

Penerapan Etika Bisnis Islam di Kalangan Mahasiswa FEBI UINSU dalam Transaksi Jual Beli Online

¹Azizah Anisah, ²Eka Fadhila, ³Indriani Pasaribu, ⁴Sinarta Sigalingging,
⁵Fitri Hayati

Jurusan Manajemen, Universitas Islam Negeri Sumatra Utara Medan^{1,2,3,4,5}

*Email:

¹azizahanisah612@gmail.com, ²ekafadhila7@gmail.com, ³indriyanipsb2@gmail.com,
⁴sinartasigalingging@gmail.com, ⁵fitrihayati@uinsu.ac.id

Diterima: 20-01-2025 | Disetujui: 21-01-2025 | Diterbitkan: 22-01-2025

ABSTRACT

The application of Islamic business ethics in online buying and selling transactions among students Febi of the State Islamic University of North Sumatra (UINSU) is an important concern, especially considering the potential conflict between the principles of Islamic business ethics and the practices carried out. This research uses a qualitative approach with a case study method. Data were obtained through in- depth interviews and document analysis. The results showed that the majority of students understand the basic principles of Islamic business ethics, such as honesty, fairness, transparency, and responsibility. However, the implementation of these principles has not been fully consistent, especially in the aspects of pricing, disclosing product information, and handling consumer complaints. The main factors influencing the level of implementation of Islamic business ethics are the level of religious knowledge, economic motivation, and the influence of the social environment. Recommendations are given to improve Islamic business ethics education through formal curriculum and extracurricular programs. This research aims to contribute to understanding the application of Islamic values in online buying and selling activities, while encouraging the creation of transactions that are in accordance with sharia principles and provide benefits for all parties.

Keywords: Islamic Business Ethics, Online Buying and Selling, student

ABSTRAK

Penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli online di kalangan mahasiswa Febi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UINSU) menjadi perhatian penting, terutama mengingat potensi konflik antara prinsip etika bisnis Islam dan praktik yang dilakukan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dan analisis dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa memahami prinsip dasar etika bisnis Islam, seperti kejujuran, keadilan, transparansi, dan tanggung jawab. Namun, implementasi prinsip-prinsip tersebut belum sepenuhnya konsisten, khususnya dalam aspek penentuan harga, pengungkapan informasi produk, dan penanganan keluhan konsumen. Faktor-faktor utama yang memengaruhi tingkat penerapan etika bisnis Islam adalah tingkat pengetahuan agama, motivasi ekonomi, dan pengaruh lingkungan sosial. Rekomendasi diberikan untuk meningkatkan edukasi etika bisnis Islam melalui kurikulum formal dan program ekstrakurikuler. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi dalam memahami penerapan nilai-nilai Islam pada aktivitas jual beli online, sekaligus mendorong terciptanya transaksi yang sesuai dengan prinsip syariah dan memberikan manfaat bagi semua pihak.

Kata Kunci: Etika Bisnis Islam, Jual Beli Online dan Mahasiswa

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Anisah, A. ., Fadhila, E. ., Pasaribu, I. ., Sigalingging, S. ., & Hayati, F. . (2025). Penerapan Etika Bisnis Islam di Kalangan Mahasiswa FEBI UINSU dalam Transaksi Jual Beli Online. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1b), 2679-2685. <https://doi.org/10.62710/dk77tj20>

PENDAHULUAN

Setiap manusia, sebagai bagian dari fitrahnya, memiliki dorongan untuk berusaha dan bekerja demi memperoleh penghasilan yang cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Dalam ajaran agama Islam, terdapat kewajiban bagi individu yang memiliki tanggungan untuk bekerja. Salah satu bentuk usaha yang banyak dijalankan adalah berbisnis melalui jual beli. Jual beli ini sangat penting bagi masyarakat, karena merupakan cara untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari melalui sarana dan prasarana yang tersedia.

Pasar menjadi salah satu lokasi utama di mana aktivitas jual beli berlangsung. Dalam dunia pemasaran, jual beli dapat diartikan sebagai proses pertukaran barang atau benda yang memiliki nilai, dilakukan secara sukarela antara pembeli dan penjual, berdasarkan kesepakatan bersama. Proses ini juga biasanya melibatkan tawar-menawar harga, di mana kedua pihak berupaya mencapai kesepakatan yang dapat diterima, sesuai dengan perjanjian ataupun ketentuan yang sesuai dengan prinsip syariah.

