

Analisis Penjualan Online dalam Transaksi E-Commerce pada Perspektif Etika Bisnis Syariah

Wahyu Nur Afiffah Amatullah

Fakultas Ekonomi Bisnis, Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia

Email correspondence: wahyunurafifah65@gmail.com

Abstract

Ethics and Business provides a basis for analyzing ethical issues in business by explaining business ethics in general, the public's orientation towards business, and some specific approaches to business ethics. The purpose of this study is to find out how Islamic business ethics affect online stores. This study aims to determine online sales in E-Commerce transactions from the perspective of Sharia business ethics. This type of research is field research using a qualitative descriptive method. The data used consists of primary data obtained directly from the research object, namely interviews and observations, while secondary data, namely documentation. The results of this study are that online sales made at Muslim Fashion Hijab Shops through E-Commerce Shoppe with internet technology have a significant impact on the global economy, especially in terms of shopping. E-Commerce is a term that is often used to refer to online shopping. E-Commerce is increasingly popular because of a number of advantages, including the ease of managing goods sold and relatively inexpensive operational costs, as well as the ease of compiling the necessary reports because of the certainty of existing data and accurate calculations. From the consumer side, there are also conveniences such as being able to view products on a computer screen, access information, order, and pay using the available options.

Keywords: Online Sales, e-Commerce, business ethics

Citation suggestions: Amatullah, W. N. (2023). Analisis Penjualan Online dalam Transaksi E-Commerce pada Perspektif Etika Bisnis Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam dan General*, 2(02), 412-419. doi: -

DOI: -

1. PENDAHULUAN

Efek efisiensi menjadi alasan utama mengapa bisnis online dimanfaatkan sebagai media kegiatan bisnis. Salah satu keuntungan berbisnis online adalah lebih hemat waktu dan lebih efisien karena penjual dan pembeli tidak perlu bertemu langsung dan tidak ada kendala transportasi. Keuntungan lain bagi pelanggan bisnis online adalah mereka dapat berbelanja tanpa meninggalkan rumah, membandingkan harga produk antar toko hanya dengan beberapa klik, dan mengotomatiskan bisnis sehingga berjalan relatif lancar tanpa banyak karyawan atau keterlibatan bisnis dari perusahaan online. Istilah "*E-Commerce*" (perdagangan elektronik) mengacu pada teknologi ini. Banyaknya bisnis di Indonesia yang melayani pelanggan baik secara online maupun offline, menandakan pesatnya ekspansi *E-Commerce*. Jika Anda tidak memiliki alasan yang kuat, langkah-langkah memulai bisnis online yang akan dijelaskan selanjutnya tidak ada yang akan sangat membantu. Saat memulai bisnis, tidak diragukan lagi Anda akan sering menemui kesulitan, rasa sakit, dan kerugian.

Banyak sekali bisnis yang bisa kita dapatkan dan berbisnis tanpa harus bertemu langsung dengan penjualnya. Yang kita butuhkan hanyalah akses internet. Bahkan, beberapa perusahaan bahkan tidak memiliki kantor atau toko fisik; sebaliknya, mereka hanya mengandalkan kemajuan teknologi online, itulah sebabnya transaksi *E-Commerce* di Indonesia menempati urutan pertama di antara negara-negara Asia Tenggara. Transaksi ekonomi digital di Indonesia mencapai 391 triliun rupiah per 2019, menurut riset terbaru Google, menyumbang 49% untuk Asia Tenggara. Jumlah bisnis yang menggunakan unit *E-Commerce* mencapai 26,2 juta, mewakili tingkat pertumbuhan 17% di industri (Alawiyah dan Damayanti, 2021).

Proses penjualan, pembelian, atau pertukaran barang, jasa, dan informasi melalui jaringan komputer disebut sebagai *E-Commerce*. *E-Bisnis* termasuk *E-Commerce*. *E-Bisnis* mencakup lebih dari sekedar perdagangan

itu juga mencakup kolaborasi dengan mitra bisnis, layanan pelanggan, posting pekerjaan, dan aktivitas lainnya. Selain itu, surat elektronik (*email*), teknologi berbasis data (*database*), dan bentuk lain dari teknologi non komputerisasi, seperti sistem pengiriman, barang, dan metode pembayaran, diperlukan untuk perdagangan elektronik. Menurut Sirigar (2010), definisi *E-Commerce* yang paling umum adalah proses jual beli barang melalui komputer yang dilengkapi dengan web browser. Pelanggan yang ingin mengakses *E-Commerce* tidak perlu berada di satu lokasi di era modern dengan teknologi yang canggih. Pasalnya, banyak lokasi di kota besar Indonesia yang menawarkan fasilitas akses internet yang hanya membutuhkan laptop atau tablet. teknologi menggunakan wi-fi Akibatnya, meskipun perusahaan yang menawarkan layanan e-commerce sangat diminati dan dibutuhkan saat ini, penggunaan e-commerce di Indonesia masih sangat terbatas. Pada saat pembelian, pemeriksaan, dan pengiriman, tanda tangan elektronik ini dibuat. (Harahap, 2022).

