

ETIKA BISNIS BERBASIS MAQASHID SYARIAH PADA PENJUALAN PRODUK HIJAB DI HEIJAB.ID MAKASSAR DALAM E-COMMERCE SHOPEE

Nurazizah Syam

¹Uin Alauddin Makassar

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Uin Alauddin Makassar

*Correspondence author: ichaazizahsyami8@gmail.com

Abstract. The results of the research that has been carried out show that maqashid sharia-based sales at the Heijab store in Shopee e-commerce have been carried out well, covering several categories such as maintaining religion, protecting the soul, protecting the mind, protecting offspring, and protecting property. As for the business ethics sale and purchase agreement at the Heijab store regarding sales at Shopee E-Commerce, it is in accordance with several applicable business ethics principles, but it is very unfortunate that there are several business ethics principles that have not been implemented properly, namely the principle of honesty and the principle of justice, both principles These are related to each other if they are implemented well by the Heijab shop. As for several obstacles in implementing or applying business ethics in Shopee e-commerce, namely not being optimal in implementing business ethics for Shopee sellers and obstacles on the part of Heijab's own internal parties in presenting product descriptions on Shopee accounts.

Keywords: business ethics; maqashid sharia; e-commerce; shopee

Abstrak. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa penjualan berbasis maqashid syariah pada store heijab dalam e-commerce shopee sudah terlaksana dengan baik dengan mencakup beberapa kategori seperti memelihara agama, melindungi jiwa, melindungi akal, melindungi keturunan, dan melindungi harta. Adapun mengenai akad jual beli etika bisnis pada store heijab terhadap penjualannya di E-Commerce Shopee sudah sesuai dengan beberapa prinsip etika bisnis yang berlaku, akan tetapi sangat disayangkan ada beberapa prinsip etika bisnis yang belum terlaksana dengan baik yaitu prinsip kejujuran dan prinsip keadilan, kedua prinsip ini saling berkaitan satu sama lain apabila mereka menerapkannya dengan baik oleh pihak toko heijab. Adapun terkait beberapa kendala dalam pengimplementasian atau penerapan etika bisnis pada e-commerce shopee yaitu belum maksimal dalam menerapkan etika bisnis bagi para shopee seller dan kendala pada pihak internal heijab itu sendiri didalam memaparkan deskripsi produknya pada akun shopee.

Kata Kunci: etika Bisnis; maqasyid Syariah; e-commerce; shopee

PENDAHULUAN

Sebagai agama yang sempurna, Islam telah mengatur hubungan antar manusia. Baik secara vertikal, maupun horizontal. Hubungan secara vertikal berkaitan dengan hubungan manusia kepada Tuhannya sedangkan hubungan secara horizontal merupakan hubungan manusia dengan manusia. Dalam Islam, interaksi yang dilakukan oleh manusia dalam kehidupan sehari-hari, telah diatur dalam sistem muamalah. Pada hakikatnya sistem bermuamalah didasarkan pada kebolehan tingkah laku. Sistem ini, memberikan aturan-aturan yang jelas demi tercapainya tujuan kehidupan manusia, yakni kesejahteraan dunia dan akhirat. Salah satu cara yang dianjurkan Islam, yakni dengan jalan perdagangan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah salah satu jenis penelitian yang tujuannya untuk menyajikan gambaran lengkap mengenai setting sosial atau dimaksudkan untuk eksplorasi dan klarifikasi mengenai suatu fenomena atau kenyataan sosial, dengan jalan mendeskripsikan sejumlah variabel yang berkenaan dengan masalah dan unit yang diteliti antara fenomena yang diuji. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Metode kualitatif merupakan metode yang fokus pada pengamatan yang mendalam.⁶¹ Lokasi penelitian dilakukan pada salah satu offline store yang berada di Makassar tepatnya di Bumi Tamalanrea Permai (Btp) yang bernama *Heijab*. Offline store ini dipilih sebagai lokasi penelitian karena menjual beberapa produk, salah satunya produk hijab yang diproduksi sendiri dan digandrungi dikalangan wanita muda maupun lanjut usia maka dari itu penulis dapat memperoleh responden lebih banyak. Sasaran dalam penelitian ini adalah penjual produk hijab di *Heijab.id*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Heijab merupakan brand local yang memiliki satu store terletak di btp dan satu mini store terletak di jalan pelita. Pada proses pembuatan produk jilbabnya juga dikelola sendiri, untuk produksinya sendiri bahan yang digunakan juga tidak tanggung-tanggung, untuk bahan pembuatannya sendiri itu didapatkan dari pulau Jawa. Produk *heijab* sendiri menggunakan kualitas premium seperti polycotton tak heran harga yang dicantumkan juga berbeda dari jilbab yang biasanya dijumpai dipasaran tetapi sangat worth it untuk kualitas jilbab yang didapatkan.