Namun dalam perkembangan zaman sekarang ini, jual beli sudah tidak hanya dilakukan dalam pasar maupun bertatap muka. Karena sudah terjadinya pergeseran dengan adanya perkembangan teknologi, sehingga masyarakat bisa melakukan perdagangan dan transaksi melalui teknologi yang canggih atau disebut jual beli secara online (online shop).

Kemajuan teknologi informasi yang begitu pesat telah membawa perubahan yang besar di berbagai bidang kehidupan, termasuk bisnis. Salah satu perubahan yang signifikan adalah adanya platform transaksi jual beli online. Ini adalah metode perdagangan yang sangat populer, terutama di kalangan anak muda. Mahasiswa termasuk generasi yang akrab dengan teknologi dan karenanya sering menggunakan media digital, baik sebagai konsumen maupun penyedia.

Namun, di tengah kemudahan dan efisiensi yang ditawarkan oleh transaksi online, muncul tantangan terkait penerapan nilai-nilai etika, terutama dalam konteks etika bisnis Islam. Etika bisnis Islam menekankan prinsip kejujuran, transparansi, keadilan, dan tanggung jawab dalam setiap aktivitas bisnis. Prinsip ini menjadi penting untuk memastikan bahwa transaksi yang dilakukan tidak hanya menguntungkan secara materi, tetapi juga memberikan keberkahan dan tidak melanggar ketentuan syariat.

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UINSU) memiliki tanggung jawab untuk menginternalisasikan nilai-nilai Islam bagi para pengajarnya. Oleh karena itu, menarik untuk mengkaji sejauh mana beberapa mahasiswa FEBI UINSU yang telah dibekali pendidikan agama, menerapkan prinsip etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli online yang mereka lakukan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis penerapan nilai-nilai tersebut, mengidentifikasi tantangan dan memberikan gambaran mengenai kesadaran mahasiswa UINSU akan pentingnya etika bisnis Islam dalam bertransaksi secara digital.

TINJAUAN TEORITIS

A. Etika Bisnis Islam

Secara etimologis, etika berasal dari kata Yunani "ethos" yang berarti praktik, moral, karakter, perasaan, sikap, cara berpikir, dan tradisi. Etika "filsafat tentang nilai-nilai, kesusilaan tentang baik dan buruk".

Husein Umar dalam bukunya mendefinisikan bisnis yaitu "seluruh kegiatan yang diorganisasikan oleh orang-orang yang berkecimpung di dalam bidang perniagaan (produsen, pedagang, dan industri dimana perusahaan berada) dalam

rangka memperbaiki standar serta kualitas hidup mereka.” (Hussein Umar, 2001:). Padahal antara bisnis dan etika mempunyai hubungan yang erat, karena bisnis merupakan suatu kegiatan yang menuntut adanya tanggung jawab moral dalam pelaksanaannya (Sunnyoto, 2016:13-14).

Etika bisnis Islam adalah sistem nilai yang menentukan bagaimana kegiatan bisnis dijalankan sesuai dengan ajaran Islam. Etika didasarkan pada prinsip-prinsip yang berasal dari Al-Qur'an, Hadis dan tafsir para ulama. Prinsip-prinsip tersebut mengedepankan keadilan, kejujuran, tanggung jawab serta menghindari praktik- praktik yang merugikan atau dilarang oleh syariat, seperti riba, gharar (ketidakpastian) atau penipuan.

B. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam

Prinsip-prinsip yang harus diterapkan dalam menjalankan sebuah bisnis. (Faisal Badroen, 2006: 89-101):

1. Kesetaraan (Tauhid):
Konsep tauhid (dimensi vertikal) berarti bahwa Allah telah menetapkan batas- batas tertentu untuk tindakan manusia sebagai khalifah. Hal ini dilakukan untuk memberikan manfaat kepada semua orang tanpa mengorbankan hak-hak orang lain, serta menjalin hubungan horizontal dengan kehidupan sesama manusia dan seluruh alam semesta untuk mencapai tujuan yang sama.
2. Keseimbangan
Karena bersikap adil akan mendekatkan seseorang pada ketakwaan, Islam melarang kecurangan dalam berbisnis, bahkan dengan hanya membawa sesuatu ke dalam situasi yang menimbulkan ketidakpastian. Keadaan tersebut dapat menyebabkan terganggunya oprasional pasar atau timbulnya informasi penting mengenai transaksi yang tidak diketahui oleh salah satu pihak. agama Islam mengajarkan kepada umatnya untuk berlaku adil dan berbuat baik setiap saat.
3. Kehendak bebas
kebebasan sangat penting dalam etika bisnis Islam. Namun, jangan sampai kebebasan tersebut mengganggu atau mengganggu kepentingan orang lain atau masyarakat secara keseluruhan. Manusia diperbolehkan untuk mencoba hal-hal baru, terutama dalam bisnis, tetapi agama tidak melarang mereka untuk melakukan apa yang dilarang oleh ajarannya.
4. .Tanggung jawab
Jika seseorang menerima prinsip tanggung jawab individu, setiap orang akan diadili secara individu pada hari kiamat. Satu-satunya cara untuk menghilangkan perbuatan jahat seseorang adalah dengan meminta pengampunan dari Tuhan dan melakukan perbuatan baik.
5. Benevolence (Ihsan)
Ihsan berarti melakukan perbuatan baik yang bermanfaat bagi orang lain tanpa ada kewajiban yang mengharuskan Anda melakukannya atau beribadah dan berbuat baik seolah-olah Anda melihat Allah, jika tidak mampu, maka yakinlah bahwa Allah melihat.

C. Transaksi Jual Beli Online

Transaksi jual beli online merupakan bentuk perdagangan yang menggunakan platform digital untuk memfasilitasi interaksi antara penjual dan pembeli. Dalam konteks ini, ada karakteristik unik yang memengaruhi penerapan etika bisnis, seperti:

1. Ketidakhadiran fisik (virtual)
Transaksi dilakukan tanpa pertemuan langsung, sehingga kepercayaan menjadi elemen utama.
2. Informasi yang asimetris
Pembeli sering kali hanya bergantung pada informasi yang diberikan oleh penjual mengenai produk atau jasa.
3. Kecepatan dan efisiensi
Transaksi dilakukan dengan cepat, yang kadang dapat mengabaikan aspek transparansi dan kualitas layanan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang penerapan etika bisnis Islam dalam aktivitas jual beli online oleh mahasiswa Febi Universitas Islam Sumatera Utara (UINSU). Pendekatan ini dipilih karena sangat cocok untuk mempelajari fenomena sosial yang kompleks, menggali pengalaman serta pemahaman individu mengenai prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Fokus utama penelitian ini adalah menggambarkan bagaimana nilai-nilai Islam diterapkan dalam praktik jual beli online, termasuk faktor-faktor yang memengaruhinya dan tantangan yang dihadapi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Etika bisnis Islam merupakan prinsip yang berlandaskan nilai-nilai Islam, seperti kejujuran, keadilan, tanggung jawab, dan transparansi, yang bertujuan untuk menciptakan transaksi yang berkah dan menghindari unsur kecurangan. Dalam lingkungan mahasiswa Febi UINSU, penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli online semakin relevan mengingat perkembangan teknologi yang mendorong berbagai aktivitas ekonomi berbasis digital.

Beberapa mahasiswa yang diwawancarai mengakui bahwa mereka terkadang memberikan deskripsi produk yang tidak sepenuhnya akurat untuk merangsang keinginan membeli. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun pentingnya nilai kejujuran diakui sebagai bagian penting dari etika bisnis Islam, implementasinya masih perlu ditingkatkan terutama dalam menghadapi persaingan yang ketat di pasar digital.

