

ANALYSIS OF THE HADITH ON THE PRINCIPLE OF TRANSPARENCY IN BUYING AND SALE TRANSACTIONS AND ITS APPLICATION IN SYARIAH E-COMMERCE

Jamaludin Acmad Kholik¹

¹Institut Agama Islam Negeri Kediri, Kediri, Indonesia, gamal_ac@iainkediri.ac.id;

Submitted:
06 July 2024

Reviewed:
11 September 2024

Revised:
16 September 2024

Published:
26 September 2024



Under License
of Creative Commons
Attribution 4.0
International.

Abstract

This research underscores the critical role of transparency in sales transactions as delineated in the hadiths of Prophet Muhammad SAW and examines its relevance in Shariah-compliant e-commerce. In the context of rapid technological advances and the surge in online transactions, it is imperative to uphold fairness and transparency. This study aims to examine thematically the hadith-reports relating to trade transparency and their application in Sharia-compliant e-commerce. Utilizing a qualitative library research approach, this study includes an examination of hadith books, relevant literature, journals, and articles. The key findings reveal a strong emphasis on honesty and transparency in hadiths to prevent fraud and maintain trust between sellers and buyers. Within Shariah-compliant e-commerce, these principles manifest in providing precise product descriptions, adhering to halal certification standards, implementing transparent return policies, and maintaining an honest review system. Ultimately, adhering to transparency principles as guided by hadiths fosters consumer trust and satisfaction, thereby establishing a fair and ethical business environment.

Keywords: transparency, hadith, trade, Shariah-compliant e-commerce, honesty

Article's Doi: <https://doi.org/10.55987/njhs.v5i2.196>

ANALISIS HADIS TENTANG PRINSIP TRANSPARANSI DALAM TRANSAKSI JUAL BELI DAN APLIKASINYA DALAM *E-COMMERCE SYARIAH*

Jamaludin Acmad Kholik¹

¹Institut Agama Islam Negeri Kediri, Kediri, Indonesia, gamal_ac@iainkediri.ac.id;

Diterima:
06 Juli 2024

Direview:
11 September 2024

Direvisi:
16 September 2024

Diterbitkan:
26 September 2024



Under License
of Creative Commons
Attribution 4.0
International.

Abstrak

*Penelitian ini menekankan pentingnya prinsip keterbukaan dalam transaksi jual beli sesuai dengan ajaran hadis Nabi Muhammad SAW dan mengeksplorasi penerapannya dalam e-commerce yang sesuai dengan syariah. Dengan kemajuan teknologi yang pesat dan peningkatan transaksi online, sangat penting untuk memastikan bahwa prinsip keadilan dan transparansi tetap terjaga. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis hadis secara tematik terkait keterbukaan dalam perdagangan dan bagaimana prinsip tersebut dapat diterapkan dalam e-commerce syariah. Metode yang digunakan adalah penelitian kepustakaan dengan pendekatan kualitatif, yang mencakup kajian terhadap kitab *shāhīhain*, buku, jurnal, dan artikel terkait. Temuan utama menunjukkan bahwa hadis sangat menekankan pentingnya kejujuran dan keterbukaan untuk mencegah penipuan dan mempertahankan kepercayaan antara penjual dan pembeli. Dalam konteks e-commerce syariah, penerapan prinsip-prinsip ini mencakup penyediaan deskripsi produk yang jelas dan akurat, sertifikasi halal, kebijakan pengembalian yang transparan, serta sistem penilaian dan ulasan konsumen yang jujur. Kesimpulannya, dengan menerapkan prinsip keterbukaan sesuai dengan pedoman hadis, e-commerce syariah dapat membangun kepercayaan dan kepuasan konsumen, serta menciptakan lingkungan bisnis yang adil dan etis.*

Kata Kunci: *Transparansi, Hadis, Jual Beli, E-Commerce Syariah, Kejujuran*

Doi Artikel: <https://doi.org/10.55987/njhs.v5i2.196>

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan internet telah mengubah cara manusia bertransaksi dan berbisnis. Salah satu hasil dari perubahan ini adalah munculnya *e-commerce* atau perdagangan elektronik, yang memungkinkan transaksi jual beli dilakukan secara daring.¹ Perdagangan elektronik telah membuka peluang baru bagi pelaku bisnis untuk mengakses pasar yang lebih luas tanpa batasan geografis. Namun, di tengah pertumbuhan pesat *e-commerce*, muncul juga tantangan dalam menjaga transparansi dan integritas transaksi agar tetap sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.²

Dalam ajaran Islam, keterbukaan dalam transaksi ekonomi adalah prinsip mendasar yang tidak hanya menjamin keadilan, tetapi juga membawa berkah dalam setiap transaksi.³ Islam menekankan vitalnya kejujuran dan keterbukaan dalam semua aspek kehidupan, termasuk transaksi ekonomi. Kejujuran dalam jual beli merupakan salah satu inti ajaran Nabi Muhammad SAW. Hadis-hadis Nabi memberikan panduan yang jelas tentang pentingnya transparansi dalam transaksi untuk mencegah penipuan dan memastikan keadilan bagi semua pihak yang terlibat.⁴ Sebagai contoh, Nabi Muhammad SAW pernah bersabda, "Penjual dan pembeli memiliki hak pilih selama mereka belum berpisah. Jika keduanya jujur dan menjelaskan (keadaan barang), maka transaksi mereka akan diberkahi. Namun, jika mereka menyembunyikan dan berbohong, maka keberkahan dalam transaksi mereka akan hilang." (HR. Bukhārī dan Muslim). Keterbukaan menjadi semakin penting dalam transaksi *e-commerce* karena transaksi dilakukan secara virtual tanpa adanya interaksi fisik antara penjual dan pembeli.⁵

¹ Mujahidin, I., & Susilo, H. (2023). "Transaksi *E-Commerce* (Jual Beli Online) dalam Perspektif Ekonomi Syariah." *International Journal Mathla'ul Anwar of Halal Issues*, 3(1), 78-89.

² Yanuardin, D. (2024). "*Sistem Transaksi dan Keuangan Islam*" Widina Media Utama, 45-47.

³ Atthasarruf, A. (2023). "*Transparansi Jual Beli Online: Perspektif Etika Islam dalam Praktik E-Commerce*." *eJournal Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarnoputri*, 12-15.

⁴ Waluya, A. H. (2023). "*Akuntansi, Akuntabilitas, dan Transparansi dalam QS. Al-Baqarah (2): 282-284*." *Jurnal Studi Islam*, 5(2), 45-58.

⁵ Ismail, Yusuf. "*Transaksi Jual Beli Online dalam Perspektif Ekonomi Syariah: Tantangan dan Peluang*." *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, vol. 4, no. 1, 2022, pp. 45-58.

Situasi ini dapat menyebabkan berbagai masalah, seperti penipuan, informasi produk yang tidak akurat, serta ketidakjelasan dalam harga dan kebijakan transaksi. Oleh karena itu, dalam konteks *e-commerce* syariah, penting untuk menjaga transparansi agar transaksi yang dilakukan tetap sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.⁶ Dalam Islam, transparansi tidak hanya dipandang sebagai strategi bisnis yang baik, tetapi juga sebagai kewajiban moral dan agama yang harus dijunjung tinggi oleh setiap muslim.⁷

Seiring dengan berkembangnya teknologi, *platform e-commerce* syariah harus menerapkan praktik-praktik yang menjamin transparansi dalam setiap transaksi.⁸ Hal ini mencakup penyediaan deskripsi produk yang rinci dan akurat, penerapan sertifikasi halal, kebijakan pengembalian yang jelas dan adil, serta sistem penilaian dan ulasan konsumen yang transparan. Praktik-praktik ini sangat penting untuk membangun kepercayaan antara penjual dan pembeli, serta untuk menciptakan lingkungan bisnis yang adil dan etis.⁹

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab tantangan utama dalam *e-commerce* syariah, yaitu menerapkan prinsip transparansi yang diatur dalam hadis-hadis. Meskipun ada banyak penelitian tentang *e-commerce* dari perspektif ekonomi Islam, seperti yang ditulis oleh Widiastuti dan Jubaedah,¹⁰ Ibnu Afrelian,¹¹ dan Hesi Eka,¹² namun kajian dari sudut pandang syariah, khususnya yang

⁶ Susanto, I. (2024). "Transparansi Jual Beli Online: Perspektif Etika Islam dalam Praktik E-Commerce." *At-Tasharruf: Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah*, 2(1), 12-25. ISSN: 2549-8351.

⁷ Mediawati, E. (2023). "Akuntabilitas dan Transparansi dalam Ekonomi Islam." *Ensiklopedia Ekonomi Islam*, 209-211. Universitas Pendidikan Indonesia.

⁸ Lestari, Siti. "Pengaruh Transparansi Informasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dalam E-Commerce Syaria'h." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, vol. 2, no. 3, 2020, pp. 89-102.

⁹ Nuraeni, S., & Sabrina, A. H. (2022). "Perkembangan Pemanfaatan Teknologi E-Commerce Dalam Sistem Jual Beli Islam." *At-Tahdzib: Jurnal Studi Islam dan Muamalah*, 10(1), 45-58.

¹⁰ Widiastuti, D. S., & Jubaedah, D. (2024). Menerapkan Prinsip Nilai dan Moral Islam dalam Perpindahan Hak Kepemilikan pada E-Commerce dengan Sistem Cash On Delivery. *Bisma*, 2(4), 1–6. <https://doi.org/10.59966/bisma.v2i4.1369>

¹¹ Afrelian, M. I., Putri, C., & Robe'nur, K. (2024). Analisis Kontrak Syariah Dalam E-Commerce: Studi Terhadap Akad Murabahah dan Salam di Era Digital. *Al-Urban*, 8(2), 204–212. https://doi.org/10.22236/alurban_vol8.i2/18107

¹² Puteri, H. E., Parsaulian, B., Mulyana, C. A., & Arinda, N. (2025). Online-Shopping of Muslim Customers: Mapping Potential and Examining the Effects of Islamic

berfokus pada tiga hadis, yakni riwayat Ḥakīm bin Ḥizām, al-Addā bin Khālīd, dan Abū Hurairah dalam *Ṣaḥīḥain* masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk memberikan dasar yang kuat dalam mengembangkan *e-commerce* yang sesuai dengan syariat Islam, serta meningkatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen Muslim.

Penelitian ini menawarkan pendekatan orisinal dengan menganalisis hadis yang relevan untuk menguraikan prinsip transparansi dalam jual beli, terutama dalam konteks *e-commerce* syariah. Pendekatan ini menghubungkan ajaran Islam dengan praktik bisnis modern, yang jarang dibahas secara mendalam dalam literatur sebelumnya. Artikel ini berupaya menjembatani kesenjangan antara teori ekonomi Islam dan praktik *e-commerce*, dengan fokus pada penerapan prinsip-prinsip syariah dalam transaksi online.

