untuk memilih)dalam Transaksi Online Studi Komparansi Antara Lazada, Zalara dan Blibli”. Metodologi yang digunakan dalam jurnal ini adalah metodologi kuantitatif. Didalam artikel ini dikatakan bahwa salah satu cara dalam melindungi hak konsumen adalah dengan melakukan *khiyar* (hak untuk memilih) apakan konsumen ingin melanjutkan akad tersebut atau ingin membatalkannya. Ustadz Mustafa Omar dalam wawancara yang dilakukan mengatakan bahwa konsep *E-commerce* tidak bertentangan dengan konsep perdagangan islam justru

mendorong menggunakan *e-commerce* sebagai fasilitas bisnis online. didalam etika bisnis islam diterangkan bahwa ketulusa dan kejujuran adalah nilai yang paling mendasar dalam melakukan aktifitas bisnis online.

Kesebelas. artikel jurnal Fitri Amalia (2014) dengan judul “Implementasi Etika Bisnis pada Pedagang di Bazar Madinah Depok”. Metodologi yang digunakan dalam jurnal ini adalah deskriptif kualitatif. Jurnal ini menerangkan pasar madinah atau bazar madinah adalah sebuah kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat depok. Pasar madinah atau bazar madinah adalah sebuah aplikasi sistem pasar yang menerapkan konsep pasar seperti zaman Rasulullah SAW yang menerapkan konsep syariah. Hasil dalam jurnal ini adalah Sistem pasar dalam islam memiliki nilai-nilai syariah diantaranya keadilan, keterbukaan, kejujuran, bersaing secara baik, dsb. Adapun prinsip yang harus diterapkan adalah saling ridha satu sama lain, tidak adanya manipulasi, tidak membahayakan satu sama lain, bebas riba dan yang utama adalah halalan thayyiban.

Keduabelas. Artikel jurnal oleh M Hanafi Zuardi (2014) dengan judul” Bisnis Online dalam Prespektif Islam”. Metodologi yang digunakan dalam jurnal ini adalah deskriptif kualitatif. Dalam artikel ini menerangkan bahwa Bisnis online dikenal dengan istilah *e-commerce* dimana *e-commerce* terbagi dua yaitu B2B dan B2C. Permasalahan timbul dari adanya aktivitas bisnis ini adalah pertanggungjawaban terhadap konsumen atau pelanggan. Hasil dari jurnal ini adalah prinsip – prinsip etika bisnis harus diterapkan secara tegas dalam bisnis online demi melindungi konsumen yang ditinjau dari etika bisnis dalam bisnis online. prinsip utamanya adalah tidak boleh mengandung maghriblis (maysir, gharar, riba, tadlis) dengan keharusan memenuhi rukun dan syarat jual beli.

Ketigabelas. Artikel jurnal Khusniati Rofiah (2014) dengan judul “ Urgensi Etika di Dalam Sistem Bisnis Islam”. Metodologi yang digunakan dalam jurnal ini adalah deskriptif kualitatif. Didalam jurnal ini dijelaskan bahwa ketika mempelajari sebuah etika dalam bisnis hal tersebut sama seperti mempelajari tentang hal yang baik/buruk, benar/salah dalam

aktifitas atau dunia bisnis. Hail dari jurnal ini adalah setiap palaku bisnis diwajibkan untuk mempelajari dan mempraktekkan etika bisnis islam didalam bisnisnya. Bisnis yang sesuai dengan syariah adalah bisnis yang didalamnya tidak ada praktek unsur yang haram seperti penipuan, riba, maupun kezaliman.

Keempatbelas. Artikel jurnal Novianto Languyu (2015), dengan judul “ Kedudukan Hukum Penjual dan Pembeli Dalam Bisnis Jual Beli Online”. Metodologi yang digunakan dalam jurnal ini adalah deskriptif kualitatif. Hasil dari jurnal ini, *e-commerce* adalah sebuah perdagangan atau aktivitas bisnis yang dilakukan dengan bantuan internet, sedangkan *e-bussines* adalah sebuah proses organisasi atau perorangan melakukan aktifitas jual beli melalui media elektronik. Keabsahan jual beli online terdapat didalam pasal 1320 KUHPerdara yaitu adanya sebuah kesepakatan yang terjalin antara penjual maupun pembeli. Didalam pasal 1320 KUHP tidak menyimpang dari etika bisnis islam yang dimana ada keterbukaan dan kesepakatan antara penjual maupun pembeli didalamnya.

kelimabelas artikel jurnal yang ditulis oleh Amit Bhosle, Ashish Agrawal (2019) dengan judul “ *Electronic Marketplace Recommendations*”. Metodologi yang digunakan dalam jurnal ini adalah deskriptif kualitatif. Hasil dari jurnal ini adalah *electronic marketplace* merupakan sebuah tempat transaksi yang dilakukan oleh penjual maupun pembeli. Didalam *electronik marketplace* penjual bisa memberikan informasi lebih luas dan pembelipun dapat mengakses informasi tersebut lebih banyak dan variatif. Internet sangat berkembang dari sebagai fungsi penyimpanan informasi menjadi sebuah perdagangan elektronik. Dalam *electronik marketplace* penjual dapat menggunakan media *marketplace* dengan cara secara langsung dan juga ada yang meggunaka pihak ketiga (pihak yang menawarkan jasa *marketplace*).

Keenambelas artikel jurnal Muhammad Djakfar (2012) dengan judul “ *Religion, Work Ethics, and Business Attidute*”. Metodologi yang

diguakan dalam jurnal ini adalah metodologi kualitatif. Didalam jurnal ini dijelaskan islam merupakan sebuah sumber dalam membentuk karakter pengusaha dan membangun sebuah etika. Etika merupakan sesuatu hal yang sangat penting dalam mendapatkan kesejahteraan yang diberikan oleh Allah. Hasil dari penelitian ini mengatakan bahwa etika dan bisnis tidak bisa dipisahkan, dua hal itu adalah dua hal yang saling berkisanambungan. Dengan kita melakukan aktifitas bisnis yang diterapkan dari beberapa etika islam kita akan mendapatkan kesejahteraan yang diberikan oleh Allah. Yang mereka terapkan adalah bisnis secara jujur, kebersamaan dan kepedulian yang akan membangun bisnis mereka. Yang dimaksud dari etika disini adalah sebuah dialektika antara budaya dengan nilai-nilai Islam.

Ketujubelas artikel jurnal yang ditulis oleh Hasan Ahmad, Ahmad Fazullah, Abdul Jalil Borham, Husna Hashim dan Munira Abd.Razak (2011) dengan judul “*Halal studies in Universities: A Way Forward To Manage Halal Business*”. Metodologi yang digunakan dalam jurnal ini adalah deskriptif kualitatif. Didalam jurnal ini dijelaskan teori Halal yang dipahami di kalangan umat Islam sangat minim sekali masih dalam teori makan saja. Sekarang halal telah memasuki ranah bisnis dan telah berkembang diseluruh dunia begitupula dengan Indonesia yang sekarang sudah berkembang di Indonesia. Tidak hanya makanan saja yang menggunakan label halal tetapi ada banyak bisnis yang membutuhkan pengetahuan yang dalam mengenai halal diantaranya fashion, kosmetik, pariwisata, perbankan, dsb. Dari hal hal diatas jurnal ini menarik kesimpulan bahwa universitas memiliki platform untuk pengetahuan halal. Contohnya Universitas Putra Malaysia telah mengajarkan prinsip halal dalam kurikulumnya. Malaysia memimpin dunia dalam urusan kehalalan (2006). Tidak berhenti disini sekarang negara-negara Eropa dan Amerika Serikat juga memberikan perhatian dalam proporsi kehalalan produk mereka.

