

**TINJAUAN ETIKA BISNIS SYARI'AH TERHADAP PENETAPAN HARGA
DALAM JUAL BELI ONLINE
(Studi Kasus di Iukba Shop)**

Rakhmawan Habibi¹, Syafi'ul Umam², Miftasari Nurul Laili³

¹STIES Babussalam, ²STIES Babussalam, ³IAI Al Qolam

habibie.abdulloh@gmail.com , umamsyafi@gmail.com , m.nurul.laili@gmail.com

Article Info

Article history :

Received : 30 Juli 2022

Accepted : 02 Agustus 2022

Published : 01 Sept 2022

Page : 64 - 69

**Keyword : Etika bisnis
Syariah, Penetapan Harga,
Jual Beli Online**

Etika bisnis syariah adalah sejumlah aturan-aturan perilaku etis dalam berbisnis yang dibungkus dengan nilai-nilai syariah yang mengedepankan halal dan haram. Perilaku etis adalah perilaku yang mengikuti perintah Allah dan menjauhi larangannya. Yang lebih tepatnya jual beli *online* memiliki pengertian transaksi yang dilakukan oleh dua belah pihak tanpa bertemu langsung. Untuk melakukan negosiasi dan transaksi jual beli yang dilakukan melalui komunikasi seperti *chat*, telfon, sms, web dan lain sebagainya.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana penerapan penetapan harga daam jual beli *online* di ilukba *shop*. Dan bagaimana tinjauan etika bisnis syariah terhadap penerapan penetapan harga dalam jual beli *online* di Ilukba *shop*. Sedangkan tujuannya untuk mengetahui penerapan penetapan harga dalam jual beli *online* di Ilukba *shop*. dan untuk mengetahui tinjauan etika bisnis syariah terhadap penerapan penetapan harga dalam jual beli *online* di Ilukba *shop*. Jenis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian (*Field Research*) yang bersifat kualitatif yang mana penelitiannya mampu menghasilkan data deskriptif baik berupa data tertulis maupun data lisan dari penelitian yang penulis amati. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: dalam penetapan penerapan penetahan harga terdapat tiga komponen yakni yang *pertama* etika bisnis syariah sangatlah diperlukan dalam pelayanan berbisnis karena konsumen selalu ingin mendapatkan perlakuan yang sesuai dengan aturan-aturan yang telah tercantum dalam prinsip-prinsip etika bisnis syariah. Yang *kedua* Karena ketika tanpa mengikuti aturan-aturan prinsip etika bisnis syariah akan mempengaruhi kepuasan konsumen yang mana didalam hasil penelitian penulis menemukan beberapa ketidak puasan konsumen dalam pelayanan pelaku usaha yakni dalam hal penyampaian informasi keterangan barang secara jelas, mendapatkan pelayanan yang tidak ramah tamah dan menerima barang yang tidak sesuai dengan keterangan. Dan yang *ketiga* dalam penetapan harga terdapat perbedaan dalam pemberian harga kepada konsumen yakni pelaku usaha memiliki dua kriteria dalam pemberian harga antara lain yang *pertama reseller* (orang yang menjual kembali dari *supplier* kepada konsumen), yang *kedua* harga customer (langsung beli kepada pelaku usaha tetapi untuk keperluan pribadi).

Copyright C 2022 TIJAROTANA: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah. All rights reserved

Editorial Office :

Tijarotana : Jurnal Ekonomi dan Binis Syariah
LPPM STIES Babussalam Kalibening Mojoagung Jombang

A. Latar Belakang

Bisnis Etika bisnis Islam sebenarnya telah dianjurkan oleh Nabi Muhammad SWT saat menjalankan perdagangan. Karakteristik Nabi SWT, sebagai pedagang adalah selain dedikasi dan keuletannya juga memiliki sifat *shiddiq, fathanah, amanah*, dan, *tabligh*. Berdasarkan sifat-sifat tersebut, para pelaku usaha dituntut untuk bersikap tepat janji tepat waktu, mengakui kelemahan dan kekurangan (tidak menutup-nutupi) selalu memperbaiki kualitas barang atau jasa secara berkesinambungan serta tidak menipu dan berbohong. Etika bisnis Islam menjunjung tinggi semangat saling percaya, kejujuran, dan keadilan sedangkan antara pemilik usaha dan konsumen berkembang semangat kekeluargaannya.¹

Jual beli *online* bisa dikatakan sebagai jual beli non tunai. Karena didalam system jual beli *online* ini, ketika terjadi kesepakatan antara kedua belah pihak antara penjual dan pembeli, maka penjual akan meminta untuk melakukan pembayaran kepada pembeli, setelah transaksi permayaran itu sudah berhasil dilakukan barulah barang dikirim oleh penjual kepada pembeli²

Sebuah Toko *online* yang bernama Ilukba *shop* yang berdiri kurang lebih 10 tahunan yang berawal dari jualan sabun susu domba herbal hingga akhirnya merambat kejenis barang lainnya yang bisa disebut toko *online* serba ada mulai dari pakaian, makanan, mukenah, jilbab, tas, pakaian anak-anak perabotan rumah tangga dan lain sebagainya.