Didalam perkembangan bisnisnya *Heijab* hanya bergabung atau memiliki satu marketplace saja yaitu Shopee, karena menurut owner memiliki banyak marketplace juga tidak bagus. Disisi lain tentunya sangat tidak mudah melakukan penjualan secara online dan masuk kedalam E-Commerce seperti Shopee, pastinya ada halangan maupun kendala terkait penjualan dalam E-Commerce itu sendiri. *Heijab* sendiri memiliki beberapa kendala dalam penjualannya seperti biaya admin yang cukup besar, promo yang tidak terkonfirmasi tetapi tiba-tiba tercantum dalam Shopee dan sebagainya. Tetapi banyak juga kelebihan melakukan penjualan menggunakan Shopee seperti penawaran gratis ongkir yang disuguhkan untuk para pembeli, dan juga Shopee lebih mudah untuk dipahami dan diakses.

Analisis dan penerapan etika bisnis terhadap penjualan hijab pada store heijab.id didalam E-Commerce Shopee

Pada poin ini penulis melakukan penelitian mengenai analisis dan juga penerapan didalam penjualan produk hijab pada store *Heijab* yang akan dianalisis menggunakan prinsip-prinsip dalam etika bisnis Islam. Alasan memilih prinsip ini karena didalam etika bisnis Islam itu sendiri tidak hanya berpacu pada keuntungan jangka pendek saja tetapi juga jangka panjang yang menjamin berjalannya suatu bisnis, selain itu juga tidak bertujuan dalam keuntungan duniawi saja namun dalam keuntungan *ukhrawi* juga.

Adapun prinsip dasar dari etika bisnis seperti otonomi, kejujuran, keadilan, saling menguntungkan, dan integritas moral. Maka dari itu penulis menganalisis

penjualan produk hijab yang dalam toko *Heijab* dan dikaitkan dengan prinsip etika bisnis sebagai berikut:

1. Prinsip otonomi

Prinsip kehendak bebas/Kebebasan menjadi hak pilih pebisnis untuk memutuskan pilihan secara tepat guna mengembangkan bisnisnya, kebebasan perlu ada unsure tanggungjawab untuk membatasi kebebasan yang semena-mena. Adapun dalam Al-Quran mengenai manusia haruslah memenuhi janjinya yaitu Dalam QS. al-Maidah/1

2. Prinsip kejujuran

Bentuk kejujuran di bidang bisnis yaitu selalu berkomitmen dalam jual beli dengan berterus terang dan transparan atas barang dagangannya. Kejujuran merupakan kunci bisnis untuk menarik kembali konsumen dan meningkatkan kepercayaan konsumen, sehingga bisnis mudah berkembang. Karena meningkatnya permintaan

3. Prinsip keadilan

Islam memerintahkan manusia untuk bersikap adil dalam setiap perilaku, terlebih pada bidang bisnis. Karena bisnis adalah mu'amalah hubungan manusia dengan manusia, sehingga prinsip ini menuntut seorang pebisnis memperlakukan setiap orang secara adil sesuai kriteria yang rasional, objektif dan dapat dipertanggungjawabkan.

Prinsip keadilan yang diterapkan dengan baik dalam dunia bisnis maka menghasilkan profit dan benefit yang berkah, dan tercipta keberlangsungan bisnis yang baik dan sehat

Implementasi Etika Bisnis berbasis Maqashid Syariah Terhadap Penjualan Dalam E-Commerce Shopee Pada Store Heijab

Didalam penelitian ini, penulis mengambil *Maqashid Syariah* karena seperti yang diketahui arti dari *Maqashid* itu sendiri yaitu tujuan-tujuan yang hendak dicapai didalam kebahagiaan dunia maupun akhirat yang melalui sebuah tatanan kehidupan yang baik serta terhormat.

