

KONSEP ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP JUAL BELI *ONLINE* DALAM PERSPEKTIF FIQIH DAN FATWA DSN-MUI NO.05/DSN-MUI/IV/2000 YANG DITERAPKAN PADA PT HIJUP.COM.

Mitra Sami Gultom, Melda Putri, Fatma Yeni
Universitas muhammadiyah Prof. Dr. Hamka
mitragultom@uhamka.ac.id dan fatmayeni@uhamka.ac.id

ABSTRACT

The technological developments have affected the development of online business or e-commerce. It can facilitate consumers in business transaction activities. The lack of application of Islamic Business Ethic gave the rise to cyber crime. The application of Islamic business ethics were first applied by the Messenger of Allah, who behaved fairly, honestly and reliably in carrying out his business activities. The method of this research conducted by qualitative approach which conceptualizes Islamic business ethic against online buying and selling in the perspective of Fiqih and DSN-MUI Fatwa No. 05 / DSN-MUI / IV / 2000. In conceptualizing, the researcher uses descriptive analysis in analyzing PT. Hijup.com. Based on the descriptive analysis in managing Islamic business ethics on online transaction, it shows that Islamic business ethics towards online transactions are in accordance with Fiqih and DSN-MUI Fatwa No. 05 / DSN-MUI / IV / 2000 that have been applied to PT Hijup.com. Conformity is applied because of the Hijup has developed human resource and business partners well, and the presence of new innovations in the conducting service that is in accordance with the application of Islamic business ethics.

Keywords: Islamic Business Ethics, Online Transaction, Fiqh and DSN-MUI Fatwa NO. 05 / DSN-MUI / IV / 2000, PT hijup.com

ABSTRAK

Perkembangan teknologi berpengaruh terhadap perkembangan bisnis online atau e-commerce, dapat mempermudah konsumen dalam melakukan aktivitas jual beli. Maraknya jual beli online mengakibatkan tingkatnya kriminalitas yang terjadi. Dikarenakan kurangnya penerapan etika bisnis Islam yang diterapkan. Penerapan etika bisnis Islam diterapkan pertamakali oleh Rasulullah saw yang berperilaku adil, jujur dan amanah dalam melakukan aktivitas bisnisnya. Metode pendekatan kualitatif digunakan oleh penulis dalam melaksanakan penelitian ini, dimana mengkonsep etika bisnis Islam terhadap jual beli online dalam perspektif Fiqih dan Fatwa DSN-MUI NO.05/DSN-MUI/IV/2000. Dalam mengkonsep, peneliti menggunakan analisis deskriptif yang bertujuan untuk memudahkan peneliti dalam menganalisis penelitian di PT.Hijup.com. Berdasarkan analisis deskriptif dalam mengelola etika bisnis Islam pada jual beli online, menunjukkan bahwa etika bisnis Islam terhadap jual beli online sesuai dengan Fiqih dan Fatwa DSN-MUI NO.05/DSN-MUI/IV/2000 yang telah diterapkan pada PT Hijup.com. Kesesuaian yang diterapkan karena hijup membangun SDM dan mitra bisnis yang baik serta terdapatnya inovasi-inovasi baru dalam melakukan service yang sesuai dengan penerapan etika bisnis Islam.

Kata kunci : Etika Bisnis Islam, Jual Beli *Online*, Fiqih dan Fatwa DSN-MUI NO.05/DSN-MUI/IV/2000, PT Hijup.com

PENDAHULUAN

Islam menempatkan pasar pada kedudukan yang penting dalam perekonomian (Rianto, 2011). Rasulullah saw sangat menghargai harga yang dibentuk oleh pasar sebagai harga yang adil. Oleh karena itu, Islam menekankan adanya moralitas, seperti persaingan yang sehat, kejujuran, keterbukaan, dan keadilan. Implementasi nilai-nilai moralitas tersebut dalam pasar merupakan tanggung jawab bagi setiap pelaku pasar. Bagi seorang muslim, nilai-nilai ini merupakan refleksi dari keimanannya kepada Allah swt, bahkan Rasulullah saw. Memerankan dirinya sebagai *muhtasib* (pengawas) dipasar. Beliau menegur langsung transaksi perdagangan yang tidak mengindahkan nilai-nilai moralitas (Rivai, 2012). Perkembangan teknologi yang populer pada saat ini adalah teknologi informasi. Teknologi tidak hanya untuk lalu lintas informasi, akan tetapi dimanfaatkan untuk berbisnis. Purkon (2014) menyatakan bahwa bisnis *online* atau *e-commerce* (*electronic commerce*) secara sederhana dapat diartikan sebagai proses jual beli, pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan internet. Dengan demikian, bisnis *online* memiliki 3 karakteristik, yaitu:

1. Terjadinya transaksi antara dua pihak atau lebih
2. Adanya pertukaran produk, barang, jasa atau informasi
3. Proses atau mekanisme akad tersebut menggunakan media internet.

Menurut Untung (2017) menyatakan bahwa jumlah populasi di Indonesia sebesar 262,0 juta jiwa dengan urbanisasi 55%, dan pengguna internet di Indonesia sebesar 132,7 juta dengan penetrasi 51%, pengguna media sosial sebesar 106,0 juta dengan penetrasi 40%, dengan mobile *subscription* sebesar 371,4 juta Vs populasi dengan 142%, dan pengguna ponsel aktif di Indonesia sebesar 92,0 juta dengan penetrasi 35%.

Berdasarkan hasil survei Kaspersky Lab di 26 negara, menjabarkan bahwa Negara Indonesia merupakan salah satu negara dengan korban penipuan *online* terbesar di dunia dengan 26 persen konsumen pernah menjadi korban (Iskandar, 2017). Dengan adanya hasil survey tersebut maka dapat dikatakan payung hukum di Indonesia masih lemah.

Banyak perusahaan di Indonesia yang menerapkan sistem jual beli *online* salah satunya yaitu PT.Hijup.com. Hijup adalah *Islamic Fashion E-commerce* yang pertama di Indonesia, dengan memiliki konsep *market place online*.

berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka identifikasi masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penerapan etika bisnis yang tidak sesuai dengan syariat Islam dalam transaksi jual beli *online* dan terdapatnya *cyber crime* (kejahatan) dalam jual beli *online*.
2. Banyaknya pelaku usaha *online* yang tidak menerapkan etika bisnis Islam.
3. Pelaku usaha *online* yang mengabaikan dasar hukum Islam baik pandangan para ulama berupa Fiqih dan fatwa DSN-MUI.
4. Terjadinya penurunan tingkat kepercayaan konsumen dalam jual beli *online*
5. Pelaku usaha *online* yang mengabaikan UU IT dalam kepercayaan konsumen.
6. Beralihnya para pelaku usaha dari bisnis konvensional menjadi bisnis *online*.
7. Berbagai macam jual beli dalam Islam yang berdasarkan pertukarannya secara umum dengan melakukan jual beli *salam* (pesanan), jual beli *muqayadah* (barter), jual beli *mutlqah* dan jual beli alat tukar dengan alat tukar.

LANDASAN TEORI

Etika dan Bisnis dalam Islam

a. Etika

Menurut Badroen (2007) etika berasal dari bahasa Yunani *ethos*, yang berarti kebiasaan (*custom*) atau karakter (*character*). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia etika adalah Ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral (akhlak).

b. Bisnis Islam

Arti kata bisnis dapat bermakna sebagai aktivitas yang dilakukan seseorang dan organisasi yang memproduksi barang dan jasa dengan maksud dan tujuan untuk

memenuhi kebutuhan manusia dengan mendapat imbalan pembayaran yang disebut dengan harga (Muhammad, 2007).

1. Prinsip-prinsip Etika Bisnis dalam Islam

Menurut Muhammad (2007) di dalam Islam, prinsip-prinsip utama dalam berdagang maupun berbisnis yaitu kejujuran dan kepercayaan serta ketulusan, serta perlu adanya beberapa prinsip lain, seperti :

- a. Tidak melakukan sumpah palsu.
- b. Takaran yang benar dan baik.
- c. I'tikad yang baik.

