

IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP SISTEM RESELLER DAN RELEVANSINYA DALAM UNDANG-UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN

Azhar Alam

Universitas Muhammadiyah Surakarta
aa123@ums.ac.id, azhar.alam-2021@feb.unair.ac.id

Sri Herianingrum

Universitas Airlangga
sri.herianingrum@feb.unair.ac.id

Tata Leni Lestari

Universitas Muhammadiyah Surakarta
tatalenilestari@gmail.com

Aditya Nurrahman

Universitas Airlangga
adityanurrahman040@gmail.com

Abstract

This study is to find out about the practice of the reseller system at Beteng Trade Center and to find out the implementation of Islamic business ethics on the reseller system at Beteng Trade Center and its relevance in the Consumer Protection Act (UUPK). Primary data sources were obtained through interviews with two suppliers, ten resellers, and three consumers. This study's secondary data sources were obtained from various literature, laws, and regulations. This study shows that the reseller system mechanism at Beteng Trade Center uses an indirect distribution strategy and has met the requirements of the reseller system. The implementation of Islamic business ethics on the reseller system has fulfilled the rights of consumers and the obligations of business actors following the principles of Islamic business ethics in the form of honesty, fairness, trustworthiness, openness, and no element of fraud. Consumer protection in the reseller system at Beteng Trade Center is by UUPK because it meets the rules of UUPK Article 4 No 8, Article 4 letter D, Article 7 letter F and Article 7 letter D regarding consumer protection. This research can be a reference for managing reseller systems and applying Islamic business ethics associated with consumer protection laws. This research contributes to the analysis of Islamic business ethics in the application of the reseller system and the study of related consumer protection laws.

Keywords: *Islamic Business Ethics, Reseller System, Consumer Protection Laws*

Pendahuluan

Putri & Suryaningsih (2019) menyatakan bahwasannya praktik kehidupan sehari-hari manusia dasarnya memiliki kodrat untuk dapat menekuni bidang ekonomi, karena dalam bidang ekonomi terdapat upaya memenuhi kebutuhan hidup yang tinggi dengan sumber daya yang terbatas untuk kebutuhan pribadi maupun bersama. Dalam menjalalankannya manusia harus bertanggung jawab kepada pihak yang berperan besar dalam pemenuhan segala kebutuhan hidupnya. Bisnis berperan besar dalam perekonomian karena hampir segala bidang mulai dari industri sampai pendidikan menerapkan bisnis pada sistemnya.

Bisnis berjalan karena adanya permintaan dan ketergantungan antar individu, peluang internasional, dengan harapan untuk meningkatkan pendapatan, gaya hidup dan sebagainya. Bisnis bertujuan untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya dan kerugian sekecil-kecilnya. Bisnis dapat berneka ragam mulai dari privat atau inividu, lembaga, kelompok, maupun terorganisir.

Ariyadi (2018) mengemukakan bahwa Islam mengatur seluruh kegiatan manusia, termasuk dalam kegiatan berbisnis. Bisnis diatur berdasarkan apa yang boleh dilakukan atau halal dan apa yang dilarang dilakukan atau haram. Dalam hal ini bisnis harus berlandaskan sesuai syariah. Secara istilah syariah dikenal dengan suatu sistem atau aturan yang bisa jadi mengatur hubungan manusia dengan Allah, atau hubungan manusia dengan manusia yang lain. Kegiatan bisnis dalam Islam juga dikenal dengan bermuamalah.

Jamaluddin (2017) menyatakan bahwa Muamalah dapat diartikan menjadi dua pengertian, yang pertama dalam segi bahasa yaitu saling bertindak, saling berbuat, dan saling mengamalkan. Kedua, muamalah dalam istilah terdiri dari muamalah dalam arti sempit dan arti luas. Dalam pengertian secara sempit muamalah dapat dikatakan sebagai aturan-aturan Allah SWT unruk mendapatkan sesuatu dengan cara baik seperti dalam mengatur manusia dalam usahanya untuk keperluan jasmani. Sedangkan dalam pengertian muamalah secara luas adalah peraturan-peraturan Allah yang harus ditiru dan dilakukan dalam bersosialisasi dengan orang-orang terdekat dan membatasi pergaulan manusia dalam hal yang bersifat duniawi.