Maka dari itu untuk mencapai suatu tujuan dalam bisnis berdasarkan hukum-hukum Islam, seperti yang telah ditentukan *Maqashid Syariah* memiliki 3 kategori yaitu *Daruriyyat*, *Hajiyyat*, dan *Tahsiniyat*. Berikut implementasinya terhadap penjualan pada store *Heijab* didalam E-Commerce Shopee:

a. *Daruriyyat*

Secara bahasa berarti kebutuhan yang mendesak atau darurat. Dalam kategori ini ada lima hal yang perlu diperhatikan, yaitu memelihara agama, memelihara jiwa, memelihara akal pikiran, memelihara kehormatan dan keturunan, serta memelihara harta benda. Dalam kebutuhan *Daruriyyat*, apabila tingkat kebutuhan ini tidak terpenuhi, maka akan mengancam keselamatan umat manusia di dunia maupun di akhirat.

b. *Hajiyyat*

Secara bahasa berarti kebutuhan-kebutuhan sekunder. Apabila kebutuhan ini tidak terwujud tidak sampai mengancam keselamatan, namun akan mengalami kesulitan. Untuk menghilangkan kesulitan tersebut, dalam Islam terdapat hukum *rukhsa* (keringanan) yaitu hukum yang dibutuhkan untuk meringankan beban, sehingga hukum dapat dilaksanakan tanpa rasa tertekan dan terkekang. Didalam kaitannya dengan penelitian yang telah dilakukan ini, *Maqashid Hajiyyat* sendiri berkaitan dengan kegiatan bertransaksi terhadap penjualan produk didalam Shopee. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, *Heijab* sendiri memiliki website penjualan sendiri di Shopee yang mengatur tentang pelaporan barang masuk, keuangan, dan pendapatan pendapatan perbulan. Adapun saat melakukan transaksi di E-Commerce Shopee calon pembeli memilih barang dengan hak pilihnya yang sesuai dengan keinginan maupun kebutuhan, lalu masuk kesesi pembayaran. Kemudian saat pihak Shopee telah menyetujui proses pembayaran selanjutnya akan dikonfirmasi kepada penjual dan penjual akan mengemas barang dan mengirimkan ke alamat yang telah ditunjukan. Saat barang telah sampai dan diterima, baik penjual maupun pembeli akan menerima laporan dari system Shopee bahwa barang tersebut telah diterima. Selanjutnya pada tahap akhir, pembeli menggunakan haknya untuk menilai kualitas produk yang dibeli kemudian memberi *feedback* atau ulasan negative atau positif.

c. *Tahsiniyat*

Secara bahasa berarti hal-hal penyempurna. Tingkat kebutuhan ini berupa kebutuhan pelengkap. Apabila kebutuhan ini tidak terpenuhi, maka tidak akan mengancam dan tidak pula menimbulkan kesulitan. Seperti yang dilihat pada subbab analisis etika bisnis, bahwa *heijab* pada penjualannya di shopee telah berupaya semaksimal mungkin untuk menjalankan bisnis sesuai dengan tika yang berlaku, seperti kehendak bebas, kejujuran, keadilan, keuntungan/sukarela, dan integritas moral. Sikap dalam berkehendak bebas yaitu karena tidak ada paksaan dari pihak manapun untuk pembeli membeli hijab di *Heijab* pada shopee. Kemudian sikap jujur dan keadilan yang ditunjukkan oleh *Heijab* saat penjualan produknya di shopee mungkin belum terlaksana dengan sempurna karena masih ada beberapa hal yang harus ditambahkan didalam penjualan produk, seperti penjual harusnya memberi tahu secara detail mengenai produknya. Selanjutnya mengenai saling menguntungkan sudah berjalan dengan tepat karena tidak ada pihak yang dirugikan terhadap penjualan atau pembelian barang. Dan yang terakhir terkait integritas moral sudah terlaksana karena tidak adanya pihak yang merasa dirugikan seperti contohnya jika ada kelebihan transferan yang diberikan pembeli maka penjual akan mengembalikan dalam bentuk dana atau barang.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis mengenai pembahasan tentang etika bisnis berbasis maqashid syariah pada penjualan produk hijab di *heijab* Makassar dalam e-commerce shopee. Maka kesimpulan-kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini meliputi:

Berdasarkan dari hasil penelitian, peneliti menarik kesimpulan bahwa akad jual beli pada store *Heijab* terhadap penjualannya di E-commerce shopee sudah sesuai dengan penerapan beberapa prinsip etika bisnis yaitu prinsip otonomi (kehendak bebas), prinsip saling menguntungkan, dan prinsip integritas. Akan tetapi ada beberapa prinsip etika bisnis yang belum sesuai atau belum terlaksana dengan baik yaitu prinsip kejujuran dan prinsip keadilan, kedua prinsip ini saling berkaitan satu sama lain karena apabila prinsip kejujuran diterapkan dengan baik