Jual Beli *Online*

Dasar Hukum Jual Beli *Online*

Jual beli *online* merupakan jual beli dengan pembayaran di muka. Dimana akad dalam jual beli dengan pembayaran di muka adalah *salam*. Menurut kompilasi hukum ekonomi Syariah dalam buku Fiqih Ekonomi Syariah DR.Mardani, *salam* adalah jasa pembiayaan yang berkaitan dengan jual beli yang pembiayaannya dilakukan bersamaan dengan pemesanan barang (Mardani, 2014).

Selain berdasarkan al-Qur'an dan sunah penjelasan tentang jual beli *salam* dijelaskan dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) NO:05/DSN-MUI/IV/2000 Tentang jual beli *salam*, menjelaskan adanya ketentuan tentang pembayaran, ketentuan tentang barang, ketentuan tentang *salam paralel*, pembatalan kontrak, dan perselisihan antara penjual dan pembelian.

b. Sistem Transaksi *Online*

Dalam transaksi *salam* ini diperlukan adanya keterangan mengenai pihak-pihak yang terlibat, yaitu orang yang melakukan transaksi secara langsung, juga syarat-syarat ijab qabul. Adapun pihak-pihak yang terlibat langsung adalah al-muslim dimana posisinya sebagai pembeli atau pemesan, dan juga muslim ilaihi, dimana posisinya sebagai orang yang di amanatkan untuk memesan barang yang di maksudkan.

Sementara itu ijab qabul sendiri bisa disampaikan secara lisan, tulisan (surat menyurat, isyarat yang dapat memberi pengertian yang jelas), hingga perbuatan atau kebiasaan dalam melakukan ijab qabul Napitupulu (2015)

Purkon berpendapat bahwa Suatu transaksi atau akad dinyatakan sah apabila terpenuhi syarat dan rukunnya. Dalam hukum Islam ada beberapa rukun dan syarat dengan suatu akad (transaksi), yaitu:

1. Ada nya dua pihak atau lebih yang melakukan akad (transaksi)

Dalam bisnis *online*, masing-masing pihak yang terlibat dalam transaksi harus memenuhi ketentuan-ketentuan untuk validitasi transaksi itu sendiri. Kedua pihak harus memenuhi ketentuan memiliki kecakapan hukum dan mempunyai wewenang untuk melakukan transaksi.

2. Ada sighat akad

Sighat akad adalah sesuatu yang menunjukkan apa yang ada dihati pihak yang melakukan akad akan terjadinya sebuah akad. Sighat biasanya disebut ijab dan qabul.

Dalam bisnis *online*, kedua pihak secara fisik tidak bertemu disuatu tempat. namun, mereka bertemu dalam satu majelis, yaitu majelis maya.

3. Ada objek akad

Objek dalam bisnis *online* umumnya berupa jasa, komoditi *digital*, atau *nondigital*. Hal ini tidak jauh berbeda dengan bisnis dunia nyata. Karena itu, objek dalam bisnis *online* harus memenuhi kriteria yang disyaratkan , yaitu berupa jasa atau komoditi yang halal, mempunyai nilai dan manfaat, memiliki kejelasan baik bentuk, fungsi maupun keadaannya, serta dapat diserahkan pada waktu, tempat (media) yang telah disepakati.

C. Konsep etika bisnis Islam terhadap jual beli *online* dalam perspektif Fiqih dan Fatwa DSN-MUI NO.05/DSN-MUI/IV/2000

Dalam Islam suatu kegiatan perdagangan harus adanya landasan hukum yang memerlukan dasar hukum Islam yaitu Al-Quran, Hadits dan Ijtihad. Konsep etika bisnis Islam terhadap jual beli *online* dalam perspektif Fiqih dan DSN-MUI, yaitu:

1. Fiqih

Pembahasan tentang jual beli *online* secara khusus tidak dijelaskan dalam al-Quran, tetapi selama ini berlandaskan pada hukum transaksi jual beli secara global. Secara terperinci pembahasan jual beli *online* dalam perspektif Islam sama dengan jual beli *salam*. Keduanya memiliki kesamaan dalam melakukan transaksi pembayaran yang dilakukan di awal dan penyerahan barang di akhir.

