

## ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMEN BELANJA ONLINE DI TOKOPEDIA (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN STS Jambi 2020-2022)

Lindy<sup>1</sup>, Putri Apria Ningsih<sup>2</sup>, Khairiyani<sup>3</sup>

[lindy280203@gmail.com](mailto:lindy280203@gmail.com)<sup>1</sup>, [putriapria8@gmail.com](mailto:putriapria8@gmail.com)<sup>2</sup>, [khairiyani@uinjambi.ac.id](mailto:khairiyani@uinjambi.ac.id)<sup>3</sup>

UIN STS JAMBI

### ABSTRAK

Internet merupakan salah satu contoh perkembangan teknologi yang dapat digunakan sebagai alat transaksi belanja online dan dapat mempengaruhi gaya hidup masyarakat terutama dalam hal berbelanja. Mahasiswa merupakan kelompok yang dekat dengan kemajuan teknologi, khususnya dalam hal kemajuan teknologi informasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pandangan mahasiswa ekonomi Islam dalam mengambil keputusan belanja online di Tokopedia, kemudian menganalisis proses mahasiswa dalam mengambil keputusan belanja online pada produk atau barang di Tokopedia dan menganalisis bagaimana mahasiswa menerapkan etika bisnis Islam dalam mengambil keputusan belanja online di Tokopedia. Dan penelitian ini juga melihat bagaimana ekonomi Islam diterapkan di Tokopedia. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif untuk membangun teori berdasarkan data yang diperoleh dari peneliti. Dapat disimpulkan bahwa penerapan etika bisnis Islam dalam pengambilan keputusan belanja online di Tokopedia pada mahasiswa sangat baik dan sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam. Dan secara umum Tokopedia tidak melanggar etika yang berlaku dalam bisnis syariah. Namun untuk menjamin keamanan konsumen khususnya konsumen muslim dalam melakukan pembelian produk melalui Tokopedia, perlu adanya perbaikan label halal yang harus dicantumkan pada deskripsi barang atau produk.

**Kata Kunci:** Etika Bisnis Islam, Keputusan Kosumen, Belanja Online.

### ABSTRACT

*The internet is an example of technological developments that can be used as a tool for online shopping transactions and can influence people's lifestyles, especially in terms of shopping. Students are a group that is close to technological advances, especially in terms of advances in information technology. This research aims to analyze the views of sharia economics students in making online shopping decisions on Tokopedia, then analyze the students' process in making online shopping decisions on products or goods on Tokopedia and analyze how students apply Islamic business ethics in making online shopping decisions on Tokopedia. Tokopedia. Tokopedia. And this research also looks at how Islamic economics is applied at Tokopedia. This research uses qualitative research methods to build theory based on data obtained from researchers. It can be concluded that the application of Islamic business ethics in making online shopping decisions on Tokopedia for students is very good and in accordance with the principles of Islamic business ethics. And in general, Tokopedia does not violate the ethics that apply in sharia business. However, to ensure the safety of consumers, especially Muslim consumers, when purchasing products through Tokopedia, it is necessary to improve the halal label which must be included in the description of the goods or products.*

**Keywords:** Islamic Business Ethics, Consumer Decision, Online Shopping.

### PENDAHULUAN

Globalisasi telah mempengaruhi perkembangan di berbagai bidang salah satunya adalah bidang teknologi. Perkembangan teknologi saat ini telah mengalami kemajuan yang sangat pesat. Dengan teknologi telekomunikasi semakin canggih yang tampaknya digunakan semua manusia satu ruangan dimana kalian bisa saling menyapa dan melakukan

aktivitas di duniamaya, termasuk dalam mu`amalah. Aktivitas dalam muamalah atau jual beli sudah ada pada zaman Rasulullah SAW yang mana sistem jual beli dilakukan dengan cara tatap muka antara penjual dan pembeli. Namun dengan perkembangannya zaman, sistem jual beli sekarang ini dapat dilakukan dengan sistem jual beli online.

Internet merupakan salah satu contoh perkembangan teknologi yang dapat digunakan sebagai alat untuk melakukan transaksi jual beli. Jual beli online adalah transaksi jual beli yang dilakukan melalui internet media sosial yang dianggap lebih praktis, cepat dan mudah. Selain itu, jual beli online juga dapat meminimalkan biaya pengeluaran dan dapat memaksimalkan dalam keuntungan. Namun, kemudahan dalam bertransaksi justru membuat pembeli menghadapi banyak risiko dan kerugian, terutama pada saat jual beli online yang sering terjadi penipuan yang meluas. Menurut laporan Kementerian Komunikasi dan Informatika, dari jumlah 486.000, jenis penipuan yang mendominasi adalah penipuan transaksi online dengan jumlah kurang lebih 405.000 laporan. Setelah itu diikuti dengan jenis penipuan dalam jual beli online sebanyak 12.000 pada tahun 2022.

Keuntungan internet salah satunya dapat dimanfaatkan sebagai media bisnis perdagangan. Keuntungan tersebut dianggap lebih praktis dan mudah oleh masyarakat dan pelaku bisnis. Pemasaran online juga memiliki beberapa manfaat. Pertama, suatu perusahaan baik besar ataupun kecil dapat membiayainya. Kedua, belanja dapat dilakukan secara pribadi, lebih mudah dan cepat. Ketiga, pengambilan informasi dan akses yang cepat. Keempat, tidak ada batasan untuk tempat iklan. Selain itu keuntungan dari transaksi online ini karena lebih efisien dan efektif dibandingkan dengan sistem transaksi secara langsung yang dimana penjual dan pembeli harus bertemu secara langsung dalam satu tempat. Alasan inilah yang membuat banyak masyarakat lebih tertarik dalam melakukan transaksi jual beli secara online.

Konsumen merupakan pengguna barang dan jasa yang tersedia, baik untuk kepentingan sendiri, keluarga, maupun orang lain. Dalam perilaku konsumen terdapat dua elemen penting yaitu elemen proses pengambilan keputusan dan elemen kegiatan secara fisik. Kedua elemen tersebut melihatkan individu dalam mendapatkan, menilai serta menggunakan barang dan jasa. Konsumen membeli barang dan jasa untuk mendapatkan manfaat dari barang dan jasa tersebut.

