

**ANALISIS UPAYA PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA
PRAKTIK JUAL BELI DI FACEBOOK MARKETPLACE**

SKRIPSI

Oleh :

Shinta Nova Andani

NIM: G04215032



**PRODI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
SURABAYA**

2019

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Shinta Nova Andani

NIM : G04215032

Fakultas/Prodi: Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah

JudulSkripsi : Analisis Upaya Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Praktik Jual Beli di Facebook Marketplace

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya sendiri, kecuali pada bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 01 Juli 2019

Saya yang menyatakan,



Shinta Nova Andani

NIM. G04215032

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Shinta Nova Andani NIM G04215032 ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqosahkan.

Surabaya, 02 Juli 2019
Pembimbing,



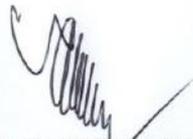
Dr. M. Lathoif Ghozali, Lc. MA
NIP. 197511032005011005

PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Shinta Nova Andani NIM. G04215032 ini telah dipertahankan di depan sidang Majelis Munaqasah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada hari Rabu, tanggal 17 Juli 2019, dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu dalam Ilmu Ekonomi Syariah.

Majelis Munaqasah Skripsi:

Penguji I,



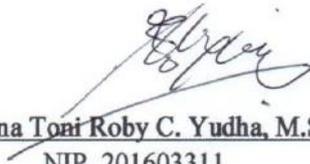
Dr. M. Lathoif Ghozali, Lc. MA
NIP. 197511032005011005

Penguji II,



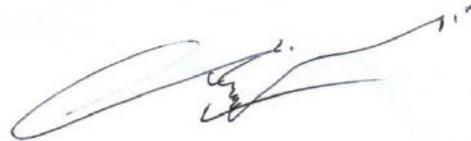
Fatikul Himami, ME.I
NIP. 1980099232009121002

Penguji III,



Ana Toni Roby C. Yudha, M.SEI
NIP. 201603311

Penguji IV,



Andhy Permadi, M. Kom
NIP. 198110142014031002

Surabaya, 30 Juli 2019

Mengesahkan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Dekan,



Dr. Ah. Ali Arifin, MM.
NIP. 196212141993031002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : SHINTA NOVA ANDANI
NIM : G04215032
Fakultas/Jurusan : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM/ EKONOMI SYARIAH
E-mail address : shintanovaandani1997yahoo@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

ANALISIS UPAYA PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA PRAKTIK JUAL BELI
DI FACEBOOK MARKETPLACE

berserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran-Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 02 Agustus 2019

Penulis


(Shinta Nova Andani)

pengiriman barang, contohnya Tokopedia, Bukalapak, dan lain-lain. Sedangkan online shop hanya memfasilitasi untuk jual beli secara online saja. Dalam hal ini Facebook Marketplace termasuk online shop, karena Facebook hanya memfasilitasi untuk mempromosikan barang saja, sedangkan untuk pembayaran serta pengiriman dilakukan sesuai dengan kesepakatan penjual dan pembeli.

Secara khusus keuntungan yang didapat oleh konsumen sendiri, antara lain: (1) Pembeli cukup terkoneksi dengan internet kemudian dapat melakukan transaksi jual beli, jadi tidak perlu mendatangi toko, (2) meminimalisir biaya transportasi dan waktu berbelanja, karena dapat melakukan pemesanan melalui perantara media internet khususnya situs yang menjual barang yang ingin dibeli, (3) terdapat bermacam-macam pilihan yang ditawarkan, sehingga kita dapat membandingkan semua produk dan harga yang ditawarkan sebelum melakukan pemesanan, (4) melalui perantara via internet pembeli dapat membeli barang Negara lain secara online, (5) Harga yang ditawarkan sangat kompetitif, karena tingkat persaingan yang sangat tinggi sehingga mereka menawarkan harga serendah-rendahnya untuk menarik perhatian.