B. Jual Beli Online dan Etika Bisnis

Pengertian Aktivitas bisnis dengan teknologi internet disebut *electronic commerce* dan saat ini dalam pengertian bahasa Indonesia telah dikenal dengan istilah perniagaan elektronik. Aktivitas *e-commerce* adalah suatu aktivitas perniagaan seperti layaknya perniagaan pada umumnya, hanya saja para pihak yang bertransaksi tidak bertemu secara fisik akan tetapi secara elektronik melalui media internet.³

Jual beli *online* bisa dikatakan sebagai jual beli non tunai. Karena didalam system jual beli *online* ini, ketika terjadi kesepakatan antara kedua belah pihak antara penjual dan pembeli, maka penjual akan meminta untuk melakukan pembayaran kepada pembeli, setelah transaksi permayaran itu sudah berhasil dilakukan barulah barang dikirim oleh penjual kepada pembeli.⁴

Etika bisnis dalam Islam adalah sejumlah perilaku etis bisnis (*akhlaq al Islamiyah*) yang dibungkus dengan nilai-nilai syariah yang mengedepankan halal dan haram. Jadi perilaku yang etis itu ialah perilaku yang mengikuti perintah Allah dan menjauhi larangnya. Dalam Islam etika bisnis ini sudah banyak dibahas dalam berbagai literatur dan sumber utamanya adalah Al-Quran dan sunnatur rasul. Pelaku-pelaku bisnis diharapkan bertindak secara etis dalam berbagai aktivitasnya. Kepercayaan, keadilan dan kejujuran adalah elemen pokok dalam mencapai suksesnya suatu bisnis di kemudian hari.⁵

¹ Rivai, Veithzal& Buchori Andi, *Islamic economics* (Jakarta, Bumi Aksara)234-237

² Isnawati, *Jual Beli Online Secara Syari''ah*, (Jakarta: Rumah Fiqih Publishing, 2018), 8

³ Ulum Mochamad, *Bisnis Online*, (Surabaya: Media Sugesti, 2014), 33

⁴ Isnawati, *Jual Beli Online Secara Syari''ah*, (Jakarta: Rumah Fiqih Publishing, 2018), 8

⁵ Rivai, Veithzal& Buchori Andi, *Islamic economics* (Jakarta, Bumi Aksara)234-237

Untuk membangun kultur bisnis yang sehat, ideal dan Islami hendaknya sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis sebagai berikut;

1. Kesatuan Tauhid (*Unity*)

Berdasarkan hal ini adalah sebagaimana terdapat dalam konsep tauhid yang diselaraskan keseluruhan aspek-aspek kehidupan baik dalam bidang politik, social dan ekonomi menjadi keseluruhan yang homogen, mementingkan keteraturan yang menyeluruh dan konsep konsistensi. Dari konsep ini maka Islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan. Berdasarkan pandangan ini juga maka etika dan bisnis menjadi sinkron, vertical maupun horizontal, membentuk satu persamaan yang sangat penting dalam sistem Islam.

2. Kehendak Bebas (*Free Will*)

Kebebasan adalah bagian yang terpenting dalam etika bisnis Islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu yang dibuka secara lebar. Tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang yang mendorong manusia untuk produktif dalam berkarya dan bekerja sesuai dengan potensi yang dimiliki. Kecenderungan manusia yang terus menerus untuk memenuhi kebutuhan pribadinya yang tak terbatas dikendalikan dengan adanya kewajiban setiap individu terhadap masyarakat melalui zakat, infaq, dan sedekah

3. Tanggung Jawab

Kebebasan tanpa batas merupakan suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas. Untuk

memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia wajib mempertanggungjawabkan atas perilaku yang dilakukan secara logis oleh karena itu prinsip ini sangat berhubungan erat dengan kehendak bebas. Ia menetapkan batasan yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggungjawab sesuai apa yang dia telah lakukan.

4. Kebenaran: Kebijakan dan Kejujuran

Kebenaran yang dimaksudkan dalam hal ini selain mengandung makna kebenaran lawan dari kesalahan, juga mengandung dua unsur yaitu kebijakan dan kejujuran. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi) proses untuk mencari komoditas dan upaya meraih atau menetapkan keuntungan. Dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerjasama atau perjanjian dalam bisnis.