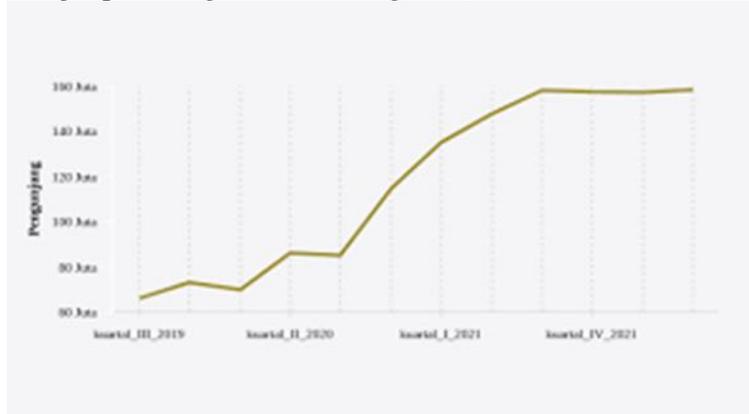
Keputusan pembelian konsumen merupakan kesimpulan konsumen dalam melakukan pembelian. Keputusan konsumen sangat dipengaruhi oleh perilaku penjual pada konsumen tersebut. Ada dua faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian. Pertama, konsumen itu sendiri ada dua unsur dari konsumen itu sendiri yang mempengaruhi pengambilan keputusan yaitu pikiran konsumen yang meliputi motivasi, persepsi, karakteristik, sikap dan gaya hidup konsumen. Faktor kedua, adanya pengaruh lingkungan yang terdiri atas nilai budaya, pengaruh dan kelas social dan situasi lain yang menentukan.

Keputusan pembelian online diartikan sebagai aktivitas konsumen terhadap pemilihan produk yang dijualkan atau dipasarkan secara online melalui media social. Secara khusus keuntungan yang didapat oleh konsumen dalam belanja online antara lain: (1) Pembeli cukup melakukan transaksi melalui internet, tidak perlu mendatangi toko, (2) Hemat biaya transportasi dan hemat waktu berbelanja, (3) Terdapat banyak pilihan, sehingga dapat membandingkan semua produk termasuk harga yang ditawarkan sebelum melakukan pemesanan, (4) Dapat membeli barang yang diinginkan dari Negara lain secara online, (5) Harga lebih terjangkau. Disamping keuntungan yang didapat oleh konsumen, ada beberapa kerugian antara lain: (1) Produk barang tidak bisa dicoba, (2) Standar barang kadang tidak sesuai, (3) Pengiriman mahal, (4) Dapat beresiko terjadi penipuan. Untuk menghindari barang dari resiko penipuan, dapat dilakukan dengan sistem COD (Cash On Delivery).

Melalui sistem COD ini, transaksi dilakukan ketika barang sudah sampai secara langsung.

Tokopedia merupakan toko online yang sangat populer sampai saat ini. Tokopedia merupakan sebagai pasar online yang menyediakan toko untuk para pelaku penjual secara gratis dan dapat dimanfaatkan. Selain itu, fasilitas yang disediakan dari Tokopedia ini dapat mempermudah pemasaran produk karena Tokopedia sudah dikenal di seluruh Indonesia. Dan jangkauan pasar jauh menjadi lebih luas dan secara otomatis produk yang dijual semakin laris. Dimana tercatat Tokopedia merupakan e-commerce dengan pengunjung terbanyak di Indonesia pada kuartal II 2022.

Gambar 1  
Rata-rata kunjungan Web per Bulan Tokopedia (Kuartal I 2019 – Kuartal II 2022)



Sumber: iPrice, Oktober 2022

Berdasarkan data diatas, menurut data yang dihimpun iPrace, diperiode ini Tokopedia memiliki rata-rata 158,3 juta pengunjung website per bulan, tertinggi dibanding para pesaingnya. Sebelum pandemi, yakni pada kuartal III 2019, Tokopedia baru memiliki 65,9 juta pengunjung website per bulan. Kemudian di awal terjadinya pandemi kuartal I 2020 pengunjung Tokopedia sempat turun sedikit, tapi setelah itu trennya terus naik seperti terlihat pada grafik. Jika di akumulasikan, selama periode kuartal III 2019 sampai kuartal II 2022 jumlah pengunjung website Tokopedia sudah tumbuh besar sekitar 140%.

Gambar 2  
Top 5 Marketplace Indonesia



Sumber: Similarweb, April 2023

Berdasarkan data SimilarWeb, jika dilihat dari peringkatnya Tokopedia menempati urutan ke 2 dari 5 top marketplace yang ada di Indonesia sebagai e-commerce (perdagangan elektronik) dengan rata-rata 117 juta kunjungan yang cukup tinggi. Aplikasi Tokopedia juga banyak diminati oleh masyarakat karena ragam produk yang menarik dan tawaran harga yang terjangkau sehingga menjadi daya tarik tersendiri bagi penggunanya.

Dalam melakukan kegiatan ekonomi yang berlandaskan ketuhanan. Sistem ini

bertujuan akhir kepada Allah dan menerapkan aturan yang tidak lepas dari syariat islam. Jadi dalam ekonomi islam memiliki keterkaitan dengan salah satu teori etika bisnis islam, etika ini berfungsi sebagai pengatur untuk mengarahkan dan menuntun jalannya sistem ekonomi. Dengan demikian etika ekonomi islam merupakan suatu usaha pengkajian secara sistematis tentang perilaku, tindakan dan sikap yang dianggap benar atau baik menurut syariat islam dalam hal ekonomi yang sesuai dengan Al-Qur'an dan Hadits.

Secara filosofi etika menggambarkan diri pada nalar ilmu dan agama untuk menilai, sehingga etika bisnis berfungsi sebagai pengontrol atau pengatur terhadap aktivitas ekonomi. Jadi etika dapat diartikan dengan pemikiran tentang baik dan buruk. Dan etika bisnis islam mengarahkan kegiatan bisnis yang sesuai dengan aturan-aturan syariah islam. Penyesuaian etika menyangkut dua hal yaitu etos dan etis. Etos islam merupakan berkaitan dengan semangat kerja yang dikehendaki syariah. Tidak sedikit dalam Al- Qur'an dan Hadits menjelaskan tentang keutamaan bisnis, kerja mandiri, dan pemanfaatan kekayaan alam. Sedangkan etis islam membatasi gerakan bisnis agar terhindar dari hal-hal yang dilarang dalam ajaran islam.