Kedelapanbelas artikel jurnal yang ditulis oleh Alireza Miremadi, Samira Iran, Marjan Shadafza and Fereshte Moshir (2011) dengan judul “*A*

New Scenario of Fashion Marketing in Islamic World: “A Case Study of Iranian Women” . metodologi yang digunakan dalam jurnal ini adalah deskriptif kualitatif. Hasil dari jurnal ini adalah bisnis sedang melakukan sebuah persaingan dalam pemasaran global mereka selalu mencari keunggulan yang didapati oleh pesaing. Fashion merupakan sebuah bisnis yang akhir akhir ini banyak diminati oleh pengusaha karena bidang ini memiliki ketertarikan dalam pemasaran dengan segmen utama yaitu seorang muslim maupun muslimah yang memiliki prinsip Islam, kebutuhan dan keinginan yang ingin mereka capai berbeda dengan lainnya hal itu dikarenakan seorang muslim selalu selektif dalam mengkonsumsi sesuatu produk dan selalu memilih produk halal. Fashion atau busana muncul pada abad kesembilan belas berada di paris. Individu akan memakai pakaian maupun perhiasan dalam bentuk komunikasi nonverbal. Seorang muslim dan muslimah sangat memperhatikan sekali dalam berbusana. Oleh sebab itu banyak sekali pelaku bisnis untuk mulai bisnis dalam bidang fashion karena hal tersebut menjanjikan.

*Kesembilanbelas*artikel jurnal yang ditulis oleh Tridjoko Wisni Murti (2015) dengan judul *“Halal Life Style and Global Trade”* . Metodologi yang digunakan dalam jurnal ini adalah deskriptif kualitatif. Didalam jurnal ini dijelaskan bahwa di era modern ini seorang muslim seluruh dunia sedang memperkuat tren dibidang halal, gaya halal, hidup halal dan menerapkan prinsip halal dan bermuamalah. Islam telah mengajarkan seluruh aspek kehidupan dalam prinsip prinsip Islam, begitupula dengan Perdagangan atau bisnis. pasar global atau pasar dunia diminta untuk menanggapi permintaan ini mengenai perkembangan pasar halal berupa makanan minuman halal, kosmetik halal, keuangan, media, dsb. Pendorong utama dalam peningkatan pasar halal yaitu pertumbuhan ekonomi Islami, praktik gaya hidup berlandaskan prinsip Islam dan demografi. Beberapa negara Eropa dan Amerika Serikat telah menerapkan pasar halal atau ramah halal hal ini dikarenakan wilayah atau negara tersebut

sebagai destinasi wisata para muslim muslimah sehingga wilayah atau negara tersebut.

Dari beberapa penelitian yang telah dilakukan diatas dapat disimpulkan bahwa *marketplace* sebagai wadah yang diberikan oleh teknologi untuk digunakan para pelaku bisnis dalam hal pemasaran ataupun strategi bisnis. Ketika pemasaran dilakukan didalam *marketplace* yang berbasis internet dapat diakses oleh seluruh pihak dimanapun berada. Banyak positif dan negatif yang diterima atau dirasakan oleh pengguna *marketplace* . Positif yang dapat dirasakan yaitu pemasaran yang meluas, dimudahkan dalam bertransaksi, mendapatkan atau memberikan informasi yang jelas, dalam masalah pengeluaran biaya tetap, akan diperkecil biaya dalam operasional seperti pencetakan katalog, pemasangan reklame iklan, kertas yang digunakan, dsb. Adapun hal negatif yang dirasakan yaitu kurang percayanya konsumen terhadap bisnis online, harus mengakses internet dimanapun berada untuk memantau situs *marketplace*.

Table 2.1 Perbandingan Peneliian Terdahulu dan Sekarang

| No | Judul Penelitian | Hasil Penelitian | Perbedaan |
|----|--|---|---|
| 1 | Muhammad Saifullah (2011) judul “ Etika Bisnis Islami Dalam Praktek Bisnis Rasulullah” | Di dalam jurnal ini menerangkan bahwa dalam setiap kegiatan atau aktifitas bisnis harus menerapkan kejujuran, amanah, takaran timbangan yang sesuai, tidak mengandung maysir, gharar, riba maupun tadlis | Subjek penelitian dan teknik pengumpulan data |
| 2 | Ika Yunia Fuzia (2015) dengan judul “Akad Wakalah dan Samsarah Sebagai Solusi Atas Klaim Keharaman Dropship Dalam Jual Beli” | 41 % masyarakat Indonesia menggunakan <i>internet via mobile</i> . Karena hal ini maraknya masyarakat tertarik dalam hal <i>dropship</i> . <i>Dropsip</i> adalah sebuah aktivitas yang dilakukan dimana penjual hanya bermodalkan gambar atau ilustrasi dalam pemasaran. Hal ini diperbolehkan jika penjual dan pembeli saling percaya. | Metode dan studi kasus penelitian |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 3 | Kristianto Dwi Estijayandono, Sirodjuddin, Abd. Wahid Haddade (2019) dengan judul “ Etika Bisnis Jual Beli <i>Online</i> Dalam Perspektif Islam” | Di dalam jurnal ini menerangkan prinsip etika bisnis yang baik yang dapat diterapkan di tokopedia adalah kejujuran, ketetapan, loyalitas, dan kedisiplinan. | Subjek penelitian |
| 4 | Friska Muthi Wulandari (2015) dengan judul “ Jual Beli <i>online</i> yang Aman dan <i>Syari</i> (Studi terhadap Pandangan Pelaku Bisnis <i>Online</i> di Kalangan Mahasiswa dan Alumni Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga) | Di dalam jurnal ini berbisnis dapat mengakses berbagai macam cara. Permasalahan yang timbul adalah sebuah penipuan dalam melakukan transaksi di dalam <i>online marketing</i> . yang harus diperhatikan adalah rukun dan syaratnya jual beli. | Subjek penelitian dan objek penelitian |
| 5 | Tira Nur Fitria (2017) dengan judul “ Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) Dalam Hukum Islam dan Hukum Negara” | Jual beli online adalah sebuah bentuk muamalah berbasis online. Di dalam Islam jual beli online diperbolehkan jika tidak ada unsur riba, zalim, monopoli maupun penipuan. studi kasus lazada, olx. | Subjek penelitian dan teori yang dikembangkan |

| | | | |
|---|---|--|--|
| 6 | Desy Astrid Anindya (2017) dengan judul “ Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Usaha pada Wirausaha di Desa Delitua Kecamatan Delitua” | dalam Islam, berbisnis tidak boleh memiliki tujuan dalam hal keuntungan saja yang paling utama adalah mencari keridhoan Allah dalam bisnis. | Subjek penelitian |
| 7 | Farah Aunti Sholihah (2019) dengan judul “ Pengaruh Persepsi Pelanggan Terkait Etika Bisnis Islam terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna E-commerce”. | E-commerce adalah sebuah bentuk transaksi bisnis yang dilakukan didalam media sosial. Menjaga kepuasan pelanggan merupakan cara dalam mempertahankan pangsa pasar. | Objek penelitian dan subjek penelitian |
| 8 | Fitri Wilyani dan Nugroho Agung Prabowo (2013) dengan judul “ Peningkatan Daya Saing Bisnis ‘Batik Kahuripan”” Melalui Sistem Penjualan Berbasis <i>E-commerce</i> “. | E-commerce adalah sebuah cara dalam memperbaiki kinerja dan mekanisme dalam beraktifitas bisnis. | Subjek penelitian dan objek penelitian |
| 9 | Sugeng Haryono dan Nurlaela (2018) dengan judul “ Efektifitas Penggunaan Media E-commerce terhadap peningkatan pendapatan UMKM Depok Dilihat dari Etika Bisnis” | Etika bisnis Islam adalah sebuah perangkat nilai baik, buruk, benar, salah, haram maupun halal dalam berlandaskan prinsip Islam | Subjek penelitian dan objek penelitian |

