



## Praktek Jual Beli pada Marketplace dalam Perspektif Etika Bisnis Islam

Hikmatius Sa'diyah<sup>1\*</sup>, Anugrahi Putri Ziyadatin Ilmi<sup>2</sup>, Ananta Delyana Mafikah<sup>3</sup>, Rika Nur Amelia<sup>4</sup>, Silvi Indah Nurvita Sari<sup>5</sup>, Eny Latifah<sup>6</sup>

<sup>1-6</sup>Institut Agama Islam Tarbiyatut Tholabah Lamongan, Indonesia

E-mail: [hikmadiyah475@gmail.com](mailto:hikmadiyah475@gmail.com)<sup>1</sup>, [anugrahiputriziyadatinilmi3@gmail.com](mailto:anugrahiputriziyadatinilmi3@gmail.com)<sup>2</sup>, [fikamafikah@gmail.com](mailto:fikamafikah@gmail.com)<sup>3</sup>, [rika85275@gmail.com](mailto:rika85275@gmail.com)<sup>4</sup>, [silviindah05@gmail.com](mailto:silviindah05@gmail.com)<sup>5</sup>, [enilathifah@iai-tabah.ac.id](mailto:enilathifah@iai-tabah.ac.id)<sup>6</sup>

\*Korespondensi penulis: [hikmadiyah475@gmail.com](mailto:hikmadiyah475@gmail.com)

**Abstract.** This research examines the implementation of Islamic business ethics in the practice of buying and selling in the marketplace. The background is the rapid growth of the marketplace as a digital innovation that facilitates buying and selling transactions, but still presents challenges such as dishonesty, unfairness, and non-transparency. This research uses a literature review-based qualitative method to explore the principles of Islamic business ethics such as tawhid, justice, responsibility, and honesty in the context of marketplaces. The findings show that the application of Islamic business ethics can create a more transparent, fair, and sustainable business ecosystem. Platforms such as Tokopedia, Shopee, and Bukalapak have adopted these principles through review, return, and product verification systems. The research results provide a practical contribution in building a digital marketplace that is aligned with sharia values, supports global economic sustainability, and increases consumer trust.

**Keywords:** Ethics, Islamic Business, Buy and Sell, Marketplace.

**Abstrak.** Penelitian ini mengkaji implementasi etika bisnis Islam dalam praktik jual beli di marketplace. Latar belakangnya adalah pertumbuhan pesat marketplace sebagai inovasi digital yang mempermudah transaksi jual beli, namun tetap menghadirkan tantangan seperti ketidakjujuran, ketidakadilan, dan ketidaktransparanan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif berbasis kajian pustaka untuk mengeksplorasi prinsip-prinsip etika bisnis Islam seperti tauhid, keadilan, tanggung jawab, dan kejujuran dalam konteks marketplace. Temuan menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam dapat menciptakan ekosistem bisnis yang lebih transparan, adil, dan berkelanjutan. Platform seperti Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak telah mengadopsi prinsip-prinsip ini melalui sistem ulasan, pengembalian barang, dan verifikasi produk. Hasil penelitian memberikan kontribusi praktis dalam membangun pasar digital yang selaras dengan nilai-nilai syariah, mendukung keberlanjutan ekonomi global, dan meningkatkan kepercayaan konsumen.

**Kata kunci:** Etika, Bisnis Islam, Jual Beli, Marketplace.

### 1. LATAR BELAKANG

Memasuki era digital dengan segala bentuk tantangan dan peluang yang ada baik pelaku usaha maupun konsumen harus mampu beradaptasi dan menciptakan inovasi untuk dapat memberikan pelayanan dan tempat yang diinginkan oleh semua pihak yang berkepentingan. Marketplace menjadi solusi transaksi dalam jual beli yang memberikan sebuah pilihan secara cepat dan menyajikan pelayanan secara digital.

Marketplace sebagai salah satu inovasi digital telah menjadi sarana utama dalam aktivitas jual beli masyarakat modern. Namun, meskipun menawarkan kemudahan, berbagai permasalahan muncul dalam transaksi online. Permasalahan yang muncul dalam transaksi online antara lain: ketidaksesuaian kualitas barang di karenakan pembeli hanya dapat

mengandalkan informasi melalui gambar, keterlambatan pengiriman barang yang selalu memicu kekhawatiran konsumen, hingga barang yang diterima tidak sesuai dengan pesanan. Selain itu, terdapat pula kendala berupa ketidaksiapan penjual (Adresima & Latifah, 2023) dalam menanggapi keluhan atau pengembalian barang, serta pembeli yang menggunakan data palsu untuk tujuan tertentu. Permasalahan ini mencerminkan adanya celah dalam sistem marketplace yang memerlukan perhatian serius guna menciptakan transaksi yang lebih adil, transparan, dan dapat dipercaya. (Permata & Albab, 2024, hlm. 20)

Dalam konteks ini, kegiatan bisnis, termasuk jual beli di *marketplace*, memerlukan penerapan etika. Etika bisnis merupakan panduan moral yang mengatur perilaku individu atau organisasi dalam menjalankan aktivitas ekonomi. Etika ini mencakup pengambilan keputusan yang bertanggung jawab, transparan, dan sesuai dengan norma yang berlaku. Dalam dunia bisnis, penerapan etika bertujuan untuk menjaga integritas, membangun kepercayaan, dan menciptakan hubungan yang saling menguntungkan antara pelaku usaha dan konsumen. (Widodo, 2022)