Dalam melakukan bisnis pada zaman sekarang, diharuskan untuk selalu mengikuti prinsip-prinsip bisnis yang sudah diajarkan oleh Nabi Muhammad. Apalagi dengan zaman yang semakin berkembang, banyak manusia yang hanya memikirkan dirinya sendiri dengan berbuat curang agar barang yang didagangkannya cepat laku. Jual beli seperti tersebut dikategorikan jual beli spekulatif apabila dilakukan dengan tidak amanah dalam penerimaan barang, tidak transparan, penipuan yang berdampak merugikan. Konteks terpenting bagi pelaku ekonomi yaitu berperilaku etis karena kesuksesan tertinggi yang diperoleh seorang muslim adalah falah. Falah akan didapat oleh seorang muslim apabila dapat mengintegrasikan etika islam dengan setiap perilaku ekonominya. Dalam berbisnis berdasarkan etika bisnis islam harus menggunakan lima prinsip yaitu, Prinsip Kesatuan (Tauhid), Prinsip Keseimbangan (Al-'Adlwa Al-Ihsan), Prinsip Kehendak Bebas (Ikhtiar), Prinsip Pertanggung Jawab (Fardh) dan Prinsip Kejujuran.

Kejujuran dalam bermuamalah sangat diperlukan ketika memberikan informasi kepada konsumen atau pembeli. Kejujuran merupakan sifat yang dimiliki oleh Nabi Muhammad SAW dalam berdagang sebagaimana firman Allah SWT dalam Al-Qur'an surah Al-Baqarah ayat 275 yang berisi tentang jual beli :

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya : Orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghunipenghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.

Maksud penjelasan ayat diatas merupakan aktivitas manusia dalam melakukan perdagangan dan juga tetap membawa dampak kebaikan (masalah) bagi semua pihak. Dalam berdagang, penjual harus menjaga kemaslahatan saat berdagang dengan menerapkan aturan-aturan islam yang diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW.

Dengan perkembangan teknologi saat ini tidak bertentangan dengan majunya

perkembangan ekonomi islam. Islam memandang bahwa ekonomi adalah salah satu kegiatan yang tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan dalam masyarakat. Begitu pula semakin pesatnya situs marketplace dalam melakukan transaksi online, ternyata turut pula menimbulkan berbagai permasalahan. Beberapa permasalahan yang timbul dalam transaksi online diantaranya seperti penipuan terhadap produk atau barang yang akan dijual. Kemudian masalah kedua yaitu penipuan terhadap ketidaksesuaian barang yang ditampilkan pada menu yang dijual oleh penjual ketika barang telah sampai kepada tangan pembeli baik itu spesifikasi, jenis, dan sifat barang yang di jual. Masalah berikutnya, penjual tidak bertanggung jawab, ketika pembeli mengajukan komplain (refund) kepada penjual, tetapi tidak sama sekali pihak penjual merespon barang yang di komplain.

Kegiatan belanja online yang dilakukan oleh penjual kepada konsumen dengan memperjual belikan berbagai macam barang seperti tas, baju, sepatu, buku, alat elektronik dan masih banyak yang lainnya. Bentuk pemasarannya dilakukan dengan cara menampilkan produk mereka dengan mengupload foto-foto produk atau mereka yang dijual. Dengan seperti ini akan membentuk komunikasi antar penjual dan konsumen ketika ingin bertanya mengenai produk tersebut. Para pelaku bisnis juga tentunya harus menerapkan etika bisnis yang islami, yaitu dengan menunjukkan kebenaran pada produk yang dijualnya. Namun sayangnya terkadang konsumen merasa kecewa ketika produk yang dipesannya tampak berbeda saat produk sudah ditangan konsumen. Maka dengan dilakukannya belanja secara online melalui Tokopedia dibutuhkan penerapan etika bisnis islam. Etika bisnis juga berfungsi sebagai controlling (pengatur) terhadap aktifitas ekonomi. Jadi etika bisnis mutlak harus dimiliki oleh setiap individu yang melakukan kegiatan ekonomi baik itu seorang pedagang ataupun pembisnis yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam berbelanja online.

Dari hasil wawancara pada beberapa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN STS Jambi menunjukkan bahwa mereka memilih Tokopedia sebagai tempat belanja online karena harga yang lebih terjangkau, namun beberapa ada juga yang mengatakan bahwa belanja di Tokopedia lebih banyak mendapatkan potongan harga maupun gratis ongkos kirim.

Peneliti juga mempertanyakan mengenai produk berlabel halal yang mempengaruhi keputusan saat berbelanja di Tokopedia. Keseluruhan mahasiswa yang diwawancarai sepakat dengan pemilihan produk halal yang sesuai dengan syariat islam bahwa setiap umat islam wajib hukumnya dalam mengkonsumsi makanan halal yang telah dijelaskan di dalam Al-Quran Surah Al-Maidah ayat 88 yang artinya :

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

Artinya :“Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezekikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.”

Selanjutnya wawancara yang dilakukan oleh peneliti, menunjukkan bahwa adanya praktik gharar atau ketidakjelasan yang dialami oleh konsumen atau melihat review dari pembeli pada saat belanja online yang dilakukan oleh penjual di Tokopedia. Yaitu melakukan perbuatan yang dimana para penjual tidak mengirimkan barang yang sesuai dengan barang yang ditampilkan sebagai foto katalog yang tersedia di Tokopedia. Hal tersebut mempengaruhi keputusan konsumen pada saat ingin berbelanja online. Dalam penelitian ini, penulis ingin mengidentifikasi kondisi apa saja yang bisa mempengaruhi konsumen dalam belanja online di Tokopedia, lalu apakah dalam proses pembelian produk di Tokopedia tersebut sesuai dengan etika bisnis islam.

Dengan jumlah mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang dari Angkatan 2020 berjumlah berjumlah 509, jumlah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

2021 berjumlah 723 dan 2022 berjumlah 748 yang mana mayoritas dalam kehidupan sehari-hari tidak lepas dari internet dan bertransaksi online. Pada penelitian ini, peneliti mengambil 24 mahasiswa yang akan diwawancarai. Hal tersebut menjadi dasar yang kuat menjadikan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sebagai narasumber dalam penelitian ini.

