

Etika Dan Keamanan Dalam Jual Beli Online Membangun Kepercayaan Konsumen Dan Keberlanjutan Bisnis

Neng Lia Yulianengsih

Universitas Muhammadiyah Kuningan Email: nenglia@upmk.ac.id

Abstrak: Dalam era digital yang semakin berkembang, jual beli online telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kegiatan ekonomi masyarakat. Namun, dengan pertumbuhan pesat e-commerce, pentingnya menjaga etika dan keamanan dalam transaksi online menjadi semakin mendesak. Studi ini bertujuan untuk mengeksplorasi peran etika dan keamanan dalam jual beli online dalam membangun kepercayaan konsumen dan keberlanjutan bisnis. Penelitian ini mengidentifikasi beberapa isu krusial terkait etika dalam jual beli online, termasuk transparansi informasi, perlindungan data pribadi konsumen, dan kejujuran dalam praktik bisnis online. Selain itu, aspek keamanan seperti perlindungan transaksi online, keamanan data, dan penanganan konflik juga menjadi fokus penelitian. Dengan menganalisis literatur terkait dan studi kasus praktis, penelitian ini menyoroti pentingnya membangun kepercayaan konsumen melalui penerapan etika dan keamanan yang kuat dalam jual beli online. Kepercayaan konsumen yang tinggi akan membawa dampak positif pada keberlanjutan bisnis, seperti loyalitas konsumen, reputasi yang baik, dan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Hasil penelitian ini memberikan pemahaman mendalam tentang bagaimana etika dan keamanan dalam jual beli online dapat menjadi fondasi yang kokoh dalam membangun kepercayaan konsumen dan memastikan keberlanjutan bisnis di era digital yang terus berkembang. Implikasi praktis dari penelitian ini adalah pentingnya bagi pelaku bisnis online untuk memprioritaskan etika dan keamanan sebagai bagian integral dari strategi bisnis mereka guna mencapai kesuksesan jangka panjang.

Katakunci: Etika, keamanan, jual beli online

***Abstract:** In the increasingly developing digital era, online buying and selling has become an inseparable part of people's economic activities. However, with the rapid growth of e-commerce, the importance of maintaining ethics and security in online transactions has become increasingly urgent. This study aims to explore the role of ethics and security in online buying and selling in building consumer trust and business sustainability. This research identifies several crucial issues related to ethics in online buying and selling, including information transparency, protection of consumer personal data, and honesty in online business practices. Apart from that, security aspects such as protecting online transactions, data security, and handling conflicts are also the focus of research. By analyzing related literature and practical case studies, this research highlights the importance of building consumer trust through implementing strong ethics and security in online buying and selling. High consumer trust will have a positive impact on business sustainability, such as consumer loyalty, good reputation and sustainable business growth.*

***Keywords:** ethics, security, online buying and selling*

© 2024 Neng Lia Yulianengsih
Under The license CC BY – SA 4.0

Journal of Islamic Education and Social Science (upmk.ac.id) (10)

PENDAHULUAN

Dalam perkembangan era teknologi informasi saat ini, aktivitas manusia semakin beragam. Jika pada masa lampau, aktivitas manusia lebih banyak dilakukan secara fisik, namun dengan hadirnya teknologi informasi, kegiatan manusia kini banyak dilakukan melalui perangkat berbasis teknologi informasi dan komunikasi, bahkan telah diintegrasikan secara sistematis. Peran teknologi informasi dan komunikasi dalam era globalisasi ini sangat strategis karena menciptakan sebuah dunia tanpa batas, mengatasi kendala jarak, ruang, dan waktu, yang berdampak positif pada peningkatan produktivitas dan efisiensi. (Rafni Suryaningsih Harun, Weny A. Dungga 2018)