Penelitian sebelumnya yang relevan mencakup berbagai studi tentang hukum Islam dalam transaksi jual beli dan pentingnya transparansi. Beberapa penelitian menekankan bahwa kejujuran dan keterbukaan adalah elemen penting dalam transaksi bisnis, seperti yang tercermin dalam hadis-hadis Nabi Muhammad SAW. Sebagai contoh, studi yang membahas tanggung jawab penjual dalam memberikan informasi akurat tentang barang yang dijual, serta perlindungan hak-hak pembeli, menunjukkan bahwa prinsip-prinsip ini telah diakui dalam konteks hukum Islam.¹³ Namun, penelitian-penelitian ini sering kali tidak mengaitkan langsung dengan penerapan praktis dalam *e-commerce* syariah, sehingga artikel ini mengisi kekosongan tersebut.

Kebaruan dari artikel ini terletak pada analisis spesifik terhadap hadis-hadis yang terkait dengan transparansi dan penerapannya dalam konteks *e-commerce* syariah. Artikel ini tidak hanya meneliti teks-teks hadis, tetapi juga memberikan rekomendasi praktis untuk

Consumer Behavior. *Deleted Journal*, 2025(2), 159–169.
<https://doi.org/10.53935/jomw.v2024i4.894>

¹³ Lihat: Kanisa Sabila, Tajul Arifin, *Jual Beli Online Dengan Barang Cacat Ditinjau Dari Hr. Ibnu Majah No. 2246 Dan Ahmad No. 17487 Serta Pasal 65 Ayat 2 UU No. 7 Tahun 2014, Jurnal Ilmu Hukum Dan Tata Negara* Vol.2, No.3 September 2024. Saidin Mansyur, *Aspek hukum islam pada transaksi jual beli dengan pembayaran cicilan, Jurnal Pilar: Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, Volume 15, No. 1, Juni 2024. Anisa Fitri Al Husna, Imam Prawoto, Rizal Maulana, *Analisis Penetapan Harga Jual Beli Makanan pada Sistem Prasmanan Perspektif Prinsip Keadilan Ekonomi Islam, Santri : Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, Volume 2 No 6 Desember 2024.

penerapan prinsip-prinsip tersebut dalam *platform e-commerce*. Dengan menyoroti bagaimana teknologi dapat digunakan untuk meningkatkan transparansi dan kejujuran dalam transaksi daring, artikel ini menawarkan perspektif baru yang relevan dengan perkembangan perdagangan digital saat ini. Selain itu, penekanan pada pentingnya kebijakan yang jelas dan adil terkait harga dan biaya tambahan merupakan kontribusi baru bagi literatur ekonomi Islam, terutama dalam menghadapi tantangan modern di dunia digital.

Berdasarkan alasan-alasan tersebut, penelitian ini diharapkan dapat menyediakan panduan yang jelas dan praktis bagi para pelaku *e-commerce* syariah, serta meningkatkan literasi dan kesadaran akan pentingnya transparansi dalam transaksi jual beli sesuai dengan ajaran Islam.

Penelitian ini memiliki dua tujuan utama, yakni mengkaji hadis-hadis yang membahas prinsip transparansi dalam transaksi jual beli serta mengeksplorasi berbagai metode untuk menerapkannya dalam praktik *e-commerce* syariah. Melalui struktur penulisan ini, diharapkan pembaca dapat memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai pentingnya transparansi dalam transaksi jual beli menurut hadis serta aplikasinya dalam *e-commerce* syariah. Semoga artikel ini memberikan kontribusi yang signifikan bagi pengembangan literatur dan praktik ekonomi syariah.

Penelitian ini merupakan kajian hadis tematik atau *mauḍūʿī* dengan pendekatan kualitatif menggunakan metode penelitian pustaka. Proses penelitian dilakukan melalui beberapa tahapan. Pada tahap pengumpulan data, penelitian ini mengandalkan kajian literatur yang mencakup kitab *Ṣaḥīḥain*, buku-buku relevan, jurnal ilmiah, dan artikel yang membahas prinsip transparansi dalam jual beli serta penerapannya dalam *e-commerce* syariah. Pengumpulan data diawali dengan mengidentifikasi sumber literatur berdasarkan kata kunci yang relevan, seperti "hadis tentang jual beli", "transparansi dalam Islam", "*e-commerce* syariah", dan "kejujuran dalam transaksi". Sumber literatur diperoleh melalui perpustakaan fisik, perpustakaan digital, dan database jurnal online.

Pada tahap analisis data, penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif. Hadis-hadis yang berkaitan dengan prinsip transparansi dalam transaksi jual beli dikelompokkan berdasarkan tema utama yang muncul. Selanjutnya, teks hadis diinterpretasikan dengan merujuk pada syarah (penjelasan) dari para ulama serta

dianalisis dalam konteks historis dan sosialnya. Hadis tersebut ditakhrij secara sederhana, dan derajatnya merujuk pada dua kitab kredibel, yaitu Sahih Bukhari dan Sahih Muslim. Prinsip transparansi yang ditemukan dalam hadis kemudian dikaitkan dengan praktik *e-commerce* syariah, seperti deskripsi produk, penggunaan sertifikat halal, kebijakan pengembalian, dan sistem ulasan konsumen.

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini mencakup analisis konten, analisis komparatif, dan analisis tematik. Analisis konten dilakukan dengan menelaah hadis-hadis yang berkaitan dengan transparansi dalam transaksi jual beli untuk mengidentifikasi pola dan tema yang berulang dalam literatur. Analisis komparatif membandingkan prinsip-prinsip transparansi dalam hadis dengan praktik *e-commerce* syariah saat ini guna melihat kesesuaian maupun perbedaannya. Sementara itu, analisis tematik digunakan untuk menyusun temuan berdasarkan tema utama dan menghubungkannya dengan teori ekonomi Islam serta konsep dalam literatur fikih dan ekonomi syariah.

Untuk memastikan validitas data, penelitian ini menerapkan triangulasi sumber dengan mengkaji berbagai referensi dari kitab *Ṣaḥīḥ*ain, buku-buku, dan jurnal yang memiliki sudut pandang berbeda namun tetap relevan dengan topik penelitian. Pendekatan ini bertujuan untuk memberikan analisis yang mendalam dan komprehensif mengenai prinsip transparansi dalam transaksi jual beli berdasarkan hadis serta aplikasinya dalam *e-commerce* syariah. Dengan serangkaian tahapan penelitian yang sistematis, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan yang akurat dan relevan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.

PEMBAHASAN

Prinsip Transparansi dalam Transaksi Jual Beli Berdasarkan Hadis

Transparansi dalam transaksi jual beli merupakan konsep yang diajarkan dalam Islam melalui hadis-hadis Nabi Muhammad SAW. Prinsip ini menekankan pentingnya kejujuran, keterbukaan, dan keadilan antara penjual dan pembeli untuk memastikan transaksi yang dilakukan adil dan sesuai dengan syariat Islam. Penjual berkewajiban memastikan barang yang dijual dapat dikuasai pembeli secara aman

serta bebas dari cacat yang dapat menjadi alasan pembatalan transaksi.¹⁴

Dalam konteks *e-commerce*, penerapan transparansi ini berkaitan erat dengan konsep kepercayaan dalam perdagangan sosial, sebagaimana dibahas dalam penelitian Xiaolin Lin, Xuequn Wang, dan Nick Hajli. Kepercayaan terhadap *platform*, fitur interaksi sosial, serta sesama pengguna menjadi faktor krusial dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong perilaku pembelian. Keterkaitan ini semakin relevan bagi pelanggan Muslim yang mengutamakan aspek kepastian hukum dan nilai moral dalam transaksi daring, sebagaimana dibahas dalam kajian kontrak syariah dan prinsip Islam dalam *e-commerce*. Dengan demikian, membangun sistem *e-commerce* yang mengutamakan transparansi dan kepercayaan dapat meningkatkan kepatuhan terhadap syariat serta mendorong pertumbuhan pasar digital yang lebih etis dan berkelanjutan.¹⁵

Berikut adalah penjelasan lebih lanjut mengenai elemen-elemen kunci dalam teori transparansi berdasarkan keterangan ulama hadis:

Kejujuran dalam Informasi

Produk kejujuran dalam informasi produk berarti penjual harus memberikan informasi yang lengkap, akurat, dan transparan mengenai kondisi barang atau jasa yang dijual.¹⁶ Hal ini selaras dengan hadis riwayat Ḥakīm bin Ḥizām dalam *Ṣaḥīḥ al-Bukhārī* dan *Ṣaḥīḥ Muslim* berikut ini:

عَنْ حَكِيمِ بْنِ حِزَامٍ عَنِ النَّبِيِّ ﷺ قَالَ: الْبَيْعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا، فَإِنْ صَدَقَا وَبَيْنَا بُورِكَ لَهُمَا فِي بَيْعِهِمَا، وَإِنْ كَذَبَا وَكُتِمَا مُحِقَّتْ بَرَكَةُ بَيْعِهِمَا.¹⁷

¹⁴ Firdaus, M. A. (2020). KAJIAN KRITIK HADIS; Perlindungan Hak Konsumen Terhadap Risiko Jual Beli. NABAWI: *Journal of Hadith Studies*, 1(1).

¹⁵ Lin, X., Wang, X., & Hajli, N. (2019). Building E-Commerce Satisfaction and Boosting Sales: The Role of Social Commerce Trust and Its Antecedents. *International Journal of Electronic Commerce*, 23(3), 328–363. <https://doi.org/10.1080/10864415.2019.1619907>

¹⁶ Fajrillah, R. N., & Sipahutar, A. A. (2022). "Analisis Konsumen Terhadap Jual Beli di E-Commerce dalam Hukum Islam." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, vol. 4, no. 1, pp. 45-58.

¹⁷ Bukhārī, *Ṣaḥīḥ al-Bukhārī*: Dār Tūq al-Najāh, 1422, Damaskus, tahqīq: Muḥammad Zuhair bin Naṣīr, no. hadis: 2079, 3/58. Muslim, *Ṣaḥīḥ Muslim*, no. hadis 1532, Beirut: Dār Ihya Turaṣ al-‘Arabī, 3/1164.

"Penjual dan pembeli memiliki hak pilih selama mereka belum berpisah. Jika keduanya jujur dan menjelaskan (keadaan barang), maka jual beli mereka diberkahi. Namun, jika keduanya menyembunyikan dan berbohong, maka akan dihilangkan keberkahan jual beli mereka." (HR. Bukhārī dan Muslim).