Dengan melihat fenomena masalah diatas, maka dari itu perlu adanya penelitian. Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik melakukan pada penelitian yang diberi judul “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Pengambilan Keputusan Konsumen Belanja Online di Tokopedia Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN STS Jambi Angkatan 2020-2022”

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (Field Research) yang mana pada hakikatnya merupakan penelitian yang pencarian data serta pengumpulan data dilakukan ditempat terjadinya fenomenanya atau kasus tersebut terjadi. Penelitian dengan menggunakan field research yang terjun langsung di lapangan untuk mengamati suatu fenomena yang terjadi agar peneliti dapat mendapatkan hasil yang akurat dan pasti.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metodologi penelitian kualitatif yang akan menghasilkan data deskriptif, adapun metodologi penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data-data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Gambaran Umum**

Lahirnya UIN STS Jambi tidak terlepas dari perkembangan Agama Islam, dan Lembaga Pendidikan Islam yang ada di Provinsi Jambi. Berkat dorongan dan hasrat dari Masyarakat dan ulama memperhatikan banyaknya Lembaga yang mengeluarkan siswa Tingkat atas di Jambi sementara belum terdapat Lembaga Pendidikan tinggi yang dapat menampung tamatan tersebut. Maka, diadakanlah Kongres Ulama Jambi tahun 1957 dengan didirikan perguruan tinggi. Pada tanggal 29 September 1960 didirikan Fakultas Syariah Perguruan Tinggi Agama Islam al-Hikmah dibawah naungan Yayasan Pendidikan Islam (YPI) Jambi.

Kemudian, YPI bertransformasi menjadi IAIN dengan syarat harus memiliki 3 minimal fakultas. Setelah melalui proses perjalanan dan perjuangan yang panjang, maka Menteri Agama RI akhirnya menyetujui berdirinya IAIN di Provinsi Jambi dengan Surat Keputusan Nomor: 84 tahun 1967 tanggal 27 Juli 1967. Dalam perkembangan selanjutnya, IAIN bertransformasi menjadi UIN dengan dikeluarkan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 37 tahun 2017 tanggal 7 April 2017.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada awal berdiri merupakan salah satu Program Studi Ekonomi Syariah (ES) dan Program Studi Vokasi Perbankan Syariah (DIII PBS) yang berafiliasi di bawah Fakultas Syariah. Menindaklanjuti peminat calon mahasiswa masuk pada Prodi ES dan DIII PBS, tim menginisiasi pemisahan dari Fakultas Syariah menjadi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Berdasarkan Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 23 tahun 2013 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi dan Institut Agama Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi telah mendapat persetujuan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi, Nomor: B/1040/M.PANRB/03/2015, tanggal 26 Maret 2015, Hal: Usulan Pembentukan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam maka Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) berdiri di lingkungan Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

Berdasarkan landasan tersebutlah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam berdiri. Selain itu, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam mendapat tambahan Program Studi yaitu berdasarkan Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam Nomor: 111 Tahun 2017 mengenai Izin Penyelenggaraan Program Studi pada Program Sarjana Institut Agama Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi yaitu Program Studi Perbankan Syariah (PBS), Akuntansi Syariah (AKS) dan Manajemen Keuangan Syariah (MKS). Sehingga saat ini, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam terdiri dari empat (4) jurusan.

Adapun Visi besar dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN STS Jambi, yaitu, Terwujudnya Fakultas sebagai Lokomotif Perubahan Sosial dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam dengan paradigma Transintegrasi Ilmu, Unggul Nasional menuju Internasional dengan semangat Moderasi dan Entrepreneurship Islam 2031. Kemudian Misi dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN STS Jambi yaitu:

- a. Mempercepat peningkatan kuantitas dan kualitas akreditasi program studi, untuk meraih standar mutu nasional dan internasional.
- b. Menciptakan fakultas yang berwibawa, tertib, indah, bersih, sehat, disiplin, aman, nyaman, toleran, moderat, dan menjadi model panutan masyarakat.
- c. Meningkatkan kapasitas dan kapabilitas dosen dan calon alumni untuk berkompetisi di era Industrial Revolution 4.0 dan Society 5.0.
- d. Meningkatkan kualitas manajemen tata kelola layanan Tri Dharma berbasis teknologi informasi terkini demi kepuasan stakeholders.
- e. Meningkatkan Akselerasi pemahaman dan penerapan paradigma transintegrasi ilmu yang mendorong hasil kerja Tri Dharma yang inovatif, dengan semangat moderasi dan entrepreneurship Islami.
- f. Ikut berperan dalam Internasionalisasi kampus melalui kerja sama regional dan global yang mutual benefits dengan menggunakan matrik Times Higher Education dan Webometriks.
- g. Ikut berperan dalam peningkatan pendapatan BLU untuk menunjang kualitas dan kuantitas pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi serta kesejahteraan civitas akademika.

### **Pembahasan dan Hasil Penelitian**

Dengan banyaknya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN STS Jambi yang dapat dikategorikan memenuhi syarat, hal inilah yang menjadi alasan utama mengapa penulis menggunakan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sebagai narasumber dalam hal ini. Untuk Angkatan 2020 sampai dengan Angkatan 2022 dinilai tepat karena telah mempelajari teori ekonomi syariah. Kemudian pada umumnya seluruh mahasiswa atau narasumber terus beradaptasi dengan kemajuan teknologi.

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil 24 mahasiswa untuk diwawancara. Peneliti mengambil 8 orang dari setiap Angkatan 2020 – 2022 yang terdiri dari Prodi Ekonomi Syariah, Perbankan Syariah, Akutansi Syariah, dan Manajemen Syariah yang dijadikan narasumber dalam penelitian dan pengumpulan informasinya melalui wawancara yang disertai beberapa pertanyaan dan alasan dari narasumber. Wawancara dilakukan secara langsung kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Angkatan 2020-2022.

Berdasarkan wawancara pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Angkatan 2020-2021, seluruh narasumber telah menggunakan marketplace Tokopedia selama kurang lebih 3 sampai 5 tahun sebagai tempat untuk berbelanja online. Hal ini merupakan bahwa Tokopedia sudah tidak asing lagi menjadi wadah berbelanja online bagi mahasiswa.

Kemudian wawancara selanjutnya kepada narasumber alasan memilih Tokopedia

sebagai tempat untuk membeli barang atau produk dikarenakan beragam, dimulai dengan harga yang lebih terjangkau yang ditawarkan serta lebih menghemat waktu dan biaya nampaknya menjadi alasan utama dalam memilih Tokopedia sebagai tempat belanja online. Hal ini sesuai yang dinyatakan oleh narasumber yang mengatakan bahwa:

Alasan saya dalam berbelanja di Tokopedia tentunya harga yang lebih murah dan terjangkau dan tidak perlu capek-capek untuk datang langsung ke toko, tinggal pesan barang secara online lebih mudah dan menghemat waktu dan biaya.

Dari jawaban narasumber yang lainnya juga banyak alasan lain yang narasumber sebutkan, beberapa alasan narasumber lainnya memilih Tokopedia sebagai tempat belanja diantaranya banyak beragam pilihan produk, lebih mudah diakses dalam mencari barang atau produk, dan ongkos kirim yang lebih murah.