oleh pihak toko *heijab*, seperti menjelaskan sedetail mungkin produk kepada konsumen maka prinsip keadilan pun juga akan ikut terlaksana dengan baik. Adapun pada penerapan etika bisnis berbasis *Maqashid syariah* dalam store *Heijab* di-commerce shopee sudah terlaksana dengan baik seperti yang dapat dilihat, yang *pertama* yaitu menjaga agama, Heijab berusaha melindungi agama para konsumennya dengan tidak melakukan penjualan yang berkaitan dengan hal-hal yang melanggar agama. *Kedua* yaitu menjaga jiwa, heijab sebagai seller menerapkan aturan dengan tidak menjual barang yang membahayakan keselamatan jiwa pembeli. *Ketiga* yaitu menjaga akal, heijab telah memenuhi aturan dari pihak shopee untuk menjaga akal pembeli dengan tidak menjual hal-hal yang dapat membuat pembeli kehilangan akal, seperti minuman keras atau segala sesuatu yang dapat memabukkan. *Keempat* yaitu menjaga keturunan, heijab telah memenuhi aturan dari pihak shopee dengan tidak menjual barang yang mengandung unsur asusila. *Kelima* yaitu menjaga harta, heijab sendiri menjual produk yang memang dibutuhkan dan sangat penting bagi kaum wanita berhijab dan juga heijab shopee menerapkan pengembalian barang atau uang jika ditemukan kerusakan atau kecacatan pada produk. Dengan terlaksananya etika bisnis berbasis *maqashid syariah* pada store heijab di shopee ini akan meningkatkan kepercayaan pembeli terhadap store heijab sehingga mereka akan berlangganan dan terus berbelanja disana.

Adapun beberapa kendala atau factor penghambat dalam pengimplementasian etika bisnis pada e-commerce shopee didalam penjualan heijab yaitu diantaranya adalah:

- a. E-commerce shopee belum maksimal dalam menerapkan etika bisnis bagi para sellernya.
- b. Kendala pada pihak internal heijab dalam deskripsi produk pada akun shopee.

DAFTAR PUSTAKA

- Aco, A., & Endang, H. Analisis Bisnis E-Commerce pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. *Jurnal INSYPRO (Information System and Processing)*,(2017), 2(1).
- Ali Hasan, Manajemen Bisnis Syariah Cet I, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2009 Anak, S. P. Arikunto, Suharsimi.(1993). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta. 2009.
- Universitas (Stuttg). Andani, S. N. *Analisis upaya penerapan etika bisnis islam pada praktik jual beli di Facebook Marketplace* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya). (2019).
- Asafri Jaya Bakri, *Konsep Maqàshid Syari'ah menurut Al-Syàthibi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 1996).
- Azizah, M. Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Daring Di Toko Online Shopee. *Jurnal HUMANI (Hukum dan Masyarakat Madani)*, 2020, 10.
- Bachri, B. S. Meyakinkan validitas data melalui triangulasi pada penelitian kualitatif. *jurnal teknologi pendidikan*, 10(1), 2010. 46-62. Data, P. 3
- Nana Syaodih Sukmadinata, *Metodologi Penelitian Pendidikan*,(Bnadung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), cet 1-6 hlm. 604
- Tohirin, *Metode Penelitian Kualitatif dalam Pendidikan dan Bimbingan Konseling: Pendekatan Praktis Untuk Peneliti Pemula dan Dilengkapi dengan Contoh Transkrip Hasil Wawancara Serta Model*.
- Dendy Raharjo, "Konsep Dasar E-Commerce", *Dendy Ug Blogs*.
https://dendyrharjo.blogspot.com/2013/03/konsep-dasar-e-commerce_31.html (2013).
- Disastra, G. M., & Wulandari, A. Analisis Pengaruh Penerapan E-Commerce Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. (2017)
- Emzir. *Metodologo Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2010.
- Fauziah, I. S. *Perilaku Konsumen Dalam Marketplace (Studi Kasus Di Shopee Dan Tokopedia Perspektif Etika Bisnis Islam)* (Doctoral dissertation, STIE Perbanas Surabaya). 2019.

Hardiati, N. Etika Bisnis Rasulullah SAW Sebagai Pelaku Usaha Sukses dalam Perspektif Maqashid Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 2021, 513-518.

Indriantoro, N., & Supomo, B. Metodologi penelitian bisnis untuk akuntansi dan manajemen. (2002).

Masruroh, M. Analisis Maqashid Syariah Imam Haramain dalam Etika Bisnise-Commerce Melalui Marketplace (Studi Kasus Marketplace Shopee. co. id). *SAUJANA: Jurnal Perbankan Syariah dan Ekonomi Syariah*, 2(02), (2020), 1-16.