

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Jual Beli Online

1. Pengertian Dasar Jual Beli *Online*

Pengertian dasar jual beli online mengacu pada proses transaksi perdagangan yang dilakukan secara elektronik melalui internet. Dalam model bisnis ini, penjual dan pembeli berinteraksi dan melakukan aktivitas jual beli menggunakan platform atau situs web khusus yang disediakan oleh penjual atau marketplace online. Jual beli online telah menjadi fenomena yang semakin populer dan mendominasi pasar dalam era digital, di mana konsumen dapat dengan mudah membeli produk atau jasa dari berbagai penjual di berbagai lokasi tanpa perlu hadir fisik di tempat penjualan.

Dalam jual beli online, transaksi biasanya dilakukan dengan memilih produk yang diinginkan, menambahkannya ke dalam keranjang belanja, dan melakukan pembayaran melalui berbagai metode pembayaran elektronik, seperti kartu kredit, transfer bank, atau pembayaran elektronik lainnya. Setelah pembayaran berhasil, produk akan dikirimkan kepada pembeli sesuai dengan alamat pengiriman yang telah ditentukan.

Jual beli online memberikan banyak keuntungan, antara lain kemudahan akses ke berbagai produk dan jasa, kenyamanan berbelanja dari rumah, banyaknya pilihan penjual dan produk, serta kemampuan untuk membandingkan harga dan fitur produk sebelum melakukan pembelian. Namun, perlu diingat bahwa jual beli online juga menimbulkan beberapa

tantangan, seperti keamanan transaksi, ketidaksesuaian barang yang diterima dengan deskripsi, dan perlindungan konsumen.¹⁴

Adapun dalam aktivitas jual beli online, terdapat beberapa istilah dasar yang memiliki peran penting dalam proses transaksi tersebut:

- a. *Customer*: Merupakan konsumen atau pembeli yang melakukan transaksi untuk membeli produk atau jasa dari penjual. Mereka adalah pihak yang berperan sebagai penerima barang atau jasa yang ditawarkan oleh penjual.
- b. *Seller*: Merupakan penjual atau pedagang yang menawarkan produk atau jasa kepada konsumen. Seller bertanggung jawab untuk menyediakan informasi produk, harga, dan metode pembayaran kepada customer.
- c. *Dropshipper*: Dropshipper adalah penjual yang tidak menyimpan stok barang sendiri. Ketika mendapat pesanan dari customer, dropshipper akan membeli barang dari supplier atau distributor dan langsung mengirimkannya kepada customer. Dropshipper tidak perlu menyimpan atau mengelola inventaris barang.
- d. *Reseller*: Reseller adalah individu atau perusahaan yang membeli produk dari produsen atau distributor dengan harga grosir, kemudian menjualnya kembali dengan harga eceran kepada customer. Reseller bertindak sebagai perantara antara produsen/distributor dan customer.

¹⁴ Turban, E., Outland, J., King, D., Lee, J., & Liang, T. P. (2017). *Electronic commerce: A managerial and social networks perspective*. Springer.

- e. Agen: Agen adalah individu atau perusahaan yang bertindak atas nama produsen atau distributor untuk menjual produk atau jasa kepada customer. Agen biasanya berperan dalam pemasaran dan distribusi produk di wilayah tertentu.
- f. Distributor: Distributor adalah perusahaan yang berfungsi sebagai perantara antara produsen dan reseller atau agen. Mereka bertanggung jawab untuk mendistribusikan produk dari produsen ke pengecer atau agen.
- g. Produsen: Produsen adalah pihak yang membuat atau memproduksi barang atau jasa yang ditawarkan dalam aktivitas jual beli online. Produsen bertanggung jawab atas kualitas dan ketersediaan produk.

Setiap peran dalam jual beli online memiliki peran dan tanggung jawab masing-masing untuk memastikan bahwa transaksi berlangsung dengan baik dan memuaskan semua pihak yang terlibat. Pengertian istilah-istilah dasar ini penting untuk memahami seluk-beluk proses jual beli online dan berperan dalam membangun sistem perdagangan yang efektif dan efisien.