Perkembangan teknologi informasi dan internet memang telah mengubah banyak hal dalam kehidupan sehari-hari, termasuk cara berbelanja. E-commerce atau jual beli online telah menjadi bagian tak terpisahkan dari ekonomi global. Namun, dengan pertumbuhan pesat e-commerce, timbul berbagai tantangan yang dapat mengancam kepercayaan konsumen, seperti kekhawatiran akan keamanan data, potensi penipuan, serta isu etika bisnis yang sering dipertanyakan. Kepercayaan konsumen merupakan fondasi utama bagi kelangsungan bisnis online. Oleh karena itu, perusahaan e-commerce harus sangat memperhatikan aspek etika dan keamanan guna membangun kepercayaan konsumen dan memastikan kelangsungan bisnis mereka di pasar yang kompetitif ini.

Muamalat, yang merupakan pertukaran barang, jasa, atau sesuatu yang memberikan manfaat dengan aturan yang telah ditetapkan, mencakup berbagai aktivitas ekonomi, salah satunya adalah jual beli. Jual beli merupakan fondasi utama dari kegiatan ekonomi manusia dan sangat dianjurkan dalam ajaran Islam. Bahkan, Rasulullah SAW telah

mengungkapkan bahwa sebagian besar rezeki manusia diperoleh melalui aktivitas berdagang, menegaskan pentingnya perdagangan sebagai sarana untuk membuka pintu-pintu rezeki dari Allah. Dengan demikian, jual beli dianggap sebagai aktivitas yang diizinkan dan menjadi salah satu cara untuk mendapatkan berkah rezeki dari Tuhan. (Nur fitria 2017)

Jual beli memang merupakan interaksi sosial yang penting antara manusia. Dalam Islam, jual beli diatur dengan ketat oleh prinsip-prinsip tertentu. Jual beli dalam bahasa Arab disebut sebagai "al-bai", "al-Tijarah", dan "al-Mubadalah". Ini artinya adalah perjanjian tukar menukar barang atau benda yang bermanfaat bagi kedua belah pihak yang terlibat. Tentunya, kesepakatan antara penjual dan pembeli harus jelas dan disepakati oleh kedua belah pihak. (Susiawati 2017)

Jual beli dengan sistem online merupakan salah satu aktifitas jual beli, baik berupa produk maupun jasa serta informasi melalui akses internet yang bisa diakses kapanpun dan dimanapun berada. Sebenarnya akad jual beli sistem online ini tidak jauh berbeda dengan jual beli pada umumnya, yang membedakan yaitu barang/produk tidak bisa dilihat secara langsung serta antara penjual dan pembeli tidak bertemu secara langsung, namun hanya sebatas melalui internet itu saja (Susiawati 2017).

Pentingnya etika dalam jual beli online tidak hanya terletak pada kepatuhan terhadap aturan dan regulasi yang berlaku, tetapi juga pada integritas dan moralitas setiap tindakan yang dilakukan oleh para pelaku bisnis dan konsumen. Dengan menjunjung tinggi nilai-nilai etika, diharapkan dapat tercipta lingkungan bisnis online yang sehat, adil, dan bertanggung jawab.

Selain itu, keamanan juga menjadi fokus utama dalam menjaga privasi dan kepercayaan konsumen terhadap platform e-commerce yang mereka

gunakan. Perlindungan data pribadi dan transaksi online menjadi kunci dalam membangun hubungan yang kokoh antara pelaku bisnis dan konsumen. Dalam konteks globalisasi dan digitalisasi yang semakin pesat, tantangan terkait etika dan keamanan dalam jual beli online juga semakin kompleks. Penipuan, pencurian identitas, dan pelanggaran privasi merupakan ancaman yang nyata bagi konsumen dan pelaku bisnis online.

