

Penerapan Prinsip Kejujuran dalam Praktik Bisnis Online Prespektif Etika Bisnis Islam

Alya Busainah Alifah Syafik¹, Davina Aulia Dewi², Keyza Rafita Hafsyah³, Venika Siti Patimah⁴, Lina Marlina⁵

Universitas Siliwangi, Tasikmalaya^{1,2,3,4,5}

251002111108@student.unsil.ac.id¹, 251002111106@student.unsil.ac.id²,
2510021111027@student.unsil.ac.id³, 251002111107@student.unsil.ac.id⁴, linamarlina@unsil.ac.id⁵

ABSTRACT.

*The development of digital technology has driven the rapid growth of online businesses in Indonesia, but it has also raised ethical challenges related to transparency and trust. This study aims to analyze the application of the principle of honesty in online business based on the perspective of Islamic business ethics. Using a qualitative approach through a literature review of the Qur'an, hadith, and related literature, this study confirms that honesty is based on the values of *ṣidq* and *amanah* as exemplified by the Prophet Muhammad. The results show that honesty in online business includes providing accurate product information, openness about the condition of goods, clarity of prices, and responsibility for consumer complaints. Practices such as manipulating descriptions, false testimonials, and concealing defects are considered *gharar* and *tadlis*, which are prohibited. The application of this principle strengthens trust, loyalty, and the blessings of business in accordance with sharia principles.*

Keywords: *honesty, online business, Islamic business ethics, ṣidq, amanah, gharar, tadlis, Sharia principles.*

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital mendorong pesatnya bisnis online di Indonesia, namun juga menimbulkan tantangan etis terkait transparansi dan kepercayaan. Penelitian ini bertujuan menganalisis penerapan prinsip kejujuran dalam bisnis online berdasarkan perspektif etika bisnis Islam. Dengan pendekatan kualitatif melalui studi kepustakaan dari Al-Qur'an, hadis, dan literatur terkait, penelitian ini menegaskan bahwa kejujuran berlandaskan nilai *ṣidq* dan *amanah* sebagaimana dicontohkan Nabi Muhammad. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kejujuran dalam bisnis online mencakup penyampaian informasi produk yang benar, keterbukaan kondisi barang, kejelasan harga, serta tanggung jawab terhadap keluhan konsumen. Praktik seperti manipulasi deskripsi, testimoni palsu, dan menyembunyikan cacat termasuk *gharar* dan *tadlis* yang dilarang. Penerapan prinsip ini memperkuat kepercayaan, loyalitas, dan keberkahan usaha sesuai prinsip syariah.

Kata Kunci: *kejujuran, bisnis online, etika bisnis Islam, ṣidq, amanah, gharar, tadlis, prinsip syariah.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong transformasi besar dalam sistem perdagangan modern. Kehadiran berbagai platform digital seperti Shopee, Tokopedia, dan Instagram menjadikan aktivitas jual beli semakin mudah, cepat, dan menjangkau pasar yang lebih luas. Model bisnis online memungkinkan transaksi dilakukan tanpa tatap muka secara langsung, sehingga efisiensi waktu dan biaya menjadi keunggulan utama. Namun, di balik kemudahan tersebut, muncul persoalan etis yang cukup kompleks, terutama berkaitan dengan praktik ketidakjujuran seperti manipulasi informasi produk, penipuan, dan penyalahgunaan kepercayaan konsumen.

Dalam perspektif Islam, aktivitas bisnis bukan sekadar aktivitas ekonomi untuk memperoleh keuntungan, melainkan juga bagian dari ibadah dan bentuk tanggung jawab moral kepada Allah dan sesama manusia. Islam memandang bahwa kegiatan muamalah harus dilandasi oleh nilai-nilai etika yang kuat, salah satunya adalah prinsip kejujuran. Kejujuran menjadi fondasi penting dalam membangun hubungan yang adil dan saling percaya antara penjual dan pembeli. Tanpa kejujuran, sistem ekonomi akan dipenuhi praktik eksploitasi dan ketidakadilan yang pada akhirnya merusak tatanan sosial.

