

Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pada Aplikasi Tiktok Shop

Weni Mahyunita, Amrizal Hamsa, Ida Rahma

^{1,2,3}Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Teungku Dirundeng Meulaboh, Aceh, Indonesia
Email Koresponden: wenimahyunita@gmail.com

Abstrak

Transaksi jual beli secara online harus mematuhi prinsip etika bisnis sesuai syariat Islam. Salah satu platform yang banyak digunakan saat ini adalah TikTok Shop, di mana pelaku usaha dituntut untuk bersikap jujur, amanah, dan bertanggung jawab. Penelitian ini merupakan studi pustaka (library research) yang mengkaji konsep etika bisnis Islam dari berbagai sumber literatur seperti buku dan jurnal, kemudian mengaitkannya dengan praktik jual beli di TikTok Shop. Hasil studi menunjukkan bahwa masih terdapat penjual di TikTok Shop yang tidak menjalankan prinsip etika bisnis Islam, seperti memposting gambar produk yang tidak sesuai dengan kenyataan, tidak memberikan deskripsi produk secara rinci, dan kurang transparan terhadap konsumen. Hal ini bertentangan dengan prinsip kejujuran dan keterbukaan dalam Islam. Konsep etika bisnis dalam Islam meliputi nilai ketuhanan, kejujuran, tanggung jawab, dan keadilan. Penerapannya dalam transaksi di TikTok Shop harus mencerminkan sikap jujur, tanggung jawab atas produk, dan peningkatan kualitas sesuai kritik konsumen. Etika bisnis Islam menuntut kejujuran dan amanah dalam berdagang. Penjual di TikTok Shop harus menyajikan produk secara realistis agar sesuai syariat dan membangun kepercayaan konsumen.

Kata kunci: Etika Bisnis Islam, Jual Beli, Aplikasi Tiktok Shop

Pendahuluan

Perkembangan teknologi saat ini telah mengalami kemajuan yang sangat pesat. Dengan adanya teknologi telekomunikasi yang semakin canggih semua manusia seolah-olah berada disatu ruangan yang bisa saling bertegur sapa dan melakukan aktifitas di dunia maya, termasuk dalam bermu'amalah (Anzani et al., 2024). Salah satu perkembangan teknologi informasi adalah teknologi jaringan internet (Mustofa, 2016). Dengan pesatnya perkembangan teknologi internet maka menimbulkan sebuah pemikiran baru bagi pelaku bisnis terutama dalam mengatasi masalah pada sistem penjualan secara konvensional atau bertatap muka secara langsung. Masyarakat memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi ini untuk membeli dan menjual barang atau jasa melalui internet (Muhajil et al., 2024). Hal ini merupakan terobosan yang dapat memajukan perusahaan



dengan memanfaatkan media internet sebagai media promo salah satunya adalah bisnis *online* (Purkon, 2014).

Jual beli (bisnis) *online* merupakan suatu kegiatan atau aktivitas yang dilakukan di jaringan internet yang bertujuan untuk menghasilkan keuntungan bagi individu atau kelompok yang melakukan kegiatan atau aktivitas tersebut. Dalam hal ini pihak pedagang dan pihak pembeli tidak harus bertemu secara langsung atau kontak fisik (*face to face*) dalam melakukan kegiatan jual belinya. Dengan berbagai kelebihan yang ditawarkan oleh bisnis *online*, banyak orang menginginkan dapat membangun suatu kerajaan bisnis *online* sendiri (Komputer, 2013). Menjalankan bisnis *online* tidak jauh berbeda dengan berbisnis atau berjualan secara *offline*, yang membedakan hanya medianya saja. Adapun bisnis online yang berkembang pesat saat ini salah satunya adalah jual beli melalui social media *TikTok* (Agency, 2013).

TikTok adalah aplikasi yang digunakan individu dalam berkreasi dan berbagi rekaman singkat yang berbeda dalam organisasi vertikal. Kelebihan *TikTok* lainnya yaitu dapat menikmati rekaman singkat melalui artikulasi berbeda dari setiap pencipta yang dibuat, hanya dengan melihat ke atas atau ke bawah. *TikTok* merupakan salah satu platform jual beli yang berkembang pesat (Fitria, 2017). Seiring perkembangan teknologi *TikTok* mengeluarkan dua fitur yang digunakan dalam jual beli adalah *Tiktok shop* dan jual beli melalui *Live Streaming*.