Oleh karena itu, penting bagi semua pihak untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya etika dan keamanan dalam setiap langkah transaksi online yang dilakukan. Dengan demikian, dapat tercipta ekosistem jual beli online yang lebih aman, transparan, dan berkelanjutan. Kepercayaan konsumen merupakan aset berharga bagi setiap bisnis online. Tanpa kepercayaan, sulit bagi sebuah platform e-commerce untuk bertahan dan berkembang dalam persaingan yang semakin ketat. Oleh karena itu, membangun kepercayaan konsumen harus dimulai dari penerapan prinsip-prinsip etika yang benar dan keamanan yang terjamin dalam setiap aspek bisnis online. Konsumen yang merasa aman dan nyaman dalam bertransaksi akan cenderung loyal dan memberikan rekomendasi positif kepada orang lain, yang pada akhirnya akan berdampak positif pada pertumbuhan bisnis secara keseluruhan. Selain itu, keberlanjutan bisnis juga menjadi sorotan penting dalam konteks jual beli online.

Bisnis yang berkelanjutan tidak hanya mengutamakan keuntungan finansial semata, tetapi juga memperhatikan dampak sosial dan lingkungan dari setiap keputusan yang diambil. Dengan menerapkan etika dan keamanan dalam setiap tahapan bisnis, diharapkan dapat tercipta ekosistem bisnis online yang berkelanjutan dan memberikan

manfaat yang berkelanjutan bagi semua pihak terkait. Keberlanjutan bisnis juga mencakup aspek tanggung jawab sosial dan lingkungan yang harus menjadi perhatian utama dalam setiap strategi bisnis yang dijalankan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menganalisis etika dan keamanan dalam jual beli online pada masyarakat sekitar. Pendekatan ini memungkinkan pemahaman mendalam tentang perspektif masyarakat, mengungkapkan esensi etika dan keamanan jual beli online dalam kehidupan mereka.

Penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah pendekatan kualitatif. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Strauss, & Corbin metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Berjenis analisis induktif dan menekankan pada kualitas dan hasil penelitian lebih menitikberatkan pada makna daripada generalisasi pada obyek penelitian (Hanggraito et al. 2021).

Gaya penelitian kualitatif berusaha mengkonstruksi realitas dan memahami maknanya. Sehingga, penelitian kualitatif biasanya sangat memperhatikan proses, peristiwa dan otentisitas. Memang dalam penelitian kualitatif kehadiran nilai peneliti bersifat eksplisit dalam situasi yang terbatas, melibatkan subjek dengan jumlah relatif sedikit. Dengan demikian, hal yang umum dilakukan ia berkuat dengan analisa tematik. Peneliti kualitatif biasanya terlibat dalam interaksi dengan realitas yang

ditelitinya. Sebagaimana dijelaskan sebelumnya, mereka. Penelitian ini menggunakan desain metode penelitian mempunyai pula asumsi deskriptif kualitatif untuk mengidentifikasi tema-paradigmatik. John W. Cresswell menilik beberapa tema utama yang muncul dari data yang terkumpul. dimensi asumsi paradigmatik yang membedakan Dengan fokus yang kuat pada pengumpulan data penelitian kuantitatif dengan kualitatif. yang kaya dan mendalam, penelitian ini bertujuan Dimensidimensi tersebut mencakup ontologis, untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif epistemologis, axiologis, retorik, serta pendekatan tentang topik yang sedang diteliti. Melalui metodologis. Secara ontologis, peneliti kuantitatif pendekatan ini, diharapkan penelitian dapat memandang realitas sebagai “objektif” dan dalam memberikan gambaran yang jelas dan terperinci kacamata “out there”, serta independen dari mengenai aspek-aspek penting yang terkait dengan dirinya. Sementara itu, peneliti kualitatif etika dan keamanan dalam transaksi jual beli memandang realitas merupakan hasil rekonstruksi online. Dengan demikian, hasil dari penelitian ini oleh individu yang terlibat dalam situasi sosial. diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berharga bagi literatur akademis dan praktisi. Secara epistemologis, peneliti kuantitatif bersikap dibidang e-commerce serta membuka ruang untuk independen dan menjaga jarak (detachment) penelitian lanjutan dalam domain ini. dengan realitas yang diteliti. Sementara peneliti Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan kualitatif, menjalin interaksi secara intens dengan memahami persepsi serta pengalaman realitas yang ditelitinya. Secara retorik atau konsumen mengenai etika dan keamanan dalam penggunaan bahasa, penelitian kuantitatif biasanya menggunakan bahasa-bahasa penelitian yang transaksi jual beli online. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini akan menggali bersifat formal dan impersonal melalui angka atau wawasan mendalam dari para partisipan. data-data statistik. (Somantri 2005)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dari pengalaman konsumen terkait etika dan keamanan dalam transaksi jual beli online. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini akan mengeksplorasi sudut pandang yang mendalam dari para partisipan. Melalui analisis mendalam, diharapkan penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana konsumen memandang isu-isu etika dan keamanan dalam lingkungan transaksi online, serta potensi dampaknya terhadap perilaku Konsumen dan keputusan pembelian mereka.

Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan berharga bagi pelaku bisnis online untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperbaiki praktik bisnis

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan memahami persepsi serta pengalaman konsumen mengenai etika dan keamanan dalam transaksi jual beli online. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini akan menggali wawasan mendalam dari para partisipan.

Kuesioner/angket merupakan metode pengumpulan data yang telah dilakukan dengan cara memberikan beberapa macam. pertanyaan yang berhubungan dengan masalah penelitian. Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. (Prawiyogietal2021).

Data untuk penelitian ini akan dikumpulkan melalui penggunaan kuesioner daring yang telah dirancang secara khusus untuk mengeksplorasi aspek etika dan keamanan dalam transaksi jual beli online.

Kuesioner ini akan disusun dengan pertimbangan mendalam untuk memastikan bahwa pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dapat menghasilkan

jawaban yang detail dan informatif dari para responden. Dengan pendekatan ini, diharapkan data yang terkumpul akan memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang perspektif dan pengalaman konsumen terkait isu-isu etika dan keamanan dalam konteks transaksi online. Hasil dari analisis kuesioner ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi pengembangan kebijakan dan praktik bisnis yang lebih etis dan aman dalam lingkungan e-commerce.

Penelitian ini akan melibatkan partisipan yang merupakan individu berusia 18 tahun ke atas dan telah memiliki pengalaman dalam berbelanja secara online. Partisipan akan dipilih melalui WhatsApp untuk memastikan keragaman dalam latar belakang dan pengalaman belanja online mereka. Dengan pendekatan rekrutmen yang inklusif ini, diharapkan penelitian dapat memperoleh pandangan yang representatif dan beragam dari para konsumen yang aktif dalam transaksi jual beli online. Melalui partisipasi aktif dari berbagai kalangan, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran yang komprehensif tentang persepsi dan pengalaman konsumen terkait etika dan keamanan dalam lingkungan e-commerce. Prosedur pengisian kuesioner, seperti: a). Kuesioner daring akan disebarluaskan melalui WhatsApp. 2). Partisipan akan diberikan penjelasan mengenai tujuan penelitian, prosedur, dan hak mereka sebagai responden. 3). Partisipan yang bersedia akan mengisi kuesioner daring secara sukarela.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengisian kuesioner, ditemukan bahwa masyarakat memahami etika dan keamanan dalam jual beli online yang menunjukkan bahwa terdapat beberapa aspek

penting yang harus diperhatikan oleh konsumen atau pembeli.

Faktor yang Mempengaruhi Etika dan Keamanan Dalam Jual Beli Online Terhadap Konsumen

Menurut Masyarakat sekitar etika dan keamanan jual beli online. penelitian tentang etika dan keamanan dalam masyarakat merupakan topik yang sangat penting dalam era digital saat ini. Berbagai studi telah dilakukan untuk memahami dampak teknologi dan informasi terhadap nilai-nilai etika serta keamanan individu dan masyarakat secara luas.