Fenomena kesenjangan antara praktik bisnis online dengan nilai-nilai etika bisnis Islam menunjukkan pentingnya penelitian mengenai penerapan prinsip kejujuran dalam transaksi digital. Kajian ini diperlukan untuk memahami sejauh mana pelaku bisnis online menerapkan nilai kejujuran serta bagaimana praktik tersebut ditinjau dari perspektif etika bisnis Islam. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan prinsip kejujuran dalam praktik bisnis online serta meninjau praktik tersebut berdasarkan etika bisnis Islam. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian ekonomi syariah serta menjadi pedoman bagi pelaku bisnis dalam menjalankan usaha secara etis dan bertanggung jawab.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk memahami dan menganalisis secara mendalam penerapan prinsip kejujuran dalam praktik bisnis online berdasarkan perspektif etika bisnis Islam. Penelitian ini berfokus pada kajian konsep, nilai, dan prinsip kejujuran dalam aktivitas ekonomi digital, bukan pada pengukuran kuantitatif atau statistik. Data diperoleh melalui studi kepustakaan dengan menelusuri berbagai literatur yang relevan, seperti Al-Qur'an, hadis, kitab-kitab fikih muamalah, jurnal ilmiah, serta buku-buku yang

membahas etika bisnis Islam dan perkembangan e-commerce.

Selain itu, sumber sekunder berupa artikel, hasil penelitian terdahulu, dan publikasi yang membahas dinamika bisnis online masa kini juga digunakan untuk memperkuat analisis serta melihat relevansi prinsip kejujuran dalam menghadapi tantangan praktik bisnis digital modern. Dengan demikian, penelitian ini bersifat deskriptif-analitis, komprehensif, dan kontekstual dalam mengkaji implementasi nilai *ṣidq* dan amanah dalam praktik bisnis online sesuai dengan prinsip syariah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Jujur merupakan salah satu hal penting dalam suatu bisnis, karena dengan kejujuran pelaku bisnis akan mendapatkan kepercayaan dari stakeholdernya. Ayat yang melandasi ini adalah Q.S Al-Mutaffifin: 1-6, yang artinya: "Celakalah orang-orang yang curang (dalam menakar dan menimbang)! (Mereka adalah) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain, mereka minta dipenuhi. (Sebaliknya) apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka kurangi, tidakkah mereka mengira (bahwa) sesungguhnya mereka akan dibangkitkan, pada suatu hari yang besar (Kiamat), (yaitu) hari (ketika) manusia bangkit menghadap Tuhan seluruh alam?". Maksud dari ayat tersebut bahwa dalam berbisnis tidak boleh melakukan kecurangan dalam hal apapun, harus selalu jujur, artinya prinsip kejujuran harus diterapkan oleh pelaku bisnis. Penerapan prinsip kejujuran dalam transaksi jual beli dapat dilakukan dengan memberikan informasi secara objektif, benar, apa adanya, dan menyeluruh. Transaksi harus dijalankan sesuai dengan etika bisnis yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW. Sikap-sikap seperti jujur, adil, ramah, cakap, senang membantu pelanggan, menjaga hak-hak konsumen, dan tidak menjelekkkan bisnis orang lain.

Sikap jujur ditunjukkan dengan memberitahukan seluruh kebijakan, aturan penggunaan kepada seluruh pembeli. Hal ini agar para pembeli mengetahui terlebih dahulu mengenai persyaratan transaksi dan kebijakan yang disesuaikan dengan keadaan yang ada. Penjual harus jujur dalam memberikan informasi produk terhadap konsumen sedetail mungkin agar bisa dipahami oleh pembeli, jujur dalam memberikan informasi paket dan diskon yang sesuai dengan harganya. Jujur dalam menginformasikan bisnisnya dengan memberikan kejelasan pada iklan promosi jangan sampai tidak ada kejelasan atau unsur *gharar* yang tidak sesuai dengan etika bisnis islam, dan bisa memberi manfaat pada konsumen.

Dapat dianalisis bahwa prinsip kejujuran yang diterapkan pada transaksi bisnis yaitu dengan ditunjukkan aturan-aturan yang mana harus dipatuhi pada penjual misalnya dalam hal produknya harus sesuai dan bagi konsumen memberikan aturan transaksi yang sudah ditetapkan

oleh pelaku bisnis. Selain itu prinsip kejujuran ini relevan harus diterapkan dalam bisnis, yang mana bisa mempengaruhi kepercayaan konsumen pada penjualnya. Bisnis Online dalam Perspektif Muamalah Dalam Islam berbisnis melalui online diperbolehkan selagi tidak terdapat unsur-unsur riba, kezaliman, menopoli dan penipuan. Bahaya riba (usury) terdapat didalam Al-quran diantaranya di (QS. Al Baqarah [2]: 275, 279 dan 278, QS. Ar Rum [30]: 39, QS. An Nisa [4]: 131).