2. Jual Beli *Online* dalam Islam

Jual beli dalam istilah fikih disebut al-bai', yang berarti menjual, mengganti dan menukarkan sesuatu dengan yang lain. Lafal bahasa Arab al bai' terkadang digunakan dengan arti yang berlawanan, yaitu kata asy-syira

(beli). Oleh karena itu, kata al-bai' berarti menjual, tetapi sekaligus juga berarti membeli.¹⁵

Jual beli adalah suatu perjanjian dimana terjadi pertukaran barang atau barang yang kedua belah pihak ingin memiliki nilai, satu pihak menerima barang tersebut dan pihak lain menerimanya sesuai dengan kesepakatan atau syarat-syarat yang diperbolehkan dan disepakati secara syara. Rukun jual beli adalah:¹⁶

- a. Ada penjual dan pembeli, keduanya membutuhkan akal sehat, kemauan individu, kedewasaan dan tidak berlebihan (boros).
- b. Ada barang atau jasa yang dipertukarkan dan dipertukarkan dengan barang seperti uang, dinar emas, dirham perak, barang atau jasa. Untuk item yang tidak dapat ditampilkan karena mungkin berada di lokasi lain, ini disebut salam.
- c. Adanya ijab qabul yaitu penerimaan transaksi antara penjual dan pembeli (penjual dan pembeli)

Seiring dengan perkembangan zaman, kegiatan jual beli saat ini semakin banyak dilakukan secara *online*. Hal ini terjadi karena kemajuan teknologi telah memungkinkan orang untuk berbelanja dan menjual produk atau jasa melalui internet. Keuntungan utama dari aktivitas jual beli *online* adalah kemudahan dan kenyamanan yang diberikan kepada konsumen, yang

¹⁵ Shobirin, *Jual Beli Dalam Pandangan Islam*, (Vol. 3, No. 2 Desember 2015), hal. 240

¹⁶ Tira Nur Fitria, *Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) Dalam Hukum Islam Dan Hukum Negara*, (Vol. 03 No. 01, Maret 2017) hal. 54

dapat membeli produk atau jasa hanya dengan menggunakan perangkat elektronik seperti smartphone atau laptop dimanapun dan kapanpun.

Jual beli *online* adalah akad jual-beli yang dilakukan dengan media elektronik (internet) berupa barang atau jasa. Praktik Jual beli *online* dilakukan dengan cara mendeskripsikan produk secara detail kemudian pembeli membayar harga terlebih dahulu lalu barang diserahkan pada waktu yang telah ditentukan.¹⁷

Berdasarkan uraian di atas dapat dipahami bahwa jual beli *online* adalah suatu kegiatan jual beli yang berlangsung secara elektronik dimana transaksi jual beli dilakukan tidak mengharuskan penjual dan pembeli bertemu secara langsung, melainkan menampilkan barang melalui sarana elektronik berupa gambar atau video, memberikan deskripsi lengkap tentang barang atau layanan jasa, dan menggunakan pembayaran elektronik. Namun, seiring kemajuan teknologi, pembelian *online* kini bisa dibayar secara langsung (COD) melalui jasa layanan ekspedisi.

3. Operasional Jual Beli *Online*

Operasional jual beli *online* merujuk pada serangkaian kegiatan dan proses yang terlibat dalam menjalankan aktivitas jual beli secara online. Ini mencakup aspek-aspek seperti penawaran produk atau layanan, pengelolaan pemesanan, pengiriman barang, penagihan, dan pelayanan pelanggan dalam

¹⁷ W. A. Urnomo. (2004) *Konsumen dan Transaksi E-Commerce*. Jakarta: Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia. 4

konteks bisnis yang dilakukan melalui platform online. Bisnis online memanfaatkan teknologi dan internet sebagai media utama untuk berinteraksi dengan pelanggan dan menjalankan operasionalnya.¹⁸ Aspek-aspek Operasional Bisnis Online tersebut, dapat dijelaskan sebagai berikut:¹⁹

a. *Offer* (Penawaran)

Dalam bisnis online, penawaran merupakan proses dimana penjual menyajikan produk atau layanan kepada calon pembeli. Penawaran yang efektif harus menggambarkan dengan jelas informasi produk, harga, keunggulan, dan manfaat yang ditawarkan. Hal ini penting untuk menarik minat calon pembeli dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian.

b. *Response* (Tanggapan)