Disamping keuntungan yang didapat pembeli, ada beberapa kerugian antara lain sebagai berikut: (1) Produk tidak dapat dicoba, (2) Standar dari barang tidak sesuai, (3) Pengiriman mahal, (4) dapat beresiko penipuan.

menjaga keberlangsungan hidup. Maka dari itu tidak bisa lepas dari aturan- aturan agama yang sudah tercantum dalam Al- Qur'an dan Hadits. Untuk menjalankan kewirausahaan yang baik dianjurkan senantiasa mengikuti perilaku Rasulullah saw. Mengingat sebagaimana diketahui bahwa dalam dunia maya prinsip yang dipegang adalah prinsip *anonymouseous* yaitu berarti tidak ada identitas yang pasti antara kedua belah pihak, maka satu hal yang sangat berbahaya adalah mengenai subyek pelaku dalam transaksi tersebut. Berbagai permasalahan tersebut akan semakin kompleks apabila dikaitkan dengan hukum Islam yang telah mengatur secara menyeluruh mengenai akad atau transaksi dalam sebuah kegiatan *mu'amalah*, termasuk jual beli.

Dalam pandangan Islam, terdapat prinsip-prinsip dasar praktik bisnis yang harus diterapkan yang bersumber pada Al-Qur'an dan Hadits. Prinsip tersebut terangkum dalam kerangka dasar ajaran Islam, yaitu Akidah, Akhlak dan Ibadah. Dari kerangka tersebut terbentuk prinsip dasar praktik bisnis yaitu: pertama, prinsip tauhid dan kesatuan (*unity*), kedua, prinsip *nubuwwah* dan kebenaran (kebijakan dan kejujuran), ketiga, prinsip khilafah dan pertanggungjawaban, dan keempat, prinsip keadilan dan keseimbangan. Nilai- nilai moral yang terdapat dalam prinsip-prinsip tersebut antara lain nilai kejujuran, keadilan, transparan, amanah, profesional, jauh dari hal yang haram dan

persaudaraan, (5) Dalam kegiatan perdagangan tidak diperkenankan melakukan investasi pada usaha yang dilarang agama atau diharamkan, seperti usaha- usaha yang merusak mentaldi antaranya narkoba, pornografi dan lain- lain. Serta komoditas perdagangan haruslah produk yang halal dan juga *ḥalāl*, baik itu barang ataupun jasa, (6) perdagangan terbebas dari praktik *ghārār*, spekulasi, *tadllīs*, dan *maysīr*, (7) dalam perdagangan manusia tidak diperbolehkan lalai dari beribadah (shalat dan zakat) dan senantiasa mengingat Allah, (8) Dalam hal kegiatan perdagangan, apabila terdapat utang- piutang atau lainnya, hendaklah dilakukan pencatatan yang baik (akuntansi).¹¹

Secara filosofi etika menggambarkan diri pada nalar ilmu dan agama untuk menilai, sehingga etika bisnis berfungsi sebagai *controlling* (pengatur) terhadap aktifitas ekonomi. Jadi etika dapat diartikan pemikiran tentang baik dan buruk. Etika merupakan proses berpikir tentang baik dan buruk. Etika bisnis Islam mengarahkan kegiatan bisnis sesuai dengan koridor shari'ah Islam. Penyesuaian ini meliputi dua hal, yaitu etos dan etis. Etos Islam berkaitan dengan semangat kerja yang dikehendaki Syari'ah. Tidak sedikit ayat Al- Qur'an dan Hadits menampilkan keutamaan bisnis, kerja mandiri, serta perintah pemanfaatan kekayaan alam. Sementara itu, etika Islam membatasi gerakan bisnis agar tidak terjerumus pada hal- hal yang diharamkan. Banyak bisnis yang dilegalkan oleh suatu masyarakat

