

Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Humaira Shop

Destiya Wati, Suyud Arif, Abristadevi

Universitas Ibn Khaldun Bogor

destiyawati0903@gmail.com , abristasmart@gmail.com

suyudarif@fai.uika-bogor.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze whether Humaira Shop has applied the principles of Islamic business ethics in online buying and selling transactions and how to apply the principles of Islamic business ethics in online buying and selling transactions at Humaira Shop. This study uses a descriptive qualitative method with data collection techniques in the form of interviews and documentation. The primary data in this research are the owners of the Humaira Shop and consumers who buy Muslim clothing products at the Humaira Shop. The results of the study stated that Humaira Shop had fully implemented the principles of Islamic business ethics in buying and selling, with the principle of unity, the principle of equilibrium, principle free will, the principle of responsibility and the principle benevolence. In applying the ethical principle of Islamic business, Humaira Shop uses the 7p E-Marketing strategy, namely product and process, applying the principle of responsibility. Promotion, applying the principle of unity. Price applying the principle of equilibrium. Place applying the principle of free will. People and physical evidence, applying the principle of benevolence.

Keywords: Islamic Business Ethics, Online Buying and Selling Transactions, Muslim Fashion Products

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah Humaira Shop sudah menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli online dan bagaimana penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli online di Humaira Shop. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif bersifat deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara dan dokumentasi. Data primer dalam penelitian ini adalah pemilik (owner) Humaira Shop dan konsumen yang membeli produk busana muslim di Humaira Shop. Hasil penelitian menyatakan Humaira Shop sudah sepenuhnya menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam jual belinya, dengan prinsip tauhid, prinsip keseimbangan, prinsip kehendak bebas, prinsip tanggung jawab dan prinsip ihsan. dalam menerapkan prinsip-prinsip

etika Bisnis Islam Humaira Shop menggunakan strategi E-Marketing 7p, yaitu product dan process menerapkan prinsip tanggung jawab. Promotion, menerapkan prinsip tauhid. Price, menerapkan prinsip keseimbangan. Place menerapkan prinsip kehendak bebas. People dan physical evidence menerapkan prinsip ihsan.

Kata Kunci : Etika Bisnis Islam, Transaksi Jual Beli Online, Produk Busana Muslim.

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan teknologi informasi saat ini telah mempengaruhi aktivitas perdagangan. Jual beli dengan sistem online memanfaatkan perkembangan teknologi sebagai alat untuk melakukan transaksi. Jual beli online dianggap praktis, cepat dan mudah. Selain itu juga bisa meminimalisir pengeluaran dan memaksimalkan keuntungan, namun kemudahan transaksi justru dapat menimbulkan banyak resiko dan kerugian yang harus ditanggung oleh pembeli, terutama resiko yang sering terjadi dalam perdagangan online yaitu maraknya penipuan. Fashion merupakan tuntutan penting bagi wanita muslimah, mulai dari berbagai bentuk fashion, berbagai gaya dan berbagai ide dapat meningkatkan nilai jual komoditas yang semakin tinggi, dari anak-anak hingga orang dewasa. Semakin banyak gaya modis yang semakin populer dikalangan konsumen. Karena busana muslimah merupakan kebutuhan hidup, gaya busana muslim maupun apapun pasti akan laris manis dipasaran asalkan memenuhi kebutuhan konsumen. Banyak pelaku bisnis menjual produk busana muslim secara online dan pastinya masih ada pelaku bisnis yang belum menerapkan etika bisnis Islam yang hanya memikirkan bagaimana produk busana muslim yang dijualnya habis terjual. Etika bisnis Islam adalah suatu proses untuk mengetahui hal-hal yang benar dan tidak benar yang tentu melakukan hal yang benar berhubungan dengan produk, pelayanan dengan pihak yang berkepentingan. Dalam etika bisnis Islam terdapat beberapa prinsip yang harus dijalankan saat melakukan usaha. Prinsip etika bisnis Islam tersebut yaitu, kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab dan kebenaran. Penerapan prinsip-prinsip etika bisnis islam dalam transaksi jual beli online pada produk busana muslim sangat penting, agar memuaskan konsumen.