Melakukan transaksi jual beli secara online haruslah memperhatikan etika dalam berbisnis agar tidak bertentangan dengan syariat Islam. Adapun etika bisnis Islam adalah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuk yang tidak dapat dibatasi jumlah kepemilikan harta (barang/jasa) termasuk profitnya namun dibatasi dalam cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya secara halal dan haram. Dalam pelaksanaan bisnis yang dilakukan harus tetap berpegang pada ketentuan syariah (aturan-aturan dalam Al-Quran dan Hadis) (Ahmad, 2003).

Sementara itu, dalam menggunakan aplikasi *Tiktok shop*, penjual dituntut tepat janji, tepat waktu, mengakui kelemahan dan kekurangan,

selalu memperbaiki kualitas barang atau jasa secara berkesinambungan serta tidak boleh menipu dan berbohong (Yani et al., 2025). Penjual harus memiliki amanah dengan menampilkan sikap keterbukaan, kejujuran, pelayanan yang optimal, dan berbuat baik dengan segala hal, apalagi berhubungan dengan pelayanan masyarakat (Abdullah & Tantri, 2012). Dengan sifat amanah, pelaku usaha memiliki tanggung jawab untuk mengamalkan kewajiban-kewajibannya.

Dari pengamatan peneliti, diketahui bahwa ada beberapa permasalahan yang terjadi pada jual beli online (daring). Di antaranya adanya penjual yang memposting gambar di *Tiktok shop* yang tidak sesuai dengan aslinya. Terkadang dalam postingan di media sosial, ada beberapa pihak penjual juga tidak menjelaskan secara detail mengenai spesifikasi dari barang tersebut. Dengan demikian, konsumen apabila tidak berhati-hati atau tidak dalam keberuntungan akan merasa dirugikan. Banyak konsumen yang tergiur dengan sistem pemasaran yang digunakan, mereka seringkali merasa dirugikan atas barang setelah adanya pengiriman. Terkadang gambar produk yang ditampilkan pada media sosial terlihat menarik dan bagus, namun setelah barang diterima oleh pembeli jauh berbeda dengan gambar yang diposting. Hal ini karena penjual ingin mendapat keuntungan yang banyak tanpa mempertimbangkan kemaslahatan terhadap pihak lain.

Metode Penelitian

Metode *deskriptif* diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan, melukis keadaan subjek/objek penelitian (seseorang, lembaga, masyarakat, dan lain-lain) pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak (Imam, 2014). Pendekatan *kualitatif* adalah pendekatan yang memaparkan ciri-ciri suatu fakta sosial yang dapat dinilai dengan paparan dari hasil penelitian dengan penjelasan-penjelasan (Wijaya et al., 2025). Adapun deskriptif kualitatif adalah pendekatan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian dengan cara mendeskripsikan dalam bentuk kata dan bahasa dengan etika bisnis Islam pada akun penjual aplikasi *TikTokShop*.

Pembahasan/hasil

A. Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika Bisnis Islam

Etika berasal dari bahasa Yunani “Ethos” berarti adat istiadat. Hal ini berarti etika berkaitan dengan nilai-nilai, tata cara hidup yang baik, aturan hidup yang baik, dan segala kebiasaan yang dianut dan diwariskan dari satu orang lain atau satu generasi ke generasi yang lainnya (Zainal, 2025). Kata Yunani *ethos* dalam bentuk tunggal mempunyai banyak arti: tempat tinggal yang biasa, padang rumput, kandang, habitat, kebiasaan, adat, akhlak, watak, perasaan, sikap, dan cara berpikir. Dalam kamus umum bahasa Indonesia (KBBI) etika dijelaskan dengan membedakan tiga arti:

- a. Ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral (akhlak);
- b. Kumpulan asas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak
- c. Nilai mengenai benar dan salah yang dianut suatu golongan atau masyarakat” (Bertens, 2013).

Etika disebut juga filsafat moral, yaitu cabang filsafat yang berbicara tentang tindakan manusia. Etika tidak mempersoalkan keadaan manusia, tetapi mempersoalkan bagaimana manusia harus bertindak. Tindakan manusia ini ditentukan oleh bermacam-macam norma, diantaranya norma hukum, norma moral, norma agama dan norma sopan santun. Norma hukum berasal dari hukum dan perundang-undangan, norma agama berasal dari agama, norma moral berasal dari suara hati dan norma sopan santun berasal dari kehidupan sehari-hari (Sofian, 2010).

Menurut Rafik Issa Bekun etika dapat didefinisikan sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan baik dari buruk. Etika adalah bidang ilmu yang bersifat normatif, karena ia berperan menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan oleh seorang individu.

