

**KEJUJURAN DESKRIPSI PRODUK DALAM JUAL BELI ONLINE
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM: STUDI KASUS TOKO PAKAIAN DI SHOPEE (MSA.CO)**

Zahra auliya¹, Najwa sabila², Sophia salsabila³, Muhamad ramanda⁴, Muhammad imal munajat⁵,
Intan Suri Maahardika Pertiwi⁶

¹⁻⁶ Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

Email : zahraauliaa2908@gmail.com, Najwasabila304@gmail.com, sophiasalsabila88@gmail.com,
muhamadramanda75@gmail.com, muhamadimalmunajat@gmail.com, intansuri@radenintan.ac.id

Abstract

The development of digital technology has transformed the way people engage in buying and selling activities. One widely used platform is the Shopee marketplace, which is frequently utilized for the sale of clothing. In online commerce, buyers cannot directly view or inspect items; therefore, information provided through product descriptions such as details on size, material, color, and the condition of the item becomes crucial. This study aims to examine the application of honesty in product descriptions within clothing stores on Shopee and to analyze this practice from the perspective of Islamic economics. A descriptive qualitative approach was employed, utilizing observation of the product information displayed by clothing stores on the platform. The findings indicate that honesty in providing product information is essential for fostering fair transactions that align with the principles of Islamic economics. Product descriptions that accurately reflect the actual condition of an item protect buyers from gharar, tadlis, and potential losses. Conversely, providing exaggerated information or details that do not correspond to the actual state of the goods contradicts the Islamic principle of honesty. Consequently, online sellers must ensure that the product information they provide is clear, accurate, and not misleading.

Keywords: honesty, product description, online commerce, Islamic economics, Shopee.

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara masyarakat melakukan kegiatan jual beli. Salah satu media yang banyak digunakan adalah marketplace Shopee, termasuk dalam penjualan produk pakaian. Dalam jual beli online, pembeli tidak dapat melihat dan memeriksa barang secara langsung sehingga informasi mengenai produk melalui deskripsi, foto, ukuran, bahan, warna, dan kondisi barang menjadi sangat penting. Penelitian ini

Article history

Received: Oktober 2026
Reviewed: Oktober 2026
Published: Oktober 2026
Plagiarism checker no
234.8576

Copyright : Author
Publish by : Musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

bertujuan untuk mengetahui penerapan kejujuran dalam deskripsi produk pada toko pakaian di Shopee serta menganalisisnya berdasarkan perspektif ekonomi Islam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik observasi terhadap informasi produk yang ditampilkan pada toko pakaian di Shopee. Hasil kajian menunjukkan bahwa kejujuran dalam memberikan informasi produk merupakan bagian penting dalam menciptakan transaksi yang adil dan sesuai dengan prinsip ekonomi Islam. Deskripsi produk yang sesuai dengan kondisi sebenarnya dapat menghindarkan pembeli dari gharar, tadlis, dan kerugian. Sebaliknya, informasi yang dilebihkan atau tidak sesuai dengan kondisi barang dapat bertentangan dengan prinsip kejujuran dalam Islam. Oleh karena itu, penjual online perlu memberikan informasi produk secara jelas, benar, dan tidak menyesatkan. Kata kunci: kejujuran, deskripsi produk, jual beli online, ekonomi Islam, Shopee	
---	--

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi memberikan perubahan besar terhadap aktivitas ekonomi masyarakat. Kegiatan jual beli yang sebelumnya dilakukan secara langsung kini dapat dilakukan melalui internet tanpa harus bertemu antara penjual dan pembeli. Marketplace seperti Shopee menjadi salah satu sarana yang banyak digunakan masyarakat untuk melakukan transaksi jual beli berbagai macam produk, termasuk pakaian.

Dalam transaksi jual beli pakaian secara online, pembeli tidak dapat melihat dan menyentuh barang secara langsung sebelum melakukan pembelian. Oleh karena itu, pembeli sangat bergantung pada informasi yang diberikan oleh penjual melalui foto dan deskripsi produk. Deskripsi tersebut biasanya berisi informasi mengenai jenis bahan, ukuran, warna, model, kualitas, serta kondisi produk.

Masalah dapat muncul apabila informasi yang diberikan penjual tidak sesuai dengan kondisi barang yang sebenarnya. Misalnya, penjual memberikan keterangan bahwa pakaian menggunakan bahan yang berkualitas tinggi, tetapi barang yang diterima pembeli ternyata memiliki bahan yang lebih tipis atau berbeda dari informasi yang diberikan. Begitu juga dengan ukuran dan warna yang terkadang tidak sesuai dengan keterangan pada halaman produk.