Berdasarkan hasil kuesioner yang dilakukan, mayoritas responden telah berbelanja online selama 1-5 tahun. Dari data tersebut, sebanyak 45,5% responden telah berbelanja online selama 1-3 tahun, sementara 45,5% lainnya memiliki pengalaman belanja online selama 3-5 tahun. Hal ini mengindikasikan bahwa mayoritas responden telah cukup terbiasa dengan proses berbelanja online dan mungkin telah menghadapi berbagai tantangan yang ada dalam aktivitas tersebut.

Frekuensi berbelanja online juga menjadi fokus dalam hasil kuesioner. Sebagian besar responden (54,5%) mengungkapkan bahwa mereka jarang berbelanja online, sementara 45,5% lainnya melakukannya beberapa kali dalam sebulan. Tidak ada responden yang menyatakan berbelanja setiap hari atau beberapa kali seminggu, menunjukkan bahwa belanja online masih dianggap sebagai kegiatan yang dilakukan secara sporadis, bukan sebagai rutinitas harian.

Keamanan saat berbelanja online menjadi perhatian utama bagi responden. Meskipun terdapat variasi pengalaman, beberapa responden merasa aman dalam berbelanja online, namun ada juga yang pernah mengalami masalah keamanan atau khawatir

terhadap potensi kerusakan paket. Hal ini pentingnya penyediaan layanan pelanggan yang menegaskan bahwa persepsi keamanan dalam responsif (60%).

berbelanja online masih menjadi hal yang penting Kekhawatiran terkait keamanan juga menjadi hal bagi sebagian besar konsumen.

Langkah-langkah untuk memastikan keamanan menyebutkan kekhawatiran seperti ketidakpastian dalam berbelanja online juga menjadi sorotan paket sampai, kualitas produk yang tidak sesuai, dalam hasil kuesioner. Sebanyak 81,8% responden dan potensi penyalahgunaan data pribadi. Hal ini menyatakan bahwa mereka melakukan semua menyoroiti area di mana platform e-commerce perlu langkah yang diperlukan, seperti memeriksa ulasan lebih fokus untuk meningkatkan rasa aman dan rating penjual, menggunakan metode konsumen.

pembayaran yang aman, serta memastikan situs Harapan responden terhadap platform e-commerce web memiliki sertifikat SSL. Tingginya kesadaran juga mencakup aspek keamanan yang lebih baik, akan langkah-langkah keamanan ini menunjukkan sistem deteksi penipuan yang kuat, pelayanan betapa pentingnya aspek keamanan dalam aktivitas keamanan yang ditingkatkan, serta jangkauan pasar belanja online. yang lebih luas dan peningkatan kualitas layanan.

Ulasan dan rating dari pelanggan lain juga Harapan-harapan ini menunjukkan bahwa memegang peranan penting dalam keputusan konsumen menginginkan pengalaman berbelanja pembelian responden. Mayoritas responden online yang lebih aman, nyaman, dan dapat (81,8%) menganggap ulasan dan rating sangat diandalkan.

penting dalam menentukan kepercayaan terhadap Jadi hasil dari kuesioner yang diperoleh penjual. Hal ini menegaskan bahwa reputasi menggambarkan bahwa meskipun sebagian besar penjual berdasarkan pengalaman pelanggan lain respondentelah memiliki pengalaman yang cukup dalam berbelanja online, namun masalah keamanan dan kenyamanan tetap menjadi fokus utama yang memiliki pengaruh besar dalam proses pembelian online.