Prinsip dasar ekonomi Islam adalah kejujuran dan kebenaran, yang memungkinkan untuk menjual suatu produk dalam ekonomi Islam melalui interaksi sosial, iklan, dan menawarkan sampel produk. Penggunaan penipuan dan kebohongan dalam bentuk apapun untuk menghalalkan segala cara untuk tujuan membuat produk tersedia untuk umum dilarang keras dalam Islam. Setiap pengelola harus melakukan promosi sesuai iklan yang ditampilkan dan produk itu sendiri (Pujiyanti & Wahd, 2020).

Sistem COD (*Cash On Delivery*) dapat digunakan untuk transaksi agar terhindar dari penipuan dan cacat. Sebelum transaksi dianggap "deal", pembeli bisa langsung mengeceknya melalui sistem COD ini. Pada titik ini, pelanggan diharapkan untuk mencari informasi selengkap mungkin. Informasi penting tentang produk yang perlu diketahui pelanggan, seperti gambar produk dan harganya, nilai rating item otomatis yang menunjukkan apakah suatu produk bagus, cukup bagus, atau bahkan mengecewakan, spesifikasi produk dan menu produk. Pelanggan diharapkan menghindari penipuan pada tahap ini, dan ketidakpastian seputar spesifikasi produk dapat dikurangi (Andani, 2019).

2. METODE PENELITIAN

Penulis melakukan penelitian lapangan, yaitu penelitian yang berhubungan langsung dengan pokok kajian. Pendekatan kualitatif deskriptif digunakan dalam penelitian ini. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang mengarahkan peneliti untuk menyelidiki dan mendokumentasikan situasi sosial secara utuh, luas dan mendalam. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk secara akurat dan metodis menggambarkan fakta dan aspek bidang tertentu. Jenis penelitian yang relevan untuk memahami fenomena sosial (tindakan manusia) adalah penelitian kualitatif, di mana data dianalisis secara induktif daripada melalui metode statistik (Hafiza, 2021). Pengumpulan data dilakukan dalam kondisi alamiah, sumber data primer, dan lebih pada observasi peran serta wawancara mendalam dan dokumentasi, demikian dikemukakan Sugiyono (2017). Penelitian ini menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif yang digunakan peneliti sebagaimana yang dikemukakan Miles dan Hubberman (Sugiyono, 2007) yaitu, analisis memiliki 4 tahapan, yaitu: Domain, taksonomi, komponensial dan analisis tema budaya. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Teknik analisis domain dan teknik analisis komponensial. Teknik analisis domain dipilih karena menggambarkan tentang objek penelitian sebagai hasilnya. Sedangkan teknik analisis komponensial dipilih karena semua data yang dikumpulkan menggunakan domain tertentu yang telah dipilih dan ditentukan sebagai cover term dideskripsikan secara mendalam dan detail.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil Penelitian

3.1.1. Sejarah Berdirinya Toko Hijab Muslim Fashion Surakarta

Kami menyadari istilah "Hijab." Kerudung atau hijab yang menutupi seluruh wajah dan kepala memungkinkan wanita untuk menutupi aurat yang dikenakan oleh wanita saat menjalankan tugasnya. Meskipun wanita Muslim diharuskan memakai jilbab, mereka jarang melakukannya. Terkadang mereka juga ingin memakainya untuk sekolah, bekerja, atau aktivitas lainnya, namun jarang sekali mereka memakainya secara rutin atau setiap hari. Selain untuk menutupi aurat wanita, seorang muslimah atau wanita mengenakan hijab untuk mempercantik penampilannya dalam berbagai gaya dan model. Apalagi di Indonesia, negara yang sebagian

masyarakatnya atau umat Islam menjalankan ibadahnya. Jilbab kini tidak hanya menjadi ciri khas wanita muslimah tetapi juga menjadi ciri khas wanita muslimah.

Sulit untuk mengabaikan industri jilbab ketika anda mempertimbangkan peluang pasar yang besar, potensi keuntungan yang besar, dan pengembalian investasi yang cepat. Para profesional keuangan yang mempraktikkan hijab mencoba memenangkan wanita hijab agar mereka bisa menjadi klien. Jika toko hijab kita bisa bersaing dengan pengusaha hijab lainnya maka akan lebih dikenal masyarakat. Selain itu, pelanggan mendapatkan keuntungan karena dapat mengenakan jilbab yang mereka butuhkan dengan cara yang wajar.