Etika bisnis Islam didasarkan pada prinsip yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan duniawi, tetapi juga bertujuan meraih keberkahan melalui ketaatan terhadap perintah Allah SWT. Prinsip-prinsip dasar ini bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis, yang menjadi pedoman dalam menjalankan aktivitas bisnis. Salah satu prinsip utama adalah tauhid (kesatuan), yang menekankan hubungan manusia dengan Allah sebagai Sang Pencipta, sehingga segala aktivitas, termasuk berbisnis, harus dilakukan dengan tujuan untuk mengabdikan kepada-Nya. Selain itu, terdapat prinsip keseimbangan atau keadilan, yang menuntut pelaku usaha untuk bertindak adil, seperti memastikan ketepatan dalam takaran dan timbangan saat berdagang. Allah SWT juga memberikan kebebasan berkehendak kepada manusia untuk mengelola kehidupannya, namun kebebasan tersebut harus dijalankan sesuai dengan syariat Islam yang telah ditentukan. Kebebasan ini diiringi oleh prinsip tanggung jawab, yang mengingatkan manusia bahwa setiap tindakan, termasuk pemanfaatan sumber daya alam, harus dilakukan dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab atas dampaknya. Prinsip berikutnya adalah kebenaran, yang mengedepankan kejujuran dalam transaksi jual beli, karena perdagangan bukan hanya sarana untuk memenuhi kebutuhan duniawi, tetapi juga bekal akhirat (Jami'uswaniyah & Latifah, 2022). Terakhir, prinsip ihsan menekankan pentingnya memberikan manfaat kepada orang lain sebagai tujuan utama dalam berbisnis. Dengan menerapkan prinsip-prinsip ini, etika bisnis Islam tidak hanya menciptakan praktik bisnis yang sesuai dengan syariat, tetapi juga berdampak positif bagi masyarakat secara luas. (Permata & Albab, 2024)

Teknik konsumsi masyarakat dipengaruhi oleh kemajuan teknologi dan jaringan internet, yang menghasilkan saluran belanja baru yaitu secara online. Informasi dapat diakses kapan saja dan di mana saja, jadi sangat mudah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi yang cepat. Teknologi internet (Latifah, t.t.) sangat memengaruhi bisnis dan perdagangan, ada kemampuan untuk mengakses semua informasi tentang barang, termasuk harga dan spesifikasi, sebelum melakukan transaksi pembelian. Hal ini sangat menghemat waktu dan biaya bagi calon pembeli karena mereka tidak perlu datang ke toko atau melakukan transaksi, mereka dapat membuat keputusan dengan cepat dari tempat duduk mereka sendiri. Menggunakan teknologi internet adalah cara yang inovatif untuk memasuki pasar di internet. (Permata & Albab, 2024)

Etika bisnis Islam (Latifah, Sy, & Ak, 2020), yang berlandaskan Al-Qur'an dan Hadis, memberikan solusi yang holistik untuk menciptakan praktik bisnis yang bermoral dan berkeadilan. Prinsip-prinsip utama seperti tauhid (kesatuan), keadilan dalam berdagang, kebebasan yang dibatasi oleh syariat, serta tanggung jawab atas dampak dari setiap tindakan menjadi panduan utama dalam etika bisnis Islam (Latifah & Nuriyah, 2021a). Selain itu, prinsip kebenaran yang menekankan kejujuran dalam transaksi, serta prinsip ihsan yang mendorong pelaku usaha untuk memberikan manfaat kepada masyarakat, menjadi landasan penting dalam mencapai keberkahan. (Pradana & Rokamah, 2023)

Banyak perusahaan besar dan kecil di Indonesia telah mulai menjalankan bisnis online dalam beberapa tahun terakhir. Pada era internet saat ini, media pemasaran online tampaknya menjadi alat penting untuk memecahkan masalah. Oleh karena itu, pelaku usaha berbondong-bondong untuk memanfaatkan media pemasaran online sebagai cara mereka menjalankan bisnis mereka. Sebagai hasil dari survei yang dilakukan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah orang yang menggunakan internet di Indonesia telah meningkat menjadi 73,7% dari total populasi sejak November 2023, yang setara dengan 196,7 juta orang dari total populasi Republik Indonesia 270,9 juta orang menurut Badan Pusat Statistik (BPS). Selain itu, 32,19% pengguna internet mencari informasi tentang barang atau jasa yang ingin mereka beli secara online. (Azizah, 2020)

Dengan menghalalkan segala cara seperti penipuan, kecurangan, dan perbuatan batil lainnya, Islam tidak membiarkan seseorang bekerja sesuka hatinya untuk mencapai tujuan dan keinginannya. Namun, dalam Islam, ada batasan yang membedakan apa yang boleh dan tidak boleh dilakukan, apa yang benar dan salah, dan apa yang halal dan haram. Garis-garis ini dikenal sebagai etika. Nilai moral atau etika bisnis juga mempengaruhi tindakan bisnis atau

perdagangan. Sangat penting bagi para pelaku bisnis untuk memasukkan aspek moral ke dalam kerangka dan ruang lingkup perusahaan mereka. (Darussalam, A, 2011, hlm. 78)

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya membantu perkembangan penelitian akademik tentang etika bisnis Islam, tetapi juga menawarkan manfaat praktis untuk menciptakan pasar yang lebih sesuai dengan nilai-nilai syariat. Pasar yang beretika akan mendukung keberlanjutan ekonomi global dan meningkatkan kepercayaan konsumen.