Pengalaman penipuan atau masalah keamanan perlu mendapat perhatian lebih. Dalam ekosistem tidak jarang terjadi dalam aktivitas berbelanja perdagangan elektronik yang semakin berkembang, online. Sebanyak 54,5% responden pernah kekhawatiran terkait keamanan menjadi aspek mengalami penipuan atau masalah keamanan, penting yang harus diperhatikan oleh platform e-commerce. Dengan adanya peningkatan jumlah menunjukkan bahwa keamanan masih menjadi kasus penipuan dan masalah keamanan yang tantangan signifikan dalam ekosistem e-commerce. Hal ini mendorong perlunya perhatian dialami oleh sebagian responden, terlihat bahwa lebih dari platform e-commerce untuk langkah-langkah preventif dan edukasi terkait meningkatkan kepercayaan konsumen. keamanan menjadi semakin mendesak untuk

Saran-saran untuk meningkatkan keamanan diterapkan guna membangun rasa percaya transaksi online juga disampaikan oleh responden. konsumen terhadap platform e-commerce.

Beberapa saran meliputi penyediaan verifikasi dua Untuk menjaga kepercayaan konsumen, platform e-langkah, edukasi kepada pembeli tentang commerce perlu terus mengembangkan strategi yang keamanan, dan layanan pelanggan yang responsif. berfokus pada peningkatan keamanan transaksi, Saran yang paling banyak diberikan adalah tentang memberikan edukasi yang lebih luas kepada pembeli

tentang praktik belanja online yang aman, serta menyediakan layanan pelanggan yang responsif dan berkualitas. Dengan memperkuat langkah-langkah keamanan dan kenyamanan bagi konsumen, platform e-commerce dapat membangun reputasi yang baik dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Dengan demikian, upaya untuk meningkatkan kepercayaan konsumen melalui penerapan praktik yang transparan, aman, dan responsif menjadi kunci utama dalam menjaga keberlangsungan bisnis e-commerce di era digital yang semakin kompetitif.

SIMPULAN

Penting bagi platform e-commerce untuk terus memperhatikan aspek etika dan keamanan dalam setiap transaksi online yang dilakukan. Dengan membangun lingkungan bisnis online yang sehat, adil, dan bertanggung jawab, diharapkan dapat tercipta ekosistem jual beli online yang lebih aman, transparan, dan berkelanjutan. Kepercayaan konsumen merupakan aset berharga bagi setiap bisnis online, dan dengan menjaga keamanan serta kenyamanan konsumen sebagai prioritas utama, platform e-commerce dapat memperkuat posisinya dalam pasar yang semakin kompetitif dan memperoleh dukungan serta loyalitas konsumen yang kuat.

DAFTAR PUSTAKA

- Hanggraito, Ahmadintya Anggit et al. 2021. "Teknologi, Badan Pengkajian Dan Penerapan." *JSHP: Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan* 1(1):282.
<http://jurnal.poltekba.ac.id/index.php/prosiding/article/view/385>
<http://jurnal.stpsahidsurakarta.ac.id/index.php/JPI/article/view/134/80>
<https://scholar.google.com/citations?user=OB3eJYAAAAJ&hl=en>
<http://staffnew.uny.ac.id/upload/132232818/pendidi>.
- Nur fitria, Tira. 2017. "Bisnis Jual Beli Online(Online Shop) Dalam Hukum Islam Dan Hukum Negara." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 03(2477-6157): 52-53.

- Prawiyogi, Anggy Giri, Tia Latifatu Sadiah, Andri Purwanugraha, and Popy Nur Elisa. 2021. "Penggunaan Media Big Book Untuk Menumbuhkan Minat Membaca Di Sekolah Dasar." *Jurnal Basicedu* 5(1): 446-52. doi:10.31004/basicedu.v5i1.787.
- Rafni Suryaningsih Harun, Weny A. Dunga, Abdul Hamid Tome. 2018. "TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE ' The Implementation Of Good Faith Principle In Online Transactions .'" *Asas itikat baik dalam perjanjian transaksi jual beli online* 12(2): 90-99.
- Somantri, Gumilar Rusliwa. 2005. "Memahami Metode Kualitatif." *Makara Human Behavior Studies in Asia* 9(2):57. doi:10.7454/mssh.v9i2.122.
- Susiawati, Wati. 2017. "Jual Beli Dan Dalam Konteks Kekinian." *Jurnal Ekonomi Islam* 8(2): 171-84.