1. Prinsip Kejujuran dalam Penjualan

Mahasiswa Febi UINSU yang menjalankan bisnis online umumnya memahami pentingnya kejujuran sebagai nilai utama dalam transaksi. Hal ini tercermin dari cara mereka memasarkan produk, yaitu dengan memberikan deskripsi barang yang sesuai dengan kondisi sebenarnya. Misalnya, jika menjual barang *second-hand*, mahasiswa akan dengan jujur menjelaskan kondisi barang, kekurangan yang ada, serta harga yang wajar. Kejujuran ini sejalan dengan ajaran Islam yang melarang tipu daya (*Gharar*) Dalam setiap jenis transaksi antara produsen dan konsumen, atau penjual dan pembeli, tidak boleh ada unsur penipuan dari pihak salah satu pihak. Dengan kata lain, tidak boleh ada sesuatu pun yang

dapat mengarah pada penipuan. Perasaan bahwa satu pihak dirugikan dibandingkan dengan pihak lain.
.Keadilan dalam Penetapan Harga

Dalam transaksi online, mahasiswa Febi UINSU cenderung menerapkan prinsip keadilan dengan menetapkan harga yang tidak merugikan pembeli maupun penjual. Mereka berusaha untuk tidak mengambil keuntungan yang berlebihan (riba) dan menghargai nilai dari barang atau jasa yang mereka jual. Prinsip ini menjadi penting untuk membangun kepercayaan dalam jangka panjang antara mahasiswa sebagai pelaku bisnis dan pelanggan.

2. Tanggung Jawab dalam Pengelolaan Transaksi

Sebagai generasi muda yang aktif di dunia digital, mahasiswa Febi UINSU memperlihatkan tanggung jawab dalam menjalankan bisnis online, seperti memastikan produk sampai tepat waktu dan dalam kondisi yang baik. Selain itu, mereka juga menjaga komunikasi yang baik dengan pelanggan untuk menyelesaikan permasalahan, misalnya jika terjadi keterlambatan pengiriman atau barang yang tidak sesuai pesanan. Sikap ini mencerminkan akhlak Islami yang menghargai hak dan kepentingan pihak lain.

3. Transparansi dalam Proses Jual Beli

Transparansi dalam proses transaksi adalah salah satu ciri penting dari etika bisnis Islam. Mahasiswa Febi UINSU menunjukkan komitmen ini dengan memberikan informasi yang jelas mengenai detail produk, harga, metode pembayaran, hingga kebijakan retur. Transparansi ini tidak hanya menjaga kepercayaan pelanggan, tetapi juga memastikan bahwa transaksi yang dilakukan bebas dari unsur gharar atau ketidakpastian.

4. Menghindari Praktik yang Haram

Sebagai mahasiswa yang memahami ajaran Islam, mereka juga berusaha menghindari praktik jual beli barang yang haram, seperti produk yang mengandung alkohol, makanan tidak halal, atau produk lain yang bertentangan dengan prinsip syariah. Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran etika bisnis Islam tidak hanya sebatas teori, tetapi juga diterapkan dalam keputusan sehari-hari.

Meskipun sebagian besar mahasiswa Febi UINSU telah mengimplementasikan etika bisnis Islam dalam transaksi online, tantangan tetap ada seperti persaingan harga yang tidak sehat, kurangnya pemahaman tentang detail syariah, serta tekanan untuk mendapatkan keuntungan instan. Namun, dengan pembinaan dan edukasi yang terus-menerus dari kampus maupun komunitas, nilai-nilai etika bisnis Islam dapat lebih tertanam dalam setiap aktivitas mereka.

KESIMPULAN

Penerapan etika bisnis Islam di kalangan mahasiswa Febi UINSU dalam transaksi jual beli online menyatakan bahwa prinsip-prinsip Islam, seperti kejujuran, keadilan, tanggung jawab, transparansi, dan penghindaran praktik haram, menjadi landasan penting dalam aktivitas bisnis mereka. Meski sebagian besar mahasiswa memahami dan berupaya menerapkan nilai-nilai tersebut, tantangan seperti persaingan harga yang ketat, tekanan untuk mendapatkan keuntungan cepat, dan keterbatasan pemahaman tentang detail syariah masih perlu diatasi. Dengan adanya pembinaan yang berkelanjutan dari kampus, komunitas, dan lingkungan sekitar, mahasiswa Febi UINSU dapat meningkatkan integritas mereka sebagai pelaku bisnis yang menjunjung tinggi nilai Islami sekaligus beradaptasi dengan dinamika pasar digital. Pendekatan ini tidak hanya mendukung keberhasilan ekonomi mereka, tetapi juga memastikan setiap transaksi membawa keberkahan dan manfaat bagi semua pihak.