Rasulullah mengisyaratkan bahwa jual beli itu halal selagi suka sama suka (Antaradhin). Karena jual beli atau berbisnis seperti melalui online memiliki dampak positif karena dianggap praktis, cepat, dan mudah. Allah Swt berfirman dalam Alquran Surah Al Baqarah [2] : 275: "...Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba...". Al Bai' (Jual beli) dalam ayat termasuk didalamnya bisnis yang dilakukan lewat online. Namun jual beli lewat online harus memiliki syarat-syarat tertentu boleh atau tidaknya dilakukan. Adapun syarat-syarat mendasar diperbolehkannya jual beli lewat online diantaranya:

- a. Tidak melanggar ketentuan syari'at agama, seperti transaksi bisnis yang diharamkan, terjadinya kecurangan, penipuan dan menopoli.
- b. Adanya kesepakatan perjanjian diantara dua belah pihak (penjual dan pembeli) jika terjadi sesuatu yang tidak diinginkan antara sepakat (Alimdhah) atau pembatalan (Fasakh).
- c. 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.

Penerapan Prinsip Kejujuran dalam konteks Islam, etika bisnis jual beli online juga mencakup penerapan prinsip kejujuran, adil, dan ihsan dalam transaksi jual beli online. Oleh karena itu, konsep etika bisnis jual beli online melibatkan berbagai aspek penting yang perlu diperhatikan dalam menjalankan transaksi online. Etika bisnis dalam jual beli online mengacu pada standar, nilai, dan prinsip yang harus dipatuhi oleh pelaku bisnis, pelanggan, dan platform perdagangan online saat melakukan transaksi.

Dalam hal ini, etika bisnis berfungsi sebagai pedoman untuk memastikan bahwa transaksi dilakukan dengan integritas, keadilan, dan tanggung jawab. Beberapa faktor menentukan pentingnya etika untuk bisnis jual beli online, seperti (Setiawan et al., 2023).

1. Kehormatan dan Integritas

Kejujuran dalam menampilkan barang atau jasa dipromosikan oleh etika bisnis. Pelaku bisnis diharapkan memberikan informasi yang akurat dan jelas tentang barang atau jasa yang mereka jual, termasuk harga, kondisi, dan spesifikasi.

2. Proteksi Konsumen

Melindungi kepentingan pelanggan adalah bagian dari etika bisnis jual beli online. Hal ini termasuk kebijakan pengembalian barang, jaminan kualitas, dan perlindungan terhadap praktik bisnis yang merugikan atau penipuan.

3. Keamanan dan Privasi

Pelaku bisnis diharapkan untuk memberikan kebijakan privasi yang jelas dan melindungi data pribadi dan transaksi keuangan, sesuai dengan etika bisnis online yang menekankan pentingnya menjaga privasi informasi konsumen.

4. Mencegah Praktik Tidak Adil.

Untuk menghindari praktik bisnis yang tidak adil atau menyesatkan, seperti penawaran palsu, perbandingan harga.

Larangan gharar dalam bisnis online dapat dilihat dari ketidakpastian yang dapat memengaruhi keadilan dan transparansi dalam suatu perjanjian. Dalam perspektif fiqih, transaksi yang melibatkan gharar dianggap tidak sah, karena dapat menimbulkan ketidakadilan dan merugikan salah satu pihak. Dengan demikian memahami gharar adalah langkah awal untuk memastikan bahwa transaksi yang dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip syar'iah . Ajaran hukum Islam dengan tegas melarang segala jenis eksploitasi ekonomi, termasuk riba (membebankan bunga pada uang) dan Gharar (transaksi yang tidak diketahui jelasnya).

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pembahasan mengenai konsep kejujuran dalam bisnis Islam, dapat disimpulkan bahwa prinsip kejujuran merupakan fondasi utama dalam setiap aktivitas muamalah, termasuk bisnis online. Landasan normatifnya terdapat dalam Al-Qur'an, khususnya Q.S. Al-Mutaffifin ayat 1–6 yang menegaskan larangan keras terhadap praktik kecurangan dalam takaran dan timbangan. Prinsip ini mengandung makna bahwa setiap pelaku usaha wajib menyampaikan informasi secara benar, transparan, dan tidak menyesatkan demi menjaga keadilan serta kepercayaan konsumen. Dalam perspektif muamalah, bisnis online pada dasarnya diperbolehkan selama tidak mengandung unsur riba, gharar, penipuan, monopoli, maupun kezaliman. Islam menghalalkan jual beli sebagaimana ditegaskan dalam Q.S. Al-Baqarah ayat 275, dengan syarat adanya kerelaan kedua belah pihak (antaradhin) serta kejelasan akad. Oleh karena itu, penerapan etika bisnis seperti kejujuran, keadilan, perlindungan konsumen, serta menjaga keamanan dan privasi menjadi hal yang sangat penting dalam transaksi digital. Dengan demikian, penerapan prinsip kejujuran dalam bisnis online tidak hanya bernilai moral, tetapi juga berdampak pada keberlangsungan usaha. Kejujuran membangun reputasi, meningkatkan kepercayaan stakeholder, serta menciptakan sistem perdagangan yang adil dan sesuai dengan prinsip syariah. Larangan gharar semakin menegaskan