| | | | |
|----|--|--|--|
| 10 | Muhammad Majdy Amiruddin (2016) dengan judul “ <i>Khiyar</i> (hak untuk memilih)dalam Transaksi Online Studi Komparansi Antara Lazada, Zalara dan Blibli”. | Khiyar adalah salah satu cara dalam melindungi konsumen. Di dalam etika bisnis Islam diterangkan bahwa ketulusan dan kejujuran adalah nilai yang paling dasar dalam melakukan aktifitas bisnis Islam | Subjek penelitian dan objek penelitian |
| 11 | Fitri Amalia (2014) dengan judul “Implementasi Etika Bisnis pada Pedagang di Bazar Madinah Depok”. | Konsep pasar dalam Islam memiliki nilai-nilai syariah yaitu keterbukaan, kejujuran bersaing secara baik, dsb. Dan prinsip utama adalah saling ridha satu sama lain. | Subjek penelitian |
| 12 | M Hanafi Zuardi (2014) dengan judul “Bisnis Online dalam Prespektif Islam” | Prinsip etika harus dilaksanakan secara tegas dalam bisni Islam. Prinsip utamanya adalah tidak boleh mengandung maysir, gharar, riba dan tadlis. | Metode penelitian |
| 13 | Khusniati Rofiah (2014) dengan judul “ Urgensi Etika di Dalam Sistem Bisnis Islam”. | Setiap pelaku bisnis diwajibkan dalam mempelajari dan mempraktekan etika bisnis islam dalam bisnisnya. | Metode penelitian (literatur review) |

| | | | |
|----|--|---|---|
| 14 | Novianto Languyu (2015), dengan judul “Kedudukan Hukum Penjual dan Pembeli Dalam Bisnis Jual Beli Online”. | E-commerce adalah sebuah aktifitas bisnis yang dilakulan dengan bantuan internet. E-bussines adalah sebuah proses organisasi atau perorangan melakukan aktifitas jual beli melalui media elektronik. | Subjek penelitian, metode penelitian (literatur review) |
| 15 | Amit Bhosle, Ashish Agrawal (2019) dengan judul “ <i>Electronic Marketplace Recommendations</i> ” | Perumbuhan bisnis didalam pasar sangatlah pesat sekali. Begitupula dengan bisnis online. bisnis online menawarkan berbagai macam bentuk pemasaran. Salah satunya dengan menggunakan <i>marketplace</i> dengan menggunakan <i>marketplace</i> dapat memudahkan penjual maupun pembeli melakukan aktivitas bisnis | Subjek penelitian dan objek penelitian |
| 16 | Muhammad Djakfar (2012) dengan judul “ <i>Religion, Work Ethics, and Business Attidute</i> ”. | Etika merupakan sesuatu hal yang sangat penting dalam mendapatkan kesejahteraan yang diberikan oleh Allah. Oleh karena itu etika dan bisnis | Subjek penelitian |

| | | | |
|----|--|--|---|
| | | <p>tidak bisa dipisahkan, dua hal itu adalah dua hal yang saling berkisanambungan. Dengan kita melakukan aktifitas bisnis yang diterapkan dari beberapa etika islam kita akan mendapatkan kesejahteraan yang diberikan oleh Allah. Yang mereka terapkan adalah bisnis secara jujur, kebersamaan dan kepedulian yang akan membangun bisnis mereka</p> | |
| 17 | <p>Hasan Ahmad. Ahmad Fazullah, Abdul Jalil Borham, Husna Hashim dan Munira Abd.Razak (2011) dengan judul “<i>Halal studies in Universities: A Way Forward To Manage Halal Business</i>”</p> | <p>Universitas memiliki tanggung Jawab dalam memahami pengetahuan halal kepada mahasiswa yang akan menjadi pelaku bisnis. Tidak hanya di Indonesia saja yang telah memberikan perhatian dalam proporsi kehalalan produk diantara lain adalah negara Eropa dan Amerika.</p> | <p>Subjek penelitian dan objek penelutian</p> |

| | | | |
|----|---|--|-------------------|
| 18 | Alireza Miremadi, Samira Iran, Marjan Shadafza and Fereshte Moshir (2011) dengan judul " <i>A New Scenario of Fashion Marketing in Islamic World: "A Case Study of Iranian Women"</i> " | Pelaku bisnis sedang melakukan sebuah persaingan dalam pemasaran global. Mereka selalu mencari keunggulan yang didapati oleh pesaing sehingga dapat meningkatkan produksinya ia. | Subjek penelitian |
| 19 | Tridjoko Wisni Murti (2015) dengan judul " <i>Halal Life Style and Global Trade</i> " | Pendorong utama dalam peningkatan pasar halal yaitu pertumbuhan ekonomi Islam, praktik gaya hidup berlandaskan prinsip islam dan demografi. Produk halal Sangat penting sekali diterapkan didalam bisnis, karena akhir akhir ini konsumen mencari prodak yang berlabelkan halal. | Subjek penelitian |

B. Landasan Teori

1. Etika Bisnis Islam

a. Pengertian Etika

Menurut (Muhammad 2002) Etika berasal dari bahasa Yunani dari kata “*ethos*” yaitu sebuah adat atau sebuah kebiasaan yang dilakukan. Etika dapat dimaknai sebagai dasar moralitas seseorang dalam berperilaku. Etika sangat berpengaruh pada pelaku bisnis dalam hal kepribadian, perilaku, dsb.

Etika diartikan sebagai *A set of rules that define right and wrong conducts*. Seperangkat aturan atau undang-undang yang menentukan perilaku atas benar dan salahnya. Menurut Issa Rafiq Beekun mengatakan bahwa etika adalah seperangkat prinsip moral yang membedakan benar dan salahnya membedakan baik dan buruknya. Dalam islam etika berkaitan dengan istilah *khuluq* (akhlaq) dari kata dasar *khaluqa-khuluqan*, di dalam alquran yang maknanya adalah sebuah budi pekerti, kebiasaan dan tabiat. Didalam al-quran juga menggunakan istilah lain dalam konsep kebaikan, yaitu : *khayr* (kebaikan), *birr* (kebenaran), *qist* (persamaan) dan *adl* (keadilan). tindakan terpuji yang disebut *salihat* dan tindakan tercela yang disebut *sayyi'at*.

Etika al Quran memiliki sifat humanistik dan rasionalistik. Humanistik dalam pengertian mengarahkan manusia pada pencapaian hakikat kemanusiaan yang tertinggi dan tidak bertentangan dengan fitrah manusia itu sendiri. Bersifat rasionalistik bahwa semua pesan-pesan yang diajarkan al-Quran terhadap manusia sejalan dengan prestasi rasionalitas manusia yang tertuang pada karya-karya para filosof (Muhammad 2002).

Al quran dan hadis merupakan sumber utama atau pedoman bagi orang Islam dalam kehidupannya, begitupun dengan bisnis. dua sumber ini adalah sebagai acuan, pengendali perilaku atau sikap yang tidak terpuji didalam aktifitas bisnis. dengan berpegang teguh terhadap pedoman tersebut, orang islam akan terdorong dengan perbuatan baik.

John Arifin mengatakan ada dua jenis etika (Anindya 2017) :

- 1 Etika deskriptif : etika yang berbicara langsung mengenai fakta apa adanya di lapangan. Maksudnya adalah perilaku manusia sebagai sebuah fakta yang dipengaruhi oleh situasi dan realitas budaya.
- 2 Etika normatif : sebuah norma-norma yang mengatur perilaku atau etika manusia, norma tersebut bisa dijalankan oleh manusia untuk mendorong dalam berperilaku baik dan menghindari hal-hal yang buruk.

Quran dan Sunnah Rasul merupakan sumber landasan atau pedoman utama dalam etika Islam. Landasan ini menilai benar dan salah maupun baik dan buruk dalam bisnis. Hal ini diukur dari perilaku manusia dalam mengelola sumber daya yang dikolerasikan positif atau tidak dengan tanggung jawab lingkungan maupun tanggung jawab sosial. Tidak hanya dengan tanggung jawab terhadap lingkungan dan sosial saja, dengan berlandaskan Quran dan Sunnah pelaku bisnis juga memiliki kewajiban dalam bertanggung jawab kepada Allah. Allahlah pemilik seluruh sumber daya yang dimanfaatkan oleh manusia.