LANDASAN TEORI

Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam merupakan akhlak dalam melakukan bisnis yang sesuai dengan prinsip Islam, sehingga dalam melakukan bisnis tersebut tidak perlu ada kekhawatiran, karena sudah meyakini sebagai sesuatu yang benar dan baik. Jika nilai etika dijalankan maka akan

menyempurnakan hakikat manusia seutuhnya. Setiap orang bisa mempunyai seperangkat pemahaman tentang nilai, akan tetapi pemahaman yang mengarahkan terhadap kepribadian orang Islam hanya ada dua yaitu Al-Qur'an dan Hadits yang menjadi sumber pedoman dalam setiap prinsip kehidupan, termasuk dalam hal berbisnis. (Juliyani, 2016)

Sebagai sebuah ajaran hidup yang sempurna, Islam memberi petunjuk pada setiap aktivitas manusia termasuk dalam ekonomi. Tujuan ekonomi Islam tidak lepas dari tujuan diturunkan syariat Islam untuk mencapai kesejahteraan dan keselamatan di dunia maupun di akhirat. Islam juga memerintahkan manusia ke arah aksi dan partisipasi individual langsung dan bertanggung jawab dalam masalah ekonomi melalui cara kerja sama yang menghasilkan dinamika dan pertumbuhan ekonomi. Selain menetapkan etika Islam juga mendorong manusia untuk mengembangkan bisnis, kaitannya dengan paradigma Islam tentang etika bisnis, maka landasan filosofi yang harus dibangun dalam diri seorang muslim yaitu adanya hubungan antara manusia dengan Tuhan-Nya dengan berpegang teguh dengan landasan ini maka umat muslim dalam berbisnis akan merasakan hadirnya pihak ketiga (Tuhan) di setiap aspek kehidupannya. Keyakinan ini harus menjadi bagian integral pada setiap umat muslim dalam bisnisnya karena bisnis dalam Islam semata-mata tidak hanya untuk urusan dunia tetapi harus menanamkan visi akhirat yang jelas. Dengan pemikiran seperti itulah maka persoalan etika dalam bisnis menjadi sorotan penting dalam ekonomi Islam (Zamzam, 2020)

Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam

Adapun prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang harus diterapkan dalam menjalankan kegiatan bisnis, yaitu :

1. *Unity* (Tauhid)

Menurut Dzakfar (2020) menyatakan, konsep tauhid (dimensi vertikal) berarti Allah SWT telah menentukan batasan tertentu terhadap perbuatan manusia sebagai khalifah, agar memberikan manfaat pada seseorang tanpa harus mengorbankan hak-hak individu lainnya. Dengan mengintegrasikan aspek religius dengan aspek kehidupan lainnya, seperti ekonomi, akan timbul perasaan di diri manusia bahwa ia akan selalu merasa direkam dalam setiap aktivitas kehidupannya. Termasuk aktivitas berekonomi sehingga dalam melaksanakan kegiatan bisnis tidak akan gampang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan-Nya. Maka perlu diperhatikan kebutuhan etika dan *disupport* oleh tauhid untuk memperbaiki kesadaran manusia terhadap *insting altruistic*, baik kepada sesama manusia ataupun lingkungannya. Ini berarti, konsep tauhid mempunyai pengaruh paling dalam terhadap diri seorang muslim.

2. *Equilibrium* (keseimbangan)

Menurut Susminingsih (2020) menyatakan, interaksi antar manusia bisa dikatakan sesuai dengan harkat martabat jika dari hubungan interaksi mampu mengaktualisasikan sifat-sifat mulia Allah SWT dalam kehidupannya, dalam konteks ini manusia mampu berbuat adil pada diri sendiri dan memperlakukan pula orang lain secara adil dalam berinteraksi. Kesempurnaan dalam berbisnis bukan hanya untuk mencari dan memperkaya keuntungan semata sehingga mengabaikan kepentingan orang lain seperti konsumen. Akan tetapi bagaimana menjaga keseimbangan pada setiap pihak yang terlibat agar merasa diperhatikan dan dianggap penting

3. *Free will* (kehendak bebas)

Kebebasan adalah hal penting dalam etika bisnis Islam, tapi jangan sampai kebebasan ini mengganggu dan merugikan kepentingan bersama atau orang lain. Islam memperbolehkan umatnya berinovasi dalam bermuamalah terkhusus dalam aktivitas bisnis, tetapi islam melarang umatnya dalam melakukan hal yang diharamkan oleh syariatnya.