Secara umum etika sering disamakan dengan moral. Padahal etika dan moral adalah dua hal yang berbeda, walaupun keduanya menyangkut baik dan buruk. Etika dalam bahasa Inggris berasal dari kata *ethics* yang berarti tata susila pula, sedangkan moral berasal dari kata *mores* yang berarti kebiasaan atau “*custom*”. Namun sering digunakan

secara bergantian. Yang pasti etika adalah perilaku dalam arti yang lebih praktis atau praktiknya moral. Sedangkan moral adalah sumber etika, dalam pengertian praktis maupun normatif (Badroen, 2006).

Secara etimologis, bisnis berarti keadaan dimana seseorang atau sekelompok orang sibuk melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan. Bisnis adalah sebuah aktivitas yang mengarah pada peningkatan nilai tambah melalui proses penyerahan jasa, perdagangan atau pengolahan barang (produksi). Bisnis yang sehat adalah bisnis yang berlandaskan pada etika. Oleh karena itu, pelaku bisnis muslim hendaknya memiliki kerangka etika bisnis yang kuat, sehingga dapat mengantarkan aktivitas bisnis yang nyaman dan berkah (Aziz, 2013).

Pada dasarnya etika berpengaruh terhadap para pelaku bisnis, terutama dalam hal kepribadian, tindakan dan perilakunya. Etika ialah teori tentang perilaku perbuatan manusia dipandang dari nilai baik dan buruk, sejauh yang dapat ditentukan oleh akal. Bisnis adalah pertukaran barang, jasa atau uang yang saling menguntungkan atau memberikan manfaat. Bisnis berlangsung karena adanya kebergantungan antar individu, adanya peluang internasional, usaha untuk mempertahankan dan meningkatkan standar hidup dan lain sebagainya. Bisnis juga dipahami dengan suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi atau melembaga, untuk menghasilkan dan menjual barang atau jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat (Muhammad, 2004).

Etika bisnis merupakan seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma di mana para pelaku bisnis harus komit dalam bertransaksi, berperilaku dan berelasi guna mencapai daratan atau tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat (Badroen, 2006). Pada umumnya seseorang yang melakukan suatu bisnis dapat menghasilkan suatu keuntungan jika ia mengambil risiko dengan memasuki suatu pasar baru dan siap menghadapi persaingan dengan bisnis-bisnis lainnya. Adapun kegagalan bisnis sebagian besar adalah karena kesalahan atau kekurangan manajemen atas manusia, bahan baku dan modal (Mukhsinuddin & Efendi, 2025). Selain itu bisnis

sangatlah bergantung pada besarnya industri, besarnya bisnis dan lokasi bisnis (Muslich, 2004).

Etika bisnis Islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah, yang selanjutnya tentu melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan. Berdasarkan pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwa etika bisnis Islam adalah seperangkat prinsip dan norma di mana para pelaku bisnis harus komit padanya dalam berinteraksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat (Djakfar, 2014).

2. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam

Dalam hukum Islam disebutkan bagaimana prinsip-prinsip dalam berbisnis. Etika bisnis Islam merupakan tata cara pengelolaan bisnis berdasarkan Al-Qur'an, hadist, dan hukum yang telah dibuat oleh para ahli fiqih (Heriyanto & Taufiq, 2024). Etika bisnis Islam adalah upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah, yang selanjutnya tentu melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan (Aedy, 2011). Berdasarkan pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwa etika bisnis Islam adalah seperangkat prinsip dan norma di mana para pelaku bisnis harus komit padanya dalam berinteraksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat. Adapun prinsip-prinsip dasar etika bisnis Islami harus mencakup:

a. Prinsip Kesatuan

Prinsip kesatuan merupakan landasan yang sangat filosofis yang dijadikan sebagai pondasi utama setiap langkah seorang Muslim yang beriman dalam menjalankan fungsi kehidupannya. Landasan *tauhid* atau *ilahiyah* ini bertitik tolak pada keridhoan Allah, tata cara yang dilakukan sesuai dengan syariahnya. Kegiatan bisnis dan distribusi diikatkan pada prinsip dan tujuan *ilahiyah*.

b. Prinsip Keadilan

Prinsip keadilan menuntut agar setiap orang diperlakukan secara sama sesuai dengan acuan yang adil dan sesuai dengan kriteria yang rasional objektif dan dapat dipertanggungjawabkan. Keadilan menuntut agar tidak boleh ada pihak yang dirugikan hak dan kepentingannya. Dalam beraktivitas didunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali pada pihak yang tidak disukai (Qardhawi, 2001). Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam surat Al-Maidah ayat 8:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا ۗ اعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ
وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya :*“Wahai orang-orang yang beriman hendaklah kamu Jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk Berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan”.*

c. Prinsip Kehendak Bebas

Kebebasan berarti bahwa manusia sebagai individu dan kolektif mempunyai kebebasan penuh untuk melakukan aktivitas bisnis. Dalam ekonomi, manusia bebas mengimplementasikan kaidah-kaidah Islam karena masalah ekonomi termasuk kepada aspek muamalah bukan ibadah maka berlaku padanya kaidah umum “semua boleh kecuali yang dilarang” yang tidak boleh dalam Islam adalah ketidakadilan dan riba.