Tanggapan dalam bisnis online merujuk pada tindakan atau respon yang diberikan oleh penjual terhadap permintaan atau pertanyaan dari calon pembeli. Respon yang cepat, informatif, dan ramah terhadap calon pembeli sangat penting untuk membangun kepercayaan dan memperoleh kepuasan pelanggan.

c. *Processing* (Proses Pemesanan)

Proses pemesanan mencakup serangkaian kegiatan yang terjadi setelah pembeli melakukan pembelian, seperti verifikasi pembayaran,

¹⁸ Turban, E., Outland, J., King, D., Lee, J., & Liang, T. P. (2017). *Electronic commerce: A managerial and social networks perspective*. Springer. 89

¹⁹ Djakfar, M. (2018). *E-Commerce: Konsep dan Implementasi*. Deepublish. 67

pemrosesan pesanan, dan persiapan pengiriman barang. Proses ini melibatkan pengolahan data pembeli, pengaturan stok barang, dan koordinasi dengan pihak logistik untuk memastikan pesanan dikirim dengan tepat dan tepat waktu.

d. *Shipping* (Pengiriman)

Pengiriman adalah tahapan dalam bisnis online di mana barang atau produk yang dibeli oleh pelanggan dikirimkan ke alamat yang dituju. Proses pengiriman melibatkan pemilihan metode pengiriman yang sesuai, pengepakan barang yang aman, dan pemantauan pengiriman untuk memastikan barang sampai dengan baik kepada pelanggan.

e. *Billing* (Penagihan)

Penagihan merupakan proses penghitungan dan pengiriman tagihan kepada pelanggan sebagai tindakan penagihan atas pembelian produk atau layanan. Proses penagihan melibatkan pencatatan transaksi, pembuatan faktur, dan pengiriman tagihan kepada pelanggan. Tujuan dari penagihan yang efektif adalah memastikan pembayaran dilakukan tepat waktu.

f. *Customer Services* (Pelayanan Konsumen)

Pelayanan konsumen dalam bisnis online mencakup semua interaksi dan komunikasi antara penjual dengan pelanggan setelah terjadinya pembelian. Pelayanan konsumen yang baik melibatkan penanganan pertanyaan, keluhan, atau permintaan pelanggan dengan

cepat, sopan, dan solutif. Hal ini bertujuan untuk menjaga kepuasan pelanggan dan membangun hubungan jangka panjang.

4. PaluGada

PaluGada adalah sebuah istilah yang mulai populer dalam e-commerce di Indonesia pada tahun 2015, terutama dalam pasar daring/digital. PaluGada digunakan untuk menyebut model usaha yang tidak membatasi penawaran pada satu jenis barang atau jasa. Model bisnis PaluGada mengamati apa saja permintaan di pasar dan mengambil bermacam kesempatan bisnis dari sana. Sehingga, ada seseorang yang menjual peralatan kosmetik sampai dengan makanan kecil bahkan furniture.

Model bisnis ini bertentangan dengan konsep focus atau segmentasi dan konsep differensiasi, namun juga bukan strategi cost leadership. Konsep Palugada lebih dekat kepada konsep diversifikasi/keberagaman dengan beberapa ciri khusus yang membedakan diversifikasi yang dilakukan oleh pelaku Konsep PaluGada dan konsep diversifikasi yang diperkenalkan oleh Porter.²⁰

5. Dasar Hukum Jual Beli *Online*

Al-Qur'an menegaskan dan menjelaskan bahwa bisnis tidak boleh dilakukan dengan kemungkar dan kezaliman, namun harus saling ridha, baik untung atau rugi, di saat menjual atau membeli, dsb. Aturan utama

²⁰ Arum Arupi Kusnindar dan Kohar, Palugada Sebagai Konsep Bisnis Umkm Di Masa Pandemi Vol. 12 No.01. 65

transaksi jual beli dalam Islam adalah melarang adanya penipuan antara dua belah pihak (penjual dan pembeli) dan harus dilakukan atas keridhaan. Pedagang muslim harus mematuhi etika-etika bisnis Islam di setiap aktivitas jual belinya, dengan harapan usaha orang Muslim yang menerapkan nilai nilai keislaman akan semakin maju dan berkembang karena selalu mendapat ridho Allah SWT. Etika bisnis Islam memastikan bahwa pedagang dan pembeli akan saling menguntungkan.²¹