Konsep Islam mengartikan bahwa institusi ekonomi seperti pasar mampu mencapai target dalam aktivitas perekonomian. Hal ini berlaku jika tidak ada intervensi dari pihak manapun. Dalam Islam prinsip kehendak bebas memiliki tempat tersendiri, karena potensi kebebasan tersebut sudah ada dari manusia dilahirkan di dunia ini. Namun sekali lagi perlu ditegaskan bahwa kebebasan yang tertanam dalam diri manusia bersifat khusus, sedangkan kebebasan yang bersifat tidak khusus hanya milik Allah SWT. Oleh sebab itu umat muslim harus menyadari, bahwa disituasi apapun itu harus didasarkan pada ketentuan tuhan, dibimbing oleh aturan-aturan dalam syariat Islam yang telah dicontohkan oleh Rasul-Nya. (Juliyani 2016)

4. *Responsibility* (tanggung jawab)

Dalam Islam, tanggung jawab mempunyai dimensi yang majemuk, yang berarti tanggung jawab kepada Allah SWT, tanggung jawab terhadap diri sendiri, serta tanggung jawab terhadap lingkungan dan orang yang disekitarnya (Susminingsih, 2020)

Dalam dunia bisnis tanggung jawab sangat berlaku. Setelah melakukan semua kegiatan bisnis dengan beragam bentuk kebebasan, namun bukan berarti semuanya selesai saat tujuan yang dikehendakinya berhasil, atau ketika sudah memperoleh laba. Semuanya perlu pertanggung jawaban terhadap apa yang dilakukan oleh pembisnis tersebut, baik pertanggung jawaban ketika pembisnis memproduksi barang, melakukan transaksi jual beli dan melakukan perjanjian.

5. *Benevolence* (Ihsan)

Ihsan artinya melakukan perbuatan terpuji yang memberi manfaat bagi orang lain., tanpa ada kewajiban yang mengharuskan perbuatan tersebut atau dengan kata lain beribadah dan berbuat kebaikan seakan-akan melihat Allah, jika tidak sanggup, maka yakin bahwa Allah melihat. (Juliyani, 2016)

Dalam (Juliyani, 2016) menggarisbawahi beberapa perbuatan yang dapat mendukung pelaksanaan aksioma Ihsan dalam bisnis, yaitu :

- a. Kemurahan hati (leniency)
- b. Motif pelayanan (service motive)
- c. Kesadaran bahwa adanya Allah dan aturan Allah yang berhubungan dengan pelaksanaan yang menjadi prioritas.

Prinsip Ihsan atau kebaikan yang berhubungan dengan sikap pedagang dalam melayani dan memperlakukan konsumen. Sikap sopan, ramah, murah hati dan sabar yang dimiliki pedagang terhadap konsumennya akan menjadikan daya tarik yang terkesan akan memberikan hal positif, tetapi jika sebaliknya sikap yang tidak sopan, tidak ramah, tidak sabar dan membedakan perlakuannya terhadap konsumen maka akan terlihat dan terkesan negatif bagi pedagang tersebut (Haryanti dan Wijaya).

Transaksi Jual Beli Online

Jual beli online merupakan aktivitas antara pihak penjual dengan pihak pembeli tidak harus bertemu secara langsung untuk melaksanakan negosiasi dan transaksi. Lalu pihak penjual dengan pihak pembeli melakukan komunikasi atau berinteraksi secara online melalui pesan dalam computer, handphone, pesan whatsapp, sms ataupun telepon. Dalam transaksi jual beli online, pihak penjual dan pihak pembeli memerlukan pihak ketiga untuk melaksanakan penyerahan barang dan penyerahan uang yang dilakukan oleh penjual dan pembeli. (Fatriansyah, 2020)

Transaksi melalui *online* adalah transaksi yang dilakukan tanpa harus bertatap muka atau bertemu antara pihak penjual dengan pihak pembeli, namun dilakukan dengan transfer data dengan menggunakan media sosial diantara penjual dengan pembeli, seiring dengan perkembangan teknologi informasi seperti sekarang ini yang memungkinkan untuk melakukan transaksi dengan jarak jauh, siapapun dan dimanapun bisa berinteraksi walau hanya dengan tatap muka. Yang paling penting komunikasi diantara penjual dan pembeli tidak boleh sampai terputus agar tidak terjadi kehilangan antara pihak penjual dengan pihak pembeli dalam melakukan transaksi *online*. Oleh sebab itu dijamin sekarang ini teknologi sangat maju, hanya duduk manis dan memilih barang yang diinginkan. (Magfuroh, 2020)

Strategi E-Marketing 7P

Dalam menjalankan bisnis dibutuhkan strategi agar dapat mempengaruhi respon sasaran. Adapun strategi yang harus dilakukan dalam bisnis, yaitu: (Sari, 2020).