d. Prinsip Tanggungjawab

Dalam dunia bisnis, pertanggungjawaban dilakukan kepada dua sisi yakni sisi vertikal (kepada Allah) dan sisi horizontalnya kepada masyarakat atau konsumen. Tanggungjawab dalam bisnis harus ditampilkan secara transparan (keterbukaan), kejujuran, pelayanan yang optimal dan berbuat yang terbaik dalam segala urusan. Secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas (Beekun, 2004). Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggungjawab atas semua yang dilakukannya (Zaroni, 2007). Hal ini sesuai dengan apa yang ada didalam Al-Qur'an surat Al-Muddassir ayat 38:

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِيْنَةٌ

Artinya: *“Tiap-tiap diri bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya.”*

Dari ayat diatas sudah jelas bahwa setiap kegiatan manusia dimintai pertanggungjawabannya baik itu terhadap Allah maupun manusia. Kebebasan yang dimiliki manusia dalam melakukan segala aktivitasnya memiliki batas-batas tertentu, dan tidak digunakan sebebas-bebasnya melainkan dibatasi oleh koridor hukum, norma dan etika yang tertuang dalam al-Qur'an dan Sunnah yang harus dipatuhi dan dijadikan referensi atau acuan dan landasan dalam melakukan kegiatan bisnisnya.

e. Prinsip Kebenaran

Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan prilaku benar yang meliputi proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan. Dalam prinsip ini terkandung dua unsur penting yaitu kebajikan dan kejujuran. Kebajikan dalam bisnis ditunjukkan dengan sikap kerelaan dan keramahan dalam bermuamalah, sedangkan kejujuran ditunjukkan dengan sikap jujur dalam semua proses bisnis yang dilakukan tanpa adanya penipuan sedikitpun. Dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerja sama atau perjanjian dalam bisnis (Ramdan, 2017).

Sebagaimana firman Allah dalam QS. Al- Isra' ayat 35 yang berbunyi:

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا

Artinya : *“Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.”*

Berdasarkan ayat di atas dapat dipahami bahwa al-Qur'an telah memberi penegasan bahwasannya hal mendasar yang digunakan untuk membangun dan mengembangkan bisnis yang beretika adalah dengan menyempurnakan segala transaksi yang berkaitan dengan media takaran dan timbangan.

B. Etika Dalam Jual Beli

Etika merupakan salah satu hal yang sangat penting yang harus dimiliki oleh setiap individu terutama bagi para pebisnis atau pedagang dalam menjalankan kegiatan usahanya. Etika menjadi penting dalam jual beli sehingga menjadi suatu berkah. Salah satu sumber rujukan etika dalam jual beli adalah etika yang bersumber dari Rasulullah SAW. Beliau telah mengajarkan beberapa etika dalam berjual beli sesuai dengan syariat, yang di antaranya adalah sebagai berikut:

1. Jujur dalam menjelaskan produk, dapat dikatakan bahwa kejujuran adalah syarat fundamental dalam kegiatan jual beli. Rasulullah SAW sangat menganjurkan kejujuran yang salah satunya dalam aktivitas jual beli.
2. Suka sama suka, di mana permintaan dan penawaran harus adanya suka sama suka dan tidak ada yang merasa terpaksa dalam suatu harga yang ditetapkan. Oleh karena itu berlaku hak milik, yaitu hak pilih bagi salah satu atau kedua pihak yang melaksanakan transaksi untuk melangsungkan atau membatalkan transaksi yang telah disepakati sesuai dengan kondisi masing-masing pihak yang melakukan transaksi.
3. Tidak menipu takaran, ukuran dan timbangan. Adapun dalam perdagangan, timbangan yang benar dan tepat harus benar-benar diutamakan.
4. Tidak menimbun barang (*ihthikar*), ihtikar adalah menimbun barang menumpuk dan menyimpan barang ada masa tertentu dengan tujuan agar harganya suatu saat akan naik dan memperoleh keuntungan yang besar. Di sini Rasulullah SAW melarang keras perilaku jual beli yang dilakukan seperti itu.
5. Mengutamakan kepuasan pelanggan, dapat dikatakan bahwa ketekunan dan kesungguhan Rasulullah SAW dalam berbisnis sangat baik (Zaroni, 2007).
6. Teguh menjaga amanah, Islam menginginkan seorang pebisnis muslim agar mempunyai hati yang tanggap dengan menjaga dan memenuhi hak-hak Allah SWT dan manusia, serta menjaga muamalahnya dari unsur

yang melampaui batas atau sia-sia serta tidak akan mengingkari janjinya kepada pelanggan, sehingga membuat mereka kecewa.