Meski toko Fashion Muslim Hijab pindah ke kota Solo, Surakarta, pada Agustus 2021, namun belum membuka cabang lagi. Hanya satu toko yang saat ini beroperasi di Surakarta Solo. Toko Hijab Muslim Fashion berdiri di Jakarta pada tahun 2011 dan sudah memiliki cabang di Jakarta. Toko ini didirikan di atas tanah milik sendiri, meskipun belum berbadan hukum. Ibu "Selfia Agustinne" adalah pendiri toko muslim hijab Ibu satu anak ini memulai usahanya di Jakarta pada tahun 2011 secara offline dan setelah berpindah ke kota Solo pada tahun 2021 beliau sempat menjualnya melalui media di Social Media dengan berjualan hanya secara online melalui Shoppe. Dia kemudian mencoba menjual jilbab dengan banyak uang pribadi setelah melihat peluang yang bagus. Jilbab tersebut hanya dijual secara online melalui akun media sosial Shoppe namun mereka jarang mengembangkan secara aktif. Akibatnya, jilbab Mbak Safitri sangat diminati di kalangan wanita. Tidak hanya masyarakat di Solo Boyolali, tetapi juga banyak masyarakat Solo dari luar daerah.

Di Toko Fashion Muslim Hijab ini Mbak Selfiana juga menjual berbagai macam model hijab terbaru dengan harga terjangkau mulai dari harga 15.000/pcs hingga paling bagus dengan harga 140.000/pcs. Model hijab tersebut antara lain motif hijab lurus, hijab pasmina, hijab motif, hijab segi empat, motif hijab bermotif, hijab polos motif, dan ciput. Tidak hanya itu, toko hijab muslimah ini menjual secara eceran juga melayani pembelian diskon. Toko Hijab Muslim Fashion saat ini memiliki 5 karyawan. Karyawan toko hijab muslimah ini menerima gaji bulanan 500.000 yang cukup lumayan belum juga termasuk tambahan tunjangan uang makan. Toko pakaian muslim bertema hijab ini mengimpor barang dari berbagai lokasi di luar kota. Toko hijab busana muslim ini memiliki pelanggan dari segala usia, baik anak-anak, remaja, pelajar, hingga dewasa yang sering berbelanja di sana. Bu Selfiana menghasilkan banyak uang. Pada hari-hari biasa beliau menghasilkan omset sekitar 4.000.000 sampai 5.000.000 per hari. Namun menjelang bulan Ramadhan dan Lebaran, akan semakin banyak orang yang bekerja, sehingga pendapatannya meroket menjadi 25.000.000 sampai 30.000.000 per hari.

Tabel 1. Produk Toko Hijab Muslim Fashion Surakarta

No	Nama Barang	Harga
1.	Bella Square	10.500-25.000
2.	Saudia	13.000-35.000
3.	Basic Voal	17.500-30.500
4.	Pashmia Tali Ceruty	26.500-45.000
5.	Saudia Rawis	13.000-25.000
6.	Pashmina Ceruty Ronce	32.500-50.500
7.	Pashmina Diamond	20.000-35.000
8.	Voal Miracle	20.000-35.000
9.	Voila Lc	16.500-25.000

3.1.2. Implementasi Etika Bisnis Syariah Penjualan Online di Toko Hijab Muslim Fashion

Toko hijab muslim fashion ini bermula sebagai bisnis hijab di Jakarta pada tahun 2011 dan saat itu memiliki cabang disana. Namun pada tahun 2021, Mba Selfiana selaku Pelaku Usaha di Toko Hijab Muslim Fashion berinisiatif dan mengambil keputusan untuk merelokasi usahanya ke Solo guna mendirikan toko hijab muslim fashion ini. Strategi pemasaran toko hijab muslim fashion ini adalah memanfaatkan potensi target pasar untuk keuntungannya. Toko Hijab Muslim Fashion hanya melakukan apa yang dilakukannya karena ingin memberikan jaminan dan kenyamanan kepada pembeli. Secara tidak langsung juga akan menghindari kaburnya kondisi barang dan tidak percaya bahwa pelanggan harus berkecil hati ketika produk pesanan tiba meskipun hanya melakukan pembelian melalui media berbasis web. Karena itu, pelanggan tidak akan pernah kecewa, meskipun mereka tidak pernah benar-benar melihat produknya.

Dalam wawancara tentang bagaimana mereka menjalankan bisnis mereka di toko Hijab Muslim Fashion, pemilik toko Hijab Muslim Fashion atau Pelaku Usaha Mbak Selfiana Agustinne menjalankan bisnis Toko Hijab Muslim Fashion menjual barang di *E-Commerce* Shoppe selalu menggunakan foto asli yang sesuai dengan keadaan barang yang sebenarnya dan di Toko Hijab Muslim Fashion sudah terpercaya dan selalu Amanah dalam penjualan online maupun offline untuk menghindari terjadinya penipuan pelaku usaha selalu menerapkan sikap etika yang dilaksanakan sesuai dengan syariah.