1. *Product*

Strategi produk salah satu komponen yang memiliki peran penting bagi marketing, produk tersebut bisa berupa barang atau jasa yang dapat ditawarkan dan dipasarkan ke konsumen. Dengan adanya produk yang siap untuk dipasarkan maka akan membuat konsumen mengenali perusahaan melalui produk yang telah ditawarkan.

2. *Promotion*

Promosi merupakan bagian dari strategi komunikasi yang digunakan untuk memperkenalkan suatu produk yang akan dipasarkan. Hal ini juga termasuk pada penentuan letak posisi, pemilihan target pasar serta alat yang digunakan. Internet memberi penawaran terhadap saluran komunikasi pemasaran untuk memberikan informasi kepada para pelanggan terhadap produk yang ditawarkan dan membantu dalam proses pembelian.

3. *Price*

Dalam pemasaran harga dapat dijadikan acuan untuk digunakan menentukan kualitas suatu produk. Dalam sebuah harga dapat terdapat dua pendekatan yang digunakan untuk menetapkan suatu harga. Bagi sebagian pembisnis yang pemula, cenderung menggunakan strategi harga rendah hingga menawarkan diskon untuk menarik minat konsumen dan mendapatkan pelanggan. Sementara itu terdapat juga pembisnis lainnya yang sudah mendirikan usahanya sejak lama sehingga dalam transaksi atau pemasarannya menggunakan harga yang cukup tinggi.

4. *Place*

Place merupakan sarana pemasaran untuk mendistribusikan produk yang akan dijual, dalam memilih tempat pemasaran sangat penting untuk seorang pembisnis, karena hal ini sangat mempengaruhi jumlah minat konsumen terhadap produk yang dipasarkan. Internet memiliki peranan terbesar untuk sebuah *place* pemasaran, karena internet memiliki jangkauan yang sangat luas.

5. *People*

People merupakan variabel penggerak menjalankan kegiatan pemasaran atau sebuah organisasi yang memberikan pelayanan untuk konsumen dalam membangun loyalitas. Setiap orang harus saling menghargai sesama manusia, menerapkan dalam diri untuk berperilaku dan bertingkah laku yang baik, sebagai sumber daya manusia dalam sebuah bisnis dengan melayani konsumen dengan rasa sabar, ikhlas, dan memberikan perilaku yang baik, menghargai semua konsumen dengan memberikan kenyamanan kepada konsumen.

6. *Process*

Proses memiliki peran yang sangat penting dalam sebuah bisnis, seorang pembisnis harus sangat memperhatikan kualitas produk dan memberikan informasi yang sesuai kepada konsumen terkait kondisi barang yang ada. Tentunya semuanya harus tetap menjaga prinsip syariah untuk mencapai target yang diinginkan, mulai dari proses pemilihan produk yang akan dijual hingga dalam memasarkan produk karena hal ini untuk kenyamanan konsumen yang memakainya dan tidak ada pihak yang merasa dirugikan.

7. *Physical evidence*

Physical evidence atau disebut dengan bukti fisik dimana fisik disini merupakan output yang diberikan penjual kepada konsumen sebagai alat pendukung pelayanan perusahaan yang disediakan. Memberikan kualitas kenyamanan hingga dapat menentukan minat konsumen untuk bertransaksi pada perusahaan yang memiliki situ yang menarik.

METODE PENELITIAN

Pendekatan dan Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Menurut Lexy J. Moeleong penelitian kualitatif adalah kegiatan mengeksplorasi dan memahami makna dari sejumlah individu atau sekelompok orang yang memiliki kapasitas dari permasalahan sosial yang akan diteliti. Penelitian ini bersifat deskriptif yaitu cara untuk menganalisis data yang sudah dikumpulkan dari proses penelitian lalu dijabarkan. Penelitian ini termasuk studi lapangan (*field research*) yang mengacu pada pengamatan dan kumpulan data lapangan untuk bahan penelitian. (Ruslang, Kara dan Wahab, 2020). Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Bogdan dan Taylor mendefinisikan metode kualitatif sebagai metode penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa tertulis atau lisan dari perilaku yang dapat diamati (Rosyida, 2020)

Data dan Sumber Data

1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber asli. Dalam hal ini proses pengumpulan data perlu adanya sumber utama yang akan dijadikan objek penelitian untuk dijadikan narasumber. Dalam penelitian ini data primer diperoleh dengan melakukan wawancara kepada pihak terkait (Pebryani, 2020). Adapun yang menjadi narasumber dalam penelitian ini adalah *owner* (pemilik) Humaira shop dan konsumen di Humaira Shop.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh melalui pengumpulan atau pengelolaan data yang bersifat studi dokumentasi berupa penelaahaan terhadap dokumen pribadi, resmi, kelembagaan, referensi-referensi (literature laporan, tulisan dan lain-lain) yang memiliki relevansi dengan objek penelitian (Alfarizi, 2019). Adapun data skunder dalam penelitian ini terdiri dari jurnal, artikel, internet dan buku yang mendukung data sekunder.