## **2. KAJIAN TEORITIS**

### **Teori Etika Bisnis Islam**

Etika bisnis Islam mengacu pada penerapan perilaku atau akhlak dalam menjalankan bisnis dalam rangka mendapatkan keuntungan sambil tetap berpegang teguh pada moral, norma, atau nilai-nilai yang terkandung dalam ajaran Islam (Latifah dkk., 2024). Etika bisnis Islam adalah akhlak yang didasarkan pada nilai-nilai Islam dalam menjalankan atau menjalankan suatu bisnis sehingga tidak ada kekhawatiran yang timbul karena bisnisnya dianggap baik dan benar. (Aprianto, Andriyansyah, Qodri, & Hariyanto, 2020)

Etika bisnis Islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah selanjutnya tentu untuk melanjutkan, melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan. (Abdul Aziz, 2022)

Etika bisnis Islam adalah seperangkat prinsip yang mengatur perilaku bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam (Latifah dkk., 2020), berdasarkan Al-Qur'an dan Hadis. Prinsip-prinsip ini mencakup hal-hal seperti apa yang benar, salah, dan baik. (Muhammad Saifullah, 2020)

Kesimpulannya Etika bisnis Islam adalah Prinsip dan perilaku yang didasarkan pada nilai-nilai ajaran Islam dalam menjalankan kegiatan bisnis. Tujuannya adalah untuk memperoleh keuntungan secara benar dan berkeadilan sambil tetap berpegang pada moral dan norma Islam. Etika ini memastikan bahwa semua operasi bisnis dilakukan dengan cara yang baik dan benar, dan tidak menimbulkan kekhawatiran atau kerugian bagi pihak lain, baik dari segi produk dan layanan maupun hubungan antar pihak yang terlibat.

Karena etika bisnis Islam mengutamakan prinsip-prinsip Al-Qur'an, beberapa prinsip dasar dalam etika bisnis Islam (Latifah & Abdullah, 2023) berasal dari ajaran agama Islam, yaitu:

- a. Keesaan (Tauhid)

Salah satu dasar atau kepercayaan utama umat Islam dalam etika bisnis Islam adalah keesaan, atau tauhid. Ini menunjukkan bahwa keesaan adalah dimensi vertikal

yang menghubungkan Dzat yang dengan institusi sosial yang terbatas dan tidak sempurna, sempurna dan tidak terbatas. Keesaan ini menunjukkan bahwa manusia sepenuhnya menyerahkan diri kepada Allah SWT dengan melakukan segala sesuatu untuk mengikuti perintahnya. (Latifah & Nuriyah, 2021b)

b. Keseimbangan atau Keadilan (*Equilibrium*)

Prinsip keseimbangan, atau keadilan, menyatakan bahwa semua orang harus berlaku adil. Ini berarti bahwa hak-hak pembeli dan penjual serta orang kaya dan miskin harus ditempatkan dengan benar. Bisa menghukum seseorang jika mereka tidak menerima salah satu hak atas. Karena ketakwaan lebih dekat dengan orang-orang yang bertindak adil. (Latifah & Nuriyah, 2021b)

c. Kehendak Bebas (*Free Will*)

Prinsip etika bisnis Islam yang dikenal sebagai Kehendak Bebas, yang mengacu pada kebebasan dan keluasan yang diberikan kepada manusia untuk memanfaatkan kekayaan yang mereka miliki. Orang-orang memiliki kebebasan untuk membuat, berdagang, berbisnis, dan berinvestasi berkat anugerah spiritual, akal budi, dan intuisi Tuhan. Ketika ada kebebasan manusia yang berkehendak, mekanisme pasar dan ekonomi akan muncul. (Latifah & Nuriyah, 2021b)

d. Tanggung Jawab (*Responsibility*)

Prinsip yang sangat penting dalam Islam adalah prinsip tanggung jawab, yang berarti bahwa orang harus berani bertanggung jawab atas semua yang mereka lakukan sekarang, baik di hadapan orang lain maupun di hadapan Allah SWT. (Latifah & Nuriyah, 2021b)

### **Teori Jual Beli Dalam Islam**

Jual beli secara bahasa berarti memindahkan hak milik terhadap sesuatu melalui perjanjian saling mengganti. Di sisi lain, istilah "kontrak harta" mengacu pada perjanjian untuk memiliki suatu benda atau keuntungan untuk jangka waktu tertentu. (Azqia, 2022)

Jual beli merupakan sebuah bentuk transaksi yang melibatkan rukun dan syarat tertentu yang wajib dipenuhi oleh penjual dan pembeli. Pemenuhan rukun dan syarat ini menjadi penentu keabsahan sebuah transaksi jual beli. Mengingat beragamnya model transaksi jual beli di masa kini, sudah seharusnya kita lebih cermat dan berhati-hati dalam menjalankan akad jual beli, tanpa mengurangi esensi rukun dan syarat sesuai dengan ajaran syariat Islam. (Susiwati, 2017)

Kesimpulannya Jual beli adalah jenis transaksi di mana hak milik di pindahkan melalui perjanjian saling mengganti antara penjual dan pembeli. Agar transaksi ini dianggap sah menurut ajaran Islam, ia harus memenuhi rukun dan syarat tertentu. Dalam praktiknya, kehati-hatian sangat penting untuk memastikan bahwa semua perjanjian dilakukan dengan cara yang sesuai dengan syariat, tanpa mengurangi nilai hukum dan prinsip dasar jual beli.