Hadis ini berakar dari zaman Nabi Muhammad SAW dan menggambarkan prinsip-prinsip dasar yang harus diikuti dalam transaksi jual beli. Pada masa itu, perdagangan menjadi salah satu aktivitas ekonomi utama, dan transaksi seringkali dilakukan secara langsung di pasar-pasar atau *suqs*. Hadis ini diriwayatkan oleh Imam dalam kitab *Ṣaḥīḥ al-Bukhārī*, dengan nomor hadis 2079, pada *Bāb izā bayyana al-bay'āni wa lam yaktumā wanaṣaḥā*. Selain itu, hadis ini juga diriwayatkan oleh Imam Muslim dalam kitab *Ṣaḥīḥ Muslim*, nomor hadis 1532, pada *Bab al-shidqi fi al-bai' wa al-bayān*. Dalam sanadnya, Imam Bukhārī meriwayatkan dari Sulaimān bin Ḥarb, dari Syu'bah, dari Qatādah, dari Ṣāliḥ Abi al-Khalīl, dari Abdullāh bin al-Ḥarīs yang mendengar dari Ḥakīm bin Ḥizām, dari Nabi Muhammad SAW. Sementara itu, Imam Muslim meriwayatkan hadis ini dari Muhammad al-Muṣannā, dari Yahya bin Sa'īd, dari Syu'bah; dan dari 'Amr bin 'Alī, dari Yahyā bin Sa'īd dan 'Abdurrahmān bin Mahdī, dari Syu'bah, dari Qatādah, dari Abī al-Khalīl, dari Abdullāh bin al-Ḥarīs, dari Ḥakīm bin Ḥizām, dari Nabi Muhammad SAW.¹⁸

Hadis ini termasuk dalam kategori sahih, karena diriwayatkan oleh dua imam hadis terkemuka (Bukhārī dan Muslim) yang menerapkan kriteria ketat dalam memilih hadis yang sahih. Sanad dari kedua kitab tersebut menunjukkan jalur periwayatan yang kuat dengan perawi-perawi yang terpercaya. Hal ini menegaskan keabsahan dan kekuatan hadis sebagai sumber hukum dalam transaksi jual beli dalam Islam.

Makna global dari hadis ini adalah bahwa khiyar merupakan hak yang diberikan kepada penjual dan pembeli untuk menentukan apakah transaksi jual beli akan dilanjutkan atau dibatalkan selama mereka masih berada dalam satu majelis dan belum berpisah. Hal ini menunjukkan bahwa Islam menyediakan ruang bagi kedua belah pihak untuk memastikan bahwa transaksi yang dilakukan bersifat adil,

¹⁸ Ibid.

saling menguntungkan, dan tidak merugikan salah satu pihak. Hadis ini juga menekankan pentingnya kejujuran dalam transaksi. Apabila kedua belah pihak bersikap jujur dan menjelaskan kondisi barang yang diperjualbelikan, maka keberkahan akan menyertai transaksi tersebut. Prinsip ini mencerminkan nilai-nilai etika bisnis dalam Islam yang sangat menekankan transparansi dan kejujuran. Sebaliknya, jika salah satu pihak berbohong atau menyembunyikan informasi penting mengenai barang yang diperjualbelikan, keberkahan dari transaksi tersebut akan hilang. Hal ini menunjukkan bahwa tindakan curang tidak hanya merugikan pihak lain tetapi juga memberikan dampak buruk secara spiritual dan material kepada pelaku kecurangan itu sendiri.¹⁹

Dalam konteks historis, lingkungan pasar tradisional pada masa Nabi Muhammad SAW menjadi tempat utama untuk melakukan transaksi jual beli. Interaksi antara penjual dan pembeli berlangsung secara langsung, memungkinkan negosiasi harga yang adil. Kejujuran dan keterbukaan dalam perdagangan sangat ditekankan dalam Islam, dengan hadis yang menegaskan bahwa keberkahan dalam jual beli bergantung pada sikap jujur dan transparan dari kedua belah pihak.²⁰ Selain itu, konsep khiyar atau hak pilih memberikan kesempatan bagi penjual dan pembeli untuk mempertimbangkan kembali keputusan mereka sebelum transaksi disepakati, sehingga memastikan proses jual beli dilakukan dengan penuh kerelaan.²¹

Dalam konteks sosial, masyarakat yang sangat bergantung pada perdagangan, kepercayaan antara penjual dan pembeli memegang peranan penting. Kejujuran menjadi kunci utama dalam membangun serta menjaga kepercayaan ini. Selain itu, keberkahan dalam transaksi tidak hanya diukur dari keuntungan finansial, tetapi juga dari integritas moral dan etika yang dijunjung oleh kedua belah pihak. Dengan menekankan pentingnya transparansi, hadis ini turut berperan dalam melindungi hak-hak konsumen, memastikan mereka menerima informasi yang benar dan jujur tentang barang yang dibeli, sehingga menciptakan rasa aman dan kepuasan dalam transaksi.

¹⁹ Ibnu Hajar Al-Asqalani, *Fath al-Bān Syarh Şaḥīḥ al-Bukhārī*, Beirut: Dār al-Maʿrifah, 1379, 4/311.

²⁰ Muḥyiddīn Yahyā bin Syarf al-Nawawī, *Al-Minhaj Syarh Şaḥīḥ Muslim*, Beirut: *Dār Iḥyā' al-Turāṡ al-ʿArabī*, 1532, 10, 176.

²¹ Shobirin, "Jual Beli dalam Pandangan Islam", *Jurnal Bisnis*, IAIN Kudus, Volume 1, Edisi Januari-Juni 2023, 95-100.

Secara keseluruhan, hadis ini memberikan landasan etika yang kuat dalam transaksi jual beli, baik dalam konteks sejarah maupun sosial, dan tetap relevan hingga saat ini, terutama dalam praktik *e-commerce* syariah yang menuntut transparansi dan kejujuran dalam setiap transaksi.²²

Imam Nawawi dalam syarahnya terhadap hadis ini menjelaskan bahwa kejujuran dalam jual beli merupakan syarat penting untuk mendapatkan keberkahan dalam transaksi. Para ulama sepakat bahwa menyembunyikan informasi atau berbohong mengenai kondisi barang yang dijual adalah tindakan yang diharamkan dan akan menghilangkan berkah dari rezeki yang diperoleh.²³ Ibnu Hajar Al-Asqalānī dalam kitabnya "*Fath al-Bārī*" menegaskan bahwa hadis ini menggarisbawahi pentingnya sifat amanah dalam bertransaksi. Penjual yang jujur dan transparan tentang kondisi barang akan diberkahi, sementara mereka yang curang akan kehilangan berkah tersebut.²⁴

Imam al-Gazālī dalam "*Ihyā' 'Ulūmiddīn*" menyatakan bahwa kejujuran adalah cerminan iman seseorang. Ia menekankan bahwa penjual yang jujur akan diberkahi dalam usahanya serta mendapat kepercayaan dari pembeli. Kejujuran juga dilihat sebagai cara untuk menjaga hubungan sosial yang harmonis dan menghindari konflik.²⁵ Ibnu Taimiyah dalam "*Majmū' al-Fatāwā*" menyoroti pentingnya menjaga integritas dalam setiap transaksi. Menurutnya, penjual yang tidak jujur telah mengkhianati amanah pembeli. Kejujuran dalam transaksi tidak hanya mendatangkan berkah tetapi juga menjaga reputasi baik di masyarakat.²⁶

Dr. Yūsuf Al-Qaradāwī, ahli ekonomi Islam, menegaskan bahwa dalam konteks modern, prinsip kejujuran dalam informasi produk dapat diimplementasikan melalui teknologi untuk memberikan deskripsi produk yang lengkap dan akurat pada *platform e-commerce*.

²² Burhanuddin Robbani dan Achmad Fageh. "Jual Beli dalam Islam: Perspektif Hadis", *Jurnal Ekonomi Islam, Universitas Al-Azhar*, Volume 5, 2023, 210-225.

²³ Muhyiddīn Yahyā bin Syarf al-Nawawī, *al-Minhāj Syarḥ Ṣaḥīḥ Muslim*, 10, 176.

²⁴ Ibnu Hajar Al-Asqalānī, *Fath al-Bārī Syarḥ Ṣaḥīḥ al-Bukhārī*, 1/798.

²⁵ Al-Ghazali, Abu Hamid, *Ihyā' 'Ulūmiddīn*, Jilid 2, Beirut: Dār al-Kutub al-Ilmiyah, 1997, 154-158.

²⁶ Taimiyah, Ibnu, *Majmū' al-Fatāwā*. Jilid 29. Riyadh: Dār al-Minhāj, 2005, 472-475.

Menurutnya, teknologi harus dimanfaatkan untuk meningkatkan transparansi dan mengurangi kemungkinan terjadinya penipuan.²⁷

Hadis tersebut mengimplikasikan bahwa kejujuran mencakup pengungkapan cacat atau kekurangan produk, penyediaan deskripsi yang jelas, dan menghindari klaim yang menyesatkan. Sebagai contoh, dalam *e-commerce*, informasi produk harus mencakup spesifikasi teknis, kondisi barang (baru atau bekas), serta foto yang menggambarkan kondisi sebenarnya.²⁸

Larangan Penipuan

Penipuan dalam jual beli sangat dilarang dalam Islam. Penjual diwajibkan untuk mengungkapkan setiap cacat atau kekurangan pada barang yang dijual. Larangan ini bertujuan untuk menjamin keadilan dan keterbukaan dalam setiap transaksi, sehingga tidak ada pihak yang dirugikan. Hadis yang relevan dengan pernyataan ini adalah sabda Rasulullah SAW:

عَنِ الْعَدَاءِ بْنِ خَالِدٍ، قَالَ: كَتَبَ لِي النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: «هَذَا مَا اشْتَرَى مُحَمَّدٌ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، مِنَ الْعَدَاءِ بْنِ خَالِدٍ، يَبِيعُ الْمُسْلِمَ مِنَ الْمُسْلِمِ، لَا دَاءَ وَلَا خَبْثَةَ، وَلَا غَائِلَةَ» وَقَالَ قَتَادَةُ: «الْغَائِلَةُ الزَّيْنُ، وَالسَّرِقَةُ، وَالْإِبْقَاقُ» وَقِيلَ لِإِبْرَاهِيمَ: إِنَّ بَعْضَ النَّخَّاسِينَ يُسَيِّي أَرِيَّ خُرَاسَانَ، وَسَجِسْتَانًا، فَيَقُولُ: جَاءَ أَمْسٍ مِنْ خُرَاسَانَ، جَاءَ الْيَوْمَ مِنْ سَجِسْتَانَ، فَكَرِهَهُ كَرَاهِيَةً شَدِيدَةً وَقَالَ عُقْبَةُ بْنُ غَامِرٍ: «لَا يَجِلُّ لِأَمْرِي يَبِيعُ سِلْعَةً يَعْلَمُ أَنَّ فِيهَا دَاءً إِلَّا أَخْبَرَهُ»²⁹

Dari al-Addā' bin Khālid, ia berkata: "Nabi Muhammad SAW menuliskan untukku: 'Ini adalah apa yang dibeli Muhammad Rasulullah saw. dari al-Addā' bin Khālid, jual beli seorang Muslim dengan Muslim lainnya, tidak ada penyakit dan tidak ada keburukan, dan tidak ada penipuan.' Dan Qatādah berkata: 'Penipuan adalah zina, pencurian, dan pelarian.' Dan dikatakan kepada Ibrahim: 'Sesungguhnya sebagian pedagang budak menyebutkan

²⁷ Qaradawi, Yusuf, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta: Gema Insani Press, 1997, 40.