Teknik dan Prosedur Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara adalah pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab dengan narasumber atau percakapan secara lisan dengan orang yang berwenang untuk memberikan informasi data yang diperlukan. Peneliti menggunakan teknik wawancara karena ingin mengetahui lebih mendalam hal-hal yang berhubungan dengan penelitian (Oktavi, 2021). Teknik yang digunakan dalam metode ini adalah dengan cara membuat daftar pertanyaan. Adapun pihak yang akan diwawancarai adalah *owner* (pemilik) Humaira shop dan konsumen Humaira Shop.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode pengumpulan data dengan cara mengumpulkan benda-benda yang menjadi dokumentasi, seperti foto, gambar, catatan, atau sebagainya. Teknik dokumentasi ini dilakukan untuk mengumpulkan data berupa data-data tertulis yang berisi informasi dan penjelasan (Anggraeni, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam di Humaira Shop

1. Unity (kesatuan)

Konsep tauhid (dimensi vertikal) berarti Allah SWT telah menentukan batasan tertentu terhadap perbuatan manusia sebagai khalifah, agar memberikan manfaat pada seseorang tanpa harus mengorbankan hak-hak individu lainnya, dan hubungan horizontal dengan kehidupan sesama manusia dan alam secara keutuhan untuk menuju tujuan akhir yang sama. Dengan mengintegrasikan aspek religius dengan aspek kehidupan lainnya, seperti ekonomi, akan timbul perasaan di diri manusia bahwa ia akan selalu merasa direkam dalam setiap aktivitas kehidupannya. Termasuk aktivitas berekonomi sehingga dalam melaksanakan kegiatan bisnis tidak akan gampang menyimpang dari ketentuan yang telah *disupport* oleh tauhid untuk memperbaiki kesadaran manusia terhadap *insting altruistic*, baik kepada sesama manusia ataupun lingkungannya. Ini berarti, konsep tauhid mempunyai pengaruh terhadap diri seorang muslim.

Pada prinsip ini, Humaira Shop sudah menerapkan prinsip tauhid karena dalam prinsip ketauhidan ini semakin seseorang mendekati diri kepada Allah maka ia akan selalu merasa bahwa dirinya selalu diawasi oleh Allah, sehingga kecil kemungkinan untuk berbuat kecurangan ataupun kebohongan dalam bisnisnya, sedangkan Humaira Shop dalam mempromosikan produknya selalu jujur dan bersikap amanah untuk mendapatkan kepercayaan dari konsumen.

2. Prinsip *Equilibrium* (Keseimbangan)

Konsep keseimbangan dapat dipahami bahwa keseimbangan hidup di dunia dan di akhirat harus diterapkan oleh seorang pembisnis muslim. Oleh karena itu, konsep keseimbangan berarti menyerukan kepada pengusaha muslim untuk bisa merealisasikan

tindakan-tindakan (dalam bisnis) yang dapat menetapkan dirinya dan orang lain dalam kesejahteraan duniawi dan keselamatan akhirat. Dalam beraktivitas di dunia bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai. Pengertian adil dalam Islam diarahkan agar hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta, hak Allah dan Rasul-Nya berlaku sebagai *stakeholder* dari perilaku adil seseorang.

Pada prinsip ini, maka Humaira Shop sudah menerapkan prinsip keseimbangan karena pada prinsip keseimbangan ini penjual harus bersikap adil dalam mempromosikan barang dan melayani konsumen, tidak boleh membeda-bedakan dari segi apapun dan dalam proses transaksi Humaira Shop tidak pernah memberikan harga yang berbeda kepada konsumen karena prinsip keadilan dituntut untuk memperlakukan secara sama sesuai dengan acuan yang adil dan sesuai kriteria yang rasional, objektif dan dapat dipertanggung jawabkan. Maka dengan ini Humaira Shop sudah menerapkan prinsip keseimbangan.

3. Prinsip *Free Will* (Kehendak Bebas)

Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar. Tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya. Penerapan konsep kehendak bebas dalam etika bisnis Islam ialah manusia memiliki kebebasan untuk membuat kontrak dan menepatinya atau mengingkarinya. Seorang muslim yang telah menyerahkan hidupnya pada kehendak Allah SWT akan menepati kontrak yang telah dibuatnya.