Dalam perspektif ekonomi Islam, kejujuran merupakan salah satu prinsip penting dalam kegiatan muamalah. Islam tidak hanya memperhatikan keuntungan dalam transaksi, tetapi juga

memperhatikan keadilan, kejujuran, kerelaan, dan tidak adanya unsur penipuan. Penjual memiliki kewajiban untuk memberikan informasi yang benar mengenai barang yang diperjualbelikan sehingga pembeli dapat mengambil keputusan berdasarkan informasi yang sebenarnya.

Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Mutaffifin ayat 1-3:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾ الَّذِينَ إِذَا اكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿٢﴾ وَإِذَا كَالُواهُمْ أَوْ وَزَنُوا لَهُمْ يُخْسِرُونَ ﴿٣﴾

Artinya: “Celakalah bagi orang-orang yang curang, yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dicukupkan, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi.” (QS. Al-Mutaffifin: 1-3).

Ayat tersebut menunjukkan bahwa Islam melarang segala bentuk kecurangan dalam transaksi. Dalam konteks jual beli online, prinsip tersebut dapat diterapkan melalui pemberian deskripsi produk yang sesuai dengan kondisi barang.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan prinsip kejujuran dalam deskripsi produk pakaian pada toko MSA.CO di Shopee berdasarkan perspektif ekonomi Islam. Penelitian ini juga membahas pandangan ekonomi Islam terhadap kejujuran deskripsi produk serta dampak ketidaksesuaian informasi produk terhadap pembeli dan transaksi jual beli.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Objek penelitian adalah deskripsi produk pakaian yang ditawarkan melalui marketplace Shopee. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi terhadap informasi yang terdapat pada halaman produk, seperti foto produk, nama produk, ukuran, bahan, warna, harga, dan keterangan lainnya.

Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan membandingkan praktik pemberian informasi produk dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam, terutama prinsip kejujuran (shidiq), keadilan, kerelaan dalam transaksi (an-taradhin), serta larangan terhadap penipuan (tadlis) dan ketidakjelasan (gharar).

Apabila penelitian ini dikembangkan menjadi penelitian lapangan, data juga dapat diperoleh melalui wawancara dengan penjual dan pembeli untuk mengetahui pengalaman mereka dalam transaksi pakaian melalui Shopee.

PEMBAHASAN

A. Jual Beli Online dalam Perspektif Ekonomi Islam

Jual beli merupakan aktivitas pertukaran barang atau jasa dengan sesuatu yang memiliki nilai berdasarkan kesepakatan antara pihak-pihak yang melakukan transaksi. Dalam Islam, kegiatan jual beli pada dasarnya diperbolehkan selama memenuhi ketentuan syariah dan tidak mengandung unsur yang dilarang.

Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Baqarah ayat 275:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya: “Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.”

Jual beli online pada dasarnya memiliki prinsip yang sama dengan jual beli secara langsung. Perbedaannya terletak pada media yang digunakan. Dalam transaksi online, proses penawaran, pemilihan barang, pembayaran, dan komunikasi dilakukan melalui media digital.

Karena pembeli tidak dapat melihat barang secara langsung, maka informasi yang diberikan penjual menjadi bagian yang sangat penting dalam transaksi. Penjual harus memberikan keterangan yang benar agar pembeli tidak mengambil keputusan berdasarkan informasi yang salah.

B. Pentingnya Kejujuran dalam Deskripsi Produk

Kejujuran (shidiq) merupakan salah satu nilai utama dalam ajaran Islam. Dalam kegiatan perdagangan, kejujuran tidak hanya berkaitan dengan harga, tetapi juga berkaitan dengan kondisi dan kualitas barang yang dijual.

Pada toko pakaian di Shopee, kejujuran dapat diterapkan dengan memberikan informasi mengenai bahan pakaian, ukuran pakaian, warna, model, ketebalan bahan, kualitas jahitan, kondisi barang, ketersediaan ukuran, kekurangan atau cacat produk apabila ada, serta kesesuaian foto dengan barang sebenarnya.

Contohnya, apabila pakaian memiliki bahan yang relatif tipis, penjual sebaiknya menjelaskan kondisi tersebut dalam deskripsi. Penjual juga sebaiknya tidak menggunakan kata-kata seperti “premium” atau “kualitas terbaik” apabila kondisi produk sebenarnya tidak sesuai dengan klaim tersebut.