²⁸ Djuharmedi, "Pendidikan Kejujuran dalam Perspektif Hadits", *Jurnal Al-Qalam*, 23(1), 2020, 8-18. Jakarta: STIT Insida.

²⁹ Al-Bukhārī, *Ṣaḥīḥ al-Bukhārī*, 3/58.

Āriyya Khurāsān dan Sijistān, lalu ia berkata: 'Ia datang kemarin dari Khurāsān, ia datang hari ini dari Sijistān,' maka ia sangat membencinya.' Dan Uqbah bin 'Āmir berkata: 'Tidak halal bagi seseorang yang menjual barang yang ia ketahui ada penyakitnya kecuali ia memberitahukan.'" (HR. Bukhārī).

Hadis ini diriwayatkan oleh Imam Bukhārī dalam kitabnya, *Ṣaḥīḥ al-Bukhārī, Bāb iżā bayyana al-bai'āni wa lam yaktumā wanaṣaḥā*. Imam Bukhārī meriwayatkan hadis tersebut dengan sanad *mu'allaq* (perawi setelah sahabat tidak disebutkan), kemudian disambungkan oleh Imam Tirmizi, al-Nasāī, Ibnu Mājah, Ibnu al-Jārūd dan Ibnu Mandah, semuanya dari jalur 'Abdul Majīd bin Abī Yazīd, dari al-'addā bin Khālīd dari Nabi Muhammad SAW.³⁰ Hadis ini tergolong dalam kategori sahih karena diriwayatkan oleh Imam Bukhārī, yang terkenal dengan standar ketat dalam menyeleksi hadis-hadis yang sahih.

Makna hadis ini adalah bahwa seorang muslim tidak diperbolehkan menjual barang yang memiliki cacat tanpa memberikan informasi tentang cacat tersebut kepada pembeli. Hal ini mencerminkan prinsip kejujuran dan transparansi dalam transaksi jual beli, yang sangat ditekankan dalam ajaran Islam.³¹ Hadis ini menjadi landasan hukum bagi para pelaku usaha untuk memberikan informasi yang jelas mengenai kondisi barang yang mereka jual, sehingga pembeli dapat membuat keputusan yang tepat dan tidak merasa dirugikan. Penjual diharapkan untuk menerapkan etika bisnis yang baik dengan menjelaskan setiap cacat atau kerusakan pada barang agar transaksi berlangsung secara adil dan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.³²

Hadis ini mendukung prinsip yang terdapat dalam hadis pertama dengan menegaskan bahwa penjual berkewajiban untuk menginformasikan cacat atau kerusakan pada barang. Hal ini menunjukkan bahwa kejujuran dalam menjelaskan kondisi barang merupakan syarat krusial untuk memastikan keadilan dalam transaksi.

³⁰ Ibnu Hajar al-Asqalānī, *Fath al-Bānī Syarḥ Ṣaḥīḥ al-Bukhārī*, 4/310

³¹ Ibnu Hajar al-Asqalānī, *Fath al-Bānī Syarḥ Ṣaḥīḥ al-Bukhārī*, 4/310-311.

³² Syaifullah M.S., "Tinjauan Etika Bisnis Islam pada Jual Beli Defective Goods (Barang Cacat) dengan Gimmick Diskon," *Jurnal Hunafā*, Vol. 1, No. 2, 113-117, 2021.

Secara historis, hadis ini disampaikan oleh Nabi Muhammad SAW pada masa ketika perdagangan berbasis tukar-menukar barang atau pertukaran barang dengan uang menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari. Sebagai bagian dari upaya menetapkan prinsip etika dan moral dalam transaksi jual beli, Islam sangat menekankan pentingnya kejujuran dan transparansi dalam setiap aspek kehidupan, termasuk dalam urusan perdagangan.³³

Dari sudut pandang sosial, hadis ini bertujuan melindungi hak konsumen dari penipuan dan kecurangan dengan mewajibkan penjual untuk menginformasikan cacat pada barang yang dijual. Hal ini memungkinkan konsumen membuat keputusan yang lebih bijak dan menghindari transaksi yang tidak adil. Kejujuran dalam jual beli juga membantu membangun dan mempertahankan kepercayaan antara penjual dan pembeli, yang menjadi fondasi penting dalam masyarakat yang bergantung pada perdagangan. Selain itu, hadis ini memberikan dasar bagi praktik ekonomi Islam yang menekankan integritas dan kejujuran, prinsip yang tetap relevan hingga kini, terutama dalam *e-commerce* syariah yang menuntut transparansi dalam setiap transaksi.³⁴

Hadis ini menegaskan bahwa mengungkapkan cacat barang adalah kewajiban agama. Penjual yang tidak jujur mengenai kondisi barang melakukan penipuan yang sangat dilarang dalam Islam. Imam Ghazali dalam "*Ihyā' Ulūmiddīn*" menyatakan bahwa penipuan adalah penyakit hati yang merusak hubungan sosial dan kepercayaan masyarakat. Karena itu, menghindari penipuan adalah cara untuk menjaga integritas pribadi dan sosial³⁵. Imam Nawawī juga menegaskan bahwa kejujuran dalam transaksi mencerminkan keimanan seseorang. Seorang muslim harus menjaga integritas dalam setiap transaksi untuk memastikan tidak merugikan orang lain.³⁶

Ibnu Taimiyah dalam "*Majmū' al-Fatāwā*" menyebutkan bahwa penipuan dalam jual beli adalah bentuk pengkhianatan terhadap kepercayaan yang diberikan pembeli kepada penjual. Penjual yang

³³ Imam Mālik bin Anas, *al-Muwatta'*, Beirut: Dār al-Kutub al-Ilmiyyah, 1985, 45-60.

³⁴ Riyan Andni, M.E., *Perilaku Konsumen dalam Konsep Islam: Konsep, Teori, dan Ruang Lingkup*, Penerbit Widina Media Utama, 2024, 75-90.

³⁵ Al-Gazālī, Abū Hāmid. *Ihyā' Ulūmiddīn*, Jilid 2, 123-125.

³⁶ Nawawī, Abū Zakariyā, *Riyaḍ al-Ṣūlīhīn*, Beirut: Dār al-Kutub al-Ilmiyyah, 1997, 200-205.

menipu tidak hanya merugikan pembeli tetapi juga merusak reputasi dirinya dan komunitas Muslim secara keseluruhan.³⁷

Imam Syafi'i dalam *al-Umm* menegaskan bahwa prinsip muamalah dalam Islam harus dilaksanakan dengan transparansi dan kejujuran. Menurutnya, penjual yang tidak jujur melanggar prinsip-prinsip dasar dalam ekonomi Islam yang menekankan keadilan dan keterbukaan.³⁸ Imam Mālik dalam *al-Muwatta'* menyatakan bahwa penjual yang tidak mengungkapkan cacat barang berdosa karena telah merugikan pembeli dengan memberikan informasi yang tidak lengkap.³⁹ Ibnu al-Qayyim al-Jawziyyah dalam *I'lam al-Muwaqqi'in* menambahkan bahwa penjual yang jujur adalah yang paling dicintai oleh Allah karena menjaga amanah yang diberikan oleh pembeli.⁴⁰

Hadis ini mengimplikasikan bahwa penjual wajib mengungkapkan semua kekurangan atau cacat barang kepada pembeli. Dalam konteks *e-commerce* syariah, ini berarti deskripsi produk harus mencantumkan semua cacat atau kekurangan yang ada agar pembeli dapat membuat keputusan yang terinformasi. *Platform e-commerce* syariah harus memastikan bahwa penjual memberikan informasi yang lengkap dan akurat tentang kondisi produk. Foto produk yang realistis dan sesuai dengan kondisi sebenarnya juga menjadi bagian penting dari transparansi ini. Selain itu, sistem penilaian dan ulasan dari konsumen sebelumnya dapat membantu calon pembeli mendapatkan gambaran yang lebih jelas tentang produk yang dijual.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa penipuan dalam jual beli sangat dilarang dalam Islam karena merusak keadilan dan kepercayaan dalam transaksi. Para ulama hadis, fuqaha, dan ahli ekonomi Islam menekankan pentingnya kejujuran dan transparansi dalam setiap transaksi bisnis. Dalam konteks *e-commerce* syariah, penerapan prinsip-prinsip ini sangat penting untuk menciptakan lingkungan bisnis yang adil dan dapat dipercaya.

³⁷ Taimiyah, Ibnu, *Majmū' al-Fatāwā*, Jilid 29, 175-178.

³⁸ Syafi'i, Muhammad ibn Idrīs, *al-Umm*, Jilid 2, Beirut: Dār al-Kutub al-'Ilmiyyah, 1997, Hal. 45-50..

³⁹ Mālik ibn Anas, *Al-Muwatta'*, 1971, hlm. 45-60.

⁴⁰ Ibnu Qayyim al-Jawziyyah, *I'lam al-Muwaqqi'in 'an Rabb al-Ālamīn*, Beirut-Lebanon: Dār al-Fikrī, 1977, 400.

Transparansi dalam Harga dan Kondisi Transaksi

Harga barang dan kondisi transaksi perlu dijelaskan secara gamblang dan disetujui oleh kedua belah pihak tanpa adanya tekanan atau manipulasi. Transparansi ini meliputi semua aspek mulai dari harga hingga kebijakan pengembalian, agar pembeli bisa membuat keputusan yang berdasarkan informasi yang lengkap dan benar. Hadis yang relevan dengan pernyataan ini adalah hadis Nabi SAW yang diriwayatkan oleh Imam Muslim berikut:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ: نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْخَصَاةِ، وَعَنْ بَيْعِ الْغَرَرِ⁴¹

"Rasulullah SAW melarang jual beli yang mengandung unsur garar (ketidakpastian)." (HR. Muslim).

Hadis ini diriwayatkan oleh Imam Muslim dalam kitab *Ṣaḥīḥ Muslim*, nomor hadis: 1513, *Bab buṭlāni bai' al-ḥaṣāh wa al-bai' allaẓi fīhi al-garar*. Imam Muslim meriwayatkan hadis ini dari Abū Bakr bin Abī Syaibah, dari 'Abdullāh bin Idrīs dan Yahyā bin Sa'īd dan Abū Usāmah dari Ubaidillāh, demikian juga ada jalur dari Zuhair bin Ḥarb, dari Yahyā bin Sa'īd, dari Ubaidillāh, dari Abū al-Zinād, dari al-A'raj, dari Abū Hurairah, dari Nabi SAW.⁴²

Hadis ini termasuk dalam kategori sahih, karena diriwayatkan oleh Imam Muslim, yang dikenal memiliki standar ketat dalam menyeleksi hadis-hadis yang sahih. Sanad hadis ini menunjukkan bahwa jalur periwayatannya kuat dan dapat diandalkan. Hadis ini menegaskan larangan terhadap praktik jual beli yang mengandung unsur ketidakpastian (*garar*), yang berpotensi merugikan salah satu pihak. Ini mencerminkan prinsip keadilan dan keterbukaan dalam transaksi jual beli menurut ajaran Islam.⁴³

Hadis ini melarang praktik jual beli yang tidak jelas atau mengandung unsur ketidakpastian, yang berpotensi merugikan salah satu pihak. Larangan ini sejalan dengan prinsip kejujuran dan transparansi yang ditekankan dalam dua hadis sebelumnya.