Pada prinsip ini, Humaira Shop menerapkan prinsip kehendak bebas dengan memberikan kebebasan konsumen untuk menawar harga barang, bahkan jika ada konsumen yang menawar harga barang pihak Humaira Shop bersedia memberikan harga yang telah ditawarkan oleh konsumen. Sedangkan jika terjadi pembatalan pemesanan secara tiba-tiba dari konsumen maka pihak Humaira Shop akan menerima dan tidak pernah memaksa konsumen untuk membeli produknya. Dengan ini maka Humaira Shop telah menerapkan prinsip etika kehendak bebas dalam transaksi jual belinya.

4. Prinsip *Responsibility* (Tanggung Jawab)

Tanggung jawab individu begitu mendasar dalam ajaran-ajaran Islam. Terutama jika dikaitkan dengan kebebasan ekonomi. Penerimaan pada prinsip tanggung jawab individu berarti setiap orang akan di adili secara personal di hari kiamat kelak. Setiap individu mempunyai hubungan langsung dengan Allah dan ampunan harus diminta secara langsung dari Allah. Penerapan konsep tanggung jawab dalam etika bisnis Islam yaitu, jika perilaku seorang pengusaha muslim berperilaku secara tidak etis, ia tidak dapat menyalahkan tindakan pada persoalan tekanan bisnis ataupun pada kenyataan bahwa setiap orang juga berperilaku tidak etis. Ia harus memikul tanggung jawab tertinggi atas tindakannya sendiri.

Pada prinsip ini, Humaira Shop telah menerapkan prinsip tanggung jawab karena Humaira Shop bisa menjamin sebagai penjual yang bertanggung jawab jika terjadi kerusakan

atau cacatan pada barang dan konsumen di Humaira Shop juga belum pernah menerima barang yang cacat dan barangnya pun sesuai permintaan konsumen. Dan dalam pengiriman barang Humaira Shop selalu tepat waktu dan sejauh ini belum ada komplain terkait waktu pengiriman barang yang tidak sesuai estimasi karena pihak Humaira Shop selalu tepat janji dan bisa memprediksi estimasi pengiriman barang, termasuk dalam menyikapi komplain konsumen Humaira Shop menyikapinya dengan baik.

5. Prinsip *Benevolence* (Ihsan)

Pada prinsip ini berhubungan dengan sikap pedagang dalam melayani dan memperlakukan konsumen. Sikap sopan, ramah, murah hati dan sabar yang dimiliki pedagang terhadap konsumennya akan menjadikan daya tarik yang terkesan akan memberikan hal positif, tetapi jika sebaliknya sikap yang tidak sopan, tidak ramah, tidak sabar dan membedakan perlakuannya terhadap konsumen maka akan terlihat dan terkesan negatif bagi pedagang tersebut

Pada prinsip ini, Humaira Shop sudah menerapkan prinsip ihsan karena bersikap baik dan melayani konsumen dengan baik dengan cara menjaga kualitas barang sebelum barang dikirim ke konsumen di periksa dulu agar barang yang dikirim sesuai permintaan konsumen dan menjalin komunikasi yang baik dengan konsumen dengan cara menanyakan terkait kualitas barang untuk kepuasan konsumen.

Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam di Humaira Shop

Dalam menerapkan prinsi-prinsip etika bisnis Islam Humaira Shop menggunakan strategi E-marketing 7p yaitu sebagai berikut:

1. *Product*

Strategi merupakan produk salah satu komponen yang memiliki peran penting bagi marketing, produk tersebut bisa berupa barang atau jasa yang dapat ditawarkan dan dipasarkan ke konsumen. Dengan adanya produk yang siap untuk dipasarkan maka akan membuat konsumen mengenali perusahaan melalui produk yang telah ditawarkan. Humaira Shop memasarkan produk-produk busana muslim yaitu hijab, ciput, kaos kaki, manset dan gamis yang saat ini tengah mendapatkan permintaan dari konsumen baik dari kalangan remaja hingga orang dewasa.

Menjaga kualitas produk sangatlah penting untuk memberi kepuasan bagi konsumen karena tugas penjual memberikan yang terbaik bagi konsumen. Dalam strategi e-marketing, diantara lima prinsip etika bisnis Islam yang sesuai dengan poin *product* yaitu prinsip tanggung jawab, seperti halnya dalam berbisnis harus didasari dengan tanggung jawab, konsumen percaya pada produk yang dibelinya maka penjual harus memberikan kualitas barang yang terbaik agar tidak terjadi perselisihan dan tidak ada pihak yang dirugikan.