Ada dua jenis barang yang dapat diperdagangkan secara *online* yakni berupa barang fisik dan barang digital. Hukum perdagangan barang fisik *online* pada dasarnya tidak berbeda dengan perdagangan *As-salam* dan barang harus sesuai dengan apa yang diidentifikasi ketika transaksi. Barang digital seperti *e-book*, *software*, *script*, dan data dalam format file dikirimkan langsung ke konsumen melalui *e-mail* atau *download*. Ini tidak sama dengan transaksi *As-Salam*, namun transaksi jual beli seperti biasanya. Alur dasar transaksi jual beli *online* sebagai berikut:

- a. Terjadi kesepakatan transaksi antara kedua pihak.
- b. Pertukaran barang, layanan jasa, ataupun informasi.
- c. Internet merupakan media terpenting saat proses jual beli.

²¹ Kristina Handayani. (2020) *Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pada Pedagang Pasar Tradisional Roworejo Kecamatan Negerikaton Kabupaten Pesawaran*. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri (Iain) Metro. Lampung

Terdapat dua jenis ijab-qabul, yaitu: a) Kontrak modifikasi, dimana pembayaran dilakukan secara tunai sebelum barang dikirim. b) Al Istisna, yaitu barang akan di bayar ketika sudah di kirim oleh pihak penjual.

Sama seperti bisnis konvensional, aktivitas bisnis *online* dalam ekonomi Islam juga terbagi menjadi halal dan haram, legal atau ilegal. Islam melarang bisnis perjudian *online*, barang terlarang seperti narkoba, video porno, barang bajakan, senjata, dan barang yang tidak ada manfaatnya. Pada dasarnya *E-commerce* adalah kegiatan bisnis yang berbasis Muamalah. *E-commerce* diperbolehkan (Ibahah) selama tidak mengandung barang-barang yang dilarang. Transaksi penjualan *online* dimana barang harus berdasarkan deskripsi yang diberikan penjual, apabila deskripsi barang tidak sesuai, pembeli memiliki hak *khiyar* sehingga pembeli dapat melanjutkan pembelian atau membatalkan.²²

B. Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Dasar Etika Bisnis Islam

Pengertian secara etimologi, etika berasal dari kata Yunani "*ethos*" yang artinya moral, sikap, cara berpikir, kebiasaan, perasaan, adat istiadat, dan sifat-sifat kesusilaan. Aristoteles menggunakan istilah etika untuk merujuk pada filsafat moral. Jadi, etika berarti norma, prinsip, dan standar

²² Tira Nur Fitria, *Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) Dalam Hukum Islam Dan Hukum Negara*, ISSN : 2477-6157, 56

perilaku yang mengatur pribadi seseorang dan kelompok yang membedakan mana yang benar dan mana yang salah.²³

Etika bisnis Islam dalam pandangan Abdul Malik Karim Amrullah atau biasa dipanggil Buya Hamka menganggap etika sebagai budi, budi yaitu tingkah laku atau tindakan yang sesuai dengan akal sehat. Perbuatan yang sesuai dengan nilai moral masyarakat dibentuk sebagai adat istiadat. Dalam kegiatan bisnis, Buya Hamka lebih tertarik pada pelaku usahanya, dalam proses mendirikan usaha dan melakukan kegiatan jual beli. Dalam hal ini etika sangat penting dalam menjalankan bisnis. Buya Hamka percaya bahwa kebajikan diperlukan dalam aktivitas perdagangan atau bisnis. Etika dan praktik bisnis terkait erat, untuk memastikan bahwa pengusaha tetap berjalan di koridor yang benar untuk menghindari perilaku destruktif yang merugikan diri sendiri dan orang lain.²⁴

Etika bisnis Islam dari sudut pandang Imam al-Ghazali, khususnya mengenai kode etik dalam sistem ekonomi dan niaga yang dipraktikkan oleh Imam al-Ghazali. zaman dahulu, imam al-Ghazali dalam praktik jual beli yang mengutamakan etika atau moralitas dalam suatu pembelian atau transaksi bisnis. Maka dewasa ini, ketentuan hukum yang dipaparkan oleh al-Ghazali menjadi pedoman dalam menjalankan kegiatan dan badan usaha. Prinsip-prinsip bisnis Islam menekankan aspek etis dari kegiatan ekonomi atau komersial, yaitu bagaimana setiap perilaku kita ketika melakukan

²³ Sri Nawatmi, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*, (Vol. 9, No.1, April 2010), 51.