Toko Hijab Muslim Fashion ini akan banyak memberikan informasi dan konfirmasi terkait pembayaran serta proses selanjutnya yaitu pengiriman barang, saat berjualan secara online. Hal ini dilakukan untuk mencegah agar pelanggan tidak tertipu sehingga percaya bahwa Toko Hijab Muslim tidak akan melakukan penipuan setelah proses pembayaran. Hal ini juga dilakukan untuk memberikan informasi tentang etika bisnis kepada karyawan Toko Hijab Muslim Fashion menjadi subjek wawancara, Bagaimana etika bisnis yang diterapkan di Toko Hijab Muslim Fashion ini, yaitu pelaku usaha Mbak Selfiana Agustinne selalu menerapkan dan memberi kritikan kepada seluruh karyawan dengan menggunakan etika bahasa yang sopan dan ramah. Selain itu, dalam melayani konsumen mencari barang yang diinginkan karyawan Toko hijab muslim fashion selalu melayani dengan ramah tamah dan senyuman.

Setiap pembeli pasti ingin selalu meminta potongan atau diskon jika ingin memesan banyak dan dalam penjualan pasti mengaitkan potongan harga dengan minimum berapa barang yang ingin dipesan seperti yang peneliti ungkapkan kepada pelaku usaha. Apakah jika ada konsumen yang ingin memesan produk banyak selalu di beri potongan, seperti halnya Mbak Selfiana mengungkapkan di Toko Hijab Muslim Fashion ataupun di toko manapun pasti selalu mendapatkan potongan harga dengan minimum barang yang dipesan kepada konsumen dengan harga grosir dan pendapatan Mbak Selfiana juga selalu menguntungkan walaupun tidak sebanyak seperti jika membeli satuan produk tersebut.

3.1.3. Implementasi E-Commerce di Toko Hijab Muslim Fashion Surakarta Dalam perspektif Etika Bisnis Syariah

Satu kesamaan yang dimiliki oleh kedua metode penjualan Toko Hijab Muslim Fashion adalah membiarkan pelanggan memilih apa yang mereka inginkan dan kemudian melakukan pembelian. Namun terdapat perbedaan dari masing-masing metode tersebut, dengan pelanggan Hijab Muslim Fashion ini dengan Offline dapat langsung melihat dan mencoba produk sedangkan pelanggan media online hanya dapat melihatnya dan memilih barang melalui katalog yang disediakan pada akun Shoppe Toko Hijab Muslim Fashion ini. Menurut Mbak Selfiana yang dilakukan mengenai peningkatan pengembangan melalui *E-Commerce* dengan mengembangkan produk baru mbak selfiana selalu mengembangkan produk dalam sebulan sekali dengan produk yang baru tentunya dan Mbak Selfiana selaku pelaku usaha untuk kedepannya selalu bisa mengembangkan model hijab terbaru agar banyak konsumen yang berminat untuk model hijab terbaru di Toko tersebut.

Penjualan online dalam *E-Commerce* yang digunakan di toko hijab muslim ini dalam memasarkan produknya adalah, melalui media yaitu Shoppe. Akun *E-Commerce* Toko Hijab Muslim Fashion berisi produk siap pakai untuk setiap item. Selain itu, pemilik menjelaskan dalam wawancara bahwa setiap gambar produk yang diunggah ke akun *E-Commerce Shoppe* toko Hijab Muslim Fashion adalah gambar asli dari barang tersebut dalam kondisi aslinya dan belum diubah dengan cara apapun. juga disertai dengan informasi lengkap mengenai harga, model, dan bahan. Hal ini dilakukan untuk mencegah sering terjadinya penipuan bisnis online dan agar pelanggan mengetahui kondisi barang. Seperti pernyataan yang diungkapkan Mbak Selfi kepada peneliti, Mbak Selfiana sudah tidak mengembangkan produk hijabnya di media internet karena beliau sudah tidak terlalu fokus untuk mengembangkan di Online ataupun media sosial lainnya karena beliau ingin memfokuskan bisnisnya secara Offline di Toko Hijab Muslim Fashion tersebut. Selain itu toko hijab muslim fashion mengalami kesulitan dalam proses promosi atau penguploadan katalog penjualan dimana toko hijab menjual bermacam-macam jenis dan model hijab yang berbeda dengan contoh 1 jenis hijab mempunyai 90 warna. Adapun dalam pemasaran yang dilakukan oleh pelaku usaha agar setiap konsumen bisa mempercayai toko hijab muslim fashion ini melalui media online di Toko Hijab Muslim Fashion ini dengan adanya pengembangan media sosial kini mencakup semua bentuk bisnis online . Akan tetapi walaupun dalam pemasaran media internet di Toko Hijab Muslim ini tidak berkembang Mbak Selfiana selaku pelaku usaha selalu mengeluarkan produk terbaru dan selalu mengembangkan

produk dengan bahan yang dihasilkan oleh toko hijab muslim fashion seperti yang diungkapkan Mbak Selfiana yaitu produk yang selalu di gunakan di toko hijab muslim fashion ini yaitu Katun, Woll selalu mengikuti perkembangan produk dan tentunya cukup nyaman unuk digunakan.