Etika dapat dikategorikan menjadi beberapa kelompok yaitu : (Muslich 2004).

- 1 Etika Deontologi : sebuah etika yang mendorong manusia untuk berbuat baik kepada pelaku bisnis. hal ini terjadi bukan karena dilihat dari akibat dan tujuan kegiatan bisnis tapi sebuah kewajiban yang harus dilakukan terhadap pelaku bisnis.
- 2 Etika teleologi : sebuah etika yang diukur dari apa tujuan yang dilakukan dalam kegiatan bisnis. sebuah aktifitas bisnis akan dinilai baik ketika memiliki tujuan yang baik dan diukur dari akibat yang timbul dari kegiatan bisnis.
- 3 Etika Konsekuensialis : sebuah etika yang dilihat dari konsekuensi yang akan didapatkan terhadap tindakan yang dilakukannya dalam kegiatan bisnis. Apa saja akibat yang akan muncul dari kegiatan bisnis.
- 4 Etika Nonkonsekuensialis : sebuah etika yang tidak melihat dari segi konsekuensi terhadap sebuah tindakan yang dilakukan, tetapi dilihat dari sebuah tujuan. Apa saja tujuan yang telah dirancang pelaku bisnis

Dari kelompok etika tersebut dapat disebutkan bahwa landasan etika adalah (Muslich 2004) :

1. Egoisme : sebuah landasan etika yang dinilai dari kepentingan dan manfaat bagi diri sendiri tidak melihat dari kepentingan pihak lain atau pihak luar
2. Unitarianisme : sebuah landasan etika yang memberikan sebuah alasan ketika etika baik ditinjau dari kepentingan orang lain atau manfaat yang dirasakan oleh orang lain.

Etika dan perundang-undangan merupakan sebuah satu kesatuan yang tidak bisa dipisahkan. Etika dan perundang-undangan tidak sama hanya tetapi undang-undang yang berlaku dapat sama dengan etika. Etika dan perundang-undangan adalah hal yang mengatur, memberikan batasan, menentukan perbuatan benar dan salah.

Etika dan peraturan atau perundang-undangan memiliki kewajiban dalam saling mendukung untuk memberikan arahan perilaku individu atau kelompok yang bertujuan pada perilaku yang baik dan mendatangkan kemanfaatan dan mencegah terjadinya perilaku yang tidak baik yang dapat merugikan masyarakat dan lingkungan.

b. *Pengertian Bisnis*

Bisnis adalah sebuah bentuk transaksi atau sebuah bentuk aktivitas yang mempengaruhi nilai tambah dengan proses perdagangan ataupun pengelolaan barang (Muhammad 2002). Skinner (1992) ia mengatakan bahwa bisnis adalah sebuah pertukaran antara barang, jasa maupun uang yang saling memberikan keuntungan ataupun kemanfaatan. Anoraga dan Soegiastuti (1996) mengatakan bahwa bisnis merupakan sebuah bentuk aktifitas atau transaksi jual beli barang maupun jasa.

Bisnis atau perusahaan merupakan sebuah lembaga atau perkumpulan orang dengan memiliki kemampuan yang sama yaitu dibidang kewirausahaan atau *entrepreneurship* yang memiliki tujuan yang sama untuk memanfaatkan sumber daya dalam rangka menciptakan barang-atau jasa yang memiliki nilai dan memenuhi kebutuhan masyarakat.

Di dalam paradigma Islam manusia menjadi pelaku usaha yang berkedudukan sebagai pemegang amanah yang diberikan oleh Allah untuk memanfaatkan sumber daya. Tugas ini adalah bentuk ibadah kepada Allah dalam bentuk kegiatan bisnis. tujuan utama dalam menjalankan bisnis ini adalah tujuan jangka panjang yaitu

kehidupan abadi di akhirat. Yang melatar belakangnya yaitu memiliki niat beribadah dalam bentuk bermuamalah untuk mendapatkan ridha dan keberkahan dari Allah yang berlandaskan tauhid dan memiliki tujuan dalam kemaslahatan kehidupan masyarakat.

Bisnis Islam adalah sebuah rangkaian aktivitas bisnis yang dilakukan, tidak diatur dari segi bentuknya, jumlahnya, kepemilikannya, ataupun profitnya, tetapi diatur dari masalah mendapatkannya, proses mendayagunakan hartanya yang dimana diatur oleh Islam dalam hal halal dan haramnya (Yusanto, Wijayakusuma 2002) .

Manusia akan menjalankan sebuah bisnis dengan tujuan tertentu, adapun beberapa tujuannya adalah (Dr. Muslich 2002) :

- 1 Keuntungan finansial (*Profit*) :
- 2 Menciptakan barang dan jasa yang dibutuhkan
- 3 Kesejahteraan
- 4 Eksistensi
- 5 Pertumbuhan (*Growth*)
- 6 Prestise (*prestige*)

Keuntungan finansial (*profit*) sebuah kelebihan yang dimiliki oleh perusahaan yang dipergunakan untuk memajukan bisnis atau menaikkan omset. Keuntungan finansial ini sebagai tujuan dalam mencapai sebuah tujuan lain yakni menciptakan suatu barang atau jasa, meningkatkan eksistensi. Meningkatkan kesejahteraan, meningkatkan pertumbuhan bisnis dan prestise.

Dalam pencapaian tujuan bisnis dapat dicapai dari *human* (manusia) dan *natural resources* (sumber daya alam). Prosesnya yaitu dengan memanfaatkan dan mengelola sumber daya alam secara optimal dan benar oleh pelaku bisnis.

Konsep dari kegiatan bisnis adalah berpedoman pada Alquran dan Assunnah yang mengacu pada pemberian kemanfaatan bagi pihak lain baik manfaat dalam ekonomi, sosial maupun finansial. Oleh karena itu bisnis memerlukan sebuah etika yang mengatur didalamnya agar tercapai tujuan bisnis islam yang ingin dicapai.

c. *Pengertian Islam*

Islam adalah sebuah ajaran atau memiliki sebuah pedoman dalam mengarahkan atau mengatur umatnya dalam hal kebenaran ataupun amal. Pedoman tersebut adalah al-Quran dan Sunnah Nabi. Didalamnya terdapat berbagai macam nilai-nilai dasar atau prinsip umum dalam bidang bisnis Islam. Penerapan prinsip dalam bisnis Islam disesuaikan dengan perkembangan zaman dan pertimbangan dimensi waktu maupun ruang. Islam juga sebagai dijadikan tatanan sebuah kehidupan atau sebuah pedoman hidup, karena semua urusan didalam kehidupan sudah diatur didalam islam melalui al-Qurran dan Sunnah Nabi.

Menurut muhammad Islam adalah sebuah agama yang mengajarkan dalam konteks melakukan kerjasama yang terorganisir dengan baik dan benar. Dalam hal ini dalam aktifitas bisnis atau aktifitas musyarakah dan mudharabah harus menjadi sebuah prinsip dasar. Musyarakah adalah kegiatan yang dilakukan antara dua orang yang sama-sama memiliki modal dan keahlian dalam melakukan bisnis. sedangkan mudharabah adalah sebuah kegiatan yang dilakukan oleh dua orang yang dimana satu orang sebagai pemilik modal dan yang satunya adalah yang menjalankan bisnis tersebut.

d. *Etika Bisnis Islam*

Etika bisnis adalah sebuah aplikasi etika umum yang mengatur sebuah perilaku bisnis atau aktifitas bisnis. landasan yang menjadi sebuah acuan bisnis dalam perilakunya adalah norma moralitas. Dasar perilaku tidak hanya mengenai hukum-hukum ekonomi dan mekanisme pasar, tetapi tetapi juga mengasu pada etika dan moral sebagai landasan kebijakannya (Muslich 2004). Dapat diartikan juga bahwa etika bisnis adalah seperangkat tentang baik, buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis atau dalam menjalankan sebuah aktifitas bisnis yang berdasarkan dari prinsip prinsip etika bisnis.