Landasan ayat yang memperbolehkannya jual beli *salam* adalah surah Al-Baqarah ayat 282:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى

“wahai orang-orang yang beriman ! Apabila kamu menjalankan sesuatu urusan dengan utang piutang yang diberi tempo hingga kesuatu masa yang tertentu maka hendaklah kamu menulis (utang dan masa pembayarannya itu)” (QS. al-Baqarah: 282).

Rivai menyatakan bahwa penerapan kegiatan usaha berbisnis pada awalnya sudah diterapkan Rasulullah saw dan beliau juga menerapkan etika bisnis Islam dalam perdagangannya, yaitu:

Pertama, bahwa prinsip esensial dalam berbisnis adalah kejujuran, Rasulullah sangat mengajurkan kejujuran dalam aktivitas bisnis. Beliau bersabda: *“Tidak dibenarkan seorang muslim menjual satu jualan yang mempunyai aib, kecuali ia menjelaskan aibnya”* (HR.Al-Quzwani). *“Siapa yang menipu kami, maka dia bukan kelompok kami”* (HR.Muslim).

Kedua, memiliki sikap *ta’awun* (menolong orang lain) merupakan bagian dari implikasi sosial kegiatan bisnis.

Ketiga, tidak melakukan sumpah palsu. Nabi Muhammad saw sangat melarang pelaku bisnis melakukan sumpah palsu dalam melakukan transaksi bisnis. Dari hadits riwayat bukhari, Nabi bersabda ; *“Dengan melakukan sumpah palsu, barang barang memang terjual, tetapi hasilnya tidak berkah”*.

Keempat, ramah-tamah. Dalam melakukan bisnis. Nabi Muhammad saw, mengatakan *“Allah merahmati seorang yang ramah tamah dan toleransi dalam berbisnis”* (HR. Bukhari dan Tarmizi).

Kelima, tidak boleh berpura-pura menawarkan dengan harga tinggi, agar orang lain tertarik membeli dengan harga tersebut. Sabda Nabi Muhammad saw, “*Janganlah kalian melakukan bisnis najsyah seorang pembeli tertentu, berkolusi dengan penjual untuk menaikkan harga, bukan dengan niat untuk membeli tetapi agar menarik orang lain untuk membeli*”.

Keenam, tidak boleh menjelekkkan bisnis orang lain, agar orang membeli kepadanya. Nabi Muhammad saw. Bersabda, “*Janganlah seorang diantara kalian menjual dengan maksud untuk menjelekkkan apa yang dijual oleh orang lain*” (HR.Muttafaq’alaih).

Ketujuh, tidak melakukan ikhtikar. Ikhtikar ialah menumpuk dan menyimpan barang dalam masa tertentu, dengan tujuan agar harganya suatu saat menjadi naik dan keuntungan besarpun diperoleh. Rasulullah sangat melarang terhadap perilaku bisnis semacam itu.

Kedelapan, takaran, ukuran dan timbangan yang benar.

Kesembilan, bisnis tidak boleh mengganggu kegiatan ibadah kepada Allah swt. Firman Allah swt, “*Orang yang tidak dilalaikan oleh bisnis lantaran mengingat Allah swt dan dari mendirikan sholat dan membayar zakat. Mereka takut kepada suatu hari itu, hati dan penglihatan menjadi goncang*”

Kesepuluh, membayar upah sebelum kering keringat karyawan. Nabi Muhammad saw, bersabda “*Berikanlah upah kepada karyawan, sebelum kering keringatnya*”.

Kesebelas, komoditi bisnis yang dijual adalah barang yang suci dan halal, bukan barang yang haram.

Kedua belas, bisnis dilakukan dengan suka rela, tanpa paksaan. Dalam hadis Nabi saw

عَنْ أَبِي سَعِيدٍ الْخُدْرِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ وَسَلَّمَ قَالَ : إِنَّمَا الْبَيْعُ عَنْ

تَرَاضٍ (رواه البيهقي وابن ماجه وصححه ابن حبان)

“*Dari Abu Sa’id Al-khudri bahwa Rasulullah SAW bersabda, Sesungguhnya jual beli itu harus dilakukan suka sama suka*” (HR. Al-Baihaqi dan Ibnu Majah, serta dinilai shahih oleh Ibnu Hibban).