Jual beli termasuk aspek yang sering ditekankan dalam ekonomi Islam dan banyak disebutkan dalam Al quran. Seiring berjalanya waktu jual beli berubah mengikuti perkembangan zaman dan metode jual beli pun berangsur-angsur berubah. Jika dahulu jual beli hanya sekedar berdagang menjual suatu barang kepada orang lain secara langsung bertemu entah di jalan, rumah, dan pasar. Dari yang awalnya pembeli dan penjual menggunakan sistem tawar menawar serta pembeli melihat barang yang diperjual belikan secara langsung lalu mengecek kondisi suatu barang. Perlahan berubah menjadi pasar yang lebih modern dimana harga sudah terpasang di suatu rak ataupun meja tempat menaruh barang. Kesepakatan harga antar penjual dan pembeli tidak lagi tawar menawar tetapi terhadap keputusan pembeli mau membeli harga yang ditawarkan atau tidak. Dalam era saat ini selain maraknya pasar modern, pusat perbelanjaan atau mall, minimarket, terdapat juga pasar online melalui media sosial seperti facebook,

whatsApp, dan instagram. Hingga munculah terobosan baru belanja menggunakan aplikasi market place seperti lazada, shopee, bukalapak, tokopedia, dan lainnya.

Prabowo et al. (2016) menyatakan bahwa maraknya aktivitas jual beli dalam online maupun konvensional lahirnya sistem reseller dalam metode jual beli. Karena itulah ada ungkapan penjual tangan pertama, atau tangan kedua, dan seterusnya. Berjualan secara kelompok untuk menjual jenis barang yang sama dengan kesepakatan harga yang berbeda. Konsep bisnis reseller adalah menjual kembali sebuah barang dari supplier dengan harga yang sudah ditentukan sendiri keuntungannya atau mendapat harga khusus dari supplier, biasanya reseller tidak memiliki stock barang dan akan membeli barang saat ada pesanan dari konsumen. Berbeda dengan konsep bisnis dropship yaitu penjual dropship (dropshipper) akan membeli barang jika ada pesanan dari konsumen tanpa mengeluarkan modal sebab barang akan diproses dan dikirim oleh pihak reseller, disini dropshipper berperan sebagai pihak ketiga yang bertugas mencari pembeli dan menjual kembali barang milik reseller dengan mengambil keuntungan

Etika bisnis Islam sangat diperlukan dalam penerapan jual beli secara langsung ke konsumen maupun berkelompok dalam sistem reseller. Penerapan dari etika bisnis adalah kewajiban para pelaku pasar dan dikontrol oleh prinsip-prinsip dalam etika bisnis agar tetap sesuai dengan ajaran agama Islam. Etika bisnis membantu para pengusaha untuk menjalankan bisnisnya agar sesuai dengan kaidah norma dalam masyarakat serta dalam norma agama.

Menurut Juliani (2016) bisnis yang dijalankan harus bermanfaat untuk manusia sehingga terciptanya sumber pendapatan bisnis halal dan barokah. Islam mengatur manusia tentang apa yang boleh dibisniskan mana yang dilarang, sehingga bisnis tidak hanya bertujuan untuk meraup keuntungan semata. Sebab itu Islam memiliki suatu batasan yang boleh dilakukan dan yang tidak boleh dilakukan yang disebut dengan etika. Mengambil keuntungan berlebihan ataupun dengan cara yang curang dapat mengakibatkan kerugian konsumen dan hilangnya kepercayaan masyarakat terhadap para penjual. Seharusnya seorang pengusaha memikirkan kualitas dan kepuasan konsumen.