⁴¹ Muslim, *Ṣaḥīḥ Muslim*, nomor hadis: 1513, 3/1153.

⁴² Ibid.

⁴³ Muḥyiddīn Yahyā bin Syarḥ al-Nawawī, *al-Minhāj Syarḥ Ṣaḥīḥ Muslim*, 5, 144-156.

Secara historis, hadis ini disampaikan oleh Nabi Muhammad SAW pada masa ketika perdagangan berbasis jual beli menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari. Sebagai bagian dari upaya menetapkan prinsip etika dan moral dalam transaksi, Islam menekankan kejujuran dan transparansi dalam setiap aspek kehidupan, termasuk dalam perdagangan.⁴⁴

Sedangkan dalam konteks sosial, hadis ini bertujuan melindungi hak konsumen dari penipuan dan kecurangan dengan mewajibkan penjual memberikan informasi yang jujur tentang kondisi barang yang dijual. Hal ini memungkinkan konsumen membuat keputusan yang lebih bijak dan menghindari transaksi yang merugikan. Kejujuran dalam jual beli juga berperan dalam membangun serta mempertahankan kepercayaan antara penjual dan pembeli, yang menjadi faktor penting dalam menjaga hubungan baik dan kelangsungan perdagangan. Selain itu, hadis ini menjadi dasar bagi praktik ekonomi Islam yang menekankan integritas dan kejujuran, prinsip yang tetap relevan hingga kini, terutama dalam *e-commerce* syariah yang mengutamakan transparansi dalam setiap transaksi.⁴⁵

Imam Nawawi dalam syarahnya terhadap hadis ini menjelaskan bahwa *garar* mencakup segala bentuk ketidakpastian yang bisa merugikan salah satu pihak dalam transaksi. *Garar* sering diartikan sebagai ketidakpastian atau risiko yang tidak dapat diukur terkait dengan objek jual beli. Oleh karena itu, penjual harus memberikan informasi yang jelas dan lengkap tentang harga dan kondisi transaksi untuk menghindari *garar*.⁴⁶

Ibnu Taimiyah menegaskan bahwa setiap transaksi yang mengandung ketidakpastian atau manipulasi adalah haram karena bisa menimbulkan konflik dan ketidakadilan. Menurutnya, penjual dan pembeli harus mencapai kesepakatan yang jelas tentang harga dan kondisi transaksi untuk memastikan keadilan bagi kedua belah pihak.⁴⁷ Imam Gazālī dalam "*Ihyā' Ulūmiddīn*" menyatakan bahwa

⁴⁴ M. Dahlan, *Sejarah Peradaban Islam (SPI) (Islam dari Masa Nabi Muhammad SAW dan Perkembangannya ke Penjuru Dunia di Era Modern)*, 2013, Alauddin Press, Makassar, hlm. 45-60.

⁴⁵ Nurhalis, "Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999," *Jurnal Ius*, 2015, 3(2), 47-67. Institut Agama Islam Hamzanwadi (IAIH), NW Lombok Timur.

⁴⁶ Muhyiddin Yahyā bin Syarḥ al-Nawawī, *al-Minhāj Syarḥ Ṣaḥīḥ Muslim*, 5, 144-156.

⁴⁷ Ibnu Taimiyah, *Majmū' al-Fatāwā*, Jilid 29, 590.

kejelasan dan keterbukaan dalam harga adalah bagian dari etika bisnis yang baik. Menurutnya, ketidakpastian dalam harga dapat merugikan pembeli dan menciptakan ketidakadilan dalam transaksi. Oleh karena itu, kejelasan harga adalah wajib untuk memastikan bahwa pembeli tidak merasa tertipu atau dirugikan.⁴⁸

Imam Syāfi'ī dalam *al-Umm* menyatakan bahwa salah satu syarat sah jual beli adalah adanya kesepakatan yang jelas tentang harga dan kondisi barang. Beliau menekankan bahwa ketidakjelasan dalam harga atau kondisi transaksi dapat membatalkan jual beli karena mengandung unsur *garar*.⁴⁹ Hadis tersebut mengimplikasikan bahwa penjual harus menetapkan harga yang adil dan menyediakan informasi lengkap tentang kondisi transaksi, termasuk kebijakan pengembalian dan biaya tambahan yang mungkin timbul. Dalam *e-commerce* syariah, harga dan syarat transaksi harus ditampilkan dengan jelas di halaman produk, dan tidak boleh ada biaya tersembunyi yang dikenakan tanpa sepengetahuan pembeli. Sebagai contoh, biaya pengiriman, pajak, dan biaya lainnya harus dijelaskan sebelum pembeli menyelesaikan pembelian.

Platform e-commerce harus mengimplementasikan sistem yang memungkinkan penjual untuk memberikan informasi transparan mengenai harga dan kondisi barang. Ini termasuk fitur untuk mengunggah deskripsi lengkap, menampilkan harga yang jelas, dan memberikan informasi mengenai kebijakan pengembalian. Selain itu, *platform* juga bisa menyediakan ruang untuk penilaian dan ulasan konsumen, yang membantu calon pembeli mendapatkan gambaran yang lebih jelas tentang produk dan penjual.

Fitur verifikasi ulasan sangat penting untuk meningkatkan transparansi. Hanya konsumen yang telah membeli produk tersebut yang dapat memberikan ulasan, sehingga mengurangi risiko ulasan palsu. Ulasan ini harus mudah diakses dan memungkinkan calon pembeli melihat pengalaman pengguna lain dengan produk tersebut.

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa prinsip-prinsip transparansi yang diajarkan dalam hadis mencakup kejujuran, pengungkapan cacat barang, dan kejelasan dalam harga serta kondisi transaksi. Penerapan prinsip-prinsip ini dalam *e-commerce* syariah akan membantu menciptakan lingkungan bisnis yang adil, jujur, dan

⁴⁸ Gazālī, Imam. *Ihyā' Ulumiddīn*, jilid I, 250.

⁴⁹ Syāfi'ī, Imam. *Al-Umm*, Jilid II, 150.

dapat dipercaya sesuai ajaran Islam. Penjual yang menerapkan prinsip transparansi ini akan mendapatkan berkah dalam usahanya serta kepercayaan dari konsumen.

Kerangka teori ini memberikan dasar yang kuat untuk menganalisis prinsip transparansi dalam transaksi jual beli berdasarkan hadis dan mengaplikasikannya dalam *e-commerce* syariah. Dengan menggunakan kerangka ini, penelitian dapat menghasilkan temuan yang komprehensif dan aplikatif, memberikan kontribusi berarti bagi pengembangan literatur dan praktik *e-commerce* syariah, serta meningkatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen Muslim.

Analisis Hadis Tentang Prinsip Transparansi dalam Transaksi Jual Beli

Kejujuran dalam Informasi Produk

Hadis-hadis Nabi Muhammad SAW secara konsisten menekankan pentingnya kejujuran dalam menyampaikan informasi mengenai barang atau jasa yang diperdagangkan. Dalam hadis yang diriwayatkan oleh Bukhārī dan Muslim seperti yang telah disebutkan sebelumnya, Rasulullah SAW bersabda, "Penjual dan pembeli memiliki hak pilih selama mereka belum berpisah. Jika keduanya jujur dan menjelaskan (keadaan barang), maka jual beli mereka diberkahi. Namun, jika keduanya menyembunyikan dan berbohong, maka akan dihilangkan keberkahan jual beli mereka." (HR. Bukhārī dan Muslim).

Kejujuran dalam informasi produk mengharuskan penjual untuk mengungkapkan semua detail penting mengenai produk, termasuk kondisi, kualitas, dan segala kekurangannya. Hal ini memastikan bahwa pembeli memiliki informasi yang cukup untuk membuat keputusan yang tepat. Kejujuran ini tidak hanya menghindarkan pembeli dari kerugian, tetapi juga menjaga integritas penjual dan membangun kepercayaan jangka panjang antara penjual dan pembeli.

Bentuk Aplikasi dari Nilai-nilai yang Terserap dari Hadis Nabi

Dalam konteks *e-commerce*, kejujuran ini diwujudkan melalui deskripsi produk yang jelas dan akurat di *platform* penjualan daring. Penjual harus mencantumkan informasi lengkap mengenai produk, seperti spesifikasi teknis, bahan yang digunakan, kondisi (baru atau bekas), serta adanya cacat atau kerusakan pada produk. Foto produk

yang realistis dan sesuai dengan kondisi sebenarnya juga merupakan bagian penting dari transparansi ini.

Monzer Kahf, seorang ahli ekonomi Islam, menekankan bahwa salah satu tantangan utama dalam *e-commerce* adalah memastikan kejujuran dalam deskripsi produk. Menurutnya, teknologi harus dimanfaatkan untuk meningkatkan transparansi dan mengurangi risiko penipuan dengan menyediakan *platform* yang mengharuskan penjual untuk memberikan informasi yang lengkap dan memungkinkan konsumen memberikan ulasan yang jujur.⁵⁰

Dari penjelasan para ulama di atas, dapat disimpulkan bahwa prinsip kejujuran dalam informasi produk adalah salah satu aspek mendasar yang diajarkan dalam Islam dan dikuatkan oleh para ulama hadis, fukaha, dan ahli ekonomi Islam. Penerapan kejujuran ini dalam *e-commerce* tidak hanya akan meningkatkan kepercayaan antara penjual dan pembeli, tetapi juga memastikan bahwa transaksi yang dilakukan sesuai dengan syariat Islam dan mendapatkan berkah dari Allah SWT.

Berkaitan dengan penerapan nilai-nilai tersebut, DSN MUI telah mengeluarkan fatwa yang mengatur tentang *e-commerce*, yaitu Fatwa No. 146/DSN-MUI/IX/2021 mengenai *Online Shop* Berdasarkan Prinsip Syariah.⁵¹ Selain fatwa tersebut, terdapat peraturan perundang-undangan terkait perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce*, yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.⁵²

Larangan Penipuan

Nabi Muhammad SAW dengan tegas melarang penipuan dalam segala bentuk transaksi. Salah satu hadis yang sangat relevan dalam konteks ini adalah hadis yang telah kita sebutkan sebelumnya, "Tidak halal bagi seorang muslim menjual suatu barang yang terdapat cacat padanya kecuali jika ia menjelaskan cacat tersebut." (HR. Bukhārī).

Hadis ini menggarisbawahi bahwa penjual harus transparan tentang kekurangan atau cacat pada barang yang dijual. Monzer Kahf, seorang ahli ekonomi Islam, berpendapat bahwa penipuan dalam jual

⁵⁰ Kahf, Monzer, *Principles of Islamic Economics*, Kuala Lumpur: International Islamic University of Malaysia (IIUM), 1996, 200.