pentingnya transparansi informasi agar tidak ada pihak yang dirugikan dalam transaksi. Pelaku bisnis online hendaknya senantiasa mengedepankan prinsip kejujuran dalam setiap aspek usaha, mulai dari promosi, penetapan harga, penyampaian spesifikasi produk, hingga kebijakan pengembalian barang. Transparansi informasi dan kejelasan akad perlu diperkuat agar terhindar dari unsur gharar dan praktik tidak adil. Pemerintah dan lembaga terkait diharapkan dapat memperkuat regulasi serta pengawasan terhadap praktik bisnis online guna melindungi konsumen dari penipuan dan transaksi yang melanggar prinsip syariah. Selain itu, edukasi mengenai etika bisnis Islam perlu terus dikembangkan, baik melalui institusi pendidikan maupun pelatihan kewirausahaan, agar pelaku usaha memahami pentingnya integritas dalam membangun bisnis yang berkelanjutan dan bernilai ibadah.

DAFTAR PUSTAKA

- Umi Salamah, Zaenal Abidin, Zeni Sunarti, 2025, *Etika Bisnis Syariah dalam E-Commerce: Membeli Tanpa Khawatir Riba*. <https://journal.undiknas.ac.id/index.php/JAH/article/view/6097>
- Nurhajjah Zulfa, Nila Nur Millah, Nuratin, Kartika Novitasari (2023), *KONSEP MAQASHID SYARIAH DALAM PRAKTIK STRATEGI PEMASARAN TIKTOK DENGAN LANDASAN ETIKA BISNIS ISLAM*. <https://pdfs.semanticscholar.org/1025/1058fe9f95e34751ff042fd9c5fb6aa81fc0.pdf>
- Lailatul Fitriani, Dyah Suryani, Devi Agustina, Mahilda Anastasia Putri (2021), *IMPLEMENTASI KONSEP ETIKA BISNIS ISLAM DALAM JUAL BELI ONLINE*. <http://ejournal.unsuda.ac.id/index.php/Maqashid/article/download/255/240>
- Dwi Pujiyanti, Anis Wahdi, 2020, *Transaksi Bisnis Online dalam Perspektif*. <http://ejournal.imperiuminstitute.org/index.php/SERAMBI/article/view/173>
- Intan Mughni Anggraeni Muhammad Kadafi M. Viandi Nur Aflah Muhammad Dimas Firzatullah (2023), *IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM DALAM JUAL BELI ONLINE*. <http://maryamsejahtera.com/index.php/Religion/article/view/221>
- Shabrina Az-Zahra, Waizul Qarni, Budi Harianto (2024), *Implementasi Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam Dalam Praktik Bisnis Pada Market Place Shopee*. <https://ejournal.ung.ac.id/index.php/jej/article/view/26575>
- Rianti (2021), *ANALISIS PENERAPAN PRINSIP ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP TRANSAKSI JUAL BELI PADA MARKET PLACE LAZADA*. <https://ejournal.iainponorogo.ac.id/index.php/nigosiya/article/view/57>
- Zainol Fata (2024), *Analisis Sistem Pembayaran Cash On Delivery (COD) pada Bisnis Online: Kajian Kesesuaian dengan Etika Bisnis Islami*. <https://journal.stai-pbw.ac.id/index.php/JIESP/article/view/257>

Diana Wulandari, Muhammad Irsyad Baitussalam, Achmad Basofitrah M.Afini Maulana, Abdul Ghofur5, Imatun Sa'diah (2025), *MENJAGA KEJUJURAN DAN KEBERKAHAN DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM DI JAWA TIMUR*.
<https://share.google/p0pX9DEf1ToTBaxUI>

Abdul Aziz, Naufal Luthfi Alifa, 2024, *Etika Bisnis Islam : Teori & Penerapan*. (n.d.). (n.p.): Penerbit Adab.