Etika bisnis terlahir pada tahun 1970an, faktor yang mendorong lahirnya etika bisnis yaitu : *pertama*, Sejumlah ahli filsafat mulai memikirkan masalah etika bisnis sebagai sebuah tanggapan dalam krisis moral yang meliputi dunia bisnis Amerika Serikat. *Kedua*, terjadinya sebuah krisis moral yang dirasakan oleh dunia bisnis.

Tugas utama etika bisnis adalah upaya untuk menyelaraskan kepentingan strategis suatu bisnis atau perusahaan dengan tuntutan moralitas dan etika bisnis bertugas melakukan perubahan kesadaran masyarakat mengenai bisnis dengan memberikan cara

pandang yang baru yaitu bisnis tidak terpisahkan oleh sebuah etika. Oleh karena itu Etika sangat penting sekali diterapkan didalam bisnis.

Landasan normatif dari etika bisnis Islam sudah sangat jelas yaitu Al-Quran dan Sunnah Nabi Muhammad SAW. Didalam teori Beekun (1997) dikutip oleh Muhammad dalam bukunya etika bisnis Islam Landasan normatif ini memiliki empat elemen landasan utama yaitu :

- 1 Landasan tauhid : di jelaskan di dalam {QS: Al An'am (6):126- 127, }

وَهَذَا صِرَاطُ رَبِّكَ مُسْتَقِيمًا قَدْ فَصَّلْنَا الْآيَاتِ لِقَوْمٍ يَذَّكَّرُونَ ﴿١٢٦﴾ لَهُمْ دَارُ السَّلَامِ عِنْدَ رَبِّهِمْ وَهُوَ
وَلِيَّهُمْ بِمَا كَانُوا يَعْمَلُونَ ١٢٧

yang artinya “ Dan inilah jalan Tuhanmu; (jalan) yang lurus. Sesungguhnya Kami telah menjelaskan ayat-ayat (Kami) kepada orang-orang yang yang mengambil pelajaran. Bagi mereka (disediakan) darussalam (surga) pada sisi Tuhannya dan Dialah pelindung mereka disebabkan amal saleh yang selalu mereka kerjakan”.

Landasan tauhid ini yang dimaksud adalah Allah sebagai pemilik atas segala sesuai yang ada di dunia, termasuk manusia yang akan kembali kepada-Nya.

2. Landasan keseimbangan (keadilan) : dijelaskan didalam {QS Al-Araf (7): 29 }

قُلْ أَمَرَ رَبِّي بِالْقِسْطِ وَأَقِيمُوا وُجُوهَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَادْعُوهُ مُخْلِصِينَ لَهُ الدِّينَ كَمَا بَدَأَكُمْ
تَعُودُونَ ٢٩

Artinya Katakanlah: "Tuhanku menyuruh menjalankan keadilan". Dan (katakanlah): "Luruskanlah muka (diri)mu di setiap sembahyang dan sembahlah Allah dengan mengikhlaskan ketaatanmu kepada-Nya. Sebagaimana Dia telah menciptakan kamu pada permulaan (demikian pulalah kamu akan kembali kepada-Nya)".

Implementasi dalam etika bisnis Islam yaitu memiliki karakter sikap dan perilaku yang seimbang dan adil dalam konteks hubungan antar manusia dengan diri sendiri, dengan masyarakat, dan dengan lingkungan.

3. Landasan kehendak bebas : dijelaskan didalam{QS An-Nisa (4): 85}

مَنْ يَشْفَعْ شَفْعَةً حَسَنَةً يَكُنْ لَهُ نَصِيبٌ مِنْهَا وَمَنْ يَشْفَعْ شَفْعَةً سَيِّئَةً يَكُنْ لَهُ كِفْلٌ مِنْهَا وَكَانَ اللَّهُ
عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ مُّقْبِلًا ١٨٥

Artinya : Barangsiapa yang memberikan syafa'at yang baik, niscaya ia akan memperoleh bahagian (pahala) dari padanya. Dan barangsiapa memberi syafa'at yang buruk, niscaya ia akan memikul bahagian (dosa) dari padanya. Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.

Islam memberikan keluasan manusia untuk menggunakan segala potensi sumber daya yang dimiliki. Implementasi didalam bisnis Islam yaitu memberikan kehendak bebas yang memiliki syafaat didalamnya. Tidak ada unsur merugikan didalamnya.

4. Landasan pertanggungjawaban: {QS Al-Muddasir (74): 38}

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِيْنَةٌ ۗ ۝۳۸

Artinya : Tiap-tiap diri bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya

Segala kebebasan dalam menggunakan potensi sumber daya tidak terlepas dari pertanggungjawaban yang harus diberikan manusia atas aktivitas yang dilakukan manusia.

Dalam penerapan landasan normatif tersebut dapat diturunkan atau diimplementasikan kedalam etika bisnis Islam dalam beberapa golongan. Yaitu (Abdurrahman 2013) :

1. Dalam konteks produk (Landasan Tuhid) :
 - a. Produk yang halal dan *thoyyiban* sesuai dengan yang disyariahkan
 - b. Produk yang dapat memberikan kepuasan bagi masyarakat dan yang dibutuhkan oleh masyarakat.
2. Dalam konteks harga (Landasan Keseimbangan/ Keadilan):
 - a. Memberikan beban biaya yang sewajarnya dipasaran
 - b. Diukur dari kemampuan masyarakat dalam membeli
 - c. Sebagai alat yang menarik bagi konsumen atau masyarakat
3. Dalam konteks barang dan pelayanan (Landasan Kehendak Bebas) :
 - a. Keamanan dan keutuhan dari produk jasa maupun barang
 - b. Ketepatan waktu
 - c. Konsumen mendapatkan pelayanan yang cepat. Tepat dan bagus

- d. Bebas untuk memilih bropek yang diinginkan maupun memilih keberlangsungan akad setelahnya.
4. Dalam konteks promosi atau pemasaran (Landasan Pertanggung Jawaban) :
 - a. Memberikan informasi kegunaan dan kualitas barang
 - b. Informasi fakta yang dilandaskan dari prinsip kejujuran
 - c. Sebagai media dalam memperkenalkan produk barang atau jasa dengan cara jujur.

Ketika empat elemen ini dapat kita terapkan didalam aktifitas bisnis. maka tercapailan prinsip etika bisnis Islam didalam penerapan bisnis *marketplacce*.

Etika bisnis dalam fungsi produksi, produksi disini adalah menciptakan sesuatu hal dari sumber daya yang ada. Didalam produksi ini memerlukan berbagai sumber daya yaitu diantara lain : uang, informasi, material, ketenaga kerjaan, dsb. Fungsi produksi ini dijalankan oleh perusahaan untuk menciptakan barang atau jasa. Produksi didalam bisnis Islam memiliki keistimewaan didalamnya. Hal itu disebabkan terdapat faktor *itqon* (profesionalitas) yang disukai Allah dan *ihsan* yang diwajibkan oleh Allah.

Menurut muslich secara filosofis aktivitas dalam produksi meliputi beberapa hal yaitu : produk apa yang akan dibuat, berapa kuantitasnya, alasan dibuat produk tersebut, dimana produksi tersebut, kapan produksi, siapa yang memproduksi, bagaimana cara memproduksinya. Dari aktivitas produksi ini tujuan dari produksi tersebut menurut Qardhawi adalah :

1. Memenuhi kebutuhan individu : Islam telah melarang dalam menyia-nyiakkan sesuatu, didalam konteks bisnis disini adalah dilarang menyia-nyiakkan sumber daya manusia maupun sumer daya alam.
2. Mewujudkan kemandirian umat : produksi dapat memenuhi kebutuhan kehidupan yang baik untuk mewujudkan tujuan islam bagi manusia. Ditahap ini pribadi muslim mewujudkan pemenuhan kehidupan baginya. Ditingkatan umat islam mewujudkan kemandirian umat.