⁵¹ <https://dsnemui.or.id/kategori/fatwa/page/2/>

⁵² <https://jdih.kemendag.go.id/peraturan/undang-undang-nomor-8-tahun-1999-tentang-perlindungan-konsumen>.

beli tidak hanya merugikan pembeli secara finansial, tetapi juga merusak kepercayaan dan reputasi pasar. Kahf menekankan bahwa dalam *e-commerce*, transparansi harus dijaga dengan memberikan deskripsi produk yang jelas dan akurat serta mengungkapkan segala kekurangan atau cacat barang.⁵³

Muhammad Nejatullah Siddiqi menyatakan bahwa penipuan dalam transaksi bisnis bertentangan dengan prinsip-prinsip dasar ekonomi Islam yang menekankan keadilan dan keseimbangan. Menurutny, *platform e-commerce syariah* harus memiliki mekanisme yang memastikan bahwa penjual jujur tentang kondisi barang yang dijual.⁵⁴

Larangan terhadap penipuan bertujuan melindungi pembeli dari praktik jual beli yang tidak adil dan merugikan. Kejelasan dalam mengungkapkan cacat produk memastikan pembeli tidak tertipu dan mengetahui kondisi barang yang sebenarnya sebelum membeli. Selain itu, hal ini juga menjaga reputasi penjual dan membangun hubungan saling percaya.

Dalam *e-commerce syariah*, kejelasan mengenai kondisi barang sangat penting. *Platform e-commerce* harus memastikan penjual memberikan semua informasi relevan tentang kondisi produk, termasuk cacat atau kekurangannya. Ini dapat dilakukan dengan menyediakan ruang bagi penjual untuk mencantumkan deskripsi rinci dan foto yang mendetail tentang kondisi produk. Sistem penilaian dan ulasan dari konsumen sebelumnya juga bisa membantu calon pembeli mendapatkan gambaran yang lebih jelas tentang produk yang dijual.

Dari premis di atas dapat kita ambil kesimpulan bahwa penipuan dalam jual beli dilarang keras dalam Islam karena merusak keadilan dan kepercayaan dalam transaksi. Para ulama hadis dan fuqaha menekankan pentingnya kejujuran dan transparansi dalam setiap transaksi bisnis. Dalam konteks *e-commerce syariah*, penerapan prinsip ini sangat penting untuk menciptakan lingkungan bisnis yang adil dan terpercaya.

Berdasarkan premis di atas, dapat disimpulkan bahwa penipuan dalam jual beli sangat dilarang dalam Islam karena merusak keadilan dan kepercayaan dalam transaksi. Para ulama hadis dan fukaha

⁵³ Kahf, Monzer, *Principles of Islamic Economics*, 200.

⁵⁴ Siddiqi, Muhammad Nejatullah, "Islamic Economy: Analytical Study of the Functioning of the Islamic Economic System," Jeddah: *Islamic Research and Training Institute*, 1983, 220..

menekankan pentingnya kejujuran dan transparansi dalam setiap transaksi bisnis. Dalam konteks *e-commerce* syariah, penerapan prinsip-prinsip ini sangat penting untuk menciptakan lingkungan bisnis yang adil dan dapat dipercaya.

Transparansi dalam Harga dan Kondisi Transaksi

Kejelasan harga dan kondisi transaksi adalah bagian penting dari jual beli yang adil dalam Islam. Penjual dan pembeli harus mencapai kesepakatan tentang harga dan kondisi transaksi sebelum proses jual beli selesai. Segala bentuk ketidakjelasan atau penipuan dalam penetapan harga dianggap melanggar prinsip keadilan dalam Islam. Rasulullah SAW melarang jual beli yang mengandung unsur *garar* (ketidakpastian). (HR. Muslim).

Imam Ahmad bin Hanbal dalam "*Musnad*" menggarisbawahi bahwa transaksi yang adil adalah transaksi yang bebas dari ketidakpastian atau penipuan. Penjual harus menetapkan harga yang wajar dan memberikan informasi yang lengkap tentang kondisi transaksi untuk memastikan tidak ada pihak yang dirugikan.⁵⁵

Monzer Kahf menyatakan bahwa transparansi dalam harga dan kondisi transaksi sangat penting untuk menjaga integritas dan kepercayaan di pasar. Menurutnya, *e-commerce* syariah harus memastikan bahwa semua informasi mengenai harga, biaya tambahan, dan kebijakan pengembalian disampaikan dengan jelas kepada konsumen.⁵⁶ Kahf juga merekomendasikan penggunaan teknologi untuk memastikan kejelasan dan transparansi dalam setiap transaksi.

Mohammad Nejatullah Siddiqi menyatakan bahwa transparansi harga merupakan salah satu pilar utama dalam ekonomi Islam. Menurutnya, *e-commerce* syariah harus memiliki kebijakan yang jelas dan adil terkait harga, biaya pengiriman, dan kondisi transaksi lainnya. Ini dilakukan untuk memastikan bahwa konsumen mendapatkan informasi yang lengkap dan tidak merasa tertipu.⁵⁷

Transparansi harga berarti harga produk harus jelas dan disepakati oleh kedua belah pihak tanpa ada unsur paksaan atau manipulasi. Kondisi transaksi juga harus transparan, termasuk

⁵⁵ Hanbal, Ahmad bin. *Musnad Imam Ahmad*, Jilid 2, Beirut: Dār al-Kutub al-Ilmiyah, 2000, 150.

⁵⁶ Kahf, Monzer. *Principles of Islamic Economics*, hlm. 100.

⁵⁷ Siddiqi, Muhammad Nejatullah, *Islamic Economy: Analytical Study of the Functioning of the Islamic Economic System*, 145.

kebijakan pengembalian dan penukaran barang, serta biaya tambahan yang mungkin muncul.

Dalam *e-commerce* syariah, harga produk harus ditampilkan dengan jelas pada halaman produk, dan setiap biaya tambahan (seperti biaya pengiriman) harus diinformasikan sebelum pembelian diselesaikan. *Platform e-commerce* syariah juga harus memiliki kebijakan pengembalian dan penukaran yang jelas dan adil, serta menginformasikan kebijakan ini kepada konsumen dengan transparan. Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa transparansi dalam harga dan kondisi transaksi adalah prinsip penting dalam jual beli yang diajarkan dalam Islam. Para ulama hadis, fukaha, dan ahli ekonomi Islam menekankan pentingnya kejujuran dan keterbukaan dalam setiap transaksi. Dalam konteks *e-commerce* syariah, penerapan prinsip ini akan membantu menciptakan lingkungan bisnis yang adil dan dapat dipercaya, serta meningkatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen.

Aplikasi Prinsip Transparansi dalam *E-commerce Syariah*

Deskripsi Produk yang Jelas dan Akurat dalam *E-commerce Syariah*

Salah satu penerapan utama dari prinsip transparansi dalam *e-commerce* syariah adalah menyediakan deskripsi produk yang jelas dan akurat. Dalam hal ini, transparansi dalam deskripsi produk menjadi kunci untuk memastikan bahwa transaksi sesuai dengan prinsip-prinsip keadilan dan kejujuran dalam Islam. Penjual bertanggung jawab untuk memberikan informasi lengkap tentang produk yang mereka tawarkan, termasuk spesifikasi teknis, bahan yang digunakan, kondisi produk (baru atau bekas), serta cacat atau kerusakan yang mungkin ada. Hal ini penting untuk mencegah penipuan dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap *platform e-commerce*.⁵⁸ Ini sesuai dengan hadis:

"Tidak halal bagi seorang muslim menjual suatu barang yang terdapat cacat padanya kecuali jika ia menjelaskan cacat tersebut." (HR. Bukhārī).

⁵⁸ Sukmawati, D. (2023), "Perlindungan Hak Konsumen Pada Penggunaan E-Commerce," *Tebuireng: Journal of Islamic Studies and Society*, 4(2), 169-180.

Spesifikasi Teknis

Memberikan spesifikasi teknis yang lengkap membantu pembeli memahami karakteristik dan performa produk. Spesifikasi ini mencakup ukuran, berat, kapasitas, fungsi, dan fitur tambahan yang mungkin dimiliki oleh produk tersebut. Sebagai contoh, jika produk yang dijual adalah perangkat elektronik seperti ponsel, penjual harus mencantumkan informasi tentang kapasitas baterai, resolusi kamera, ukuran layar, dan jenis prosesor yang digunakan. Informasi ini tidak hanya membantu konsumen dalam membuat keputusan pembelian tetapi juga mengurangi risiko ketidakpuasan setelah transaksi.⁵⁹

Bahan yang Digunakan

Menjelaskan bahan yang digunakan dalam pembuatan produk sangatlah penting, terutama untuk produk seperti *fashion*, makanan, dan barang-barang rumah tangga. Konsumen yang memperhatikan kualitas dan asal-usul bahan produk, seperti mereka yang mencari produk halal atau ramah lingkungan, akan sangat menghargai informasi ini. Dalam konteks *fashion*, misalnya, penjual perlu mencantumkan jenis kain, kualitas material, serta apakah bahan tersebut sesuai dengan standar halal. Transparansi mengenai bahan juga berkontribusi pada keberlanjutan dan tanggung jawab sosial dalam bisnis.⁶⁰

Kondisi Produk

Penjual harus dengan jelas menyatakan kondisi produk. Apakah produk tersebut baru, bekas, atau rekondisi, harus diungkapkan secara jujur. Informasi tentang kondisi barang sangat penting untuk membantu pembeli membuat keputusan yang tepat. Penjual harus jujur tentang kondisi barang dan mengungkapkan jika ada bagian yang telah diperbaiki atau diganti. Ketidakjelasan mengenai kondisi barang

⁵⁹ Atika, N. N. & Nasution, M. I. P. (2023), *Manajemen Kualitas Data Dalam Aplikasi E-Commerce: Memastikan Informasi Produk yang Akurat*, *Journal of Sharia Economics Scholar (JoSES)*, 2(2), 60-63.

⁶⁰ Sari, R. A. & Rahman, A. , “Transparansi dan Kejujuran Terhadap Pengiklanan Produk di Media Sosial.” *JICN: Jurnal Intelekt dan Cendekiawan Nusantara*, 1(3), 2024, 4571-4580.

dapat menyebabkan ketidakpuasan dan merusak reputasi penjual serta *platform e-commerce* itu sendiri.⁶¹

Cacat atau Kerusakan

Penjual juga harus mengungkapkan semua cacat atau kerusakan yang mungkin ada pada produk. Ini termasuk cacat pabrik, kerusakan saat pengiriman, atau kekurangan lainnya yang bisa memengaruhi fungsi atau estetika produk. Foto produk yang realistis dan sesuai dengan kondisi sebenarnya juga merupakan bagian penting dari transparansi ini. Foto-foto tersebut harus menunjukkan kondisi produk dari berbagai sudut untuk memberikan gambaran yang jelas kepada pembeli. Dengan cara ini, konsumen dapat menilai apakah produk tersebut memenuhi harapan mereka sebelum melakukan pembelian.⁶²

Peran Platform E-commerce Syariah

Dalam *e-commerce* syariah, *platform* penjualan daring bertanggung jawab memastikan penjual mengungkapkan semua informasi relevan mengenai kondisi produk, termasuk cacat atau kekurangannya. Langkah ini tidak hanya membantu mencegah penipuan, tetapi juga meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap *platform* tersebut. Beberapa *platform* bahkan menyediakan opsi bagi konsumen untuk bertanya langsung kepada penjual sebelum membeli, sebagai tambahan untuk memastikan transparansi.⁶³

Oleh karena itu, deskripsi produk yang jelas dan akurat bukan hanya kewajiban moral bagi penjual, tetapi juga bagian integral dari prinsip syariah dalam transaksi jual beli. Dengan menerapkan prinsip transparansi ini, *e-commerce* syariah dapat menciptakan lingkungan perdagangan yang lebih adil dan berkelanjutan, di mana semua pihak merasa dihargai dan hak-haknya dilindungi. Hal ini sesuai dengan hadis: "Tidak halal bagi seorang muslim menjual suatu barang yang

⁶¹ Moh Rusdi, "Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Genting UD. Berkah Jaya," *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis (JSMB)*, 6 (2), 49-54, 2019.