Dalam hal rukun jual beli, mayoritas ulama membaginya menjadi empat: orang yang berakad, sighthat, barang yang dibeli, dan nilai tukar pengganti barang tersebut. Sedangkan syarat jual beli: (Syaifullah, 2014)

- a. Syarat bagi penjual dan pembeli: Berakal, Baligh, tanpa paksaan.
- b. Syarat barang yang dijual: Halal, bermanfaat, serta milik sendiri.
- c. Syarat harga: Jelas dan disepakati, serta saling menyetujui.
- d. Syarat Akad: Akad harus jelas dan tegas, serta harus saling menyetujui.

### **Teori Marketplace**

E-Marketplace juga dikenal sebagai marketplace, adalah jenis media online berbasis web di mana transaksi dan aktivitas bisnis yang dilakukan antara penjual dan pembeli disimpan. Dengan adanya marketplace ini, pembeli dapat menemukan barang yang mereka cari dengan berbagai tingkat harga, dan setelah itu, pembeli dapat memilih kemudian memutuskan kepada siapa mereka akan membeli barang tersebut. Para penjual atau pemasok produk dapat memperoleh keuntungan dari pemasaran atau promosi produk secara luas. Setelah produk dipasarkan secara luas, diharapkan pelanggan potensial akan tertarik untuk membeli barang tersebut di platform marketplace. (Nugraheni, 2021)

Menurut Brunn, Jensen, dan Skovgaard, marketplace adalah platform komunitas bisnis elektronik yang menyediakan pasar di mana bisnis dapat berpartisipasi dalam e-commerce atau kegiatan e-bisnis lainnya. (Nugraheni, 2021)

Kesimpulannya Marketplace adalah platform berbasis web yang berfungsi sebagai media online untuk transaksi dan aktivitas bisnis antara penjual dan pembeli. Platform ini memungkinkan pembeli untuk mencari dan memilih barang dari berbagai harga dan penjual. Di sisi lain, penjual dapat memanfaatkan platform ini untuk memasarkan produk mereka secara luas, yang meningkatkan kemungkinan menarik pelanggan dan meningkatkan penjualan mereka. Pasar juga berfungsi sebagai komunitas bisnis elektronik yang mendukung e-commerce dan kegiatan bisnis lainnya.

### 3. METODE PENELITIAN

Untuk membahas Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Praktek Jual Beli pada Marketplace, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan fokus pada kajian pustaka. Pendekatan ini dipilih karena dapat memungkinkan penulis dalam mengumpulkan dan menganalisis informasi yang relevan dari beberapa sumber teoritis yang berkaitan dengan Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Praktek Jual Beli pada *Marketplace*. Sumber-sumber yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari berbagai buku, penelitian, laporan, dan jurnal-jurnal yang terkait dengan penelitian ini, untuk penelitian ini meliputi sumber-sumber yang berdasarkan topik penelitian agar dapat memberikan pemahaman mendalam tentang Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Praktek Jual Beli pada *Marketplace*.

Peneliti berharap metode kualitatif ini akan memberikan wawasan yang banyak dan mendalam tentang Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Praktek Jual Beli pada *Marketplace*. Dengan menggunakan metodologi ini, peneliti dapat menggali dinamika yang kompleks dan memberikan kontribusi yang signifikan bagi kajian dan praktik ekonomi Islam.

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Hasil Penelitian Terdahulu dan GAP Penelitian Sekarang

Untuk menemukan sebuah pembaharuan atas penelitian sekarang, diperlukan terlebih dahulu memaparkan hasil penelitian terdahulu dengan teman yang identik sama dengan penelitian sekarang yaitu Praktek Jual Beli Pada *Marketplace* dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. Berikut adalah paparan dari hasil penelusuran atas penelitian terdahulu sekaligus GAP dengan penelitian sekarang:

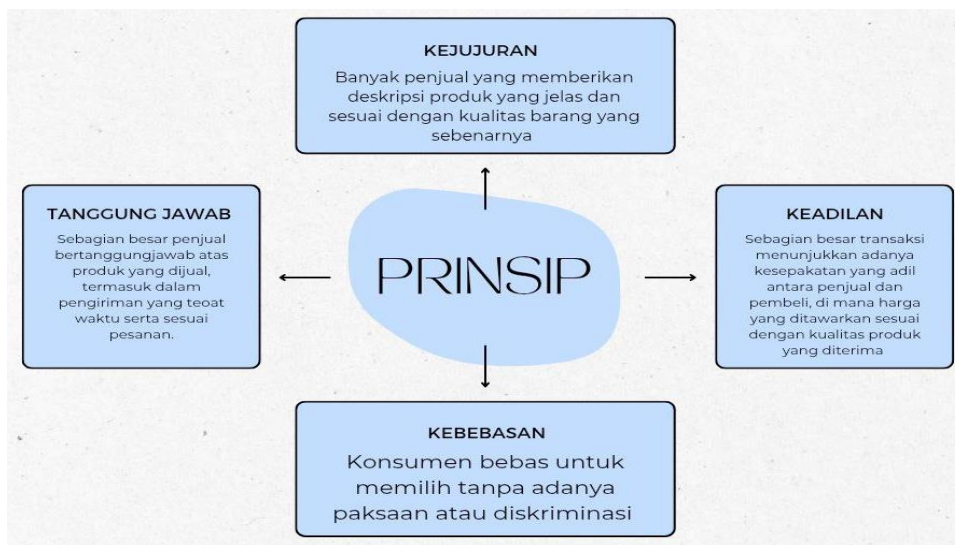
**Tabel 1. GAP Penelitian**

Penelitian terdahulu	GAP
Yudha Nur Imron, Ely Masykuroh (2023) "Implementasi Etika Bisnis Islam pada Pemasaran Marketplace Shopee" Penelitian ini mengidentifikasi sejauh mana Shopee Marketplace menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam serta menyoroti ketidaksesuaian antara prinsip etika bisnis Islam dengan praktik pemasaran Shopee Marketplace. (Imron & Masykuroh, 2023)	Penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang memiliki perbedaan signifikan dimana penelitian terdahulu lebih fokus pada strategi pemasaran di shopee. Sedangkan penelitian yang sekarang berfokus pada jual beli pada marketplace.
Rio Jaya Permata, Ulil Albab, Mawardi (2024) "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Jual Beli Marketplace" Penelitian ini berfokus untuk mendorong penjual dan pembeli melakukan transaksi pada marketplace Facebook dalam perspektif etika bisnis islam. (Permata & Albab, 2024)	Penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang memiliki perbedaan signifikan dimana penelitian terdahulu lebih fokus pada marketplace facebook serta mengidentifikasi mekanisme transaksi. Sedangkan penelitian yang sekarang memiliki cakupan yang lebih luas untuk mengevaluasi praktik jual beli di berbagai platform, serta fokus pada keseluruhan praktik jual beli.
Arya Wahyu Pradana, Ridho Rokamah (2023) "Jual Beli Online Pada Marketplace Shopee Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam" Penelitian ini menekankan pada	Penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang memiliki perbedaan signifikan dimana penelitian terdahulu menyoroti prinsip-prinsip etika bisnis Islam

Penelitian terdahulu	GAP
prilaku penjual untuk menjaga kualitas barang, tidak menipu serta konsisten. (Pradana & Rokamah, 2023)	seperti kejujuran, konsistensi, dan menjaga kualitas barang dalam konteks Shopee. Sedangkan penelitian sekarang yang sekarang mencakup beragam aspek transaksi, seperti deskripsi produk, pengiriman, sistem pembayaran, dan keluhan pelanggan, serta implementasinya pada berbagai platform marketplace.
Ayu Maretta Maharani, Ulfatul Khasanah (2023) “Etika Bisnis Islam Dalam Jual Beli Di Marketplace” Penelitian ini menyoroti tentang menekankan bahwa konsumen harus memiliki kebebasan untuk memilih produk yang mereka inginkan tanpa diskriminasi, dan bahwa penjual harus bertanggung jawab untuk memastikan bahwa pemasaran dilakukan secara etis. Kebenaran atau kejujuran dalam transaksi, di mana penjual diharapkan tidak memberikan informasi apa pun tentang produk, juga menjadi perhatian utama. (Maharani & Khasanah, 2023)	Penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang memiliki perbedaan signifikan dimana penelitian terdahulu lebih fokus pada bagaimana Etika Bisnis Islam diterapkan dalam transaksi jual beli secara umum di marketplace. Sedangkan penelitian sekarang lebih mengarah pada implementasi Etika Bisnis Islam dalam praktik jual beli yang dilakukan oleh penjual, dengan tujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam.
Diniarti Novi Wulandari, Budi Santoso, Handry Sudhiarta Athar (2017) “Etika Bisnis E-Commerce Berdasarkan Maqashid Syariah Pada Marketplace Bukalapak. Com” Penelitian ini berfokus pada penerapan etika bisnis Islam di Bukalapak.com, dengan penekanan pada penerapan maqashid syariah untuk melindungi hak konsumen dan prinsip-prinsip yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW. (Wulandari, Santoso, & Athar, 2017)	Penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang memiliki perbedaan signifikan dimana penelitian terdahulu lebih mengarah pada implementasi maqashid syariah dan perlindungan hak-hak konsumen dalam platform marketplace. Sedangkan penelitian sekarang lebih berfokus pada aspek transaksi di marketplace dan bagaimana etika diterapkan oleh penjual.

Dari GAP tersebut terdapat perbedaan yang paing mencolok antara penelitian sekarang dengan penelitian sebelumnya yaitu dimana penelitian terdahulu lebih terkonsentrasi pada satu platform atau aspek tertentu dari bisnis online, sedangkan penelitian saat ini mencakup cakupan yang lebih luas dan menilai seluruh praktik jual beli di berbagai platform marketplace.