2. *Promotion*

Promosi merupakan bentuk upaya untuk memasarkan produk dan memberikan informasi terkait produk yang ditawarkan kepada para konsumen atau calon konsumen. Memberikan informasi pada produk yang akan dipasarkan bisa dilakukan secara *offline* atau *online*. Promosi juga bisa dijadikan bentuk komunikasi antar penjual dengan konsumen untuk memberikan perluasan informasi terkait produk yang dijual agar konsumen membeli produknya.

Dalam strategi e-marketing, diantara lima prinsip etika bisnis Islam yang sesuai dengan poin *promotion* yaitu prinsip ketauhidan dimana dalam melakukan promosi sebagai pihak pemasaran dilarang untuk membohongi dan menyampaikan informasi yang tidak sesuai dengan kondisi barang. Promosi harus dilakukan dengan jelas dan terbuka dengan apa yang telah menjadi ketentuan promosi.

3. *Price*

Harga merupakan sebuah nilai untuk menentukan penilaian pada produk. Strategi penentuan harga dalam menentukan keputusan baik untuk diskon atau harga tetap harus disesuaikan dengan kondisi atau kualitas barang tersebut. Harga juga merupakan komponen yang sangat penting bagi marketing karena untuk menghasilkan pendapatan penjualan.

Dalam strategi e-marketing, diantara lima prinsip etika bisnis Islam yang sesuai dengan poin *price* yaitu prinsip keseimbangan karena harga ditentukan keseimbangan antara permintaan dengan penawaran. Terciptanya suatu harga ditentukan dari produk yang ditawarkan. Harga yang ditawarkan harus sesuai dengan kualitas produk dan harga yang diberikan pun harus menyesuaikan harga yang berada dalam ruang lingkup tersebut, tidak boleh melebihi terlalu tinggi ataupun menurunkan harga terlalu rendah, karena akan merusak harga pasar. Dalam menentukan harga pun harus disepakati oleh kedua belah pihak agar tidak menimbulkan perselisihan.

4. *Place*

Saluran pemasaran yaitu dimana terdapat suatu organisasi yang terlibat dalam proses pemasaran untuk membuat jasa atau produk yang dihasilkan perusahaan dapat tersedia untuk para penggunanya. Pemasaran di Humaira Shop dilakukan dengan cara *online* menggunakan media social *whatsapp* melalui grup *chatting* untuk memudahkan konsumen agar tidak perlu datang langsung ke toko.

Dalam strategi e-marketing, diantara lima prinsip etika bisnis Islam yang sesuai dengan poin *place* yaitu prinsip kehendak bebas, karena dalam menyalurkan pendistribusian tidak dipermasahkan, tetapi aspek produk yang dipasarkan harus sesuai dengan aturan ajaran Islam agar tidak terjadi kerugian pada pihak manapun. Dalam hal ini yang menjadi nilai plus bagi penjual yaitu penjual mempermudah konsumen untuk mendapatkan barang yang diinginkan sehingga jika segala sesuatu diniatkan karena Allah, InsyaAllah akan diberikan kemudahan.

5. *People*

People dalam berbisnis disini, yaitu memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen agar menimbulkan sikap positif dalam hal ini akan menjadikan nilai jual tersendiri yang dapat disenangi oleh konsumen.

Dalam strategi e-marketing, diantara lima prinsip etika bisnis Islam yang sesuai dengan poin *people* yaitu prinsip ihsan (kebajikan), yaitu mengajarkan untuk melaksanakan perbuatan yang baik yang dapat mendatangkan manfaat bagi orang lain. Humaira Shop berusaha memberikan pelayanan yang baik dan ramah kepada konsumen dan memprioritaskan kepuasan konsumen.

6. *Process*

Proses merupakan elemen paling penting dalam maketing, dengan memberikan pelayanan hingga memberikan kualitas barang yang terbaik dari proses produksi hingga pemasaran. Tentunya harus tetap menjaga prinsip-prinsip syariah agar mencapai target yang diinginkan, mulai dari pemilihan kualitas bahan hingga jaitan yang rapi dan bagus sehingga memberikan kenyamanan untuk konsumen saat memakainya, dan dalam pemasarannya pun harus tetap mengutamakan kejujuran tanpa adanya kebohongan agar tidak ada pihak yang dirugikan.