¹¹ Veithzal Rivai, *Islmaic Marketing (Membangun dan Mengembangkan Bisnis dengan Praktik Marketing Rasulullah saw)*, (Jakarta: Gramedia, 2012), 100

			ditinjau dari <i>Maqashid Syariah</i> .
2	Muhamad Ramdhan	Analisis Etika Bisnis Pedagang Pakaian Terhadap Transaksi Jual Beli Dalam Perspektif <i>Maqashid Syariah</i> (Studi Kasus Di Pasar Andir Trade Center Bandung)	Penelitian tersebut yang menjadin objeknya adalah pedagang pakaian di Pasar Andir Trade Center Bandung, sedangkan penelitian ini yang menjadi objeknya yaitu seluruh pedagang dan pembeli yang terlibat dalam transaksi jual beli di Facebook Marketplace.
3	Khusnul Khotimah	Implementasi Prinsip- Prinsip Etika Bisnis Islam Di Aflah Bakery Yogyakarta	Penelitian tersebut mengintegrasikan secara keseluruhan operasioanl penjualan di Aflah Bakery Yogyakarta shingga menciptakan produktivitas pekerja yang sepadan dengan tuntutan kerja. Sedangkan penelitian penulis mengintegrasikan etika bisnis Islam pada transaksinya sesuai dengan teori <i>Maqashid Syariah</i> .
4	Nanda Herdiansyah	Implementasi Prinsip Dan	Penelitian tersebut telah meneliti secara keseluruhan

Bab pertama, terdiri dari pendahuluan yang menerangkan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah beserta batasan masalahnya untuk merumuskan permasalahan, kemudian rumusan masalah yang akan diteliti, kajian pustaka berisi tentang penelitian- penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian ini, tujuan penelitian, definisi operasional, metode penelitian dan terakhir sistematika pembahasan.

Bab kedua, menjelaskan kerangka teoritis atau kerangka konseptual berupa teori tentang etika bisnis Islam, kerangka teoritis berisi tentang teori yang diperlukan sebagai landasan untuk membantu terselesaikannya penelitian ini. Berfungsi sebagai dasar kajian untuk menjawab permasalahan yang ada pada penelitian ini.

Bagian ketiga, berisi tentang data penelitian memuat deskripsi data yang berkaitan dengan variabel yang diteliti secara obyektif, dalam artian tidak dicampur dengan opini peneliti.

Bab keempat, menjelaskan analisis hasil penelitian yang didapat yang mengacu pada dua rumusan masalah mengenai praktik jual beli di Facebook Marketplace yang sudah disebutkan di pembahasan sebelumnya. Dalam hal ini berupa opini- opini penulis mengenai analisis hasil penelitian.

Bab kelima merupakan bab terakhir yang menjelaskan kesimpulan dari pembahasan- pembahasan pada bab-bab sebelumnya beserta saran.

	menghalalkan segala cara		menghalalkan segala cara
8.	Halal	Modal	Halal dan haram
9.	Sesuai dengan akad kerjanya	Sumber daya manusia	Sesuai dengan akad kerjanya, atau sesuai dengan keinginan pemilik modal
10.	Halal	Sumber daya	Halal dan haram
11.	Visi dan misi organisasi terkait erat dengan misi penciptaan manusia di dunia	Manajemen strategic	Visi dan misi organisasi ditetapkan berdasarkan pada kepentingan materil belaka
12.	Jaminan halal dari setiap masukan, proses dan keluaran, mengedepankan produktivitas dalam koridor syariah	Manajemen operasional	Tidk ada jaminan halal bagi setiap masukan, proses dan keluaran, mengedepankan produktivitas dalam koridor manfaat
13.	Jaminan halal bagi setiap masukan, proses, dan keluaran keuangan, mekanisme keuangan dengan bgai hasil	Manajemen keuangan	Tidak ada jaminan halal bagi setiap masukan, proses dan keluaran keuangan, mekanisme keuangan dengan bunga
14.	Pemasaran dalam koridor jaminan halal	Manajemen pemasaran	Pemasaran menghalalkan segala cara

pertengahan 2004 juga the facebook milik Mark Zuckerberg mendapatkan investasi dari Pieter Thiel, salah seorang pendiri PayPal.

Dan ditanggal 23 Agustus 2005 the facebook pun mengganti nama domainnyasendiri menjadi Facebook.com, nama tersebut mereka beli dari Aboutface.com dengan hargaUS\$ 200.000. Di tahun 2005 Facebook mulai memperluas jangkauannya ke kalangan pelajar sekolah menengahatas, dan hanya membutuhkan waktu15 hari, sebagian besar sekolah di Amerika Serikat telah menjadi anggota dari Facebook.