Kemudian alasan narasumber memilih barang atau produk dalam pengambilan keputusan berbelanja karena harga yang lebih murah dan kualitas dari barang tersebut yang menjadi alasan utama dalam pengambilan keputusan belanja online. Dari jawaban narasumber juga banyak alasan dalam pengambilan keputusan belanja online diantaranya karena pemenuhan kebutuhan dari konsumen terhadap barang atau produk tersebut, melihat produk karena sudah memiliki label halal, serta ulasan rating produk yang didapatkan dari pelanggan.

Dari beragam alasan dalam memilih Tokopedia serta pengambilan keputusan konsumen belanja online diatas dapat diambil kesimpulan bahwa konsumen lebih memilih harga yang terjangkau sebagai alasan utama bagi konsumen pembelian barang atau produk di Tokopedia.

Selain alasan di atas, narasumber juga mempunyai alasan teknis dalam proses pembelian barang atau produk di Tokopedia, seperti efisiensi waktu yang sangat mudah dalam memilih atau membeli barang atau produk saat belanja online, jangkauan informasi produk sangat luas sehingga barang atau produk yang diperjualbelikan di luar daerah bahkan negara, konsumen dapat mengetahuinya dan menjangkaunya serta dapat membelinya.

Dalam berbelanja online, setiap marketplace terutama Tokopedia mempunyai beragam metode pembayaran yang bisa dipilih konsumen. Berdasarkan hasil wawancara, sebagian banyak narasumber memilih metode membayar secara langsung atau tunai saat menerima barang atau produk dan ada juga beberapa narasumber memilih metode langsung bayar melalui transfer dikarenakan menyesuaikan kondisi keuangan nya. Hal ini dinyatakan oleh salah satu narasumber menggunakan metode transfer yaitu Dhea Oktaviani Angkatan 2021

“Saya lebih sering membayar lewat transfer, karena kadang-kadang saya suka lupa kalau bayar nya pas barang sampai uang untuk membayarnya terpakai dengan yang lain, jadi saya mending langsung bayar saja lewat transfer”

Dilanjutkan dengan wawancara bagaimana keamanan dari berbelanja di Tokopedia oleh pihak penjual ketika ada barang atau produk yang datang tidaksesuai dengan barang atau produk yang ditampilkan. Dilihat 19 dari 24 narasumber yang menyatakan bahwa barang atau produk yang dipesan telah sesuai dengan deskripsi barang atau produk yang ditampilkan. Akan tetapi, berbeda dengan 5 narasumber lainnya yaitu Rizza Desnita, Hessa Gusntri, Lily Tri Ulfiani dan Nurul Fuuda Firman. Hal tersebut disampaikan oleh narasumber bahwa;

“Terkadang barang yang datang tidak sesuai dengan yang ditampilkan dan saya langsung komplain”.

Namun, ketika ada komplain terhadap ketidaksesuaian produk yang ditampilkan dideskripsi dengan yang didapat atau adanya penipuan oleh beberapa penjual, dari

pernyataan narasumber ada yang mengatakan bahwa respon dari pihak penjual sangatlah cepat dan segera ditindak lanjuti. Hal tersebut dinyatakan oleh salah satu narasumber yaitu Rizza Desnita Angkatan 2021 yaitu :

“Saya langsung complain kepada pihak penjual dan langsung segera ditanggapi dengan baik”

Dan ada juga narasumber yang mengatakan dari pihak penjual yang sangat lama memberikan respon terhadap kasus yang serupa dibuktikan dengan pernyataan dari narasumber Hesa Gusntri Angkatan 2021

“ketika saya komplain dari pihak penjual lambatnya respon penjual ketika saya mendapatkan barang yang tidak sesuai atau rusak”

Dari kasus diatas dapat disimpulkan bahwa, tanggung jawab dari pihak penjual sudah cukup baik karena masih adanya tanggung jawab yang diberikan pihak penjual kepada konsumen meskipun respon dari pihak penjual sangat lama akan tetapi konsumen dapat memiliki barang atau produk yang dapat diganti sesuai dengan keinginannya.

Pengambilan keputusan mengenai pemenuhan kebutuhan narasumber di atas sebelum melakukan pembelian suatu barang atau produk, penting untuk memahami faktor-faktor yang mendasari narasumber tersebut saat berbelanja di Tokopedia. Faktor-faktor tersebut menjadi perhatian konsumen karena Tokopedia yang dipilih memenuhi kriteria bahwa Tokopedia yang dipilih memenuhi prinsip etika bisnis Islam.

Melihat dari keputusan pembelian barang atau produk, kehalalan produk merupakan salah satu faktor yang menentukan konsumen sebelum berbelanja. Hal tersebut berdasarkan wawancara kepada seluruh narasumber bahwa mereka setuju dengan menentukan barang atau produk halal terlebih dahulu sebelum berbelanja. Hal ini sesuai yang dinyatakan oleh narasumber yang mengatakan bahwa :

“Pastinya dalam membeli suatu barang atau produk terlebih dahulu memperhatikan kehalalan barang atau produk. Karena sebagai umat muslim senantiasa harus menjaga diri dari hal-hal yang diharamkan oleh Allah”

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa produk halal merupakan salah satu faktor yang menentukan mahasiswa dalam berbelanja. Maka dari itu, label halal dan sertifikasi halal seperti BPOM dari MUI pada perusahaan sangat perlu diterapkan baik pada deskripsi barang atau produk maupun label halal pada perusahaannya. Dilihat dari masih minimnya perusahaan melabelkan halal sehingga muncullah pertanyaan terkait perlunya label halal pada Perusahaan. Hal ini dinyatakan oleh narasumber, salah satunya yaitu Berlian Azira Angkatan 2021 Ekonomi Syariah yang menyatakan :

”Label halal sangat perlu, karena dapat memberikan layanan yang bagus pada konsumen terutama konsumen muslim. Dan juga label halal dapat memberikan rasa aman untuk di konsumsi tanpa ada keraguan lagi terhadap barang atau produk tersebut.”

Dari kasus diatas dilihat dari wawancara kepada narasumber selaku konsumen. Penerapan ekonomi berdasarkan syariah pada marketplace Tokopedia secara utuh masih dirasa cukup minim. Terletak pada penyertaan label halal di deskripsi yang masih minim. Oleh karena itu, untuk menyempurnakan prinsip tersebut diterapkan label halal di deskripsi barang atau produk, guna memberikan kenyamanan dan rasa aman bagi konsumen terutama konsumen muslim untuk berbelanja. Serta penyempurnaan dengan pelayanan pihak penjual respon yang baik dan cepat kepada konsumen jika ada keluhan atau ada terjadinya praktik penipuan pada proses berbelanja di Tokopedia.