²⁴ Buya Hamka. *Lembaga Budi*, Jakarta, Republika Penerbit. 81

kegiatan komersial menerapkan seperangkat prinsip etika, membedakan yang benar dari yang salah dan menentukan apa yang harus dilakukan oleh individu atau perusahaan. dan seharusnya tidak dilakukan.²⁵

Etika bisnis Islam menurut pandangan Habib Abdullah Al-Haddad atau imam Al-Haddad terbagi menjadi dua sifat etika, yaitu etika bisnis Islam yang bersifat wajib dan sunnah. Etika bisnis Islam yang bersifat wajib terbagi menjadi 12 etika, yaitu²⁶: a) Mempelajari hukum Tuhan dalam dunia bisnis b) Jangan berdusta, menipu atau berkhianat. c) Jangan banyak bersumpah atas nama Allah. d) Jangan terlalu sibuk dengan urusan hingga menyelesaikan atau bahkan melupakan shalat fardhu. e) Tidak menurunkan berat badan atau mengukur. f) Menjelaskan aib dari barang yang dijual. g) Melarang peredaran uang palsu. h) Dilarang melakukan ihtikar. i) Kompromi dengan riba dilarang keras. j) Membayar zakat pada saat tiba di nisab, k) Berbuat adil, l) Melarang transaksi di luar penjualan orang lain.

Adapun etika bisnis Islam yang bersifat sunnah menurut imam Al-Haddad terbagi menjadi 5 etika, Yaitu²⁷ : a) Selalu perbaiki niat, b) Berbisnis di pagi hari c) Berbuat baik, d) Selalu berusaha memperkuat keyakinan dan memperbaikinya, f) Selalu berusaha menciptakan zikir dengan berbisnis. Faisal Badroen dalam karyanya disebutkan bahwa etika

²⁵ Ali Muhayatsyah, *Etika Bisnis Islam Dalam Perspektif Pemikiran Al-Ghazali Islamic Business Ethics In Al-Ghazali's Perspective* (Vol. 2, No. 2 Juli-Desember 2020 : 84-104 P-ISSN: 2721-5482 / E-ISSN: 2745-5696), 103

²⁶ Al-Haddad, Habib Abdullah. (2009). *Al-Da'wah Al-Tammah Wa Al-Tadzkirah Al-'ammah. Terjemahan Ahmad Yunus Al-Muhdhor*. Surabaya: Pustaka Basma & Cahaya Ilmu Publisher. 114

²⁷ Ibid, 115

bisnis adalah aspek benar atau salah, terpuji atau salah, wajar atau tidak adil, benar atau salah, pantas atau tidak pantas bagi perilaku manusia yang terlibat dalam halal-haram atau perilaku bisnis yang beretika (*akhlaq al Islamiyah*) yang dikelilingi oleh batasan-batasan Syariah.²⁸

Etika Bisnis Islam menurut pandangan Muhammad Djakfar adalah norma-norma etika berdasarkan Alquran dan Hadits yang harus dijadikan pedoman bagi siapa pun dalam aktivitas bisnisnya.²⁹ Dengan kata lain, bagaimanapun, etika bisnis dasar dari Al-Qur'an dan sunnah Rasulullah SAW, begitu pula etika bisnis modern, tidak hanya cukup dilihat secara partialistik semata, tetapi juga harus diperhatikan fungsinya secara keseluruhan. Dalam artian, etika bisnis Islam harus diakui sebagai produk akademik yang mampu melahirkan ilmu-ilmu, sekaligus panduan bagi para pengusaha dalam menjalankan aktivitas sehari-hari.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti mengambil teori etika bisnis Islam dari Muhammad Djakfar untuk digunakan dalam penelitian ini. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa etika bisnis Islam adalah landasan perilaku bisnis yang tidak bertentangan dengan ajaran yang terkandung di dalamnya yaitu Al-Qur'an dan As-Sunnah dan membedakan antara yang baik dan yang buruk.