2. DSN-MUI NO.05/DSN-MUI/IV/2000

Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI NO:05/DSN-MUI/IV/2000 Tentang jual beli *salam*.

Ketentuan tentang pembayaran :

1. Alat bayar harus diketahui jumlah dan bentuknya, baik berupa uang, barang, atau manfaat.
2. Pembayaran harus dilakukan pada saat kontrak disepakati.
3. Pembayaran tidak boleh dalam bentuk pembebasan hutang.

Ketentuan tentang barang :

1. Harus jelas ciri-cirinya dan dapat diakui sebagai hutang.
2. Harus dapat dijelaskan spesifikasinya.
3. Penyerahannya dilakukan kemudian.
4. Waktu dan tempat penyerahan barang harus ditetapkan berdasarkan kesepakatan.
5. Pembeli tidak boleh menjual barang sebelum menerimanya.
6. Tidak boleh menukar barang, kecuali dengan barang sejenis sesuai kesepakatan.

Ketentuan tentang *salam paralel* :

Diperbolehkan melakukan *salam paralel* dengan syarat, akad kedua terpisah dari, dan tidak berkaitan dengan akad pertama.

Penyerahan barang sebelum atau pada waktunya :

1. Penjual harus menyerahkan barang tepat pada waktunya dengan kualitas dan jumlah yang telah disepakati.
2. Jika penjual menyerahkan barang dengan kualitas yang lebih tinggi, penjual tidak boleh meminta tambahan harga.
3. Jika penjual menyerahkan barang dengan kualitas lebih rendah, dan pembeli tidak rela menerimanya, maka ia tidak boleh menuntut pengurangan harga (*diskon*).

4. Penjual dapat menyerahkan barang lebih cepat dari waktu yang disepakati dengan syarat kualitas dan jumlah barang sesuai dengan kesepakatan, dan ia tidak boleh menuntut tambahan harga.
5. Jika semua atau sebagian barang tidak tersedia pada waktu penyerahan atau kualitasnya rendah dan pembeli tidak rela menerimanya, maka ia memiliki dua pilihan:
 - a. Membatalkan kontrak dan meminta kembali uangnya.
 - b. Menunggu sampai barang tersedia.

Pembatalan kontrak :

Pada dasarnya pembatalan *salam* boleh dilakukan, selama tidak merugikan kedua belah pihak.

Perselisihan :

Jika terjadi perselisihan di antara kedua belah pihak, maka persoalannya diselesaikan melalui Badan Arbitrasi Syariah setelah tidak tercapai kesepakatan melalui musyawarah.

Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI menjelaskan keterkaitan etika bisnis Islam, menetapkan pada *point* tentang ketentuan barang dan penyerahan barang sebelum atau pada waktunya. Menunjukkan kepada pelaku usaha harus menjalankan usahanya sesuai fatwa yang ada.

Adanya fatwa yang menjelaskan tentang jual beli *salam* merupakan sebuah fatwa yang sama sebagai acuan pelaku usaha atau produsen dalam jual beli *online*. Dan dikuatkan dengan fatwa baru sebagai induk fatwa jual beli yang diluncurkan Dewan Syariah Nasional MUI NO:11/DSN-MUI/IX/2017 Tentang akad jual beli.

Ketentuan terkait shigat al-‘Aqd:

1. Akad jual beli harus dinyatakan secara tegas dan jelas serta dipahami dan dimengerti oleh penjual dan pembeli.
2. Akad jual beli boleh dilakukan secara lisan, tertulis, isyarat, dan perbuatan/tindakan, serta dapat dilakukan secara elektronik sesuai Syariah dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitatif yaitu pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara

Lokasi Penelitian

PT.Hijup.com merupakan salah satu perusahaan *E-commerce* di Indonesia yang bertempat di Jl. Pejaten Raya Kav.15 Pasar Minggu, Jakarta Selatan, 12520.

Jenis data penelitian ini bersifat *deskriptif analisis*, metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari pihak narasumber PT Hijup.com dan perilaku yang telah diwawancarai untuk membuat pernyataan secara sistematis, realistis dan akurat mengenai yang ada.