Dengan adanya bisnis atau penjualan tentunya pasti menerapkan manajemen keuangan dan keuntungan setiap bulannya di Toko Hijab Muslim Fashion tersebut menjual dengan harga murah tetapi sangat berkualitas juga dengan harga paling murah yaitu 15.000 sampai dengan yang paling mahal yaitu model bahan terbaru dengan harga 140.000 dengan harga 140.000 sudah termasuk dengan packingan yang bagus dari kardus dan bisa untuk orang pakai membuat hadiah-hadiah penambahan.

3.2. Pembahasan

Berikut adalah beberapa hasil yang diperoleh dari wawancara yang dilakukan oleh peneliti dan akan dianalisis oleh peneliti sebagai berikut:

3.2.1. Implementasi Etika Bisnis Syariah terhadap penjualan online di Toko Hijab Muslim Fashion Surakarta

Etika bisnis islami adalah akhlak menjalankan bisnis yang sesuai dengan nilai-nilai islami sehingga tidak ada rasa khawatir dalam menjalankan bisnis karena diyakini benar. Pertimbangan etis harus selalu diperhatikan dalam setiap kegiatan bisnis, seperti menjalankan bisnis secara etis berdasarkan iman dan takwa, amanah, dan tidak melanggar hukum Islam. Prinsip etika sangat dihargai dalam Islam. Menurut Arhadian Roliansyah (2022) dengan Analisis Transaksi Jual Beli Online di Marketplace Shoppe menurut konsep bisnis Islam Pada masa pandemi Covid-19 menyimpulkan tentang Penerapan prinsip etika bisnis yang digunakan dalam transaksi jual beli di Shopee sejalan dengan etika bisnis Islami dalam ulasan etika bisnis Islami yang diterapkan penjual di marketplace Shopee. Prinsip-prinsip etika bisnis Islam tentang persatuan, keseimbangan, kehendak bebas, akuntabilitas, kebenaran, kebajikan, dan kejujuran telah diterapkan oleh pembeli dan penjual.

Toko Muslim Hijab Fashion mengikuti etika bisnis Islami yaitu selalu memperhatikan kejujuran dalam berbisnis untuk mendapatkan kepercayaan pelanggan, menunjukkan loyalitas kepada atasan dan karyawan, disiplin dalam bekerja dan bertanggung jawab. Temuan wawancara dengan peneliti Hijab Muslim Fashion menunjukkan adanya faktor pendukung internal, seperti pimpinan perusahaan yang menjunjung tinggi agama dan sadar akan penerapan etika bisnis Islami di toko Hijab Muslim Fashion, seperti praktik tabayun sebelum mengeluarkan surat peringatan jika terjadi kesalahan atau masalah. kepada karyawan, dan sikap pemimpin yang amanah juga berdampak besar pada bagaimana karyawan termotivasi untuk memimpin Rabbani ke masa depan yang lebih baik sebagai bisnis yang menggunakan etika bisnis Islami dalam semua aktivitasnya. Menurut hadits tentang kepemimpinan, sebagaimana hadist tentang kepemimpinan sabda Rosulullah:

لَا كُلُّكُمْ رَاعٍ وَكُلُّكُمْ مَسْئُولٌ عَنْ رَعِيٍّ ۖ

“Ketahuilah setiap kalian adala pemimpin, dan setiap kulan bertanggung jawab atas apa yang dipimpinnya” (HR.Muslim).

Pemanfaatan moral bisnis juga dapat dilihat dari para eksekutif dan Sumber Daya Manusia di organisasi toko hijab muslim fashion, toko hijab muslim fashion yang umumnya mengutamakan agama, menyisihkan gajinya untuk membantu ekonomi individu, membayar infak, zakat dan iuran. Toko Hijab Muslim Fashion adalah bisnis maju dari sudut pandang keuangan yang memiliki peluang sangat baik untuk mencapai visi dan misinya. Toko Hijab Muslim Fashion juga mengikuti aturan berpakaian Islami. Misalnya, karyawan harus berjilbab, berpakaian profesional, dan memperhatikan orang lain. Meski pesaingnya banyak, pemilik Toko Hijab Muslim Fashion ini mengaku Allah SWT telah mengatur rejeki untuk mereka karena pelanggan toko yakin hal itu akan menggugah mereka untuk melakukan perbaikan. Selain itu penghasilan Ibu Selfiana cukup dan bisa disumbangkan atau digunakan untuk sedekah.