Etika bisnis dalam sumber daya manusia. Manusia diciptakan Allah memiliki peran dan fungsi sebagai pengemban amanah untuk mengelola sumber daya dalam mewujudkan kesejahteraan di muka bumi ini. Baik individu maupun kelompok. Oleh karena itu, dibutuhkan kerjasama dalam hal kebaikan. Maka konsep kerjasama adalah konsep yang penting. Keberadaan orang dalam suatu organisasi dilihat sama dan penting dalam kerjasama tidak ada perbedaan dalam masing-masing kecuali kerja yang dikerjakan.

Etika bisnis dalam manajemen keuangan. Fungsi manajemen keuangan ini adalah menentukan sumber modal yang diperoleh dan digunakan menurut ajaran Islam yang benar dan amanah. Fungsi yang ditekankan adalah status sumber modal yang layak dan halal menurut ajaran Islam. Modal yang halal dan benar adalah menghasilkan kemanfaatan bagi orang lain dan keuntungan yang cukup untuk setelahnya dibagikan manfaat bagi pelaku bisnis.

Pasar bebas merupakan sebuah perkembangan dari pasar lokal maupun pasar nasional yang tidak mengenal batasan wilayah tertentu. Etika bisnis dalam konteks ini adalah : *pertama*, aspek keadilan sosial hal ini memberikan kesempatan yang sama kepada peserta yang terlibat dalam kompetisi pasar ini. *Kedua*, etika bisnis diperlukan dalam masalah memberikan jaminan , agar para kompetitor berjalan dengan baik.

2. Jual Beli

Menurut Qardhawi jual beli dalam bahasa arab dari kata *albai'* maknanya menjual, menukur (barang satu dengan barang yang lainnya). Dalam bahasa arab *al bai'* memiliki makna lain yaitu beli. *Al bai'* memiliki makna sebagai menjual dan sekaligus memiliki makna membeli.

Dalam istilah menurut ulama hanafiyah mengartikan jual beli adalah saling menukarkan barang dengan barang melalui cara yang disepakati atau dengan cara tertentu yang bermanfaat . Makna pertama yang dapat kita ambil adalah adanya ijab dan kabul yang merupakan sebuah akad yang saling memberikan barang ataupun menetapkan harga antara penjual maupun pembeli. Makna kedua adalah sesuatu hal yang diperjualbelikan harus memiliki nilai manfaat.

Menurut sayyid sabiq jual beli adalah saling menukar barang dengan barang dengan asas saling suka sama suka, saling ridha satu sama lain. Menurut imam nawawi jual beli adalah saling menukar barang dengan barang dalam bentuk pemindahan pemilik. Landasan utama dalam jual beli disini adalah Al quran, As sunnah dan ijma'. Allah SWT berfirman “ Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba” di dalam {QS: Al-Baqoroh (2) : 275}

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ٢٧٥

Dalil diatas menjelaskan bahwa hukum jual beli adalah boleh (mubah atau jaiz). Hukum jual beli juga akan menjadi wajib maupun haram tergantung dengan kondisi yang ada. Contohnya seperti terjadi penimbunan yang menyebabkan jual beli diatasnya menjadi haram. Jual beli yang sesuai dengan syariah Islam harus sesuai dengan rukun dan syarat sahnya jual beli. Rukun adalah sesuatu hal yang harus dilakukan untuk diterimanya suatu pekerjaan. Syarat adalah sebuah aturan yang harus ditunaikan atau dikerjakan. Rukun dan syarat sah jual beli antara lain (Susiawati 2017) :

1. Akad (ijab dan kabul) : akad menurut bahasa adalah sebuah ikatan. Yaitu ikatan yang berada diujung benda. Adapun secara istilah adalah sebuah ucapan ijab dan kabul yang disyariahkan.
2. Orang yang melakukan akad (subjek) : subjek disini adalah penjual dan pembeli
3. Barang yang diperjual belikan (objek) : jual beli dikatakan sah apabila terdapat *ma'qud alaih* (barang yang menjadi objek jual beli). Syarat barang yang diperjual belikan adalah : bersih barangnya (bukan barang najis), memiliki kemanfaatan, milik penjual, barangnya diketahui, barangnya ada diantara penjual dan pembeli dan dapat diserahkan.
4. Terdapat nilai tukar suatu barang

a. *Jual Beli Online*

Pada bulan Juli tahun 1997 bertempat di Gedung Putih telah di deklarasikan sebuah revolusi industri baru yang mempengaruhi stabilitas ekonomi global. Revolusi ini

berjalan dengan fenomena terkini yaitu maraknya bisnis secara digital atau elektronik dengan menggunakan internet sebagai akses utama. Dalam bisnis perdagangan lahirlah *E-bussines* dalam teknologi bisnis.

Marketplace merupakan salah satu bentuk fasilitas yang diberikan oleh teknologi yang dapat diambil manfaatnya oleh para pelaku bisnis melalui internet. *Marketplace* merupakan suatu produk yang menjanjika dunia bisnis di Indonesia . Hal ini dikarenakan jumlah penduduk di Indonesia yang banyak dan jarak yang jauh sehingga dapat memaksimalkan penggunaan *marketplace* . Tetapi, daya tarik untuk penggunaan *marketplace* terbilang sedikit peminatnya dikarenakan infrastruktur telekomunikasi yang tidak merata dibuktikan dari jumlah pengguna internet di Indonesia sebanyak 8 juta orang dari 215 juta orang penduduk (Sunarto 2009).

Elemen-elemen pendukung yang membangun *e-bussines* adalah perangkat keras sebagai sarana fisik yaitu komputer yang digunakan untuk menjalankan bisnis secara online; perangkat lunak membantu dalam proses transaksi bisnis yaitu website yang berfungsi sebagai sarana transaksi online dan sistem keamanan perusahaan; dan yang terakhir yaitu internet bersifat sebagai media interaksi antara konsumen dan produsen untuk dapat menjalankan bisnis online maka harus tersambung oleh internet.

Aspek ekonomi adalah salah satu aspek sangat penting dalam meningkatkan kesejahteraan hidup manusia. Seiring berjalannya waktu, perkembangan masyarakat maupun perkembangan teknologi. Hal ini berimbas terhadap pola kehidupan masyarakat, diantaranya pola kehidupan dalam berekonomi yaitu perdagangan, karena perdagangan salah satu aspek dalam meningkatkan kesejahteraan hidup. Allah SWT berfirman dalam hal perdagangan pada { QS: An-Nisa (4) : 29 }

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ
إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ۚ ٢٩

yang artinya “ Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perdagangan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu...”

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ٢٧٥

{QS: Al-Baqoroh (2) : 275} yang artinya “.... Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba ...”. dan Rasulullah SAW berkata “ usaha manusia dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang baik” HR. Al-Bazzar dari Rifa’ah ibnu rafi’.

Dari beberapa hadist dan dalil diatas menurut pengertia said sabiq jual beli adalah pertukaran sebuah harta yang didasarkan oleh perasaan saling rela atau memindahkan hak milik (Asnawi 2004). Unsur utama dalam jual beli adalah sebuah kerelaan dalam dua belah pihak. Sarat utama dalam berjual beli adalah 1) orang yang melakukan transaksi (penjual dan pembeli atau produsen dan konsumen, 2) ijab (pernyataan pertama yang diucapkan untuk bertransaksi) dan qabul (pernyataan pihak kedua untuk menerima pernyataan pertama,3) objek transaksi atau barang yang akan diperjual belikan.

Menurut Haris Fauldi Asnawi Hukum melakukan transaksi di dalam *market place* dapat di qiyaskan (qiyas adalah menggabungkan atau menyamakan artinya untuk menetapkan suatu hukum suatu perkara yang baru dan belum ada pada masa sebelumnya, yang dimana perkara tersebut memiliki kesamaan dalam sebab) transaksi as-salam dan transaksi istisna. Transaksi as-salam adalah pemberian barang yang diserahkan dikemudian hari dengan pembayaran diawal. Dalam transaksi as-salam produk yang dijadikan objek transaksi tidak ada atau tidak dapat dihadirkan ketika terjadinya transaksi. Menurut ahli fiqih dalam mendefinisikan transaksi assalam berbeda beda hal ini didasari dalam perbedaan persyaratan yang dikemukakan.