HASIL PENELITIAN

Penerapan Etika Bisnis Islam pada PT.Hijup.com

a. Sumber Daya Manusia (karyawan)

secara internal hijup mencari karyawan yang memiliki integritas yang baik, orang yang senang membantu, orang yang senang belajar, dan orang yang sudah menyesuaikan diri. Dan yang lebih utama mengatur karyawan harus berlaku jujur dalam melakukan pekerjaan. Penerapan etika bisnis Islam yang diberikan perusahaan hijup kepada karyawan, seperti fasilitas, kegiatan, hak dan kewajiban.

1. Fasilitas

Fasilitas yang diberikan hijup kepada karyawannya, yaitu:

a) Fasilitas *area smooking*

Meskipun menurut syariahnya, pengharaman terhadap rokok, hijup memberikan fasilitas ruangan bukan berarti menghalalkan atau membolehkan adanya merokok. Melainkan agar terfasilitas terdapatnya ruangan agar asap rokok tidak berdampak pada perokok pasif yang berada di perusahaan hijup sendiri.

b) Fasilitas mushola

Merupakan suatu ruangan khusus bagi kaum muslimin yang disediakan oleh perusahaan untuk melakukan aktivitas ibadahnya yang berurusan dengan sang pencipta, agar terjaga waktu sholatnya.

c) Fasilitas *nursing room*

Fasilitas *nursing room* atau ruang ibu menyusui, merupakan salah satu fasilitas yang diberikan perusahaan.

2. Kegiatan

Kegiatan lain seorang pegawai hijup, yaitu bekerja. Hijup juga membuat acara kajian khusus bagi pegawai yang dilaksanakan rutin sebulan sekali untuk meningkatkan keimanan seorang hamba kepada sang pencipta.

3. Hak dan Kewajiban

Dari peraturan perusahaan hijup, hak dan kewajiban karyawan yaitu haknya mendapatkan upah dari hasil yang ia kerjakan dan kewajibannya yaitu melaksanakan tugas dan memberikan kontribusi yang terbaik untuk perusahaan.

b. Bisnis

1. Kriteria Bisnis

Dalam melakukan kerjasama, hijup memiliki kriteria khusus para *tenant* untuk bergabung yaitu yang menjual,

- a) Pakaian muslimah baik laki-laki maupun wanita,
- b) Produk kecantikan yang tidak mengandung bahan-bahan berbahaya dan halal yang tidak mengenakan *alkohol*,
- c) Aksesoris yaitu tas dan sepatu,
- d) Alat sholat, dan
- e) Perlengkapan dasar wanita dari manset, ciput dan kaos kaki.

2. Layanan Produk

Kegiatan produksi, hijup memberikan layanan yang terbaik untuk memuaskan para *customer* hijup yaitu:

a) Segi informasi, hijup memberikan informasi secara *detail* ukuran produk, bahan, sampai berbagai macam model produk yang disajikan.

3. Segi pelayanan, memberikan pelayanan yang terbaik dan tercepat dalam melakukan pelayanannya seperti *Hijup express yaitu shop now, have it now same day delivery for Jakarta area*.

4. Metode Pembayaran

Hijup dalam melakukan pembayaran, menyediakan berbagai macam layanan pembayaran yaitu :

a) COD (*Cash on Delivery*)

b) TRANSFER BANK

c) Kartu Kredit

d) PayPal

e) *Point* (Tanda *love*)

5. Proses Pelayanan

أَيُّ الْإِسْلَامِ خَيْرٌ؟ قَالَ: تُطْعِمُ الطَّعَامَ وَتَقْرَأُ السَّلَامَ عَلَى مَنْ عَرَفْتَ وَمَنْ

لَمْ تَعْرِفْ (رواه البخاري ومسلم عن عبد الله بن عمر رضي الله عنه)

Islam apa yang paling baik ? Rasulullah Saw. Menjawab: “Memberikan makanan, mengucapkan salam baik kepada orang yang kamu kenal maupun kepada orang yang tidak kamu kenal” (HR.Bukhari dan Muslim dari Abdullah bin Umar Ra).