²⁸ Badroen, Faisal. (2006). *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta : Prenada Media Group. 5

²⁹ Muhammad Djakfar, (2008) *Etika Bisnis Islam*. Malang: UIN Malang Press. 84

2. Prinsip Dasar Etika Bisnis Islam

Beberapa prinsip etika bisnis Islam memiliki aksioma-aksioma etik, seperti tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, dan tanggung jawab. Dalam konteks ini, penting untuk mengacu pada keempat aksioma etik tersebut agar setiap kegiatan, proses, bahkan sistem di perusahaan bisnis dapat sesuai dengan prinsip etika bi Islam.³⁰ Berikut ini adalah beberapa hal yang dapat dijelaskan sebagai aksioma-aksioma etika Islam:

a. Tauhid

Dalam konteks ekonomi, prinsip tauhid mengarahkan para pelaku ekonomi untuk mempercayai bahwa segala harta benda adalah milik Allah SWT semata.

b. Keadilan

Prinsip keadilan dalam Islam mencakup aspek horizontal yang terkait dengan keseimbangan dan harmoni di seluruh alam semesta. Oleh karena itu, prinsip-prinsip seperti keseimbangan, kebersamaan, dan moderasi menjadi hal yang penting dalam aktivitas dan entitas bisnis.

c. Kehendak bebas (*free Will*)

Prinsip kehendak bebas dalam ekonomi Islam menyatakan bahwa manusia, baik secara individual maupun kolektif, memiliki kebebasan

³⁰ Wahyu Mijil Sampurno, Penerapan Etika Bisnis Islam dan Dampaknya terhadap Kemajuan Bisnis Industri Rumah Tangga, *Journal of Islamic Economics Lariba*, Vol. 2, (2016), 14

penuh untuk melakukan kegiatan bisnis. Namun, kebebasan tersebut harus dijalankan dalam kerangka prinsip tauhid dan keseimbangan, serta didasarkan pada aturan Allah SWT, terutama dalam upaya untuk menghindari riba. Manusia yang baik dalam perspektif ekonomi Islam adalah mereka yang menggunakan kebebasan tersebut dengan benar.

d. Tanggung jawab (Responsibility)

Menurut Sayyid Qutub, prinsip tanggung jawab dalam Islam adalah pertanggungjawaban yang seimbang dalam segala bentuk dan ruang lingkup, antara jiwa dan tubuh, antara individu dan keluarga, antara individu dan masyarakat, serta antara satu masyarakat dengan masyarakat lainnya. Sebagai pebisnis, seseorang harus bertanggungjawab atas segala tindakan yang dilakukan, termasuk dalam melakukan transaksi, memproduksi barang, menjual barang, melakukan jual beli, serta membuat perjanjian dan tindakan lainnya. Semua hal tersebut memerlukan pertanggungjawaban atas tindakan yang dilakukan.

Pengetahuan yang dimiliki oleh seorang pedagang mencerminkan identitas dirinya dalam berdagang. Setiap individu memiliki pengetahuan yang berbeda-beda yang dapat diperoleh melalui pendidikan formal atau non-formal, dan pengetahuan tersebut diperoleh sepanjang hidup. Namun, yang menjadi pertanyaan adalah apakah pengetahuan tersebut digunakan untuk hal yang baik atau tidak. Oleh karena itu, pengetahuan yang dimiliki seseorang menjadi acuan dalam menjalankan kegiatannya, apakah sesuai dengan norma-norma yang berlaku atau tidak. Setiap individu memiliki

pemikiran yang berbeda ketika berwirausaha, seperti mencari keuntungan besar atau hanya mencukupi kebutuhan hidupnya atau keluarganya. Hal ini tergantung pada keimanan yang dimiliki oleh individu tersebut.