Kejujuran dalam memberikan informasi akan membantu pembeli menentukan pilihan secara rasional dan mengurangi kemungkinan terjadinya perselisihan setelah transaksi.

C. Studi Kasus Deskripsi Produk Toko Pakaian di Shopee

Aspek Produk	Informasi yang Dicantumkan	Perspektif Islam
Bahan	Rajut, akrilik	Harus jelas dan benar
Ukuran	S, M, L, XL, XXL	Tidak boleh menyesatkan
Warna	Hitam	Harus sesuai
Foto		Tidak boleh menipu
Kondisi	Baru, bekas, atau terdapat cacat	Wajib dijelaskan
Kualitas	Bahan tidak panas dan tebal	Tidak boleh dilebih-lebihkan
Harga	Mulai dari Rp92.000 dan menyesuaikan ukuran	Harus transparan

D. Hasil Pengamatan Deskripsi Produk Toko Msa.co

Berdasarkan ulasan konsumen pada toko MSA.CO di Shopee, ditemukan beberapa keluhan terkait produk pakaian yang diterima pembeli. Salah satu ulasan mencantumkan keterangan “Tidak sesuai deskripsi”, yang menunjukkan adanya ketidakpuasan konsumen terhadap produk yang dibeli. Ulasan tersebut menjadi bahan kajian untuk menilai kesesuaian informasi produk yang disampaikan penjual dengan pengalaman konsumen.

1. Ulasan Konsumen



Gambar 1. Ulasan Negatif Konsumen terhadap Produk Msa.co

Berdasarkan ulasan tersebut, konsumen menyampaikan ketidakpuasan terhadap produk yang diterima.

2. Analisis Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam

Dalam perspektif ekonomi Islam, kejujuran (shiddiq) merupakan prinsip penting dalam kegiatan jual beli. Penjual berkewajiban memberikan informasi yang jelas dan benar mengenai produk yang ditawarkan. Keluhan konsumen mengenai ketidaksesuaian produk menjadi perhatian karena dapat berkaitan dengan prinsip kejujuran dalam transaksi. Apabila terbukti penjual sengaja memberikan informasi yang tidak sesuai atau menyembunyikan kekurangan barang, tindakan tersebut dapat mengandung unsur tadlis. Oleh karena itu, kesesuaian antara deskripsi produk dan barang yang diterima konsumen perlu diperhatikan untuk mewujudkan transaksi yang adil.

E. Larangan Tadlis dalam Jual Beli Online

Salah satu hal yang perlu diperhatikan dalam jual beli online adalah tadlis, yaitu tindakan menyembunyikan atau memberikan informasi yang dapat menyesatkan pihak lain dalam transaksi.

- a. menyembunyikan cacat pakaian
- b. memberikan informasi ukuran yang tidak sesuai
- c. menggunakan foto yang tidak menggambarkan barang sebenarnya
- d. memberikan klaim kualitas yang berlebihan
- e. tidak menjelaskan kondisi barang secara transparan.

Praktik seperti ini dapat menyebabkan pembeli mengalami kerugian karena keputusan pembelian dilakukan berdasarkan informasi yang tidak benar. Islam menghendaki adanya transaksi yang dilakukan atas dasar kerelaan kedua belah pihak. Kerelaan tersebut sulit tercapai apabila salah satu pihak memperoleh informasi yang tidak benar.

F. Dampak Ketidakjujuran Deskripsi Produk

Ketidakjujuran dalam memberikan deskripsi produk dapat menimbulkan beberapa dampak. Pertama, pembeli mengalami kerugian karena menerima barang yang tidak sesuai dengan harapannya. Kedua, muncul ketidakpercayaan terhadap toko. Ketiga, dapat terjadi perselisihan berupa komplain, permintaan pengembalian barang, atau ulasan negatif. Keempat, praktik tersebut bertentangan dengan etika bisnis Islam. Sebaliknya, deskripsi produk yang jujur dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan menciptakan hubungan perdagangan yang lebih baik antara penjual dan pembeli.

G. Kejujuran sebagai Etika Bisnis Islam

Dalam ekonomi Islam, keberhasilan bisnis tidak hanya diukur berdasarkan besarnya keuntungan. Bisnis juga harus memperhatikan keberkahan, keadilan, dan kemaslahatan bagi pihak yang terlibat.

Penjual pakaian di Shopee seharusnya memahami bahwa memberikan informasi yang jujur merupakan bagian dari tanggung jawab moral. Keuntungan yang diperoleh melalui cara yang jujur memiliki nilai yang berbeda dengan keuntungan yang diperoleh melalui penipuan atau menyembunyikan informasi.