Adapun prinsip-prinsip dari etika bisnis islam dalam praktek jual beli pada marketplace sebagai berikut:



Gambar 1. Prinsip Etika Bisnis Islam dalam Praktek Jual Beli pada Marketplace



Pemasaran yang sesuai dengan nilai-nilai syariah didasarkan pada etika bisnis Islam. Dalam setiap fase transaksi, prinsip-prinsip seperti kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sangat ditekankan. Kejujuran dalam bisnis ditunjukkan dengan proses transaksi yang jelas dan transparansi informasi tentang barang yang dijual. Penjual bertanggung jawab untuk memberikan deskripsi produk yang akurat dan tidak menyimpang dari informasi yang dapat merugikan pelanggan. Harga yang ditetapkan harus wajar dan tidak merugikan penjual atau pembeli, menurut prinsip keadilan. Tanggung jawab juga menunjukkan bahwa setiap pihak yang terlibat dalam transaksi bertanggung jawab atas apa yang mereka jual atau beli serta memastikan bahwa tidak ada pihak yang dirugikan selama prosesnya.

Marketplace adalah transaksi yang terjadi di platform online yang menyatukan penjual dan pembeli. Transaksi ini harus mengikuti prinsip-prinsip syariah seperti kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab dalam konteks etika bisnis Islam. Seperti kejujuran adalah cara penjual memberikan informasi yang jujur dan transparan tentang barang yang mereka jual. Harga yang ditawarkan harus sesuai dengan kualitas produk, dan deskripsi produk tidak boleh menipu. Keadilan memerlukan transaksi yang wajar dan tidak merugikan kedua belah pihak. Pasar harus memastikan bahwa transaksi bebas dari riba atau gharar.

Selain itu, prinsip tanggung jawab dalam jual beli pada marketplace mengharuskan penjual bertanggung jawab atas kualitas barang yang mereka jual dan memastikan bahwa barang yang diterima pembeli sesuai dengan deskripsi. Marketplace juga bertanggung jawab untuk menyediakan platform yang aman dan menyelesaikan konflik antara penjual dan pembeli.

Dalam studi kasus ini, toko online terkemuka di Indonesia seperti Tokopedia, Bukalapak, dan Shopee telah menerapkan etika bisnis Islam dalam operasi mereka. Misalnya, Tokopedia memastikan bahwa penjual memberikan deskripsi produk yang jelas dan akurat. Ini dilakukan untuk mencegah transaksi palsu. Selain itu, Tokopedia menawarkan sistem review yang memungkinkan pembeli memberikan komentar, yang meningkatkan kejujuran dan transparansi dalam transaksi. Dengan menyediakan sistem pengembalian barang dan dukungan pelanggan yang responsif untuk menyelesaikan masalah, Bukalapak menempatkan keamanan transaksi di atas segalanya. Sebaliknya, Shopee menawarkan fitur verifikasi produk untuk melindungi pelanggan dan memastikan bahwa produk yang dijual memenuhi standar yang telah ditentukan.

Perdagangan di Indonesia berusaha menciptakan lingkungan yang aman, adil, dan transparan dengan menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam ini. Ini melindungi hak

pembeli dan memastikan bahwa penjual mendapatkan keuntungan yang adil tanpa mengganggu orang lain, sesuai dengan nilai-nilai syariah.

### **Praktek Jual Beli Pada Marketplace dalam Perspektif Etika Bisnis Islam**

Etika bisnis Islam didasarkan pada prinsip-prinsip syariah yang berasal dari ajaran Islam dan berfungsi sebagai pedoman untuk perilaku dan transaksi dalam dunia bisnis. Tujuan dari etika ini adalah untuk memastikan bahwa setiap operasi bisnis dilakukan dengan cara yang adil, jujur, dan tidak merugikan pihak mana pun. Kejujuran dalam setiap transaksi adalah salah satu ciri etika bisnis Islam. Baik penjual maupun pembeli diharuskan untuk memberikan informasi yang akurat tentang barang atau jasa yang diperdagangkan serta memastikan harga tetap adil. Selain itu, etika bisnis Islam menekankan keseimbangan dalam transaksi, yang berarti keuntungan dibagi secara adil tanpa mengeksploitasi pihak lain. Prinsip lain yang penting untuk diingat adalah bahwa setiap pihak yang terlibat dalam transaksi, baik itu penjual, pembeli, atau pihak lain yang menyediakan platform transaksi. (Ahyani, 2023)

Prinsip dasar dari etika bisnis Islam antara lain mencakup: (Ahyani, 2023)

- a. Keesaan (*Tauhid*): Semua bisnis harus dilakukan dengan sadar bahwa segala sesuatu berasal dari Allah SWT dan hanya untuk mencari ridha-Nya.
- b. Keseimbangan (*Equilibrium*): Setiap transaksi harus dilakukan dengan adil, tanpa merugikan salah satu pihak.
- c. Kehendak Bebas (*Free Will*): Manusia diberi kebebasan untuk berbisnis asalkan tidak melanggar prinsip-prinsip syariah.
- d. Tanggung Jawab (*Responsibility*): Setiap orang bertanggung jawab atas segala sesuatu yang mereka lakukan dalam bisnis, baik kepada Allah SWT maupun kepada sesama manusia.

Akibatnya, penerapan etika bisnis Islam dalam praktik jual beli di marketplace membantu menciptakan lingkungan yang adil, transparan, dan menguntungkan bagi kedua belah pihak. Platform marketplace di Indonesia berkomitmen untuk mengikuti prinsip-prinsip syariah untuk meningkatkan volume transaksi dan menjaga keberkahan dalam setiap operasi bisnis.