3.2.2. Implementasi E-Commerce di Toko Hijab Fashion Surakarta Dalam Perspektif Etika Bisnis Syariah

Berdagang adalah bagian dari Islam Rasulullah SAW sendiri adalah seorang pedagang sukses yang melakukan perjalanan ke Suriah dan negara-negara lain yang jauh dari rumahnya untuk menjalankan bisnisnya. Ternyata kegiatan bisnis juga bertanggung jawab atas penyebaran Islam ke berbagai belahan dunia. Ini di samping

fakta bahwa bisnis menjangkau berbagai negara. Karena persoalan ekonomi merupakan bagian dari muamalah bukan ibadah, maka masyarakat bebas menerapkan prinsip-prinsip Islam dalam kegiatan ekonomi. Prinsip-prinsip ini didasarkan pada kebebasan. Riba dan ketidakadilan dilarang dalam Islam. Kebebasan manusia tidak mutlak dalam hal ini; sebaliknya, itu adalah kebebasan yang adil dan bertanggung jawab. Menurut Suparno (2020) dengan Pengaruh penjualan dengan aplikasi *E-Commerce* dalam perspektif etika bisnis Islam menjelaskan tentang bahwa adanya *E-Commerce* menunjukkan bahwa *E-Commerce* berpengaruh positif terhadap pertumbuhan pendapatan, sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam, sehingga berdampak pada peningkatan pendapatan pemilik usaha.

Alquran dan Hadits menjadi landasan normatif bagi etika ekonomi dan bisnis syariah. Ini dapat dipecah menjadi empat kategori dalam konteks ini: 1) Landasan tauhid; 2) Landasan kerukunan; 3) Landasan kehendak bebas; dan 4) Landasan tanggung jawab. Dalam ekonomi Islam, bisnis bertujuan untuk mencapai empat kelompok: 1) Bertujuan untuk mendapatkan hasil: keuntungan baik yang berwujud maupun tidak berwujud; pertumbuhan; keberlanjutan; berkah; dan Al-Qur'an memahami perilaku, perkawinan dan perpisahan, kerapian, namun juga menyebarkan aturan terperinci tentang pertukaran, bunga, kewajiban, kontrak, surat wasiat, masalah legislatif, dan bisnis keuangan. Islam telah menetapkan dasar-dasar perilaku ekonomi sebagai konsumen, produsen, dan pemilik kekayaan selain memungkinkan dan mendorong aktivitas bisnis.

Dengan mengikuti standar etika komunitas tertentu tanpa terlebih dahulu menetapkan kriteria, teori ini memudahkan para pembuat keputusan untuk menentukan apa yang benar dan salah. Tingkat keberhasilan dan pendapatan suatu perusahaan dapat dipengaruhi oleh tingkat penjualan. Berdasarkan temuan penelitian, Hijab Muslim Fashion menerapkan strategi pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan produknya. Setiap bulan Mbak Selfiana mengajak karyawannya untuk rapat guna membahas strategi pemasaran khususnya meningkatkan penjualan di toko Hijabnya. Bauran pemasaran sebagai komponen internal penting atau komponen yang membentuk program pemasaran organisasi. 4P membentuk bauran pemasaran, yang meliputi:

a. Strategi Produk (*Product*)

Perspektif Islam tentang produksi sangat berbeda dengan pemikiran Barat. Proses pengambilan keputusan proses produksi menggabungkan unsur moral dan transendental dari perspektif Islam. Selain itu, toko hijab muslim membuat label untuk setiap produk yang dijual. Hal ini dilakukan agar fashion hijab muslimah lebih dikenal luas dan membedakan produknya dengan produk lain yang banyak beredar di pasaran.

b. Strategi Harga (*Price*)

Karena Islam mengakui bahwa pengawasan atau pengaturan berasal dari masyarakat itu sendiri, khususnya individu-individu yang telah dipengaruhi oleh nilai-nilai Islam, maka telah mengatur mekanisme harga berdasarkan kebebasan pasar, yang menyatakan bahwa harga suatu barang ditentukan oleh penawaran dan permintaan. Islam mensyaratkan ketidaksempurnaan pasar yang dibebaskan dari upaya pertemuan yang percaya bahwa pasar yang berliku-liku bersama-sama harus menuai keuntungan besar dalam jangka waktu singkat.

c. Strategi Promosi (*Promotion*)

Di ajaran Islam untuk menutupi perilaku promosi. Pernyataan palsu, tuduhan tak berdasar, campuran, dan kesaksian palsu semuanya dikutuk oleh Al-Quran. Tidak etis bagi penjual untuk melebih-lebihkan kualitas produknya, karena dianggap curang dan tidak dapat dibenarkan dalam etika pemasaran Islam. Toko jilbab muslimah menggunakan kerangka pengembangan dengan membuat rekaman foto langsung dengan barang yang dijual, dengan itu kemajuan ekonomi Islam yang diterapkan pada toko jilbab muslimah sama sekali tidak curang dan apa yang dilihat klien di foto dan rekaman sama dengan yang ada. hal pertama.