Dalam hadits bukhari dan muslim menjelaskan mengucapkan salam merupakan kewajiban. Proses pelayanan hijup menerapkan kata salam yaitu assalamualaikum/waalaikumsalam dalam melakukan kegiatan untuk menyambut para konsumen atau melayani konsumen baik secara tatap muka maupun *online* atau dunia maya.

Langkah-langkah hijup dalam menanggapi konsumen yang *complain*, yaitu :

- a) Mendengarkan,
- b) Mencatat *complain* konsumen, petugas *customer service* menangani langsung dan memberikan *respon* apabila bisa ditangani pada saat itu juga dan,
- c) Memberikan estimasi waktu, apabila tidak bisa memberikan *respon* secara langsung.

c. Aplikasi pelayanan pada PT Hijup.com

Hijup memberikan inovasi *service* untuk meningkatkan pelayanan kepada *customer*, yaitu;

a. Hijup *warehouse store*

Hijup *warehouse store* adalah *offline store* atau toko dalam dunia nyata yang dimiliki hijup, wujud toko fisiknya dapat dikunjungi langsung oleh *customer*. COD (*Cash on Delivery*)

COD (*Cash on Delivery*) adalah metode pembayaran dimana *customer* membayar barang yang dipesan pada saat barang diterima oleh *customer*.

Hijup memiliki estimasi waktu dalam melakukan pengiriman dengan metode COD adalah 2 sampai 3 hari kerja. Daerah yang di jangkau dengan memakai *service* COD adalah JABODETABEK, Bandung, Surabaya, dan Medan. Pengiriman gratis ongkir hingga Rp 30.000

b. Pengembalian dan pertukaran

Pembeli dapat menggunakan fasilitas ini apabila:

1. Ukuran barang yang diterima tidak sesuai dengan ukuran yang dipesan,
2. Terdapat cacat pada barang yang diterima,
3. Warna barang yang diterima tidak sesuai dengan warna yang ada di foto.

Ketentuan dalam pengembalian barang, yaitu Konfirmasi penukaran produk ke CS dilakukan maksimal 2x24 jam setelah produk diterima *customer*.

d. Relevansi etika bisnis Islam menurut Fiqih dan Fatwa DSN-MUI NO.05/DSN-MUI/IV/2000 terhadap konsep bisnis di PT.HIJUP.COM

Pada dasarnya menurut Fiqih maupun Fatwa DSN-MUI memiliki pandangan yang sama terhadap etika bisnis Islam. Karena, menurut Fiqih dan DSN-MUI memiliki landasan yang sama sebagai suatu acuan etika bisnis Islam yang baik dan benar yaitu berlandaskan pada al-Qur'an, hadits dan ijtihad. DSN-MUI memiliki kewenangan untuk menetapkan fatwa tentang produk, jasa, dan kegiatan bank yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip Syariah. Dengan tugasnya yaitu menumbuh kembangkan penerapan nilai-nilai Syariah dalam kegiatan perekonomian, mengeluarkan fatwa atau jenis-jenis kegiatan keuangan, mengeluarkan fatwa atas produk dan jasa keuangan Syariah.

Dalam perspektif fiqih, etika bisnis Islam merupakan suatu landasan yang beracuan pada perilaku bisnis yang dilakukan atau diterapkan oleh Rasulullah saw. Perilaku yang diterapkan oleh Rasulullah saw memperhatikan sikap jujur dalam berbisnis. Sementara dalam perspektif DSN-MUI, sama membahas tentang sikap jujur dalam berbisnis hanya saja cakupan yang diberikan dsn-mui lebih dirincikan penerapannya sesuai dengan kondisi sekarang dan dijabarkan dengan keluarnya fatwa dsn-mui NO.05/DSN-MUI/IV/2000.

Konsep bisnis yang dijalankan hijup merupakan konsep yang mengutamakan *Trusted, Helpful and Empower*, yaitu:

1. Memberikan kepercayaan konsumen merupakan nilai inti perusahaan yang memberikan produk terbaik dan banyak pilihan produk bagi *customer*.
2. Nilai inti perusahaan kedua *helpful* yaitu bermanfaat.
3. Dan nilai inti perusahaan ketiga *empower* yaitu memberdayakan.