As-salam diperbolehkan didalam al-quran dan as-sunnah.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا يَأْب كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ فَلْيَكْتُبْ وَلْيُمْلِلِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا يَبْخَسَ مِنْهُ شَيْئًا فَإِنْ كَانَ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ سَفِيهًا أَوْ ضَعِيفًا أَوْ لَا يَسْتَطِيعُ أَنْ يُمِلَّ هُوَ فَلْيُمْلِلْ وَلِيُّهُ بِالْعَدْلِ وَاسْتَشْهِدُوا شَهِيدَيْنِ مِنْ رَجَالِكُمْ فَإِنْ لَمْ يَكُونَا رَجُلَيْنِ فَرَجُلٌ وَامْرَأَتَيْنِ مِمَّن تَرْضَوْنَ مِنَ الشَّهَدَاءِ أَنْ تَضِلَّ إِحْدَاهُمَا فَتُذَكَّرَ إِحْدَاهُمَا الْأُخْرَىٰ وَلَا يَأْبَ الشَّهَدَاءُ إِذَا مَا دُعُوا وَلَا تَسْمَؤْا أَنْ تَكْتُبُوهُ صَغِيرًا أَوْ كَبِيرًا إِلَىٰ أَجَلٍ ذَٰلِكُمْ أَقْسَطُ عِنْدَ اللَّهِ وَأَقْوَمُ لِلشَّهَدَةِ وَأَدْنَىٰ أَلَّا تَرْتَابُوا إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجْرَةً حَاضِرَةً تُدِيرُونَهَا بَيْنَكُمْ فَلَيْسَ عَلَيْكُمْ

جُنَاحٌ أَلَّا تَكْتُبُوهُمَا وَأَسْهَدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ وَلَا يُضَارَّ كَاتِبٌ وَلَا شَهِيدٌ وَإِنْ تَفَعَّلُوا فَإِنَّهُ فَسُوقٌ بِكُمْ وَأَتَّقُوا اللَّهَ
وَيَعْلَمُكُمْ اللَّهُ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ ۲۸۲

{QS Al Baqoroh (2): 282} yang artinya “ hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya...” adapun didalam hadist diriwayatkan dari Al-Bukhori, *shahih al-bukhori* mengatakan bahwa “ barang siapa yang melakukan salaf (pembayaran lebih dahulu), hendaklah melakukannya dengan takaran yang jelas dan timbangan yang jelas pula, sampai batas waktu tertentu”.

Transaksi as-salam sesuai dengan al-quran dan as-sunnad berlandasan atas dasar :

1. Terdapat unsur merealisasikan kemaslahatan berekonomi
2. Transaksi ini termasuk hal yang *rukhsyah* (sebuah peringanan atau dispensasi) untuk manusia.
3. Transaksi ini memberikan kemudahan bagi manusia.

Transaksi istina adalah transaksi yang ditangguhkan oleh pihak ketiga yaitu pembayaran secara *cash on delivery* . Ahli fiqih mazhab Hanafi membolehkan transaksi istisna atas dasar :

1. Atas dasar kebutuhan masyarakat
2. Sesuai dengan aturan umum yang tidak bertentangan dengan *nash* atau syariah
3. Didalam syariah dimungkinkan adanya kejelasan

Unsur utama dalam transaksi ini adalah kerelaan dua belah pihak, yang dikuatkan dalam melakukan *ijab* dan *qabul* . hal ini menunjukkan bahwa *ijab* (pernyataan yang dikeluarkan oleh pihak pertama atas keinginan untuk bertransaksi) dan *qabul* (pernyataan yang dikeluarkan oleh pihak kedua yang menunjukkan atas kerelaannya) sebuah unsur utama dan yang paling penting selain dua unsur lainnya, yaitu subjek dan objek. *Ijab* dan *qabul* ini tidak harus dilaksanakan dengan cara lisan, tetapi juga bisa dilaksanakan dengan cara tulisan, atau isyarat yang memberikan pengertian dengan jelas maksud dari *ijab* dan *qabul* tersebut.

Menurut fatwa DSN MUI nomor 05/DSN-MUI/VI/2000 tentang jual beli salam, bahwa menimbang jual beli barang dengan cara akad salam diperbolehkan ketika:

1. alat barang harus diketahui yaitu jumlah dan bentuknya, berupa uang maupun barang atau jasa,
2. pembayaran dilaksanakan ketika kontrak disepakati bersama
3. pembayaran tidak boleh berbentuk sebuah pembebasan hutang.
4. Penyerahan barang dilakukan kemudian
5. Penjual harus menyerahkan barang sesuai dengan kesepakatan atau penjual diperbolehkan untuk mengirim barang lebih cepat dan tidak menuntut tambahan didalamnya.

Adapun fatwa DSN MUI nomor 06/DSN-MUI/VI/2000/ tentang jual beli al istisna yaitu :

1. Pembayaran sesuai dengan yang disepakati
2. Pemayaran tidak boleh dalam pembebasan hutang
3. Pesanan barang dikerjakan sesuai dengan pesanan konsumen
4. Ketentuan jual beli salam berlaku pula pada jual beli istisna
5. Jika ada selisih didalam jual beli istisna ini maka penyelesaiannya dilakukan oleh badan arbitrase syariah setelah tidak menemukan titik musyawarah.

Transaksi didalam jual beli online memiliki beberapa metode pembayaran maupun dalam pengiriman barang. Diantaranya yaitu, sistem *Cash On Delivery* (COD), transfer melalui ATM, ataupun metode *escrow* (rekening bersama). Dari masing-masing cara tersebut memiliki berbagai macam resiko. Pada tahap ini konsumen maupun produser diminta untuk lebih hati-hati dalam melakukan aktifitas bisnis secara online.

Menurut Wulandari Jual beli *online* yang syari adalah melalui cara *ijab* dan *qabul*. *Ijab* dan *qabul* didalam jual beli online berbeda dengan *ijab qabul* yang dilakukan dengan jual beli offline yaitu dengan cara *face to face* dalam satu tempat. *Ijab qabul* didalam jual beli *online* dengan cara *face to face* dengan bantuan perantara media internet. Hal ini diperbolehkan karena pengertian dari *ijab* dan *qabul* disini bertemunya penjual dan pembeli tidak harus secara langsung, tetapi kondisional. Meskipun jarak

membatasi pembeli dan penjual dengan syarat barang yang diperjual belikan sama maka diperbolehkan jual beli secara *online* (Wulandari 2015).

Didalam hukum islam terdapat norma hukum pada asas-asas perjanjian dalam jual beli. Asas perjanjian tersebut menurut Prof.Syamsul Anwar adalah :

1. Asas ibadah

Pada dasarnya adalah asas jual beli itu halal atau boleh dilakukan sampai ada dalil yang mengharamkannya.

2. Asas kemaslahatan

Perjanjian yang dibuat atas kesepakatan bersama antara pembeli dan penjual sehingga tidak ada dirugikan salah satu pihak.

3. Asas Amanah

Didalam islam penjual online dituntut untuk memiliki sifat amanah untuk memberikan informasi barang yang dijual secara jujur kepada pembeli.

4. Asas keseimbangan

Asas ini dalam jual beli *online* harus ada rasa saling rela. Ketika ada salah satu pihak yang dirugikan contoh pembeli merasa dirugikan karena barang tidak sesuai dengan yang dijelaskan oleh penjual, maka barang boleh ditukar dengan kerelaan penjual.