⁶² Agus, S., "Transparansi dalam E-Commerce: Studi Kasus Penjualan Produk Elektronik," *Jurnal Ekonomi Syariah*, 5 (3), 85-92, 2021.

⁶³ Arridho abduh, Angga syahputra, Kaswinata, Jumirin, Hana pertiwi, Ely windarti hastuti. "e-commerce syariah: prinsip dan penerapannya," *Jurnal Ekonomi Syariah*, 5 (3), 85-92, 2021.

terdapat cacat padanya kecuali jika ia menjelaskan cacat tersebut." (HR. Bukhārī).

Penggunaan Sertifikat Halal

Produk yang dijual dalam *e-commerce* syariah harus memiliki sertifikat halal yang sah, dan informasi ini harus disampaikan kepada konsumen secara transparan, sebagaimana yang ditegaskan oleh Rasulullah SAW dalam hadis:

"Rasulullah SAW melarang jual beli yang mengandung unsur *garar* (ketidakpastian)." (HR. Muslim).

Hal ini penting untuk memastikan bahwa produk yang dikonsumsi oleh umat Islam sesuai dengan syariat. Sertifikat halal menjamin bahwa produk tidak mengandung bahan-bahan yang dilarang atau diproses dengan cara yang tidak sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.⁶⁴

Mengidentifikasi Produk Halal

Sertifikat halal biasanya dikeluarkan oleh badan sertifikasi halal yang diakui secara internasional atau nasional. Produk yang telah disertifikasi harus mencantumkan logo atau tanda halal pada kemasan produk serta di halaman produk pada *platform e-commerce*. Ini memberikan jaminan tambahan kepada konsumen bahwa produk tersebut memenuhi standar halal.⁶⁵

Transparansi Sertifikasi

Informasi tentang sertifikat halal harus mudah diakses oleh konsumen. *Platform e-commerce* syariah harus menyediakan ruang bagi penjual untuk mencantumkan sertifikat halal dan memastikan bahwa informasi tersebut mudah diakses oleh konsumen. Sebagai contoh, menyertakan gambar sertifikat halal pada halaman produk dan menyediakan tautan untuk verifikasi sertifikat halal melalui badan sertifikasi yang diakui. Penjual juga dapat menyediakan nomor registrasi sertifikat halal yang bisa diverifikasi oleh konsumen⁶⁶.

⁶⁴ Ibid, 85-92.

⁶⁵ Ibid.

⁶⁶ Roychan Abdul Aziz Altsauri, Muhammad Syarif Hidayatullah, Jamal Lutfi, Ali As'ad. "Efektivitas Fatwa MUI No. 24 Tahun 2017 dalam Menjawab Tantangan Etika dan Transparansi Transaksi Virtual: Studi Kasus pada *Platform E-Commerce*

Manfaat Sertifikat Halal

Dengan menyertakan sertifikat halal, penjual dapat menjangkau pasar konsumen Muslim yang lebih luas yang sangat peduli dengan kehalalan produk yang mereka beli. Ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan konsumen, tetapi juga membantu penjual dalam memenuhi kewajiban syariah dan etika bisnis.⁶⁷

Kebijakan Pengembalian yang Transparan

E-commerce syariah harus memiliki kebijakan pengembalian yang jelas, adil, dan transparan. Konsumen harus mendapatkan informasi lengkap mengenai prosedur pengembalian, syarat dan ketentuan, serta hak-hak mereka. Kebijakan ini meningkatkan kepercayaan konsumen dan memastikan bahwa transaksi sesuai dengan prinsip keadilan dan transparansi. Sebagaimana yang ditegaskan dalam hadis:

"Tidak halal bagi seorang muslim menjual suatu barang yang terdapat cacat padanya kecuali jika ia menjelaskan cacat tersebut." (HR. Bukhārī).

Prosedur Pengembalian

Prosedur pengembalian harus disebutkan dengan jelas di situs web atau *platform e-commerce*. Ini termasuk langkah-langkah yang harus diikuti oleh konsumen untuk mengembalikan barang, seperti menghubungi layanan pelanggan, mengisi formulir pengembalian, dan mengirimkan barang kembali ke penjual. Penjelasan ini harus mencakup semua detail yang diperlukan agar proses pengembalian berjalan lancar dan efisien.⁶⁸

Syarat dan Ketentuan Pengembalian

Syarat dan ketentuan pengembalian harus mencakup informasi mengenai kondisi barang yang dapat dikembalikan, batas waktu pengembalian (misalnya, 14 hari dari tanggal penerimaan), dan apakah

Shopee dan Tokopedia." *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah: AICONOMIA*, 3 (2), 2024.

⁶⁷ Setiyo Gunawan, "Manfaat Sertifikasi Halal dalam Mendukung Pengembangan Ekonomi Syariah yang Inklusif," *Jurnal Ekonomi Syariah*, 6 (2), 2023, 45-53.

⁶⁸ M. Arskal Salim, "Transparansi dan Keadilan dalam Sistem Pengembalian Barang pada E-Commerce Syariah," *Ahkam: Jurnal Ilmu Syariah*, 2023, Volume 14, 45-60.

biaya pengiriman pengembalian ditanggung oleh konsumen atau penjual. Informasi ini harus disajikan dengan jelas dan tidak boleh ada biaya tersembunyi atau ketentuan yang merugikan konsumen.⁶⁹

Hak Konsumen

Konsumen harus diberi tahu tentang hak-hak mereka terkait pengembalian dan penukaran barang. Misalnya, jika barang yang diterima rusak atau tidak sesuai dengan deskripsi produk, konsumen berhak untuk meminta penggantian atau pengembalian uang. *Platform e-commerce* harus menyediakan informasi ini dengan jelas dan mudah diakses oleh konsumen.

Transparansi Kebijakan Pengembalian

Menyediakan kebijakan pengembalian yang transparan dan adil tidak hanya meningkatkan kepercayaan konsumen tetapi juga membangun reputasi baik bagi penjual dan *platform e-commerce*. Konsumen yang merasa dilindungi oleh kebijakan yang adil lebih cenderung melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan *platform* tersebut kepada orang lain.⁷⁰

Sistem Penilaian dan Ulasan Konsumen

Sistem penilaian dan ulasan konsumen yang jujur dan terbuka dapat meningkatkan transparansi dalam *e-commerce* syariah sebagaimana ditegaskan dalam hadis: "Tidak halal bagi seorang muslim menjual suatu barang yang terdapat cacat padanya kecuali jika ia menjelaskan cacat tersebut." (HR. Bukhārī). Dan hadis: "Rasulullah SAW melarang jual beli yang mengandung unsur *garar* (ketidakpastian)." (HR. Muslim).

Konsumen dapat memberikan umpan balik mengenai produk dan layanan yang mereka terima, yang dapat membantu calon pembeli lainnya membuat keputusan yang lebih baik.

Penilaian Produk

Konsumen dapat memberikan penilaian berupa bintang atau skor untuk produk yang mereka beli. Penilaian ini biasanya mencakup aspek-aspek seperti kualitas produk, kesesuaian dengan deskripsi,

⁶⁹ Ibid, 45-60.

⁷⁰ Ibid.

kepuasan penggunaan, dan nilai untuk harga. Penilaian ini memberikan gambaran umum kepada calon pembeli tentang pengalaman konsumen sebelumnya dengan produk tersebut.⁷¹

Ulasan Konsumen

Selain penilaian berupa skor, konsumen juga dapat menulis ulasan yang lebih rinci tentang pengalaman mereka. Ulasan ini dapat mencakup detail tentang kelebihan dan kekurangan produk, serta saran untuk perbaikan. Ulasan konsumen yang jujur dan terbuka memberikan informasi tambahan yang berguna bagi calon pembeli dalam membuat keputusan yang terinformasi.

Mekanisme Verifikasi Ulasan

Platform e-commerce syariah harus memiliki mekanisme untuk memverifikasi ulasan yang diberikan oleh konsumen. Verifikasi ini bisa dilakukan dengan memastikan bahwa hanya konsumen yang benar-benar telah membeli produk tersebut yang dapat memberikan ulasan, sehingga memastikan bahwa ulasan yang diterima asli dan dapat dipercaya.⁷²

Aksesibilitas Ulasan

Ulasan konsumen harus mudah diakses oleh calon pembeli. *Platform e-commerce* harus menyediakan sistem yang memungkinkan konsumen memberikan ulasan secara jujur dan terbuka, serta memastikan bahwa ulasan tersebut dapat diakses oleh calon pembeli. Ini bisa mencakup fitur pencarian ulasan berdasarkan kata kunci atau fitur penyortiran ulasan berdasarkan penilaian tertinggi atau terendah.

Sistem penilaian dan ulasan yang transparan memberikan dua manfaat utama. Pertama, membantu calon pembeli membuat keputusan yang lebih baik dengan memberikan informasi yang jujur dan terperinci tentang produk. Kedua, memberikan umpan balik kepada penjual mengenai kualitas produk dan layanan mereka, yang

⁷¹ M. Yusuf, "Transparansi dan Sistem Ulasan dalam E-Commerce Syariah," *Jurnal Ekonomi Islam*, 7 (1), 2022, 35-48.

⁷² Mochammad Fitrah Willdani, "Terhadap Rating dan Ulasan Negatif Konsumen (Perspektif Hukum Positif dan Hukum Islam)," *Jurnal Ekonomi Islam*, 7 (1), 2023, 35-48.

dapat digunakan untuk perbaikan dan peningkatan kualitas di masa mendatang.⁷³

Dari pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa penerapan prinsip transparansi dalam *e-commerce* syariah mencakup penyediaan deskripsi produk yang jelas dan akurat, penggunaan sertifikat halal, kebijakan pengembalian yang transparan, serta sistem penilaian dan ulasan konsumen yang jujur. Dengan menerapkan prinsip-prinsip ini, *platform e-commerce* syariah dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, mengurangi risiko penipuan, dan menciptakan lingkungan bisnis yang adil dan etis sesuai dengan syariat Islam. Transparansi dalam setiap aspek transaksi adalah kunci untuk mencapai keadilan dan keberkahan dalam perdagangan elektronik.