Jual beli pada marketplace mengacu pada transaksi yang dilakukan di platform online yang mempertemukan penjual dan pembeli. Marketplace menjadi tempat yang memudahkan transaksi jual beli dengan menyediakan layanan yang membantu kedua belah pihak dalam hal pembayaran, pengiriman barang, dan perlindungan konsumen. Jual beli di pasar harus

mengikuti prinsip-prinsip syariah seperti kejujuran, keseimbangan, dan tanggung jawab dalam konteks etika bisnis Islam. (Pradana & Rokamah, 2023)

Kejujuran dalam jual beli di pasar tercermin dalam deskripsi produk yang jelas dan akurat. Penjual bertanggung jawab untuk memberikan informasi yang akurat tentang barang yang dijual, termasuk kualitas, harga, dan cara penggunaan. Harga yang ditawarkan harus adil dan tidak merugikan penjual atau pembeli dalam transaksi yang disebut keseimbangan. Marketplace juga harus memastikan bahwa proses transaksi tidak mengandung riba atau ketidakjelasan. Dalam hal ini, platform bertanggung jawab untuk menjalankan transaksi yang aman dan adil serta menyediakan sistem untuk menyelesaikan masalah yang muncul antara penjual dan pembeli. (Purwanti & Pujawati, 2021)

### **Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Praktek Jual Beli Pada Marketplace**

Beberapa contoh nyata dari platform besar di Indonesia menunjukkan penerapan etika bisnis Islam dalam praktik jual beli di pasar. Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak telah melakukan upaya untuk memasukkan nilai-nilai syariah ke dalam operasi mereka. Misalnya, Tokopedia memastikan transparansi dengan sistem review yang memungkinkan pembeli memberikan umpan balik tentang barang dan penjual. Ini menciptakan lingkungan yang mendukung transaksi yang jujur. Tokopedia juga memastikan bahwa deskripsi produk jelas dan menggambarkan kondisi barang secara akurat. (Zulfa, Millah, Nuratin, & Novitasari, 2024)

Bukalapak menekankan pentingnya tanggung jawab dengan menyediakan fitur pengembalian barang yang mudah dan dukungan pelanggan yang cepat tanggap. Selain itu, Bukalapak melindungi pelanggan dengan menyediakan kebijakan pengembalian produk yang jelas dan adil. (Wulandari dkk., 2017)

Sebaliknya, Shopee menawarkan fitur verifikasi produk untuk memastikan bahwa produk yang dijual memenuhi standar kualitas yang ditetapkan. Selain itu, Shopee menawarkan garansi untuk pembeli, memberi pembeli rasa aman saat bertransaksi. Bagaimana Shopee melindungi hak konsumen dan penjual dan memastikan pembayaran aman adalah contoh penerapan prinsip tanggung jawab. (Az-Zahra, Qarni, & Harianto, 2024)

## **5. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Dalam praktik jual beli di Marketplace, penerapan etika bisnis Islam membantu menghasilkan transaksi yang adil, jelas, dan menguntungkan bagi semua pihak yang terlibat. Untuk memastikan bahwa transaksi jual beli dilakukan sesuai dengan syariah, etika bisnis Islam memiliki prinsip-prinsip seperti kejujuran, keseimbangan, kehendak bebas, dan tanggung jawab. Di Indonesia, toko online seperti Tokopedia, Bukalapak, dan Shopee telah menerapkan prinsip syariah dalam bisnis mereka. Melalui transparansi informasi, kebijakan pengembalian barang, dan perlindungan konsumen, mereka menyediakan platform yang memungkinkan transaksi yang jujur, adil, dan aman. Platform ini tidak hanya meningkatkan jumlah transaksi, tetapi juga menjaga keberkahan dalam setiap bisnis, yang menghasilkan iklim ekonomi yang sehat dan berkelanjutan.

Implementasi prinsip-prinsip syariah dalam transaksi di pasar menunjukkan bagaimana teknologi digital dapat bekerja sama dengan nilai-nilai Islam untuk membuat ekosistem bisnis yang berkelanjutan yang menguntungkan semua pihak yang terlibat.

### **Saran**

Disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk mempelajari lebih lanjut tentang bagaimana etika bisnis Islam diterapkan dalam jual beli di marketplace dengan mempertimbangkan aspek yang lebih kompleks, seperti faktor sosial, budaya, dan dampak psikologis pada konsumen. Penelitian selanjutnya juga dapat mempertimbangkan kesulitan yang dihadapi oleh platform perdagangan dalam menerapkan prinsip syariah dan mencari cara baru untuk mengatasi hambatan-hambatan yang timbul.

Artikel ini memberikan pemahaman yang bermanfaat, penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi tema serupa dengan data dan referensi yang lebih mendalam. Hal ini akan mendidik masyarakat lebih luas tentang penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi digital. Penelitian yang lebih luas dapat meningkatkan pemahaman kita tentang pentingnya prinsip syariah dalam dunia bisnis yang terus berkembang. Ini juga dapat membuka jalan bagi pengembangan praktik bisnis yang lebih berkelanjutan dan sesuai dengan nilai-nilai Islam.