7. Toleran, toleran membuka kunci rezeki dan saran hidup agar menjadi tenang. Selain itu manfaat toleran adalah mempermudah pergaulan, mempermudah urusan jual beli serta mempercepat kembalinya modal. Allah SWT mengasihi orang yang lapang dada dalam menjual, membeli serta melunasi hutang.

C. Jual Beli *Online* Dalam Pespektif Islam

Jual beli online di artikan sebagai jual beli barang dan jasa melalui media elektronik, khususnya melalui internet atau secara *online*. Jual beli via internet yaitu (sebuah akad jual beli yang dilakukan dengan menggunakan sarana elektronik atau (internet) baik berupa barang maupun jasa). Atau jual beli via internet adalah akad yang disepakati dengan menentukan cirri-ciri tertentu dengan membayar harganya terlebih dahulu sedangkan barangnya diserahkan kemudian (Bahasa, 2008).

Jual beli *online* adalah transaksi yang terjadi di media elektronik, yang mana transaksi jual beli tidak mengharuskan penjual dan pembeli bertemu secara langsung atau saling menatap muka secara langsung, dengan menentukan cirri-ciri, jenis barang, sedangkan untuk harganya dibayar terlebih dahulu baru diserahkan barangnya. Sedangkan karakteristik bisnis *online* yaitu:

1. Terjadinya transaksi antara dua belah pihak.
2. Adanya pertukaran barang, jasa, atau informasi.

Internet merupakan media utama dalam proses atau mekanisme akad tersebut. Dari karakteristik di atas, bisa di lihat bahwa yang membedakan bisnis *online* dengan bisnis *offline* yaitu proses transaksi (akad) dan media utama dalam proses tersebut. Akad merupakan unsur penting dalam suatu bisnis. Secara umum, bisnis dalam Islam menjelaskan adanya transaksi yang bersifat fisik, dengan menghadirkan benda yang dipesan, tetapi dengan ketentuan harus dinyatakan sifat benda secara konkret, baik diserahkan langsung atau diserahkan kemudian sampai batas waktu tertentu (Komputer, 2013).

Sama seperti bisnis pada umumnya, bisnis *online* dalam ekonomi syariah juga terbagi dalam yang halal dan haram, legal atau illegal. Bisnis *online* diizinkan selama bisnis tersebut tidak mengandung elemen yang dilarang. Transaksi penjualan *online* dimana barang hanya berdasar pada deskripsi yang disediakan oleh penjual dianggap sah, namun jika deskripsi barang tidak sesuai maka pembeli memiliki hak khiyar yang memperbolehkan pembeli untuk meneruskan pembelian atau membatalkannya.

Dalam Islam berbisnis melalui *online* diperbolehkan selagi tidak terdapat unsur-unsur riba, kezaliman, monopoli dan penipuan. Rasulullah mengisyaratkan bahwa jual beli itu halal selagi suka sama suka. Karena jual beli atau berbisnis seperti melalui *online* memiliki dampak positif karena dianggap praktis, cepat, dan mudah (Mudailullah, 2013). Adapun syarat-syarat mendasar diperbolehkannya jual beli lewat *online* diantaranya:

1. Tidak melanggar ketentuan syari'at agama, seperti transaksi bisnis yang diharamkan, terjadinya kecurangan, penipuan, dan monopoli.
2. Adanya kesepakatan perjanjian diantara dua belah pihak (penjual dan pembeli) jika terjadi sesuatu yang tidak diinginkan antara sepakat atau pembatalan.
3. Adanya kontrol, sanksi dan aturan hukum yang tegas dan jelas dari pemerintah (lembaga yang berkompeten) untuk menjamin bolehnya berbisnis yang dilakukan transaksinya melalui *online* bagi masyarakat.

Jika bisnis lewat *online* tidak sesuai dengan syarat-syarat dan ketentuan yang telah dijelaskan di atas, maka hukumnya adalah "haram" tidak diperbolehkan. Kemaslahatan dan perlindungan terhadap umat harus dalam perlindungan negara atau lembaga yang berkompeten.

D. Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pada Aplikasi Tiktok Shop

Islam begitu menekankan kehormatan harta kekayaan umatnya. Karena itu, Islam mengharamkan atas umat Islam berbagai bentuk tindakan merampas atau pemanfaatan harta orang lain tanpa izin atau kerelaan darinya. Begitu besar penekanan Islam tentang hal ini, sehingga

Islam menutup segala celah yang dapat menjerumuskan umat Islam kepada praktek memakan harta saudaranya tanpa alasan yang dibenarkan. Dalam proses jual beli *online* barang yang diperjualbelikan ada yang merupakan milik sendiri, atau barang masih milik *supplier*.

Barang yang diperjual-belikan oleh penjual dan pembeli dapat diketahui dengan jelas zatnya, bentuknya maupun sifatnya sehingga tidak terjadi kekecewaan diantara kedua belah pihak yang mengadakan jual beli. Dengan demikian transaksi jual beli termaksud tidak menimbulkan kerugian bagi siapapun yang menjadi pembelinya.

Etika bisnis terutama etika bisnis Islam juga bisa berperan memberikan satu solusi terhadap berbagai persoalan bisnis modern ini yang semakin jauh dari nilai-nilai etika. Dalam arti bahwa bisnis yang beretika harus benar-benar merujuk pada sumber utamanya yaitu Al-Qur'an dan Sunnah (Shihab, 2011).

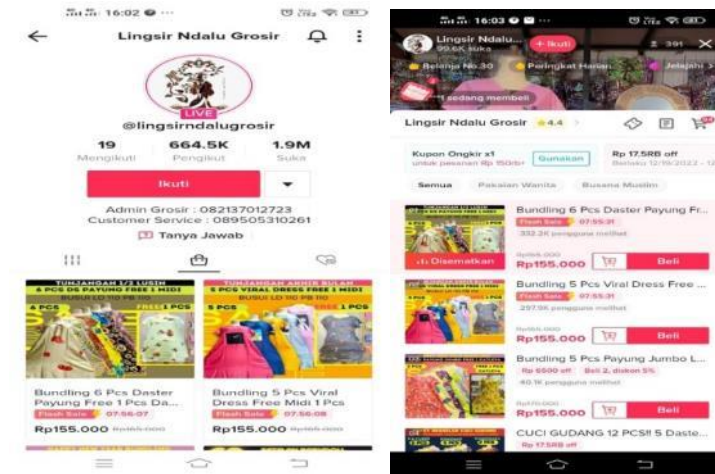
1. Penerapan Etika bisnis Islam dengan Perilaku Kejujuran Dalam Jual Beli Pada Aplikasi TikTok Shop

Dalam jual beli sistem *online* atau fitur *TikTok shop* para penjual memiliki berbagai macam strategi dalam memasarkan produk jual belinya. Mereka bersaing dengan berbagai macam cara, ada yang bersaing secara sehat, namun ada juga yang menggunakan cara curang seperti mencantumkan gambar palsu untuk diposting di media sosial. Hal ini banyak dilakukan, dengan tujuan supaya meningkatkan daya tarik yang tinggi, sehingga banyak konsumen yang berminat untuk membeli.

Dengan bermodalkan gambar yang berkualitas baik dan menarik kerap sekali penjual mengatakan bahwa barang yang mereka jual adalah bagus dan sesuai dengan gambar yang mereka lihat. Padahal belum tentu penjual mengetahui barang tersebut secara langsung. Memilih dan membeli barang secara *online* memiliki kelemahan tidak dapat melihat barang secara langsung kecuali dilakukan ketemuan (COD) Sesuai perjanjian (Mudailullah, 2013).

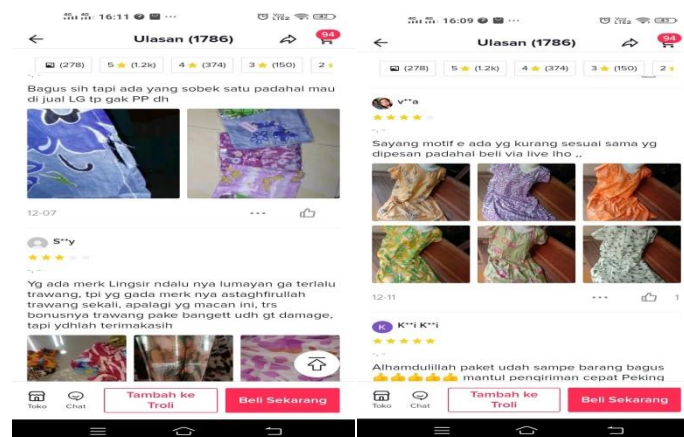
Dalam jual beli *online*, para penjual harus menyebutkan spesifikasi barang dengan baik, misalnya jenis dan bahan barang, ukuran barang, dan warna barang, hal ini karena dalam jual beli di *TikTok Shop*, saat

transaksi berlangsung barang yang diperjualbelikan tidak ada wujudnya. Dan banyak juga dari pihak *TikTok Shop* ketika posting gambar tidak menyebutkan spesifikasi barang dengan jelas. Mereka hanya memosting gambarnya saja, tapi saat barang diterima oleh konsumen berbeda bahannya dengan yang digambar bahkan barang yang dikirim cenderung lebih tipis. Berikut gambar pengguna *TikTok Shop* yang mendapatkan bintang sedikit dari kosnusmen adalah sebagai berikut :