#### **1. Pandangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Angkatan 2020-2022 dalam pengambilan keputusan belanja online di Tokopedia**

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti tulis, peneliti menemukan bahwa

mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Islam angkatan 2020-2022 dalam mengambil keputusan belanja online di Tokopedia dapat dilihat dari berbagai aspek dalam mengambil keputusan belanja online di Tokopedia.

Aspek pertama adalah kemudahan penggunaan marketplace Tokopedia yang hanya membutuhkan jaringan internet untuk menggunakannya. Konsumen tidak perlu repot berbelanja ke luar rumah untuk mendapatkan barang atau produk yang diburuhkan konsumen. Hal ini merupakan salah satu bentuk kemajuan teknologi yang sangat mudah dipahami dan diterapkan sehingga dapat meningkatkan pangsa pasar di marketplace khususnya Tokopedia.

Kemudian efisiensi waktu dalam proses belanja tidak memakan waktu yang lama, dengan hanya mencari barang atau produk yang diinginkan, sistem dapat dengan cepat mencari barang atau produk tersebut dan menyajikan banyak pilihan kepada konsumen, sehingga membutuhkan waktu lebih sedikit. Karena kemudahannya inilah yang membuat marketplace di Tokopedia banyak digunakan oleh mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis syariah.

Aspek kedua, Jangkauannya yang juga dapat meluas ke pasar internasional sehingga menjadikan Tokopedia memiliki keunggulan tersendiri dibandingkan toko offline dan supermarket lainnya. Pelayanan yang diberikan marketplace di Tokopedia yang menarik minat konsumen sangat beragam, dan para mahasiswa yang tidak memiliki pendapatan tetap lebih memilih diskon dan harga lebih murah yang ditawarkan.

Aspek ketiga, melihat dari sikap dan kepercayaan yaitu dengan melihat rating produk atau ulasan yang diberikan oleh konsumen lainnya ternyata memberikan dampak yang signifikan. Berdasarkan hal tersebut, dapat membangun kepercayaan dan keamanan jika ingin melakukan transaksi. Begitu pula untuk mengantisipasi penipuan yang sering terjadi, konsumen dapat melihat review atau rating produk agar bisa menjadi bahan pertimbangan agar tidak menjadi korban penipuan.

Dari beberapa aspek tersebut muncul karena faktor-faktor di atas menjadi pendorong khususnya mengenai terhadap kualitas pelayanan yang baik, terutama dari segi kualitas layanan, diskon, bahkan metode pembayaran yang digunakan. Pembayaran secara tunai merupakan pembayaran yang paling banyak dilakukan dan ada juga menggunakan metode transfer dikarenakan untuk menyesuaikan uang.

Oleh karena itu, beberapa informasi di atas dikumpulkan agar konsumen dapat merencanakan dan mempertimbangkan pilihan yang perlu dipertimbangkan saat membeli barang dan produk sebelum memutuskan untuk membelinya di Tokopedia.

## **2. Proses Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN STS Jambi Angkatan 2020-2022 dalam pembelian produk di Tokopedia**

Proses pembelian barang atau produk yang dilakukan mahasiswa melalui Tokopedia dilakukan melalui proses jual beli dimana akad yang digunakan adalah akad Salam (pesanan). Perjanjian ini merupakan kontrak jual beli barang atau produk yang dijelaskan hanya pada uraian di Situs Marketplace itu sendiri. Menurut para Ulama Kontemporer, yang dimaksud dengan “jualan salam” adalah jual beli barang atau produk yang dijual tidak menampakkan sifat aslinya, hanya ditentukan sifat-sifatnya, dan penjual tetap bertanggung jawab.

Menurut Keputusan Majma' Al Fiqh Al Islami Nomor 52 Tahun 1990, apabila penjual dan pembeli melakukan transaksi melalui internet pada tempat yang berbeda, maka akad antara penjual dan pembeli dianggap sah dengan ketentuan akad dapat terpenuhi. Dalam hal ini penjual dan pembeli sepakat secara bersamaan seolah-olah sedang melakukan transaksi, dan persetujuan serta proses kabul tersebut didukung oleh sistem yang disediakan oleh

pasar.

Dengan begitu banyak barang atau produk yang ada di Tokopedia, membuat banyak pilihan bagi konsumen dalam memilih atau mencari barang atau produk yang dibutuhkan. Sebelum konsumen melakukan pembelian ada beberapa tahap yang mereka lakukan dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Menurut Kotler dan Amstrong bahwa ada lima tahapan proses dalam pengambilan keputusan pembelian yaitu :

#### **Pengenalan Kebutuhan**

Pada tahapan pengambilan keputusan ini ditandai dengan adanya masalah kebutuhan. Dalam penelitian ini, konsumen memutuskan keputusan pada pembelian karena beragam kebutuhan, seperti kebutuhan pribadi. Hal ini sesuai dengan pernyataan oleh salah satu narasumber Riska Ainur Angkatan 2021 yaitu :

“Dalam berbelanja saya membeli barang atau produk sesuai dengan kebutuhan seperti skincare, atau pakaian yang digunakan untuk kuliah seperti rok, jilbab, baju dan lain-lain”

#### **Pencarian Informasi**

Setelah konsumen mengenali kebutuhan akan suatu produk atau produk, mereka melakukan penelitian tersebut untuk mengetahui apa yang dapat memenuhi kebutuhannya. Setelah konsumen mengetahui kebenarannya, mereka akan mengevaluasi dan mempertimbangkannya.

#### **Evaluasi Alternatif**

Konsumen telah membuat rencana pembelian awal dan sedang mengevaluasi alternatifnya. Konsumen dapat mengevaluasi lokasi dan toko online mana yang harus dipilih ketika merencanakan pembelian barang dan produk. Berdasarkan penelitian tersebut, konsumen melakukan evaluasi toko online dalam keputusan pembeliannya dengan memperhatikan label atau pernyataan halal produknya dan memilih terlebih dahulu barang atau produk yang terjamin kehalalannya. Dikarenakan bentuk dari ketaatan terhadap ajaran agama islam dan selain itu dapat memberikan rasa aman dalam berbelanja online. Selain itu, konsumen dapat melihat dari rating dan ulasan pada produk yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian barang atau produk tersebut agar menambah kepercayaan dan menghindari dari terjadinya penipuan.