Untuk mencegah kerugian konsumen di Indonesia, maka diatur dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dimana didalamnya berisi hak-hak dan kewajiban konsumen agar mendapat perlindungan hukum serta Undang-Undang No 7 Tahun 2014 yang mengatur mengenai segala hal tentang perdagangan baik offline maupun online. Selain kedua Undang-Undang diatas terdapat Undang-Undang No 19 tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang dikenal dengan (UU ITE) yang mengawasi penyebaran informasi dan transaksi dalam jual beli. Undang-Undang ini secara tidak langsung dapat menumbuhkan kejujuran dan pertanggung jawaban pelaku usaha untuk melayani konsumen sebaik-baiknya.

Konsumen adalah setiap orang yang menggunakan barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat untuk kepentingan individu maupun orang lain serta tidak diperjualbelikan. Mereka membeli barang-barang secara

grosir untuk dijual kembali, sedangkan pengguna barang adalah konsumen akhir. Konsumen akhir merupakan konsumen yang membeli barang untuk digunakan sendiri sebagai pemakai terakhir dari produk yang mereka beli (Amalia, 2018).

Beteng Trade Center merupakan salah satu pusat perbelanjaan di Surakarta yang terletak di Jl. Mayor Sunaryo, kelurahan kedung lumbu, kecamatan Pasar Kliwon, kota Surakarta. Beteng Trade Center buka mulai pukul 09.00 WIB sampai 17.00 WIB. Beteng Trade Center akrab di kenal masyarakat di kota Surakarta maupun luar daerah bahkan dihari-hari tertentu banyak pendatang dari luar pulau datang ke Beteng Trade Center untuk kulakan atau sekedar membeli oleh-oleh batik khas Solo.

Beteng Trade Center berbeda dengan pusat perbelanjaan lain di Solo dimana biasanya toko menjual langsung kepada konsumen. Sedangkan di Beteng Trade Center penjual berstatus sebagai supplier dan konsumen berperan sebagai reseller. Beteng Trade Center merupakan satu-satunya pusat supplier baju online dan supplier terbesar di kota Surakarta yang menggunakan sistem reseller.

Pada kenyataanya yang terjadi di lapangan, banyaknya supplier maupun reseller mengakibatkan bisnis ini berpengaruh pada tidak teraturnya sistem reseller. Supplier seharusnya sadar akan etika bisnis terhadap reseller dan reseller seharusnya memahami hak-hak konsumen seperti yang terdapat dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Maka dari itu menarik untuk membuat sebuah penelitian yang berjudul Implementasi Etika Bisnis Islam terhadap Sistem Reseller dan Relevansinya dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus Supplier dan Reseller di Beteng Trade Center Solo).

Kajian Literatur

Penelitian ini akan mengkaji tentang implementasi etika bisnis islam terhadap sistem reseller dan relevansinya dalam undang-undang perlindungan konsumen. Sebelum membahas lebih jauh tentang penelitian ini, maka kami paparkan penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini, sebagai berikut:

Zainuri (2020) membahas tentang tinjauan etika bisnis Islam dan undang-undang perlindungan konsumen terhadap proses produksi dan penjualan batak di desa nguneng kecamatan Puhpelem kabupaten Wonogiri. Metode yang digunakan berupa metode kualitatif dengan penelitian lapangan berupa observasi dan wawancara dengan 18 responden. Hasil dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa proses produksi batak belum sesuai dengan etika bisnis Islam karena penjual tidak jujur dalam bertransaksi dan melanggar hak-hak serta kewajiban dalam perlindungan konsumen karena menjual produk tidak berkualitas.

Widodo (2018) membahas tentang tinjauan etika bisnis Islam dan undang-undang perlindungan konsumen terhadap jual beli produk pangan sale anggur industri rumah tangga di kecamatan Ngadirojo kabupaten Pacitan metode penelitian yang dipakai adalah pendekatan kualitatif berdasarkan penelitian lapangan berupa observasi, interview dengan 9 responden dan pengambilan kesimpulan menggunakan metode induktif dengan hasil 2

bagian yakni, pengemasan produk pangan sale sudah memenuhi prinsip etika bisnis Islam dan memenuhi kewajiban perlindungan konsumen. Sedangkan tidak adanya label kadaluwarsa memenuhi prinsip keseimbangan etika bisnis Islam namun melanggar kewajiban informasi kadaluwarsa produk dalam perlindungan konsumen .