Keberkahan suatu usaha merupakan kemantapan dari usaha itu dengan memperoleh keuntungan yang wajar dan diridhai oleh Allah SWT. Menurut Muhammad Djakfar, prasyarat untuk meraih keberkahan atas nilai transenden seorang pelaku bisnis harus memperhatikan beberapa prinsip etika yang telah digariskan dalam Islam, antara lain:³¹

a. Jujur dalam Takaran

Jujur dalam takaran ini sangat penting untuk diperhatikan. Masalah kejujuran tidak hanya merupakan kunci sukses seorang pelaku bisnis menurut Islam. Tetapi etika bisnis modern juga sangat menekankan pada prinsip kejujuran. Etika bisnis membangun kepercayaan adalah dasar-dasar daripada bisnis modern.

b. Menjual Barang yang Baik Mutunya

Salah satu cacat etis dalam perdagangan adalah tidak transparan dalam hal mutu, yang berarti mengabaikan tanggungjawab moral dalam dunia bisnis. Padahal tanggungjawab yang diharapkan adalah tanggungjawab yang berkeimbangan (*balance*) antara memperoleh keuntungan (profit) dan memenuhi norma-norma dasar masyarakat baik berupa hukum maupun

³¹ Muhammad Djakfar (2007) *Etika Bisnis Islam* Malang: UIN Malang Press, 24

etika atau adat, menyembunyikan mutu sama halnya dengan berbuat curang dan bohong.

c. Dilarang Menggunakan Sumpah

Seringkali ditemukan dalam kehidupan sehari-hari, terutama di kalangan para pedagang kelas bawah apa yang dikenal dengan “obral sumpah”. Mereka terlalu mudah menggunakan sumpah dengan maksud untuk meyakinkan pembeli bahwa barang dagangannya benar-benar berkualitas, dengan harapan agar orang terdorong untuk membelinya.

Tetapi jika sumpah dalam jual beli itu dilakukan dengan penuh kejujuran, maka sumpahnya tetap makruh, tetapi makruh dalam pengertian tanzih karena yang demikian itu sebagai upaya melariskan dagangan sekaligus sebagai upaya mencari daya tarik pembeli dengan banyak mengumbar sumpah.

d. Longgar dan Bermurah Hati

Penjual mengharapkan kompensasi yang baik dan murah hati dari setiap pembeli. Dengan sikap ini penjual mendapat berkah atas penjualannya serta diminati oleh pembeli. Kunci sukses adalah melayani orang lain.

Senyum penjual terhadap pembeli menunjukkan sikap ramah yang meluluhkan hati yang membuat pembeli merasa senang. Dan mereka akhirnya menjadi pelanggan setia yang bermanfaat bagi perkembangan bisnis kedepannya begitu juga sebaliknya jika penjual bersikap tidak ramah saat melayani pembeli maka mereka akan kabur. arti tidak memberi tidak menginginkannya.

e. Membangun Hubungan Baik (*Interrelationships*) antar Kolega

Islam menekankan hubungan yang konstruktif dengan semua orang, termasuk pengusaha. Islam tidak mewajibkan aktor manapun untuk mendominasi yang lain, baik sebagai monopoli, oligopoli, atau dalam bentuk lain yang tidak mencerminkan rasa keadilan atau distribusi pendapatan yang adil. Hubungan pribadi dianggap sangat penting untuk perkembangan perasaan dan hubungan, dan perlu diyakini bersama bahwa hubungan bisnis bahkan tidak akan berakhir.

f. Tertib Administrasi

Dalam konteks bisnis, praktik peminjaman dan pemberian pinjaman merupakan hal yang umum terjadi. Al-Qur'an mengajarkan pentingnya mengatur administrasi hutang piutang untuk mencegah kemungkinan kesalahan yang dapat terjadi. Tujuan dari administrasi hutang piutang ini adalah agar para pelaku bisnis dapat menjaga kejujuran dalam transaksi, serta menghindari tindakan penipuan dan kesalahan yang mungkin terjadi. Dengan menerapkan administrasi yang baik, pelaku bisnis dapat memastikan kejelasan dan keteraturan dalam pembayaran hutang piutang, sehingga tercipta hubungan yang jujur dan terhindar dari potensi kesalahan.

g. Menetapkan Harga dengan Transparan

Harga yang tidak transparan dapat melibatkan penipuan. Harga yang terbuka dan adil memiliki prioritas tinggi dalam Islam agar tidak menjadi riba. Meskipun dunia usaha tetap ingin mendapatkan keuntungan (keuntungan), namun hak pembeli tetap harus dihormati. Dalam pengertian

ini, penjual harus mentolerir kepentingan pembeli, terlepas dari apakah dia konsumen biasa atau konsumen biasa (informal).