#### **Keputusan Pembelian**

Selanjutnya, konsumen melakukan keputusan dalam pembelian apakah akan membeli barang atau produk tersebut. Keputusan pembelian ini diambil setelah mengevaluasi alternatif.

#### **Perilaku Pasca Pembelian**

Biasanya konsumen merasa puas atau tidak puas setelah melakukan pembelian suatu barang atau produk. Dalam penelitian ini konsumen merasa puas dengan pembelian produknya, meliputi kualitas produk, harga terjangkau, pengiriman cepat, dan respon penjual cepat. Namun, beberapa konsumen dan sumber tidak puas dengan manfaat yang diterima konsumen, termasuk waktu respons penjual terhadap keluhan.

### **3. Penerapan etika bisnis islam terhadap pengambilan keputusan belanja online di Tokopedia pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Angkatan 2020 – 2022**

Menurut teori yang dikemukakan oleh Muhammad Syafii Antonio, etika bisnis Islam didasarkan pada beberapa prinsip. Prinsip-prinsip tersebut kemudian penulis kaitkan dengan penerapannya pada keputusan pembelian online mahasiswa di Tokopedia antara lain:

#### **Prinsip Ketuhanan (kesatuan/unity)**

Prinsip ketuhanan atau kesatuan merupakan sebuah konsep yang menyatukan seluruh aspek kehidupan umat Islam baik dalam ranah ekonomi, politik, dan sosial. Prinsip etika

bisnis Islam yang penulis tanyakan kepada narasumber untuk diterapkan ketika membeli barang dan produk yang didasarkan pada prinsip kesatuan/ketuhanan. Prinsip Kesatuan/Ketuhanan mengakibatkan seluruh narasumber menerapkan prinsip ini karena tingkat pengetahuan dan keimanan mereka terhadap Islam yang kuat serta mempunyai wawasan yang luas mengenai ekonomi Islam. Hal ini dinyatakan oleh salah satu narasumber yaitu, Siti Hartina Angkatan 2020 Ekonomi Syariah

“Sudah, karena saya tahu bahwa Allah SWT mengawasi setiap amal hamba-hambanya dan saya yakin, apa yang halal dan apa yang saya perlukan, akan membawa dampak baik kepada saya.”

Dilihat dari pernyataan di atas, bahwa prinsip ketuhanan kepada Allah diwajibkan harus melekat didalam diri dalam menjalankan setiap kegiatan aktivitas baik itu dalam beribadah maupun bermuamalah.

### **Prinsip Keseimbangan (keadilan/equilibrium)**

Prinsip keseimbangan yang diterapkan konsumen ketika berbelanja bermula dari barang dan produk yang mereka beli, barang yang mereka butuhkan, dan bukan sekedar keinginan mereka untuk memiliki barang tersebut. Sebab menghindari perilaku berlebihan juga dilarang dalam ajaran Islam. Pada prinsip keadilan ini dalam pengambilan keputusan memastikan bahwa barang yang dibeli sesuai dengan kebutuhan, harga, kualitas dan kondisi yang baik bagi semua pihak

Dalam kasus ini, seluruh narasumber berpendapat bahwa dalam membeli barang atau produk sesuai dengan kebutuhan karena harga dan kualitas yang baik. Hal ini sesuai yang dinyatakan oleh salah satu narasumber yaitu Devi Kurnia Asih Angkatan 2022 bahwa

“Dalam membeli barang atau produk, masih sering sesuai dengan kebutuhan karena melihat dari harga atau produk yang ditawarkan”.

Hal ini tersebut diperjelas lagi oleh salah satu narasumber Lily Tri Ulfiani Angkatan 2022 bahwa :

“Ketika membeli suatu barang atau produk, sebelum saya melakukan pembelian, saya memikirkan terlebih dahulu apakah barang yang dibeli tersebut sesuai dengan kebutuhan saya. Karena ketika saya melihat barangnya saya hanya memasukkannya ke dalam keranjang karena hanya sekedar nafsu namun setelah itu saya tidak memeriksa barang tersebut”

Dalam pernyataan diatas, bahwa seluruh narasumber atau konsumen telah penerapan prinsip keseimbangan atau keadilan ini. Dimana Ketika membeli barang atau produk, konsumen dapat memastikan apakah barang tersebut dibeli sesuai dengan kebutuhan dan melihat dari harga, kualitas dan kondisi barang atau produk yang ditawarkan dengan baik

### **Prinsip Kehendak Bebas (freewill)**

Kebebasan adalah salah satu aspek terpenting dalam etika bisnis Islam, namun kebebasan ini tidak merugikan kepentingan kolektif. Berdasarkan prinsip kehendak bebas dalam bisnis, manusia mempunyai kebebasan untuk mengadakan, memenuhi, atau memutuskan perjanjian.

Pada Prinsip Kehendak Bebas penerapannya sepenuhnya udah dilaksanakan oleh konsumen dalam pengambilan keputusan berbelanja. Karena, pada saat proses berbelanja barang atau produk tidak ada unsur paksaan bagi konsumen dalam pembelian barang atau produk. Hal ini dinyatakan oleh salah satu narasumber yaitu Aulia Sevia Angkatan 2020 bahwa:

“Menerapkan, karena membeli barang atau produk tanpa adanya paksaan. Meski sering kali banyak notifikasi saat pembelian yang hanya sekedar trik pemasaran, namun tidak membuat paksaan bagi saya.”

Dalam proses belanja online, konsumen tidak mengalami adanya paksaan atau sistem yang memaksanya untuk membeli suatu barang atau produk tertentu. Sekalipun sering diadakan promosi dan diskon, hal ini sama sekali tidak melanggar penerapan prinsip kehendak bebas, karena keputusan memilih dan membeli barang dan produk tetap berada di tangan konsumen.

### **Prinsip Tanggung Jawab (responsibility)**

Prinsip ini sangat erat kaitannya dengan prinsip-prinsip diatas, kebebasan yang dilakukan manusia harus adanya pertanggungjawaban untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan manusia perlu mempertanggungjawabkan. Dalam islam bentuk pertanggungjawaban dilakukan kepada dua sisi yakni kepada Allah dan manusia.

Prinsip Tanggung Jawab yang dilakukan oleh konsumen dalam keputusan berbelanja adalah ketika dalam berbelanja barang atau produk harus segera dilakukan pembayaran. Seluruh narasumber telah berlaku baik, dinyatakan oleh narasumber Hesa Gusantri Angkatan 2021 yaitu:

“Saya akan segera bayar ketika barang itu sampai walaupun barang tersebut sampai kepada saya lewat dari estimasi waktunya”

Berdasarkan hal tersebut, bahwa seluruh narasumber atau konsumen telah melakukan penerapan prinsip tanggung jawab dengan baik dengan segera membayar barang atau produk ketika sampai walaupun estimasi barang atau produk lewat dari waktu pengirimannya.