Leonita Siwiyanti, 2024, *Etika Bisnis dan Corporate Social Responsibility (CSR) Berbasis Nilai*.

Kristianty, Oki Purwanto, Riki Maulana, Dwi Widianingsih, Indra Maulana, 2024, *Etika Bisnis Islam : Teori & Penerapan*. (n.d.). (n.p.): Penerbit Adab.

Etika Bisnis dan Corporate Social Responsibility (CSR) Berbasis Nilai - Leonita Siwiyanti - Google Buku <https://share.google/AvRKhxxnzDhIRpMGs>

Etika Bisnis dan Corporate Social Responsibility (CSR) Berbasis Nilai - Leonita Siwiyanti - Google Buku <https://share.google/5Ogj8Fp9x5LO9vSYL>

Etika Bisnis Islam : Teori & Penerapan - Abdul Aziz, Naufal Luthfi Alifa, Abdurrahman Ahmad Faisal, Elfaza Hanura Rohimatin, Hasemi Rafi Rafsanjani, Ratih Wulan Dari, Jaka Dawud, Wulan, Fiqih Hamzah, Enjang Sukron Aziz, Salsadila Septiya Maharani, Wandu Krisna Mukti, Fariz Muhammad Zia Ul Haq, Siti Makmudah, Putri Adellina, Muhammad Rafli Annurradi, Apriliyanti, Muhammad Ihsan Hanin, Amellia Putri Azzahra, Eggy Firmansyah, Adit Maulana Warman, Awaliyah Futukhiyah, Moh Nashiruddin Nabil, Zalia Litantri, Kristianty, Oki Purwanto, Riki Maulana, Dwi Widianingsih, Indra Maulana - Google Buku <https://share.google/wY8lmjBi5YN5LDpDq>

Andi Susanto, Nur Muslimah. "Tinjauan Hukum Islam Dan Hukum Positif Tentang Praktik Jual Beli Online Mystery Box Di E-Commerce (Shopee)" 2, no. 0 (2024): 1–91.

Arahman, R., Lamusiah, S., & Supratman, S. "Transaksi Yang Mengandung Unsur Riba, Maysir, Dan Gharar Dalam Kajian Tindak Tutur." *Jurnal Ilmiah Telaah* 5, no. 2 (2020): 2835.

Basyariah, Nuhbatul. "Larangan Jual Beli Gharar: Kajian Hadist Ekonomi Tematis Bisnis Di Era Digital." *Mukaddimah: Jurnal Studi Islam* 7, no. 1 (2022): 40–58.

Muh.Arafah, M.E, 2022, *ETIKA PELAKU BISNIS ISLAM*. (n.d.). (n.p.): wawasan Ilmu.
https://books.google.co.id/books?id=EoaeEAAAQBAJ&pg=PA84&dq=Penerapan+prinsip+kejujuran+dalam+praktik+bisnis+online+perspektif+etika+bisnis+islam&hl=en&newbks=1&newks_redir=0&source=gb_mobile_search&sa=X&ved=2ahUKEwjPlqr8gvmSAxVYyDgGHY59AMo6AF6BAgQEAM

Zaenul Wahyudi, Yousf Bellin Swarli, Nurul Mi'raj, Abd. Mubaraq, Amir Mukadar, Khaeri Khaeri, M. Yakub, Muhamad Hirjan, *Penerapan Etika Bisnis Islam di Era Digital*. (2026). (n.p.): Yayasan

Tri Edukasi Ilmiah.

Arum Indiharwati, Penerapan Etika Bisnis Islam di Pasar Digital. (2025). (n.p.): Thalibul Ilmi
Publishing & Education.

Robby Reza Zulfikri, Bahrina Almas, Nur Awali Khoirunnisa, Ratnawati Ratnawati, Bakti Bakti,
Mujiatun Ridawati, Suesilowati Suesilowati, Burhanuddin Jauhari, Inayah Swasti Ratih, Etika
Bisnis Islam. (2025). (n.p.): Yayasan Tri Edukasi Ilmiah.

Nandang Ihwanudin, Beti Rahayu Nurbaeti, Hendro Kasmanto, Dyanira Ramadhani, Yusuf
Wibisono, Yuli Yatin, Vevi Nur Afifah Sanusi, Agung Setiono, Nadar Rizatullah, Tri Sandy
Wibawa Mukti, Asep Tajul Mutaqin Ahmad, Tri Nur Anisa, Charita Ulfah Widyawan, 2022, ETIKA
BISNIS DALAM ISLAM (TEORI DAN APLIKASI). (n.d.). (n.p.): Penerbit Widina.