Nisha (2020) membahas tentang Pertanggungjawaban pelaku usaha terhadap konsumen pada makanan kemasan industri rumah tangga tanpa izin edar dalam perspektif etika bisnis Islam (studi kasus di desa Pandansari kecamatan Ngunut kabupaten Tulung Agung). Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian lapangan dengan melibatkan 10 responden. Hasil dari penelitian ini adalah pelaku usaha sudah memenuhi etika bisnis islam karena bertanggung jawab kepada konsumen dan mengganti rugi jika produk mengalami kecacatan.

Misna (2020) membahas tentang sistem reseller dalam praktik jual beli online perspektif hukum ekonomi syariah (studi pada hijrah olshop Palopo). Penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif yang bersifat deskriptif berupa wawancara, observasi dan dokumentasi dengan 7 responden. Hasil dari penelitian dapat disimpulkan bahwa sistem reseller sudah sesuai dengan perspektif hukum ekonomi syariah.

Penelitian yang dilakukan sebelumnya memiliki kesamaan yaitu mengambil tentang etika bisnis Islam, sistem reseller dan undang-undang perlindungan konsumen, hanya saja penelitian di atas belum ada yang membahas etika bisnis Islam dan undang-undang perlindungan konsumen jika diterapkan menjadi satu kedalam sistem reseller.

Penelitian ini penting untuk dilakukan karena belum pernah dilakukan sebelumnya, serta bermanfaat untuk masyarakat yang ingin menggunakan sistem reseller dalam bisnisnya dan dilengkapi dengan perspektif etika bisnis Islam dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen sebagai pengetahuan dasar untuk menjalankan sistem ini. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai dasar penelitian selanjutnya untuk penerapan sistem reseller dalam etika bisnis Islam maupun Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Dari permasalahan diatas maka permasalahan yang akan dikaji pada penelitian ini adalah bagaimana Praktik Sistem Reseller di Beteng Trade Center dan Implementasi Etika Bisnis Islam terhadap Sistem Reseller di Beteng Trade Center dan Relevansinya dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang praktik Sistem Reseller di Beteng Trade Center dan mengetahui Implementasi Etika Bisnis Islam terhadap Sistem Reseller di Beteng Trade Center dan Relevansinya dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode yang digunakan untuk obyek yang alamiah, yang digunakan adalah Penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif, yaitu penelitian yang dilakukan di lapangan atau langsung terjun ke masyarakat, data yang didapat bersifat apa adanya agar secara intensif

dapat mengetahui interaksi, aktivitas, dan latar belakang keadaan yang sebenarnya. Dalam pendekatan kualitatif metode yang biasa digunakan adalah wawancara, pengamatan dan pemanfaatan dokumen. Penelitian ini menggunakan dua sumber data yaitu sumber data primer yang diperoleh dari data hasil wawancara secara langsung pada narasumber, yaitu *reseller* dan pelaku usaha atau penjual di Pusat Perbelanjaan modern “Beteng Trade Center” Surakarta yang terlibat dalam penerapan sistem *reseller*. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan sumber data sekunder yang diperoleh dari penelitian terdahulu berupa buku, jurnal, artikel ilmiah, undang-undang dan lain-lain. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Untuk melengkapi data penelitian ini melakukan riset kepada reseller sejumlah 10 orang yang menjadi reseller dari Mpmf grup dan Mutia grup. Adapun kriteria reseller yang akan diteliti adalah telah menjadi reseller di Beteng trade center lebih dari 1 tahun, terdaftar sebagai reseller Mpmf grup dan Mutia grup, melakukan pembelian di toko Mpmf grup dan Mutia grup menggunakan sistem reseller, dan mempunyai online shop yang digunakan sebagai media untuk menjual barang dari supplier kepada konsumen secara langsung. Setelah mengamati dan mencari, maka penelitian ini memutuskan mewawancarai 10 *reseller* sebagai berikut :