d. Strategi Distribusi (*Prace*)

Dalam bidang pemasaran, aspek etika pengambilan keputusan tentang distribusi produk sangatlah penting. Dari menyiapkan perangkat hingga melakukan pemesanan dan akhirnya menerima produk di tangan pelanggan, distribusi fisik dapat dilihat sebagai perpaduan informasi, orang, peralatan, dan organisasi yang terintegrasi. Sebagai salah satu komponen distribusi, transportasi sendiri memiliki pengaruh terhadap manusia dan lingkungan alam. Perusahaan harus secara intensif mempersiapkan strategi yang akan digunakan untuk menstabilkan pendapatan penjualan sekaligus bersiap menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat agar dapat beroperasi dengan sukses. Dengan kata lain, bisnis perlu mengatur ulang dan memunculkan ide-ide baru agar produk mereka tetap diminati.

Sistem jual beli online ini meliputi pihak-pihak yang akan melakukan transaksi, kemudian melakukan akad dengan kesepakatan yang akan disepakati kedua belah pihak secara tulus satu sama lain tanpa ada keraguan. Selanjutnya ada suatu benda atau barang yang akan dikontrakkan, dan barang tersebut harus jelas baik dan mempunyai nilai manfaat. Akhirnya dapat diserahkan sesuai dengan waktu dan ada lokasi yang disepakati, seperti yang dijelaskan oleh peneliti di bawah ini. Demikian peneliti menjelaskan tentang penelitian *E-Commerce* dalam *Shopee* sebagai berikut:

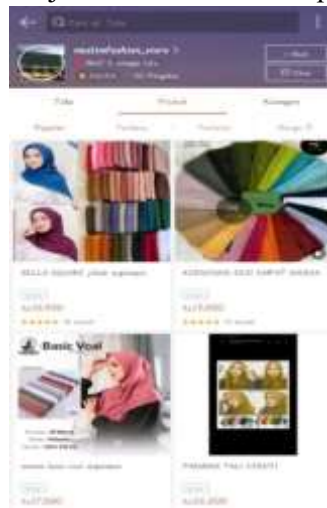
a. E-Commerce

Seperti yang dijelaskan di atas bagian pembahasan landasan teori *E-Commerce* adalah suatu cara untuk melakukan transaksi dengan memanfaatkan jaringan komunikasi media elektronik, seperti internet. Jaringan ini digunakan baik oleh negara maju maupun negara berkembang, dan memungkinkan dilakukannya aktivitas yang tidak memerlukan batasan geografis untuk mencapai efisiensi dan kecepatan dalam penyelenggaraan aktivitas bisnis. Kegiatan *E-Commerce* dikenal dengan akad jual beli salam dan Istisna. Transaksi jual beli adalah transaksi yang kegiatan pembayarannya dilakukan di muka atau di muka.

b. Shopee

Shopee adalah pusat perdagangan berbasis internet untuk perdagangan di web secara efektif dan cepat. Shopee menyediakan berbagai pilihan barang, mulai dari fashion hingga kebutuhan sehari-hari. Shopee hadir sebagai aplikasi dan situs mobile untuk memudahkan pelanggannya dalam melakukan aktivitas belanja online baik melalui ponsel maupun melalui PC. Shopee Indonesia adalah pusat komersial yang diklaim oleh Ocean Group di Singapura. Karena dijalankan oleh Shopee dan merupakan C2C (Customer to Customer) Mobile Marketplace, mudah digunakan oleh semua lapisan masyarakat, termasuk Indonesia. Bisnis online ini memiliki banyak sekali penawaran dari negara non muslim hingga negara muslim. Pastikan bahwa pembeli, penjual, dan penyedia barang mematuhi etika bisnis Islam untuk kepentingan klien mereka. Meskipun metode penilaian keamanan ini telah digunakan, transaksi aplikasi Shopee tidak selalu aman. Selain itu, shopee ini memiliki peminat paling banyak hingga tahun 2023. Salah satu cara agar lebih berhati-hati saat berbelanja bahan makanan di *Marketplace Shopee* adalah dengan membaca dan mempertimbangkan ulasan pelanggan Shopee. Biasanya Shopee menerima rekomendasi, kesan, dan komplain berupa rating dan ulasan. Pilihan pengunjung lain mungkin dipengaruhi oleh ulasan ini. karena keluhan, kesan, dan saran semua dapat diperhitungkan terlepas dari seberapa sia-sianya proses transaksi. Layanan Shopee menjadi bahan komentar banyak pelanggan di kolom komentar. Saat ini toko hijab muslim fashion menghadapi kendala seperti minimnya penjualan produk secara online di *E-Commerce Shopee* dan minimnya pengembangan di beberapa media sosial. Kesalahan warna, ukuran, dan segala macam lainnya merupakan salah satu kelemahan belanja online karena konsumen membeli produk tidak mencoba langsung dan efek kamera membuat warna produk sedikit berbeda dengan aslinya.