DAFTAR PUSTAKA

- A'yun, Q. A. N., Chusma, N. M., Putri, C. N. A., & Latifah, F. N. (2021). Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Pada E-Commerce Populer Di Indonesia. *JPSDa: Jurnal Perbankan Syariah Darussalam*, 1(2), 166-181.
- Alyaafi, M., & Andhera, M. R. (2023). Riba Dalam Pandangan Al-Qur'an Dan Hadist. *Jurnal Sosial Humaniora Sigli*, 6(1), 290-294.
- Asrulla, A., Syukri, A., Jeka, F., & Junaidi, R. (2024). Konsepsi Etika, Moral, Dan Ilmu Pengetahuan Dalam Perspektif Humanisme. *Jurnal Genta Mulia*, 15(2), 257- 268.
- Azizah, M. (2020). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Daring Di Toko Online Shopee. *Humani (Hukum dan Masyarakat Madani)*, 10(1), 83-96.
- Damanik, A. Z. (2024). Peran Hukum Ekonomi Syariah Dalam Mengatur Transaksi Bisnis Syariah. *Eksekusi: Jurnal Ilmu Hukum Dan Administrasi Negara*, 2(3), 434-441.
- Haryanti, N., & Wijaya, T. (2019). Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Pd Pasar Tradisional Pancasila Tasikmalaya. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(2).
- Hidayah, N. (2023). *Analisis penerapan etika bisnis islam dalam transaksi jual beli pakaian secara online (studi kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan)* (Doctoral dissertation, UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan).
- Latifah, S., Syarifuddin, S., Sahfutra, S. A., & Anggaraini, R. M. (2024). Pemahaman Pedagang Muslim terhadap Etika Bisnis Islam di Desa Klambir V Kebun, Kecamatan Hamparan Perak, Kabupaten Deli Serdang. *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 9(4), 655-664.
- Lestari, P. S., & Jubaedah, D. (2023). Prinsip-Prinsip Umum Etika Bisnis Islam. *J-Alif: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah dan Budaya Islam*, 8(2), 220-232.
- Lubis, H. A. S., & Ricka Handayani, M. M. (2023). *Generasi Z dan Entrepreneurship*. Bypass.
- Majduddin, M. (2023). Analisis Etika Bisnis Berdasarkan Pemikiran Al-Imam Ghazali: Studi Kasus Pada Perusahaan Miniral Water Dan Mbs Bakery. *MASADIR: Jurnal Hukum Islam*, 3(02), 690-707.
- Maulidizen, A. (2024). KONSEP DASAR EKONOMI ISLAM. *BUKU AJAR Pengantar Ekonomi Islam*, 1.
- Nani, U. (2018). *Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Online Sistem Dropshipping Di Ritel Wilayah Ponorogo* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- Premana, A., Fitralisma, G., Yulianto, A., Zaman, M. B., & Wiryo, M. A. (2020). Pemanfaatan teknologi informasi pada pertumbuhan ekonomi dalam era disrupsi 4.0. *Journal of Economic and Management (JECMA)*, 2(2), 1-6.
- Ratiwi, R., Anggriani, R. A., Mawati, W. A., & Hasan, Z. (2024). PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN DAN TRANSPARANSI TRANSAKSI DALAM JUAL BELI SYARIAH TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN. *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 5(9), 137-147.
- Reni, W. N. (2021). *Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Tokopedia* (Doctoral dissertation, Uin Raden Intan Lampung).
- Sain, M., & Bahri, S. (2024). Ekonomi Islam sebagai Landasan Fundamental dalam Praktik Bisnis Online Era Digital. *El-kahfi| Journal of Islamic Economics*, 5(02), 203-218.
- Sumirat, I. R. (2019). Sumbangan Islam Dalam Pembentukan Hukum Perlindungan Konsumen Nasional. *Al Qisthas: Jurnal Hukum dan Politik Ketatanegaraan*, 6(1), 110-130.
- Thian, A. (2021). *Ekonomi Syariah*. Penerbit Andi.
- Wati, D., Arif, S., & Devi, A. (2022). Analisis penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli online di Humaira Shop. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(1), 141-154.