Tabel 1. Responden Reseller

No	Nama	Nama Online Shop
1.	Indah Setyowati	Indi Fashion Solo
2.	Tata Leni Lestari	Tuku Klambi
3.	Siti Alkomariyah	Maemun Online Shop
4.	Ilham Baihaki	Najah Collection
5.	Hildawati	Avicenn
6.	Tiara Murti Primadewi	Dropship.id
7.	Sarah Claudia Auliana	Mifhuda
8.	Sigit Priyanto	Azka Grosir Solo
9.	Yulianti	Yulia Olshop
10.	Putri Desi Ratna Sari	Pupung Store

Sumber: Mpmf grup dan Mutia grup

Untuk melengkapi data, penelitian ini melakukan wawancara sejumlah 3 orang yang menjadi konsumen dari reseller. Adapun kriteria reseller yang akan diteliti adalah telah membeli produk Mpmf grup dan Mutia grup lebih dari satu kali, pembeli mengetahui jika penjual produk Mpmf dan Mutia Grup merupakan reseller dari merek tersebut. Selain mewawancarai 10 reseller, penelitian ini juga mewawancarai 3 konsumen dari reseller, antara lain:

Tabel 2. Responden Konsumen

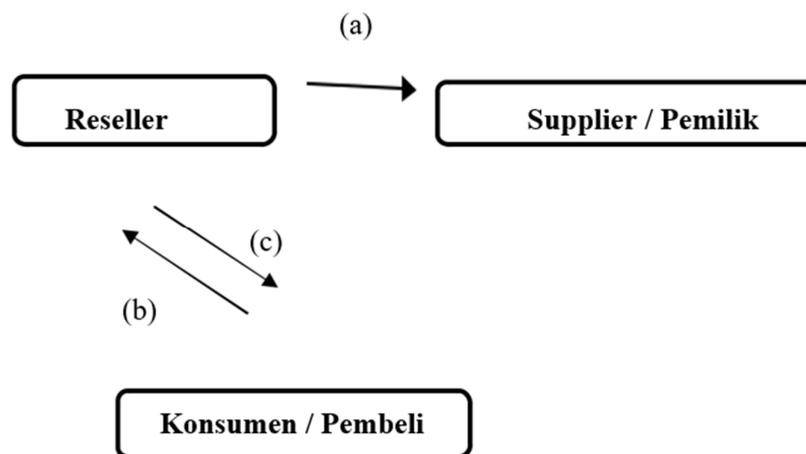
No	Nama Inisial	Daerah
1.	IK	Lampung
2.	NK	Banten
3.	A	Surabaya

Sumber: Hasil Wawancara

Temuan Penelitian dan pembahasan

1. Pelaksanaan Praktik Sistem Reseller di Beteng Trade Center

Wahyu Permatasari et al. (2018) menyatakan seiring berjalanya waktu, konsep dalam jual beli perlahan-lahan mulai berubah. Salah satunya dengan menggunakan sistem *reseller* yaitu seorang penjual menjualkan barang milik penjual lain yang bukan miliknya. Dalam ilmu manajemen sistem *reseller* disebut dengan strategi distribusi tak langsung (*indirect*). Distribusi tak langsung dapat dikatakan sebagai penyalur barang dari penjual pertama ataupun produsen kepada pembeli. Sistem ini sangat diminati sebab tidak memerlukan banyak modal dan resiko yang besar. Dalam sistem *reseller* ada 3 pihak yang berpengaruh, yaitu:



Gambar 10. Sistem Reseller

- a) *Reseller* membeli produk dari *supplier* dengan harga khusus
- b) Konsumen membeli barang dari *reseller*
- c) Setelah transaksi *reseller* mengirim barang kepada konsumen

Stephen et al., (2017) menyatakan bahwasannya sasaran kinerja *reseller* setidaknya harus mencakup pengajaran, seperti sasaran keuangan yang telah

ditetapkan sebelumnya masalah ekonomi sebagai motivasi, kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan kondisi eksternal, kemampuan untuk menjaga hubungan yang stabil (*stability concern*), dan keharmonisan diantara saluran *reseller*.