5. Keseimbangan (*Equilibrium/Adil*)

Dalam agama Islam sangat menganjurkan untuk berbuat adil dalam berbisnis, dan melarang berbuat atau berlaku *dzalim*. Rasulullah diutus Allah untuk membangun keadilan. Masalah besar bagi orang yang berbuat curang, yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain meminta untuk dipenuhi, sementara ketika menakar atau menimbang untuk orang lain selalu di kurangi. Kecurangan dalam berbisnis pertanda kehancuran bisnis tersebut, karena kunci keberhasilan bisnis adalah kepercayaan. Didalam Al-Qur'an memerintahkan kepada kaum muslimin untuk menimbang dan mengukur dengan cara yang benar dan jangan

sampai melakukan kecurangan dalam pengukuran timbangan.⁶

C. Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif atau penelitian lapangan.⁷ Jenis data yang digunakan oleh penulis pada penelitian ini adalah menggunakan metode pendekatan kualitatif yang menekankan makna, penalaran, definisi, suatu situasi tertentu (dalam konteks tertentu), lebih banyak meneliti hal-hal yang berhubungan dengan kehidupan sehari-hari. Pendekatan kualitatif, lebih lanjut mementingkan proses daripada hasil akhir.⁸

Dengan begitu data yang diperlukan dalam penelitian ini, meliputi:

1. Profil dari Toko *online* Ilukba shop
2. Pola pelaku usaha dalam memberikan penetapan harga dalam jual beli *online* Ilukba shop
3. Hak-hak dan kewajiban konsumen
4. Hak-hak dan kewajiban pelaku usaha
5. Etika bisnis syari'ah dalam pelayanan konsumen

D. Analisis Data

Penetapan harga dalam jual beli *online* yang telah dijalankan oleh owner Ilukba shop yang kurang lebih 6 tahun berjalan bahwasannya penetapan harga sangat penting bagi semua pelaku usaha karena penetapan harga adalah menetapkan harga suatu barang. Apabila nilai harga barang itu terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan akan menurun namun jika harga terlalu

rendah juga akan mengurangi keuntungan yang dapat diperoleh oleh penjual. Penetapan harga berpacu pada kualitas, manfaat, produk baru, biaya atau kerumitan produksi barang. Tujuan dari penetapan harga adalah untuk memaksimalkan penjualan dan penetrasi pasar karena hal yang dilakukan agar mampu menarik perhatian konsumen yang menjadi target pasar. Tujuan yang lain adalah untuk mempertahankan kualitas pelayanan yang dilakukan dalam menjaga target pasar dari harga pesaing dan untuk mendapatkan atau memaksimalkan keuntungan. Kualitas semakin baik maka akan mempengaruhi pula dalam harga barang begitu pula juga ketika biaya produksi. Harga bisa menurun jika terjadi pada akhir tahun atau akan produksi barang-barang baru yang bisa disebut juga dengan cuci gudang.

Ketentuan-ketentuan perjanjian yang dilarang dari suatu tindakan Penetapan harga jual kembali dilarang oleh pasal 8 UU No. 5 Tahun 1999. Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lainnya bahwa pembeli barang atau jasa tersebut tidak akan menjual atau memasok barang atau jasa tersebut dibawah harga pasar yang telah ditetapkan Bersama. Pada tingkat distributor, mereka juga bersaing untuk merebutkan produk berkelas tersebut dari distributor pesaing. Untuk menciptakan kesan bahwa distributor bersangkutan merupakan pusat distribusi produk berkelas tertentu, maka dibutuhkan promosi sehingga distributor akan menawarkan harga yang sedikit lebih tinggi untuk produk berkelas yang sama, dibandingkan dengan distributor lain yang tidak melakukan upaya promosi. Namun hampir dapat dipastikan bahwa konsumen akan lebih cenderung memilih untuk

⁶ Nur Dinah Fauziah dkk, *Etika Bisnis Syari'ah*, (Malang: Literasi Nusantara, 2019), 11-13

⁷ Sukardi, *Metodologi Pendidikan Kompetensi dan Praktiknya* (Jakarta: PT Bumi Aksara 2007)121

⁸ Metode Penelitian Ekonomi Islam Muamalah, Tajul Arifin, 75

memperoleh lebih rendah (karena tanpa biaya promosi). Distributor yang memperoleh keuntungan (pangsa pasar) dalam situasi semacam ini disebut sebagai “*free rider*” pihak yang memperoleh keuntungan secara cuma-cuma.