Hambatan dalam berjualan secara online dan yang juga sering terjadi merupakan salah satu faktor penghambat mengenai ketepatan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen yang membeli produk secara online. Adapun link Profil Shoppe di Toko Hijab Muslim Fashion seperti yang berada di bawah ini:



Gambar 1. Profil Shoppe di Toko Hijab Muslim Fashion “*muslimfashion_store*”

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan yang sudah dibahas sebelumnya, sehingga dapat diambil suatu kesimpulan sebagai berikut diantaranya:

- a. Toko Muslim Hijab Fashion mengikuti etika bisnis Islami yaitu selalu memperhatikan kejujuran dalam berbisnis untuk mendapatkan kepercayaan pelanggan, menunjukkan loyalitas kepada atasan dan karyawan, disiplin dalam bekerja dan bertanggung jawab, seperti praktik tabayun sebelum mengeluarkan surat peringatan jika terjadi kesalahan atau masalah. kepada karyawan, dan sikap pemimpin yang amanah juga berdampak besar pada bagaimana karyawan termotivasi untuk memimpin Rabbani ke masa depan yang lebih baik sebagai bisnis yang menggunakan etika bisnis Islami dalam semua aktivitasnya. Pemanfaatan moral bisnis juga dapat dilihat dari para eksekutif dan Sumber Daya Manusia di organisasi toko hijab muslim fashion, toko hijab muslim fashion yang umumnya mengutamakan agama, menyisihkan gajinya untuk membantu ekonomi individu, membayar infak, zakat dan iuran. Toko Hijab Muslim Fashion juga mengikuti aturan berpakaian Islami. Misalnya, karyawan harus berjilbab, berpakaian profesional, dan memperhatikan orang lain.
- b. Penjualan online dalam *E-Commerce* yang digunakan di toko hijab muslim ini adalah melalui media Shoppe. Akun *E-Commerce* Toko Hijab Muslim Fashion berisi produk siap pakai untuk setiap item. Setiap gambar produk yang diunggah ke akun *E-Commerce Shoppe* toko Hijab Muslim Fashion adalah gambar asli dari barang tersebut dalam kondisi aslinya dan belum diubah dengan cara apapun, juga disertai dengan informasi lengkap mengenai harga, model, dan bahan. Hal ini dilakukan untuk mencegah sering terjadinya penipuan bisnis online dan agar pelanggan mengetahui kondisi barang. Namun akun shope Toko Hijab Fashion sudah tidak lagi dikembangkan mengembangkan lagi karena Toko Hijab Fashion ingin memfokuskan bisnisnya secara Offline di Toko Hijab Muslim Fashion tersebut. Selain itu toko hijab muslim fashion mengalami kesulitan dalam proses promosi atau penguploadan katalog penjualan dimana toko hijab menjual bermacam-macam jenis dan model hijab yang berbeda dengan contoh 1 jenis hijab mempunyai 90 warna.

5. REFERENSI

- Alawiyah, I. T., Santoso, H., & Damayanti, W. (2021). Perceived Risk Dalam Transaksi E-Commerce Perspektif Etika Bisnis Islam Dan Social Culture. *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 8(1), 226-246.
- Andani, S. N. (2019). Analisis upaya penerapan etika bisnis islam pada praktik jual beli di Facebook Marketplace (*Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya*).
- Hafiza, D. (2021). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Produk HWI (*Health Wealth International*). *Kumpulan Karya Ilmiah Mahasiswa Fakultas Agama Islam dan Humaniora*, 2(02), 11-11.
- Harahap, R. S. (2022). Transaksi E-Commerce Menurut Perspektif Ekonomi Islam (*Studi Kasus Sistem Jual Beli Online Di Kota Medan*) (*Doctoral dissertation*).
- Pujiyanti, S. D. & Wahdi, A. (2020). Transaksi Bisnis Online dalam Perspektif Islam. *SERAMBI: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis Islam*, 2(2), 91-102.
- Roliansyah, A. (2022). Analisis Perbandingan Transaksi Jual Beli Online Di Marketplace Shopee Pada Masa Pandemi Covid 19 (*Doctoral Dissertation, UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu*).
- Siregar & Suharto, S. (2022). Pemanfaatan E-Commerce Dalam Pengembangan Bisnis Menurut Perspektif Ekonomi Islam Di Era Covid 19. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 15(1), 99-110.
- Sugiyono (2017) . Transaksi E-Commerce Menurut Perspektif Ekonomi Islam (*Studi Kasus Sistem Jual Beli Online Di Kota Medan*). *Diss. 2022*.
- Suparno, A. (2020). Pengaruh Penjualan Dengan Aplikasi E Commerce Dalam Perspektif Islami. *Eduscotech*, 1(2), 22-35.