Dan dalam sejarah Facebook, dibulan April 2006, investor pertama dari situs ini yaitu PeterThiel, Greylock Partnersdan Meritech Capital Partners menambahkan investasi di Facebook dengan memberikan danaUS\$25 juta, Facebook pun kemudian masuk melalui Institut Teknologi India dan Institut Manajemen India. Ia juga menambahkan fitur baru bernamaFacebook Notes, fitur ini merupakan fitur blogging yang memungkinkan penggunanya untuk memberikan tagging, memasukan gambar dan hal lainnya. Tidak hanya itu, para pengguna juga dapat mengimport blog dari situs Xanga, Blogger dan situs blogging yang lainnya. Dengan adanya fitur tersebut, pembaca bisa memberikan komentar terhadap tulisan yang dimuat oleh para pengguna Facebook.

Sejarah Facebook berlanjut, PeterThiel memprediksi pendapatan Facebook ditahun 2015 dapat mencapai US\$ 1 milyar, dan pada saat itu nilai perusahaan pun akan ikut naik menjadi sekitar US\$ 8 milyar. Dalam sejarah Facebook, ditanggal 14 Mei 2007, Facebook mulai

tertarik dengan bisnis penjual dapat mengklik situs web atau aplikasi penjual untuk informasi selengkapnya.

Marketplace akan menampilkan item-item foto beserta harga dari orang yang berlokasi dekat dengan pembeli yang telah terdaftar untuk dijual. Berikut beberapa langkah yang harus dilakukan bagi penjual yang akan menjual barangnya di Facebook:

1. Mengambil foto dari item atau langsung mengambil foto barang secara langsung dari kamera.
2. Memasukkan nama produk, deskripsi produk dan harga
3. Konfirmasi lokasi dengan memasukkan kode pos penjual dan pilih kategori yang sesuai dengan item yang akan dijual.
4. Post jualan tersebut untuk mempublikasikan jualan tersebut.

Pembeli dapat memasuki aplikasi Facebook kemudian membuka marketplace yang ada di dalam aplikasi. Setelah itu pembeli membuka gambar yang diinginkan untuk melihat spesifikasi atau keterangan produk serta dapat melihat profil penjual. Untuk memudahkan dalam menemukan item atau barang yang spesifik, pembeli dapat menggunakan fitur pencarian dan menyaring hasil berdasarkan lokasi, kategori atau harga. Pembeli juga dapat menelusuri apa yang tersedia dalam berbagai kategori seperti peralatan rumah tangga, elektronik dan pakaian. Pembeli dapat menggunakan tool location yang sudah built-in untuk menyesuaikan daerah yang pembeli cari, atau beralih ke kota

	Pasti sesuai mbak, saya tidak mau jual barang yang tipu- tipu kayak yang lagi marak sekarang- sekarang ini. Saya amanah, tidak mau tipu, Na'udzubillah rugi dunia akhirat.
9	Jika konsumen menunjukkan barang melalui gambar yang diinginkan, apakah Anda menunjukkan barang yang sesuai diinginkankonsumen? Ya bilang sudah terjual mbak, juga memberitahu barang yang masih ada.
10	Dari mana Anda mendapatkan barang yang dijual (tempat kulaan)? Barang saya sendiri mbak
11	Bagaimana jika barang yang sudah dibeli konsumen terdapat cacat? Alhamdulillah sebelumnya sudah pasti saya kasih tahu kalau ada minusnya mbak, biar tidak ada dusta di antara kita.
12	Apakah pernah terjadi perselisihan antara penjual dan pembeli? Jikapernah bagaimana cara menyelesaikan perselisihan tersebut! Tidak pernah mbak
13	Apakah pernah terjadi keadaan dimana konsumen batal membelibarang padahal sebelumnya penjual dan pembeli telah melaluitransaksi yang sepakat (<i>deal</i>)? Jika pernah, bagaimanamenanggapinya? Tidak pernah mbak
12	Apakah harga yang anda cantumkan di laman sesuai dengan harga asli? Tidak mbak, saya asal ketik saja. Bukan harga sebenarnya.