Berdasarkan secara keseluruhan penerapan etika bisnis islam pada prinsip-prinsip diatas dalam pengambilan keputusan berbelanja online di Tokopedia telah terpenuhi. Mahasiswa dan Tokopedia telah menerapkan prinsip syariah yang terkandung didalamnya. Oleh karena itu, kemajuan ekonomi Islam secara umum dapat terjadi lebih cepat dibandingkan sebelumnya jika semua pihak yang berkepentingan dalam kegiatan ekonomi ini mempunyai tujuan yang sama, terutama kesempurnaan tujuan yang mencapai memungkinkan keberhasilan atau keamanan yang baik..

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian ini terkait “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Keputusan Konsumen Belanja Online di Tokopedia pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN STS Jambi Angkatan 2020-2022” dapat disimpulkan bahwa:

1. Saat mengambil keputusan pembelian barang atau produk di Tokopedia dengan segala kemudahan dalam prosesnya. Yakni efisiensi waktu, jangkauan pasar yang luas, dan banyaknya variasi pilihan barang atau produk menjadi alasan mahasiswa berbelanja di Tokopedia. Mahasiswa memandang harga promosi lebih murah yang ditawarkan sebagai faktor utama dalam berbelanja untuk memenuhi kebutuhan mahasiswa. Sejauh ini pandangan pelajar terhadap marketplace di Tokopedia sudah sangat baik, meskipun masih ada beberapa hal yang perlu disempurnakan seperti label halal yang dicantumkan dan informasi halal suatu barang atau produk yang disampaikan pada deskripsi barang atau produk serta meningkatkan pelayanan penjual seperti respon yang baik dan cepat kepada konsumen jika ada keluhan atau terjadi praktik penipuan selama proses belanja di Tokopedia
2. Dalam proses pengambilan keputusan pembelian barang atau produk secara online, terdapat beberapa proses yang diawali dengan pengenalan kebutuhan pribadinya. Selanjutnya mencari informasi yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Selanjutnya melakukan evaluasi alternatif yaitu dengan melakukan

penilaian terhadap barang atau produk yang ingin dibeli seperti melihat status kehalalan suatu barang atau produk serta melihat rating dan review produk untuk menciptakan rasa aman dan percaya agar terhindar dari penipuan. Kemudian, setelah mengevaluasi alternatif, konsumen mengambil keputusan apakah akan melakukannya atau tidak. Terakhir, perilaku pasca pembelian biasanya konsumen merasakan kepuasan atau ketidakpuasan.

3. Penerapan etika bisnis Islam dalam pengambilan keputusan belanja online di Tokopedia di kalangan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Islam dapat dikategorikan berjalan baik. Secara keseluruhan penerapan etika bisnis Islam dalam keputusan pembelian produk terpenuhi di Tokopedia. Baik di kalangan mahasiswa maupun Tokopedia, keduanya mewujudkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Oleh karena itu, jika semua pihak yang berkepentingan terhadap kegiatan ekonomi ini mempunyai tujuan yang sama, terutama kesempurnaan tujuan yang memungkinkan keberhasilan dan keamanan yang baik, maka kemajuan ekonomi Islam secara umum akan lebih cepat dari sebelumnya.

### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang peneliti tulis, tentunya terdapat keterbatasan bagi penulis dalam menjelaskan data penelitian ini. Dari segala keterbatasan yang penulis miliki, namun penulis memberikan beberapa masukan yang dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya.

1. Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan ketika membahas teori-teori terkait. Khususnya dalam pembahasan mengenai pengamalan etika bisnis Islam dalam seluruh kegiatan perekonomian yang memanfaatkan penerapan prinsip-prinsip ekonomi Islam.

2. Bagi Enterpreneur

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan proses strategi bisnis perusahaan yang mempertimbangkan prinsip syariah di Indonesia. Sebab, perkembangan industri halal telah merambah ke berbagai elemen kegiatan perekonomian Indonesia.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya dapat digunakan lebih banyak sumber penelitian untuk memperoleh data yang lebih baik dan komprehensif yang dapat mencerminkan keadaan sebenarnya secara keseluruhan.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Desiana, Rina. Afrianty, Noni. "Landasan Etika Dalam Ekonomi Islam", Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Al-Intaj Vol. 3, No.01. (2017)
- Muhammad.Fauroni, R. Lukman. "Visi Al-Quran Tentang Etika dan Bisnis", (Jakarta: Salemba Diniyah, 2002)
- Mustafa, Imam. Transaksi Elektronik (E-commerce) Dalam Perspektif Fikih, Jurnal Hukum Islam, Vol.10, No,2 (Juni,2012)
- Pambudi, Bambang Setiyo. "Penerapan Etika Bisnis Pada Usaha Kecil dan Menengah Melalui Pemanfaatan Compute Mediated Comunication/Media Sosial Instagram", Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo, Purwokerto. (2018)
- Pratama, Gama. "Analisis Transaksi Jual Beli Online Melalui Website Marketplace Shopee Menurut Konsep Bisnis Di Masa Pandemic Covid 19", Ecopreneur: Jurnal Program Studi Ekonomi Syariah Vol.1, No.2. (2020)
- Sasnita, Afriyani. Musyahidah, Siti. dkk. "Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslimah Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Palu", Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol.1, No.2. (2019)

- Subandi, Bambang. *Etika Bisnis Islam*, (Surabaya: UINSA Pers. 2014)
- Sutrismi, Sri. *Analisis Transaksi Jual Beli Online Melalui Aplikasi Shopee Menurut Perspektif Ekonomi Islam*, (Makassar: Universitas Muhammadiyah, 2022)
- Wulandari, Friska Muthi. *Jual Beli Online yang Aman dan Syari'i (Studi Terhadap Pandangan Pelaku Bisnis Online di Kalangan Mahasiswa dan Alumni Fakultas Syari'ah dan Hukum Nuin Sunan Kalijaga)*, *Az-Zarqa'*, Vol. 7, No. 2. (2015)
- Zubaidah, Iffah. Latief, Muhammad Jamil. "Analisis Proses Pengambilan Keputusan Konsumen E-commerce Shopee di Lingkungan RT08/RW 10 Sriaumur Bekasi". *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi*. Vol.6, No.2 (2022).