Pelaksanaan bisnis *market place* secara sekilas hampir sama dengan transaksi *as-salam* dalam hal pembayaran dan penyerahan objek transaksi. Persamaan dan perbedaan dalam transaksi *as-salam* dengan transaksi melalui *market place* (Asnawi, Transaksi Bisnis e-commerce prespektif islam 2004):

1. Pihak-pihak yang terlibat dalam bertransaksi

Persamaan : subjek transaksi adalah penjual dan pembeli

Perbedaan:

Market place : adanya wakil dalam melakukan transaksi (suatu keharusan)

as-salam : keberadaan saksi ataupun wakil didalam transaksi ini tidak diharuskan tetapi dianjurkan agar memperlancar transaksi tersebut.

2. Pernyataan kesepakatan

Persamaan: adanya kesepakatan dari kedua belah pihak tersebut

Perbedaan :

Market place :dilakukan oleh media elektronik atau internet

as-salam : dapat dilakukan oleh berbagai macam cara langsung maupun tidak langsung

3. Objek transaksi

Persamaan : pembayaran dilakukan diawal atau didahulukan

Perbedaan :

Market place : diserahkan langsung setelah transaksi di internet

as-salam : penyerahannya ditangguhkan sampai batas waktu kemudian.

Berikut adalah tabel perbedaan antara *marketplace* dengan *e-commerce* yang sama beraktifitas bisnis melalui internet atau dikatakan sebagai *e-bussines*. (Amit Bhosle 2015)

Tabel 1.1 Perbedaan marketplace dan e-commerce

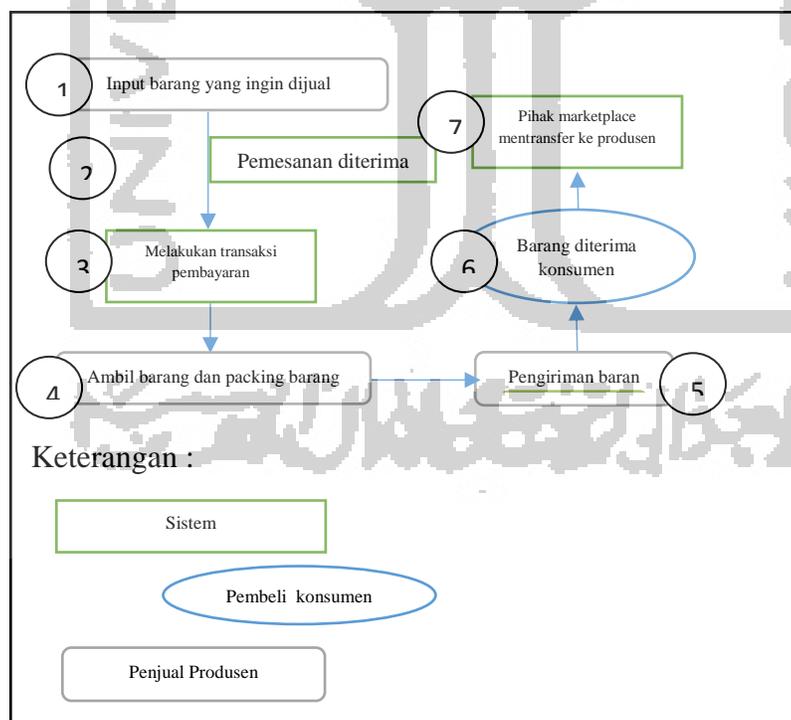
| Indikator | <i>marketplace</i> | <i>e-commerce</i> |
|------------------------------------|--|------------------------------------|
| Produsen atau produk yang tersedia | Banyak vendor dan banyak jenis yang dijual | Satu produsen atau vendor |
| Model bisnis | <ul style="list-style-type: none"> • B2B (Business to Business) • B2C (Business to Costumer) | BSC (Business to Costumer) |
| Pembayaran | <ul style="list-style-type: none"> • Marketplace sebagai pihak ketiga • Tergantung kebijakan tiap vendor | Langsung ke pihak situs e-commerce |

| | | |
|------------|---|--|
| Pengiriman | Dikirim dari tempat masing-masing vendor penyedia barang dan memiliki metode pengiriman yang berbeda-beda | Dikirim dari satu tempat e-commerce dan metodenya sama |
|------------|---|--|

Dapat disimpulkan dari tabel diatas yaitu *e-commerce* adalah sebuah situs web yang dimiliki oleh satu vendor atau produsen. *Marketplace* adalah sebuah sistem yang diberikan kepada seluruh vendor untuk menggunakan fasilitas *marketplace*. Didalam *marketplace* memiliki banyak vendor dan berbagai barang yang diperjual belikan didalamnya. Kata lain *marketplace* sebagai pihak ketiga didalam aktifitas bisnis.

Menurut Amit didalam jurnalnya menjelaskan mengenai alur bagan transaksi didalam *marketplace* sebagai berikut : (Amit Bhosle 2015)

Gambar 1.1 Alur Bagan Transaksi Marketplace



1. Input catalog didalam *marketplace* yang dipilih
2. Produsen menerima pesanan dari konsumen melalui *marketplace*
3. Konsumen melakukan pembayaran yang dibayarkan kepada *marketplace*
4. Produsen menyiapkan atau mengirim barang yang dipesan
5. Pengiriman barang sesuai dengan pilihan konsumen
6. Barang diterima oleh pihak konsumen dan melakukan verifikasi penerimaan barang
7. Pihak *marketplace* mengirim uang yang ditangguhkan kepada pihak *marketplace*

3. Market Place

E-marketplace merupakan sebuah model dari *e-commerce*. *e-marketplace* memiliki konsep yang sama dengan pasar tradisional, banyak penjual dan banyak pembeli yang ada di pasar. *Provider e-marketplace* disini bukan penjual tetapi sebuah perantara media yang mempertemukan penjual dan pembeli dalam aktivitas bisnis (transaksi, jual beli, tawar menawar maupun pengiriman barang) .

E-bussines merupakan konsep baru dalam proses jual beli barang atau jasa pada *World Wide Web* (WWW) atau proses aktifitas bisnis (jual beli barang atau jasa dan pertukaran produk) dan informasi melalui jaringan informasi salah satunya internet (Suyanto 2003). Kalakota dan Whinston (1997) mendefinisikan *e-commerce* kedalam beberapa aspek yaitu : aspek komunikasi yang memberikan berbagai informasi produk atau layanan dan pembayaran melalui telepon, aspek bisnis yaitu memberikan otomatisasi transaksi dan aliran kerja perusahaan, aspek layanan yang mengurangi *service cost* dalam meningkatkan mutu barang dan kecepatan layanan dalam bertransaksi (Suyanto 2003).

E-commerce atau *marketplace* sebuah bagian dari *e-bisnis* yang memanfaatkan internet untuk belanja *online* maupun transaksi di dalam *e-commerce* (Sunarto 2009). Menurut wikipedia *e-commerce* adalah melakukan segala bentuk aktifitas bisnis (penjuala, pembelian, pemesanan dan transaksi) melalui sistem elektronik seperti internet, *World Wide Web* (WWW), televisi dsb.

Electronic Marketplace adalah sebuah pasar virtual yaitu sebuah tempat penghubung antara penjual dan pembeli yang dihubungkan melalui media internet atau elektronik yang dapat diakses secara cepat dan dapat diakses dimanapun berada.

Dapat disimpulkan *marketplace* adalah sebuah tempat yang disediakan oleh teknologi untuk melakukan aktifitas bisnis yang dilakukan oleh penjual dan pembeli. Melihat peluang yang dimiliki Indonesia, bertransaksi menggunakan *marketplace* dapat menjanjikan dalam dunia bisnis di Indonesia.

Marketplace memiliki segmentasi yang luas. *Marketplace* saat ini diterapkan untuk melaksanakan aktifitas ekonomi *business to business* (komunikasi bisnis online antar pelaku bisnis) , *business to consumer* (transaksi bisnis yang dilakukan oleh pelaku usaha dan pihak konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan disaat tertentu) dan *consumer to consumer* (transaksi yang dilakukan antar konsumen).