Gambar 3.3 TikTok Shop Lingsir Ndalugrosir

Gambar diatas merupakan yang menjual barang pada aplikasi TikTok Shop @LingsirNdalugrosir, mereka menjual baju daster grosir. Digambar penjual mendeskripsikan bahan dari baju tersebut dengan sangat jelas namun ada beberapa pihak konsumen yang tidak puas dengan barang yang di pesan karena bahannya tipis dan banyak cacat. Hal itu dapat dilihat pada ulasan dan rating yang dimiliki pada barang tersebut. Adapun ulasan dari konsumen adalah sebagai berikut :



Gambar 3.4 : Ulasan Pelaku Konsumen

Dari gambar diatas pelaku konsumen tidak merasa puas terhadap barang yang ditawarkan, adapun bentuk pernyataanya seperti : *“barang yang dikirim motifnya berbeda dari gambar padahal ia memesan via live”* dan ada juga yang berkomentar *“bahannya terawang sekali dan ada yang tidak dicantumkan label nya.*

Dalam Islam, praktik bisnis haruslah mengedepankan kualitas sebagai daya saing berbisnis dan tidak bertentangan dengan ajaran Islam, karena pada hakikatnya meningkatkan kualitas produk dan jasa agar lebih baik merupakan bagian dari kejujuran dan kebenaran dalam berbisnis sehingga menimbulkan keikhlasan bagi masing-masing dalam bertransaksi antara penjual dan pembeli.

2. Penerapan Etika Bisnis Islam terhadap Perilaku Tanggung Jawab Dalam Jual Beli pada Aplikasi Tiktok Shop

Etika atas tanggung jawab yang harus dimiliki oleh pelaku bisnis merupakan sikap yang penting. Bahkan sikap ini merupakan modal utama bagi pelaku bisnis yang menginginkan usahanya mendapat kepercayaan dari konsumen dan masyarakat luas (Bawazir et al., 2024). Sikap tanggung jawab sangat penting, karena dapat membuat pembeli yakin dan percaya sehingga pembeli bisa memungkinkan untuk menjadi pelanggan.

Pihak penjual harus bertanggung jawab atas segala komplain yang ditujukan untuk *TiktokShop*. Beban ganti rugi diberikan kepada pihak penjual. Pihak *TikTok Shop* harus mementingkan kepentingan bersama apabila barang yang dikirimkan cacat atau tidak sesuai gambar. Penjual *online* harus lebih bertanggung jawab dalam jual beli *online* nya. Penjual tidak boleh bersikap kontradiksi secara disengaja atau ucapan dan perbuatan dalam bisnisnya. Para penjual harus jujur dalam mempromosikan dan menyebutkan spesifikasi produk dengan jelas. Selain itu, pembeli haruslah lebih berhati-hati dan teliti dalam memilih barang kepada penjual *online* (Ramdan, 2017).

Kesimpulan

Konsep etika bisnis dalam Islam adalah Konsep etika bisnis dalam Islam mempunyai titik tekan yang berbeda dengan konsep etika bisnis

konvensional. Perbedaan itu muncul karena dasar pijakan dan dasar berpikir masing-masing berbeda. Etika bisnis Islam didasarkan pada al-Qur'an dan Hadis, pemikiran para ulama dalam bentuk ijma' ataupun qiyas, dan pengalaman bisnis di kalangan umat Islam. Adapun konsep etika bisnis dalam Islam diantaranya adalah konsep ketuhanan, konsep kejujuran dan kebenaran, konsep tanggung jawab dan konsep keadilan. Penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli pada aplikasi TikTok shop adalah dengan menerapkan perilaku kejujuran dan kebenaran, dan memiliki rasa tanggung jawab terhadap produk yang diperjualbelikan sehingga saat konsumen memberikan komentar terhadap produk maka pelaku bisnis mampu meningkatkan kualitas barang serta mempromosikannya sesuai gambar yang nyata.