Tabel 3.2 Hasil Wawancara dengan Etika Stefany (Pedagang)

NO	Nama : Etika Stefany (Pedagang) Jenis barang yang dijual : Plastik buah, standing pouch, plastik pensil, pakaian
1	Sudah berapa lama Anda berdagang di Facebook Marketplace? Hampir tiga tahunan
2	Berapa omset Anda dalam satu bulan? Kalau rame Rp 9.000.000, minimal Rp 5.000.000
3	Berapa laba yang diraih dalam satu bulan? Rp 4.000.000 – Rp 5.000.000
4	Apakah benar harga produk di Facebook Marketplace lebih miring dari pada harga produk di Marketplace lainnya? Jika jawabannya adalah “ya” jelaskan alasannya! Saya juga punya Shopee dan Tokopedia, seumpama beli satu sudah ikut harga grosir. Jadi saya samakan dengan yang di Shopee dan Tokopedia.
5	Bagaimana proses jual beli di Facebook Marketplace (COD/ jasa pengiriman)? Ada yang COD ada yang ekspedisi, Saya pakai Pos dan JNT. Kalau COD saya bisanya hari Sabtu dan Minggu, karena senin sampai jum’at saya kerja
6	Apakah barang yang Anda jual termasuk barang yang halal? Ya, halal.
7	Apakah Anda menerapkan sistem kredit dalam usaha Anda? Jika ya, apakah ada biaya tambahan dalam kredit tersebut? Tidak mbak

8	Apakah barang yang dijual merupakan barang baru atau seken?
	Baru semua
9	Apakah barang yang Anda iklankan sesuai dengan barang yang Anda jual? Jikatidak/berbeda kualitas (mirip), apakah Anda memberitahukannyakepada konsumen tersebut?
	Ya mbak, <i>Real picture</i>
10	Jika konsumen menunjukkan barang melalui gambar yangdiinginkan, apakah Anda menunjukkan barang yang sesuai diinginkankonsumen?
	Ya bilang sudah terjual mbak
11	Dari mana Anda mendapatkan barang yang dijual (tempat kulaan)?
	Dari agen mbak
12	Bagaimana jika barang yang sudah dibeli konsumen terdapat cacat?
	Bisa di- <i>retur</i> -kan, barang sudah sampai saya kirim lagi
13	Apakah pernah terjadi perselisihan antara penjual dan pembeli? Jikapernah bagaimana cara menyelesaikan perselisihan tersebut!
	Pernah, kita kan jualan plastik produk dari pabrik, kadang ada yang bocor. Tidak mungkin kita coba satu persatu. Tapi setelah kita bilang akan ganti, sudah diam langsung.
14	Apakah pernah terjadi keadaan dimana konsumen batal membelibarang padahal sebelumnya penjual dan pembeli telah melaluitransaksi yang sepakat (<i>deal</i>)? Jika pernah, bagaimanamenanggapinya?
	Banyak mbak, ada yang <i>keep</i> barang datang, cancel. Kan saya juga jual produk pre order. Yang namanya penjual harus extra sabar, tapi setelah itu kita aman- aman saja. Yang penting <i>customer</i> puas dengan pelayanannya. Barang bocor kita ganti, sudah beres. Pernah ada kasus, <i>customer</i> saya dari Gresik tertukar paketannya sama orang NTT, kebetulan atau gimana namanya itu sama, kurrang fokus atau efek kecapekan pas pulang kerja. Saya <i>packing</i> , otomatis kita kirim ulang, kita nanggung ongkos kirimnya saya selipkan di paketannya sebagai ganti ongkos