Dalam strategi e-marketing, diantara lima prinsip etika bisnis Islam yang sesuai dengan poin *process* yaitu prinsip tanggung jawab dan kehendak bebas, karena pembisnis harus menjalankan prinsip Islam dalam proses produksi barang ataupun jasa hingga penyaluran produk ke konsumen harus dilakukan dengan jujur jangan sampai adanya unsur keharaman.

7. *Physical Evidence*

Physical evidence memiliki peran penting untuk menentukan keberhasilan suatu produk dalam pemasaran, terjadinya minat beli konsumen diakibatkan dari kreatifitas yang diberikan perusahaan untuk tampilan atau kreasi dalam pengambilan foto produk. Hal ini sangat berpengaruh terhadap minat konsumen.

Dalam strategi e-marketing, diantara lima prinsip etika bisnis Islam yang sesuai dengan poin *physical evidence* yaitu prinsip ihsan (kebajikan), dimana seseorang harus menciptakan kebaikan untuk orang lain dengan membuat orang lain senang atau nyaman atas apa yang telah diberikan maka termasuk perilaku yang baik dan dengan memberikan kebahagiaan kepada orang lain maka akan memberikan pula nilai positif pada diri sendiri yang akan berdampak pada bisnis yang dijalankan akan menimbulkan keterkaitan atas apa yang telah dilihat dan dipandang dalam media sosial. Termasuk dalam memasarkan produk harus menggunakan berbagai cara agar menarik minat konsumen sehingga akan meningkatkan tingkat penjualan.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data yang mengacu pada rumusan masalah dan tujuan penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini, sebagai berikut:

1. Dalam transaksi jual beli online Humaira Shop sudah sepenuhnya menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam yaitu prinsip tauhid, diterapkan dengan cara bersikap jujur hingga menjaga kualitas produk dengan baik. Prinsip keseimbangan, diterapkan dengan cara berlaku adil kepada konsumen tidak membeda-bedakan. Prinsip kehendak bebas diterapkan dengan cara memberi kebebasan pada konsumen untuk menawar harga barang dan tidak pernah memaksa konsumen untuk membeli produknya. Prinsip tanggung jawab, diterapkan dengan cara memberikan barang yang sesuai permintaan konsumen dan selalu tepat janji dalam proses pengiriman barang. Prinsip ihsan, diterapkan dengan cara memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen.
2. Dalam menerapkan prinsip etika bisnis Islam Humaira Shop menggunakan strategi e-marketing 7p yaitu pada prinsip tauhid menggunakan strategi *promotion*, pada prinsip keseimbangan menggunakan strategi *price*, pada prinsip kehendak bebas menggunakan strategi *place* dan *process*, pada prinsip tanggung jawab menggunakan strategi *product* dan *process*, pada prinsip ihsan menggunakan strategi *people* dan *physical evidence*. Maka dalam hal ini Humaira Shop sudah sepenuhnya menerapkan prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfarizi, I. (2019). *Trend Jual Beli Online Melalui Situs Resmi Menurut Tinjauan Etika Bisnis Islam* (Doctoral dissertation, IAIN BENGKULU).
- Amalia, L. (2019). PRAKTIK TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDI ANALISIS DI SITI ONLINE SHOP ASTANAJAPURA CIREBON).
- Djakfar, Muhammad. (2012). Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran.
- Juliyani, E. (2016). Etika Bisnis dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ummul Quro*, 7(1), 63-74.
- Maghfuroh, W. (2020). Jual Beli Secara Online dalam tinjauan Hukum Islam. *Jurnal ilmiah Ahwal Syakhshiyah (JAS)*, 2(1), 33-40.
- Pebryani, M., Tarmizi, A., & Anita, E. (2020). PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA BUTIK N'ROSSA DI KELURAHAN MAYANG MANGURAI KOTA JAMBI (Doctoral dissertation, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi).

Rosyida, A. (2020). *Analisis Etika Bisnis Islam dalam Jual Beli Kosmetik di Toko Claeriza Online Shop Kabupaten Ngawi* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).

Ruslang, R., Kara, M., & Wahab, A. (2020). Etika Bisnis E-Commerce Shopee Berdasarkan Maqashid Syariah Dalam Mewujudkan Keberlangsungan Bisnis. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 665-674.

Sari, D. C. (2020). *STRATEGI E-MARKETING DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK BUSANA MUSLIM PERPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI KASUS PADA BUSANA MUSLIM NAISHA)* (Doctoral dissertation. Universitas Islam Indonesia).

Susminingsih. (2020). Etika Bisnis Islam