Pandangan fiqih dan dsn-mui, Perusahaan *e-commerce* hijup menerapkan kegiatan usaha binisnya. Dalam etika bisnis Islam yang diterapkan Rasulullah, hijup menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI NO:05/DSN-MUI/IV/2000 terhadap proses kegiatan usahanya.

Dengan menerapkan etika bisnis Islam, maka dapat dikatakan hijup merupakan bisnis syariah. Apabila suatu usaha mengutamakan kejujuran dalam perdagangannya maka

akan mendatangkan keberkahan bagi pelaku usaha. Bisnis syariah merupakan bisnis yang menerapkan etika bisnis itu sendiri, yang mengutamakan persaingan sehat, kejujuran, keterbukaan, dan keadilan.

Maka menurut analisis peneliti bahwasannya Perusahaan Hijup merupakan perusahaan *e-commerce* yang menjalankan kegiatan bisnis nya berdasarkan konsep etika bisnis Islam yang menerapkan kegiatan usahanya sesuai dengan Kaidah Fiqih maupun berdasarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI NO:05/DSN-MUI/IV/2000. Dengan adanya hijup menerapkan etika bisnis yang sesuai dengan Fiqih dan fatwa DSN-MUI maka dapat dikatakan bahwa hijup merupakan golongan bisnis Syariah. Bisnis Syariah yang diterapkan hijup, pada setiap kegiatan usahanya tersebut telah memberikan *masalah* kepada konsumen, karyawan maupun mitra bisnisnya.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis tentang Konsep Etika Bisnis Islam terhadap Jual Beli *online* dalam Perspektif Fiqih dan Fatwa DSN-MUI NO.05/DSN-MUI/IV/2000 yang diterapkan pada PT Hijup.com, maka penulis menyimpulkan:

- a. Hijup merupakan perusahaan *e-commerce* yang menjalankan kegiatan bisnis sesuai dengan Kaidah Fiqih maupun berdasarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI NO:05/DSN-MUI/IV/2000. Membangun SDM yang Islami
- b. Membangun bisnis yang jujur dan adil. Seperti, bekerjasama dengan para *tenant*, memberikan informasi yang secara akurat terhadap produk yang dihasilkan, pelayanan yang terbaik kepada konsumen dan memberikan kemudahan dalam metode pembayaran yang dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Arif, M.Nur Rianto. *Dasar-Dasar Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Era Adicitra Intermedia, 2011.
- Badroen, Faisal. dkk. *Etika bisnis dalam Islam*. Jakarta : Kencana, 2007.
- Dewan Syariah Nasional MUI, Fatwa Dewan Syariah Nasional NO:05/DSN-MUI/IV/2000 Tentang jual beli *salam*.
- Dewan Syariah Nasional MUI, Fatwa Dewan Syariah Nasional NO:11/DSN-MUI/IX/2017 Tentang akad jual beli.
- Hidayat, Enang. *Fiqih Jual Beli*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015.
- Iskandar, “26 Persen Konsumen Indonesia Jadi Korban Penipuan Online”, <http://tekno.liputan6.com/read/2883901/26-persen-konsumen-indonesia-jadi-korban-penipuan-online?source=search> (diakses 11 oktober 2017).
- Mardani. *Fiqih Ekonomi Syariah*. Jakarta : Kencana, 2012.
- Muhammad. *Aspek Hukum dalam Muamalat*. Yogyakarta : Graha Ilmu, 2007.
- Napitupulu, Rodame Monitorir. “Pandangan Islam Terhadap Jual Beli *Online*.” *Ekonomi dan Bisnis Islam*. No.2. Juli-Desember 2015. 126-128.
- Purkon, Arip. *Bisnis Online Syariah*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014.
- Rivai, Veithzal. Dkk. *Islamic Business and Economic Ethics*. Jakarta : Bumi Aksara, 2012.
- Untung. Ignatius. “Lanskap E-commerce Indonesia”, dalam Asosiasi E-Commerce Indonesia , 26 Oktober 2017.

Internet

<https://kbbi.web.id>