7	Apakah Anda menerapkan sistem kredit dalam usaha Anda? Jika ya,apakah ada biaya tambahan dalam kredit tersebut?
	Tidak, langsung bayar setelah itu dikirim. Saya tidak mau ribet
8	Apakah barang yang dijual merupakan barang baru atau seken?
	Baru semua
9	Apakah barang yang Anda iklankan sesuai dengan barang yang Anda jual? Jikatidak/berbeda kualitas (mirip), apakah Anda memberitahukannyakepada konsumen tersebut?
	Karena saya dropship jadi saya tidak tau barangnya, sudah dikirim sama toko Shopee-nya. Jadi gambar yang yang <i>upload</i> di Facebook sesuai dengan gambar yang di Shopee.
10	Jika konsumen menunjukkan barang melalui gambar yangdiinginkan, apakah Anda menunjukkan barang yang sesuai diinginkankonsumen?
	Ya bilang sudah terjual mbak
11	Dari mana Anda mendapatkan barang yang dijual (tempat kulaan)?
	Saya ambil barang dari Shopee terus saya post di Facebook
12	Bagaimana jika barang yang sudah dibeli konsumen terdapat cacat?
	Selama ini belum pernah karena saya juga pilih toko yang reputasinya baik di Shopee
13	Apakah pernah terjadi perselisihan antara penjual dan pembeli? Jikapernah bagaimana cara menyelesaikan perselisihan tersebut!
	Pernah, kadang salah ukuran sama pesenannya.tapi saya suruh <i>retur</i> pada males.
14	Apakah pernah terjadi keadaan dimana konsumen batal membelibarang padahal sebelumnya penjual dan pembeli telah melaluitransaksi yang sepakat (<i>deal</i>)? Jika pernah, bagaimanamenanggapinya?
	Ya, banyak juga yang seperti itu. Kadang saya hitung berapa yang harus di transfer tapi malah “harapan palsu” menghilang begitu saja, kalau saya tanya kebanyakan belinya kapan- kapan uangnya masih dipakai. Saya tidak masalah selama uang belum di transfer konsumen berhak membatalkan. Saya tidak pernah memaksa tapi kalau sudah di transfer kebanyakan tidak pernah dibatalkan

Islam menekankan hubungan konstruktif dengan siapapun, inklud antar sesama pelaku dalam bisnis. Islam tidak menghendaki dominasi pelaku yang satu di atas yang lain, yang tidak mencerminkan rasa keadilan atau pemerataan pendapatan.

Dalam proses jual beli penjual dan pembeli mempunyai kewajiban dan hak yang sama yang harus dihormati oleh kedua belah pihak oleh kedua pihak. Hak pembeli merupakan kewajiban penjual. Demikian pula, kewajiban pembeli menjadi hak penjual. Dalam jual beli, kewajiban penjual menyerahkan barang kepada pembeli yang menjadi haknya, setelah ia membayar harga barang yang disepakati yang menjadi kewajibannya.

Tidak hanya pembeli membayar kemudian penjual wajib menyerahkan barangnya, tetapi pembeli berhak mendapatkan informasi yang relevan tentang barang yang dijual, apabila terdapat cacat tidak boleh disembunyikan. Dalam proses jual beli di Facebook Marketplace penjual memberi tahukan bahwabarang tersebut terdapat cacat, serta apabila barang yang dipesan oleh pembeli sedang *sold out*, penjual menginformasikan terlebih dahulu bahwa barang tersebut sedang kosong dan menawarkan pergantian barang pesanan yang mirip dengan barang pesanan sebelumnya.

Pembeli berhak untuk memilih dan membandingkan pelbagai produk. Maka bagi penjual tidak boleh memaksa untuk membeli barangnya hal ini juga berdasarkan rela sama rela. Dalam hal ini di