Berdasarkan praktik penerapan harga yang diberlakukan dalam toko *online* Ilukba Shop ini yang telah penulis ungkapkan diatas maka sistem penetapan harga yang semacam itu dianggap boleh karena barang yang dibeli akan dijual kembali dan penetapan harga dalam Undang-Undang pasal 8 No. 5 tahun 1999 telah diatur didalamnya.

Dalam penetapan harga Owner memberikan patokan tersendiri terhadap konsumen yang memiliki kriteria yang telah ditentukan oleh owner yakni terdapat 3 kategori dalam menentukan harga. Kategori yang pertama adalah pada *Reseller* (pengecer atau pembeli yang akan menjual kembali barang tersebut). Kategori yang kedua yakni pada konsumen yang membeli barang tersebut untuk digunakan sendiri sekalipun itu untuk barang yang sama.

Dalam teori penetapan harga sudah sesuai dengan aturan tetapi *reseller* mengalami ketidakpuasan dalam penetapan harganya anatara lain:

1. 5 orang yang merasa puas dengan penetapan harga
2. 2 orang yang merasa kurang puas dan melakukan komplain pada owner
3. 1 orang merasa tidak puas tanpa komplain

Berdasarkan kasus yang terjadi ini bahwasannya telah melanggar prinsip etika bisnis syari’ah yakni prinsip kebenaran atau

kejujuran yang seharusnya dalam konteks ini sebagai niat, sikap dan berperilaku benar yang meliputi proses transaksi untuk meraih menetapkan keuntungan.

Dalam praktiknya toko *online* Ilukba ini telah sesuai dengan aturan- aturannya tetapi terdapat beberapa *reseller* yang merasa tidak puas dengan penetapan harganya karena barang yang diterima tidak sesuai dengan harganya terdapat kecacatan dan ketidak sesuaian barang dengan katalog yang ada.

1. 2 orang merasa tidak puas karena mendapat perlakuan yang kurang ramah tamah sehingga membuat kecewa pelanggan dan ini telah melanggar aturan didalam etika bisnis syari’ah tentang kepuasan pelanggan dalam pelayanan.
2. 2 orang merasa kurang puas karena tidak mendapatkan informasi spesifikasi barang secara jelas dan detail.

Dengan ini telah melanggar aturan didalam etika bisnis syari’ah tentang penyampaian informasi secara jelas dan detail Karena tidak sesuai dengan teorinya yakni terdapat ketidak puasan *reseller* maka Ilukba memiliki mekanisme tersendiri yaitu Pelaku usaha memberikan tanggung jawab penuh terhadap barang yang tidak sesuai dengan gambar katalognya karena ini jualan *online* jadi hanya mengandalkan gambar yang dijadikan acuan, ketika terdapat konsumen yang tidak puas terhadap barang yang diterimanya pelaku usaha akan senantiasa bertanggung jawab untuk mengganti barang tersebut atau seperti ketika ada yang rusak maka akan diberikan kompensasi khusus itu jika konsumen mau menerimanya. Tanggung jawab adalah kunci dari lancarnya suatu

usaha karena semua pihak tidak akan ada yang menginginkan untuk dirugikan harusnya saling merasa diuntungkan satu sama lain.

E. Daftar Pustaka

Undang-undang RI No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Rivai, Veithzal & Buchori Andi, *Islamic economics*, Jakarta, Bumi Aksara
Rahmat Syafe'i , *Fiqih Muammalah*, Bandung: Pustaka Setia

Subandi Bambang. 2014. *Etika Bisnis Islam*. Surabaya: CV. Cahaya Intan XII
Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, Akademi Manajemen Perusahaan YKPN. Tt

Rasjid Sulaiman. 2017.*Fiqih Islam. Cet 80*
Sinar Baru Algensindo Offset
Bandung

Alma Buchari Donni Juni Priansa 2009, *manajemen Bisnis Syari''ah*, Bandung: Alfabeta

Meleong Lexy J, 2010 . *metodologi penelitian kualitatif*. Cet.XXVII
Bandung: Remaja Rosdakarya

Suharsimi Arikunto. 2015. *Manajemen Penelitian. Edisi Revisi*,Cet VII
Jakarta: Rineka Cipta

Margono Suyud . 2013. *Hukum Anti Monopol.*. Jakarta: Sinar Grafika.

Isnawati. 2018 . *Jual Beli Online Secara Syari..*Jakarta: Rumah Fiqih Publishing

Haroen Nasrun. 2007. *Fiqih Muammalah''*.Jakarta: Gaya Media Pratama

Abdurahim Ahim ,2001, *Dalil-dalil Naqli Seri Ekonomi Islam*,