## DAFTAR REFERENSI

- Abdul Aziz. (2022). *Etika bisnis perspektif Islam*. Diambil dari [https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=4e-UDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=etika+bisnis+dalam+islam&ots=5JWC9LIHJj&sig=sbPDlrr0mHvDTDGdLXE\\_ITYAy3A](https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=4e-UDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=etika+bisnis+dalam+islam&ots=5JWC9LIHJj&sig=sbPDlrr0mHvDTDGdLXE_ITYAy3A)
- Adresima, R. D., & Latifah, E. (2023). Analisis ekonomi Islam atas jual beli (mindring) di Desa Sendaharjo Lamongan. *AT TARIIZ: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(03), 135–149.
- Ahyani, H. (2023). Prinsip-prinsip etika bisnis Islami dalam optimalisasi potensi pariwisata halal dan prospek penerapannya di Kabupaten Pangandaran (PhD Thesis, UIN Sunan Gunung Djati). UIN Sunan Gunung Djati. Diambil dari <https://digilib.uinsgd.ac.id/74270/>
- Aprianto, I., Andriyansyah, M., Qodri, M., & Hariyanto, M. (2020). *Etika & konsep manajemen bisnis Islam*. Deepublish.
- Azizah, M. (2020). Penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli daring di Toko Online Shopee. *Humani (Hukum dan Masyarakat Madani)*, 10(1), 83–96.
- Azqia, H. (2022). Jual beli dalam perspektif Islam. *Al-Rasyad*, 1(1), 63–77.
- Az-Zahra, S., Qarni, W., & Harianto, B. (2024). Implementasi nilai-nilai etika bisnis Islam dalam praktik bisnis pada marketplace Shopee. *Jambura Economic Education Journal*, 6(1), 112–122.
- Darussalam, A. (2011). *Etika bisnis dalam perspektif hadis*.
- Imron, Y. N., & Masykuroh, E. (2023). Implementasi etika bisnis Islam pada pemasaran marketplace Shopee. *Journal of Economics, Law, and Humanities*, 2(1), 139–155.
- Jami'uswaniyah, S. N., & Latifah, E. (2022). Perilaku konsumsi dalam perspektif ekonomi Islam: Studi kasus mahasantri putri Pondok Pesantren Tarbiyatut Tholabah Kranji Paciran Lamongan. *JAKA (Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Auditing)*, 3(2), 358–375.
- Latifah, E. (t.t.). The role of FINTECH (Financial Technology) in the mobile banking-based non-cash payment system (ACTIONSPAY) in Islamic microfinance institutions. *I*(1).
- Latifah, E., & Abdullah, R. (2023). Konsep bisnis Islami: Tujuan, karakteristik dan prinsip. *JIDE: Journal Of International Development Economics*, 2(02), 133–152.
- Latifah, E., & Nuriyah, F. (2021a). Etika bisnis Islam: Islamic corporate governance dalam manajemen operasional di industri kreatif. *Al-Musthofa: Journal of Sharia Economics*, 4(2), 198–217.
- Latifah, E., & Nuriyah, F. (2021b). Etika bisnis Islam: Islamic corporate governance dalam manajemen operasional di industri kreatif. *Al-Musthofa: Journal of Sharia Economics*, 4(2), 198–217.
- Latifah, E., Sy, S., & Ak, M. (2020). *Pengantar bisnis Islam*. Penerbit CV. SARNU UNTUNG.

- Latifah, E., Zulkifli, Z., Setiawati, L., Amirah, A., Ratu, D. M., Rukmana, A., Amin, M. (2024). *Konsep bisnis Islam*.
- Maharani, A. M., & Khasanah, U. (2023). Etika bisnis Islam dalam jual beli di marketplace. *Journal of Islamic Economics and Finance*, 1(2), 09–13.
- Muhammad Saifullah. (2020). *Etika bisnis dalam perspektif Islam*.
- Nugraheni, A. I. D. (2021). Perilaku konsumen pada marketplace dalam perspektif Islam. *Al Maqashidi: Jurnal Hukum Islam Nusantara*, 4(2), 41–50.
- Permata, R. J., & Albab, U. (2024). Penerapan etika bisnis Islam dalam jual beli marketplace. *Mu'amalatuna: Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(1), 17–27.
- Pradana, A. W., & Rokamah, R. (2023). Jual beli online pada marketplace Shopee dalam tinjauan etika bisnis Islam. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 3(2), 313–319.
- Purwanti, N., & Pujawati, A. (2021). Penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi e-commerce. *Al-Mujaddid: Jurnal Ilmu-Ilmu Agama*, 3(1), 62–78.
- Susiawati, W. (2017). Jual beli dan dalam konteks kekinian. *Jurnal Ekonomi Islam*, 8(2), 171–184.
- Syaifullah, S. (2014). Etika jual beli dalam Islam. *HUNafa: Jurnal Studia Islamika*, 11(2), 371–387.
- Widodo, A. (2022). Implementasi etika bisnis Islam dalam bisnis berbasis teknologi komunikasi: Studi pada marketplace Shopee. *MAUIZOH: Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi*, 7(2), 163–180.
- Wulandari, D. N., Santoso, B., & Athar, H. S. (2017). Etika bisnis e-commerce berdasarkan maqashid syariah pada marketplace Bukalapak. *Jmm Unram-Master of Management Journal*, 6(1), 1–13.
- Zulfa, N., Millah, N., Nuratin, N., & Novitasari, K. (2024). Konsep maqashid syariah dalam praktik strategi pemasaran Tiktok dengan landasan etika bisnis Islam. *Journal of Accounting, Management, Economics, and Business (ANALYSIS)*, 2(1), 69–85.