KESIMPULAN

Artikel ini menghasilkan rumusan prinsip transparansi dalam transaksi jual beli berdasarkan hadis-hadis Nabi Muhammad SAW dan penerapannya dalam *e-commerce* syariah. Pertama, analisis terhadap hadis-hadis menunjukkan bahwa transparansi adalah salah satu pilar utama dalam transaksi yang adil. Dalam konteks ini, Nabi Muhammad SAW menekankan pentingnya penjual memberikan informasi yang jelas dan akurat mengenai barang yang dijual, termasuk segala kekurangan atau cacat yang mungkin ada. Hal ini tidak hanya membangun kepercayaan antara penjual dan pembeli, tetapi juga melindungi hak-hak konsumen, yang merupakan aspek mendasar dalam ekonomi Islam.

Prinsip-prinsip transparansi ini dapat diterapkan dalam *e-commerce* syariah dengan mengembangkan kebijakan yang jelas mengenai harga, biaya tambahan, dan syarat-syarat pengembalian barang. Dalam dunia *e-commerce*, di mana transaksi sering dilakukan tanpa tatap muka, kejelasan informasi menjadi semakin penting. *Platform e-commerce* harus memastikan bahwa semua informasi terkait produk disampaikan secara transparan kepada konsumen. Ini termasuk deskripsi produk yang lengkap, harga yang jelas, dan kebijakan pengembalian yang adil. Dengan demikian, konsumen dapat

⁷³ Dwi Fithriyaningrum, Sri Suning Kusumawardhani, Sunu Wibirama, "Analisis Aksesibilitas Website berdasarkan Web Content Accessibility Guidelines (WCAG): Ulasan Literatur Sistematis," *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2021, Volume 7, 123-135.

membuat keputusan yang lebih baik dan merasa aman saat bertransaksi.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, S. "Transparansi dalam E-commerce: Studi Kasus Penjualan Produk Elektronik." *Jurnal Ekonomi Syariah*, 5 (3), 85-92, 2021.
- Al-Nawawī, Muḥyiddīn Yahyā bin Syarf. *Al-Minhāj Syarḥ Ṣaḥīḥ Muslim*. Beirut: Dār Ihyā' al-Turaṡ al-Arabī, 1972.
- Al-Gazālī, Abu Hāmid. *Ihyā' Ulumiddīn*. Surabaya: Al-Haramain, 2000. Juz 3
- Anisa Fitri Al Husna, Imam Prawoto, Rizal Maulana, "Analisis Penetapan Harga Jual Beli Makanan pada Sistem Prasmanan Perspektif Prinsip Keadilan Ekonomi Islam." *Santri: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, Volume 2 No 6 Desember 2024.
- Arridho abduh, Angga syahputra, Kaswinata, Jumirin, Hana pertiwi, Ely windarti hastuti. "e-commerce syariah: prinsip dan penerapannya," *Jurnal Ekonomi Syariah*, 5 (3), 2021.
- Atika, N. N. & Nasution, M. I. P. (2023). "Manajemen Kualitas Data Dalam Aplikasi E-commerce: Memastikan Informasi Produk yang Akurat." *Journal of Sharia Economics Scholar (JoSES)*, 2(2)
- Bukhārī, Ṣaḥīḥ *al-Bukhārī*: Dār Ṭūq al-Najāh, 1422, Damaskus, *tahqīq*: Muḥammad Zuhair bin Naṣīr.
- Burhanuddin Robbani dan Achmad Fageh. "Jual Beli dalam Islam: Perspektif Hadis." *Jurnal Ekonomi Islam*, Universitas Al-Azhar, Volume 5, 2023.
- Djuharnedi (2020). "Pendidikan Kejujuran dalam Perspektif Hadits." *Jurnal Al-Qalam*, 23(1), Jakarta: STIT Insida.
- Dwi Fithriyaningrum, Sri Suning Kusumawardhani, Sunu Wibirama. "Analisis Aksesibilitas Website berdasarkan Web Content Accessibility Guidelines (WCAG): Ulasan Literatur Sistematis." *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2021, Volume 7.
- Fajrillah, R. N., & Sipahutar, A. A. (2022). "Analisis Konsumen Terhadap Jual Beli di E-commerce dalam Hukum Islam." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, vol. 4, no. 1.
- <https://dsnmui.or.id/kategori/fatwa/page/2/>
- <https://jdih.kemendag.go.id/Peraturan/Undang-Undang-Nomor-8-Tahun-1999-Tentang-Perlindungan-Konsumen>

- Ibnu Hajar al-Asqalānī, *Fath al-Bārī Syarḥ Ṣaḥīḥ Al-Bukhārī*, Beirut: Dār al-Ma'rifah, 1379.
- Imam Ahmad bin Hanbal, *Musnad Ahmad*, Jilid 2, Beirut: Dār al-Kutub al-'Ilmiyah, 2000.
- Imam Malik bin Anas, *Al-Muwatta*, Beirut: Dār al-Kutub al-'Ilmiyah, 1985.
- Ismail, Yusuf. "Transaksi Jual Beli Online dalam Perspektif Ekonomi Syariah: Tantangan dan Peluang." *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, vol. 4, no. 1, 2022.
- Kahf, Monzer, *Principles of Islamic Economics*, Kuala Lumpur: International Islamic University of Malaysia (IIUM), 1996.
- Kanisa Sabila, Tajul Arifin, "Jual Beli Online Dengan Barang Cacat Ditinjau Dari Hr. Ibnu Majah No. 2246 Dan Ahmad No. 17487 Serta Pasal 65 Ayat 2 UU No. 7 Tahun 2014", *Jurnal Ilmu Hukum Dan Tata Negara* Vol.2, No.3 September 2024.
- Lestari, Siti. "Pengaruh Transparansi Informasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dalam E-commerce Syariah." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, vol. 2, no. 3, 2020.
- M. Arskal Salim. "Transparansi dan Keadilan dalam Sistem Pengembalian Barang pada E-commerce Syariah," *Ahkam: Jurnal Ilmu Syariah*, 2023, Volume 14.
- M. Yusuf. "Transparansi dan Sistem Ulasan dalam E-commerce Syariah." *Jurnal Ekonomi Islam*, 7 (1), 2022.
- Mediawati, E. (2023). "Akuntabilitas dan Transparansi dalam Ekonomi Islam." *Ensiklopedia Ekonomi Islam*, Universitas Pendidikan Indonesia. ISBN 978-623-88550
- Mochammad Fitrah Willdani. "Terhadap Rating dan Ulasan Negatif Konsumen (Perspektif Hukum Positif dan Hukum Islam)." *Jurnal Ekonomi Islam*, 7 (1), 2023.
- Moh Rusdi. "Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Genting UD. Berkah Jaya." *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis (JSMB)*, 6 (2), 2019.
- Moh. Muhtador. *Sejarah Perkembangan Metode dan Pendekatan Syarah Hadis*, 2020, UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta.
- Mujahidin, I., & Susilo, H. "Transaksi E-commerce (Jual Beli Online) dalam Perspektif Ekonomi Syariah." *International Journal Mathla'ul Anwar of Halal Issues*, 3(1), 2023.
- Muslim. *Ṣaḥīḥ Muslim*. Beirut: Dār Ihyā' Turaṣ al-'Arabī.

- Nawawī, Abū Zakariyā. *Riyaḍus Ṣālihīn*. Beirut: Dār al-Kutub al-‘Ilmiyyah, 1997.
- Nuraeni, S., & Sabrina, A. H. (2022). "Perkembangan Pemanfaatan Teknologi E-commerce Dalam Sistem Jual Beli Islam." *At-Tahdzib: Jurnal Studi Islam dan Muamalah*, 10(1), ISSN: 2549-836X.
- Nurhalis, “Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999”, *Jurnal Ius*, (2015), 3(2), Institut Agama Islam Hamzanwadi (IAIH), NW Lombok Timur.
- Qaradawi, Yusuf, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta: Gema Insani Press, 1997.
- Riyan Andni, M.E. *Perilaku Konsumen dalam Konsep Islam: Konsep, Teori, dan Ruang Lingkup*, 2024. Penerbit Widina Media Utama.
- Roychan Abdul Aziz Altsaury, Muhammad Syarif Hidayatullah, Jamal Lutfi, Ali As'ad. "Efektivitas Fatwa MUI No. 24 Tahun 2017 dalam Menjawab Tantangan Etika dan Transparansi Transaksi Virtual: Studi Kasus pada Platform E-commerce Shopee dan Tokopedia." *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah: AICONOMIA*, 3 (2), 2024.
- Ruslang, Ruslang, Muslimin Kara, dan Abdul Wahab, "Etika Bisnis E-commerce Shopee Berdasarkan Maqashid Syariah Dalam Mewujudkan Keberlangsungan Bisnis." *Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, 2024, Volume 3.
- Syaifullah M.S., “Tinjauan Etika Bisnis Islam pada Jual Beli Defective Goods (Barang Cacat) dengan Gimmick Diskon.” *Jurnal Hunafa*, Vol. 1, No. 2, 113-117, 2021.
- Saidin Mansyur. “Aspek hukum Islam pada transaksi jual beli dengan pembayaran cicilan.” *Jurnal Pilar: Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, Volume 15 , No. 1, Juni 2024.
- Setiyo Gunawan. "Manfaat Sertifikasi Halal dalam Mendukung Pengembangan Ekonomi Syariah yang Inklusif." *Jurnal Ekonomi Syariah*, 6 (2), 2023.
- Shobirin. *Jual Beli dalam Pandangan Islam - Jurnal Bisnis*, IAIN Kudus, Volume 1, Edisi Januari-Juni, 2023.
- Siddiqi, Muḥammad Nejatullah. “Islamic Economy: Analytical Study of the Functioning of the Islamic Economic System.” Jeddah:

- Islamic Research and Training Institute*, 1983, cetakan pertama.
- Sukmawati, D. (2023). "Perlindungan Hak Konsumen Pada Penggunaan E-commerce." Tebuireng: *Journal of Islamic Studies and Society*, 4(2).
- Susanto, "Transparansi Jual Beli Online: Perspektif Etika Islam dalam Praktik E-commerce," *At-Tasharruf: Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah*, 2024, Volume 2.
- Syafi'i, Muḥammad ibn Idrīs. *Al-Umm*, Jilid 2, Beirut: Dār al-Kutub al-‘Ilmiyyah, 1997.
- Taimiyah, Ibnu. Majmū' al-Fatāwā. Jilid 29. Riyāḍ: Dār al-Minhāj, 2005.
- Waluya, A. H. "Akuntansi, Akuntabilitas, dan Transparansi dalam QS. Al-Baqarah (2): 282-284." *Jurnal Studi Islam*, 5(2). 2023.
- Yanuardin, D., *Sistem Transaksi dan Keuangan Islam*. Penerbit Widina Media Utama, 2024.