- Undang Perlindungan Konsumen di Era Globalisasi*. Jurnal Dinamika Hukum: Vol. 14. No.1, 2015
- Iltiham, Muhammad Fahmul dan Danif. *Penerapan Konsep Etika Bisnis Islam pada Manajemen Perhotelan di PT. Syariah Guest House Malang*. Jurnal Malia: Vol. 7. No. 2, 2016
- Juliyani, Erly. *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*. Jurnal Ummul Qura: Vol. 7. No. 1, 2016
- Jusmaliani, dkk. *Bisnis Berbasis Syariah*. Jakarta: Bumi Aksara, 2008
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo, 1998
- Lukviarman, Niki. *Etika Bisnis Tak Berjalan di Indonesia: Ada Apa Dalam Corporate Governance?*. Jurnal Siasat Bisnis: Vol. 2. No. 9, 2004
- Ma'shum, Ahmad Habib. "Pengaruh Promosi Penjualan Pakaian Wanita di Group Facebook terhadap Minat Beli Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas IslamNegeri Sunan Ampel", Skripsi—UIN Sunan Ampel, Surabaya, 2015
- Mardani. *Hukum Bisnis Syariah*. Jakarta: Kencana, 2014
- Muhammad. *Etika bisnis Islam*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2004.
- Mustofa, Imam. *Transaksi Elektronik (E- Commerce) dalam Perspektif Fikih*. Jurnal Hukum Islam: Vol. 10. No. 2, 2012
- Purnomo, Riki. Pembeli. Wawancara
- Purqon, Arip. *Bisnis Online Syariah*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014
- Risti. Pedagang. Wawancara.
- Rafsanjani, Haqiqi. *Etika Produksi Dalam Kerangka Maqashid Syariah*. Jurnal Perbankan Syariah: Vol. 1. No. 2, 2016
- Rivai, Veitzal dan Antoni Nizar Umar. *Islamic Economic & Finance (Ekonomi dan Keuangan Islam Bukan Alternatif, Ttetapi Solusi)*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2007
- Rivai, Veithzal. *Islmaic Marketing(Membangun dan Mengembangkan Bisnis dengan Praktik Marketing Rasulullah saw)*. Jakarta: Gramedia, 2012.
- Sahroni, Oni dan Adiwarmen A. Karim. *Maqashid Syariah dan Keuangan Islam*. Jakarta: Rajawali Pers, 2016.

- Sampurno, Wahyu Mijil. *Penerapan Etika Bisnis Islam dan Dampaknya terhadap Kemajuan Bisnis Industri Rumah Tangga*. Journal of Islamic Economics Lariba: Vol. 2, 2016
- Setyawati, Desy Ary. Dahlan dan M. Nur Rasyid. *Perlindungan bagi hak Konsumen dan Tanggung Jawab Pelaku Usaha dalam Perjanjian Transaksi Elektronik*. Syiah Kuala Lawa Journal: Vol. 1. No. 3, 2017
- Siswanto, Agus. *The Power of Islamic Entrepreneurship*. Jakarta: AMZAH, 2016.
- Stefany, Etika. Pedagang. Wawancara.
- Subandi, Bambang. *Etika Bisnis Islam*. Surabaya: UINSA Pers, 2014.
- Susanti, Susi. Pedagang. Wawancara
- Tunardy, Wibowo T. *Pengertian Konsumen serta Hak dan Kewajiban Konsumen*. Jurnal Hukum
- Unknown. “*BisnisOnline dalam Pandangan Hukum Islam*”. dalam <http://www.bersamaislam.com/2017/08/bisnis-online-dalam-pandangan-hukum.html>, diakses pada 1 Mei 2019
- Vicky, Onny. Pembeli. Wawancara.
- Wigati, Sri. *Kewirausahaan Islam (Aplikasi dan Teori)*. Surabaya: UIN Sunan Ampel Press, 2014
- Wikipedia. “*Facebook*”, dalam <https://id.wikipedia.org/wiki/Facebook>, diakses pada tanggal 28 Januari 2019
- Wikipedia. “*Pasar Gelap*”. dalam https://id.wikipedia.org/wiki/Pasar_gelap, diakses pada 18 Mei 2019
- Wulandari, Diniarti Novi, Budi Santoso dan Handry S Athar. *Etika Bisnis E- Commerce Berdasarkann Maqashid Syariah Pada Marketplace Bukalapak.com*
- Wulandari, Friska Muthi. *Jual Beli Online yang Aman dan Syar’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
- Yusuf , A. Muri. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana, 2014.
- Yunitasari, Ana. Pembeli. Wawancara.