Daftar Pustaka

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Raja Grafindo Persada.
- Aedy, H. (2011). *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*. Alfabeta.
- Agency, B. (2013). *Dropshipping: Cara Mudah Bisnis Online*. Elex Media Komputindo.
- Ahmad, M. (2003). *Etika Bisnis Islam*. Pustaka Al-Kautsar.
- Anzani, S., Sabrina, C., & Harahap, H. S. (2024). Media Sosial Sebagai Sarana Publikasi dan Promosi Kemanusiaan di Era Digital. *Arini: Jurnal Ilmiah Dan Karya Inovasi Guru*, 1(2), 115–127. <https://doi.org/10.71153/arini.v1i2.185>
- Aziz, A. (2013). *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Alfabeta.
- Badroen, F. (2006). *Etika Bisnis Dalam Islam*. Kencana.
- Bahasa, P. (2008). *Kamus Bahasa Indonesia*. Pusat Bahasa.
- Bawazir, F., Ananda, M. A., & Murlisa, L. (2024). Peran Unit Pengelola Keuangan (UPK) Syari'ah Dalam Pemberdayaan Masyarakat Gampong di Kecamatan Kluet Selatan Kabupaten Aceh Selatan. *Jimmi: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Multidisiplin*, 1(2), 139–150. <https://doi.org/10.71153/jimmi.v1i2.78>
- Beekum, R. I. (2004). *Etika Bisnis Islam*. Pustaka Pelajar.

- Bertens, K. (2013). *Etika*. Kanisius.
- Djakfar, M. (2014). *Agama, Etika, Dan Ekonomi*. UIN-Maliki Press.
- Fitria, T. N. (2017). Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) Dalam Hukum Islam Dan Hukum Negara. *JURNAL ILMIAH EKONOMI ISLAM*, 3(1), 52. <https://doi.org/10.29040/jiei.v3i01.99>
- Heriyanto, H., & Taufiq, T. (2024). Nilai-Nilai Ekonomi dan Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam. *Jimmi: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Multidisiplin*, 1(1), 24–37. <https://doi.org/10.71153/jimmi.v1i1.99>
- Imam, G. (2014). *Metode Penelitian Kulitatif (Teori dan Praktik)*. PT Bumi Aksara.
- Komputer, W. (2013). *Membangun Usaha Bisnis Dropshipping*. Gramedia.
- Mudailullah. (2013). *Methodologi Fiqih Muamalah*. Laskar Pelangi.
- Muhajil, A., Asril, A., & Azhar, Z. (2024). Peran dan Tantangan Perbankan Syariah dalam Sistem Keuangan Global. *Jimmi: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Multidisiplin*, 1(1), 13–23. <https://doi.org/10.71153/jimmi.v1i1.98>
- Muhammad, A. (2004). *Etika & Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam*. BPFE-Yogyakarta.
- Mukhsinuddin, M., & Efendi, S. (2025). Influence of Islamic Law Principles on Human Resource Management. *Jurnal Ilmiah Teunuleh*, 6(1), 39–51. <https://doi.org/10.51612/teunuleh.v6i1.183>
- Muslich. (2004). *Etika Bisnis Islam*. Ekonisia.
- Mustofa, I. (2016). Transaksi Elektronik (E-Commerce) Dalam Perspektif Fikih. *Jurnal Hukum Islam*, 10(2). <https://doi.org/10.28918/jhi.v10i2.563>
- Purkon, A. (2014). *Bisnis Online Syariah*. Kompas Gramedia.
- Qardhawi, Y. (2001). *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Gema Insani Press.
- Ramdan, A. (2017). *Etika Bisnis dalm Islam*. Bee Media Indonesia.
- Shihab, Q. (2011). *Bisnis Sukses Dunia Akhirat: Berbisnis Dengan Allah*. Lentera Hati.
- Sofian, A. (2010). *Kapita Selektta Filsafat*. Pustaka Setia.
- Wijaya, M., Pratomo, B., Citta, A. B., & Efendi, S. (2025). *Metodologi*

Penelitian: Kombinasi Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan Mixed Methods. PT. Media Penerbit Indonesia.

- Yani, Y. A., Rimbano, D., & Famalika, A. (2025). Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Selangit dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Moderasi. *Jimmi: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Multidisiplin*, 2(1), 59–77. <https://doi.org/10.71153/jimmi.v2i1.218>
- Zainal, Z. (2025). Tantangan Generasi Milenial di Era Digital. *Jimmi: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Multidisiplin*, 2(1), 30–43. <https://doi.org/10.71153/jimmi.v2i1.109>
- Zaroni, A. N. (2007). Bisnis Dalam Perspektif Islam (Telaah Aspek Keagamaan Dalam Kehidupan Ekonomi). *Mazahib*, 4(2). <https://doi.org/10.21093/mj.v4i2.507>