Dengan memberikan deskripsi yang sesuai dengan kondisi barang, penjual tidak hanya menjaga hak konsumen tetapi juga menjaga reputasi tokonya. Kejujuran dapat menjadi modal penting untuk membangun kepercayaan konsumen dalam jangka panjang.

KESIMPULAN

Kejujuran dalam deskripsi produk merupakan bagian penting dalam pelaksanaan jual beli online yang sesuai dengan prinsip ekonomi Islam. Dalam transaksi pakaian melalui Shopee, penjual perlu memberikan informasi secara jelas mengenai bahan, ukuran, warna, model, kualitas, kondisi, dan karakteristik produk lainnya.

Berdasarkan perspektif ekonomi Islam, informasi produk tidak boleh dibuat secara berlebihan atau sengaja menutupi kekurangan barang. Tindakan memberikan informasi yang tidak sesuai dapat mengarah pada praktik *tadlis* dan merugikan pembeli. Sebaliknya, deskripsi yang jujur dan transparan dapat menciptakan transaksi yang adil, meningkatkan kepercayaan konsumen, dan sesuai dengan prinsip muamalah Islam. Dengan demikian, penjual pakaian di Shopee sebaiknya menjadikan kejujuran sebagai bagian dari etika bisnis. Tidak hanya mengejar keuntungan, tetapi juga memperhatikan hak konsumen dan keberkahan dalam kegiatan perdagangan.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Bukhari, Muhammad ibn Isma'il. *Shahih al-Bukhari*. Beirut: Dar Ibn Kathir.

Al-Qur'an al-Karim.

Antonio, Muhammad Syafi'i. *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.

Djakfar, Muhammad. *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*. Jakarta: Penebar Plus.

Erlianti, Emi, Yufi Wiyos Rini Masykuroh, dan Herlina Kurniati. "Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap Akad Jual Beli Barang Online (Studi pada Akun Shopee @Tokodindin2)." QANUN: Journal of Islamic Laws and Studies 5, no. 1 (2026). <https://doi.org/10.58738/qanun.v5i1.1500>.

Indonesia. Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

Indonesia. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan.

Indonesia. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Karim, Adiwarman A. Ekonomi Mikro Islami. Jakarta: Rajawali Pers.

Mardani. Fiqh Ekonomi Syariah: Fiqh Muamalah. Jakarta: Kencana.

Mubarok, Sofarul, dan Hisam Asngari. "Analisis Transaksi Jual Beli Online dalam Perspektif Fiqih Muamalah." Jurnal Ilmiah Ekonomi Syariah 4, no.1(2026). <https://jurnal.iaih.ac.id/index.php/EKSYA/article/view/2551>

Muhammad, Kamil Rafi, Muhammad Andy Prananto, dan Baidhowi Baidhowi. "Praktik Gharar dan Tadlis pada Transaksi E-Commerce dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah dan Relevansinya dengan Hukum Positif." Jurnal Ilmiah Nusantara 3, no. 3 (2026). <https://doi.org/10.61722/jinu.v3i3.9523>.

Muslich. Etika Bisnis Islami: Landasan Filosofis, Normatif dan Substansi Implementatif. Yogyakarta: Ekonisia.

Muslim ibn al-Hajjaj. Shahih Muslim. Beirut: Dar Ihya' al-Turath al-'Arabi.

Qardhawi, Yusuf. Norma dan Etika Ekonomi Islam. Jakarta: Gema Insani.

Sembiring, Ariel Muhammad Jadhi, Doli Syahputra Hasibuan, Raja Parnaungan Munthe, Fredy Syah Putra, dan Ramadhan Saleh Lubis. "Problematika As-Shidqu (Kejujuran) dalam Deskripsi Produk Marketplace: Studi Kritis Implementasi Akad Salam di Era Ekonomi Digital." Bertuah: Jurnal Syariah dan Ekonomi Islam 7, no. 1 (2026). <https://doi.org/10.56633/jsie.v7i1.1395>.

Syafik, Alya Busainah Alifah, Davina Aulia Dewi, Keyza Rafita Hafsyah, Venika Siti Patimah, dan Lina Marlina. "Implementation of the Principle of Honesty in Online Business Practices from the Perspective of Islamic Business Ethics." SHARE: Sharia Economic Review3,no.2(2026).<https://journal.stai-almujtama.ac.id/index.php/share/article/view/8262>