Di Kota Surakarta terdapat praktik sistem *reseller* yang berpusat di Beteng Trade Center (BTC) karna memiliki ribuan toko dan lapak para supplier serta ribuan pengunjung yang berperan sebagai *reseller* setiap harinya. Beteng Trade Center berbeda dari pusat perbelanjaan lain di kota Surakarta karena rata-rata toko akan menggantung barang dagangan mereka untuk menarik pembeli, sementara toko atau kios di Beteng Trade Center mengemas barang dagangan mereka dan tersusun rapi di sebuah rak sebagai persediaan stok. Orang awam yang pertama kali berkunjung akan bingung kenapa toko tidak menampilkan produk mereka dan setiap toko selalu memasang nomor grup dan *keep admin*. Hal ini dikarenakan Beteng Trade Center melakukan sistem *reseller* pada kegiatannya. Sistem ini sudah sangat lama dijalankan karena terbukti efektif dalam penjualan secara massal dibandingkan penjualan dengan cara konvensional yaitu penjual menjual barang secara langsung kepada pembeli.

Tifany selaku *supplier* di Beteng Trade Center menjelaskan jika awal mula membuka toko melakukan penjualannya dengan cara konvensional tetapi tidak laku, kemudian ikut melakukan penjualan dengan sistem *reseller* dengan membuat grup *Whatsapp* khusus *reseller* dan memasang nomor *whatsapp* diluar banner tokonya sehingga para *reseller* bisa mendaftar menjadi *resellernya*. Alasannya menggunakan sistem ini adalah barang akan lebih cepat terjual dalam jumlah banyak, karena dibantu banyak *reseller* yang menjualkan barangnya, dibanding menjual secara langsung kepada konsumen, tidak repot mencari pembeli, berjualan dengan melibatkan banyak *reseller* dapat dikatakan membagi rezeki kepada *reseller*. *Reseller* yang bergabung kedalam grup akan mendapatkan harga khusus, barang yang dibagikan dalam grup akan *restock* kembali setelah 2 minggu.

Supplier lain yakni, Yulianti mengatakan bahwa sistem *reseller* dapat membantu menaikkan omset penjualannya, jika penjualan menggunakan cara konvensional kemungkinan hanya akan menjual beberapa barang dan pembeli saja, tetapi jika menggunakan sistem *reseller* menjangkau banyak konsumen bukanlah hal yang sulit karena dibantu ribuan *reseller* yang akan menjual online barangnya dan menyebar ke seluruh Indonesia.

Untuk mengetahui praktik *reseller* di Beteng Trade Center sudah berjalan sesuai kaidah, maka penelitian ini melakukan wawancara dengan responden secara langsung terkait pelaksanaan sistem *reseller* yang terjadi di Beteng Trade Center, dengan hasil sebagai berikut :

Dalam pelaksanaannya Mpmf grup dan Mutia grup sudah cukup baik dalam menjalankan sistem *reseller* karena mengutamakan *reseller* dalam penjualan produknya. Mereka tidak mempunyai sosial media untuk berjualan secara langsung dengan konsumen karena memang benar-benar fokus hanya melayani *resellernya*. Aturan tertulis yang terdapat dalam sistem ini biasanya adalah penukaran barang *reject* hanya dilayani 1x24 jam saja, dan batas maksimal transfer agar pesanan tidak dibongkar dalah pukul 14.00 WIB. Jika terjadi permasalahan fenomena alam, seperti cuaca buruk yang dialami *supplier* dihadapi dengan mudah diatasi seiring waktu seperti membuat studio

indoor. Dalam menghadapi kompetitor mereka mempercayai bahwa rezeki sudah diatur oleh Allah SWT dan tetap berjualan dan mencari keuntungan dengan cara-cara yang baik.

Tata salah satu *reseller* yang memiliki online shop Tuku Klambi mengatakan, biasanya akan mengambil keuntungan tersendiri saat menjual produk dari *supplier*, biasanya *reseller* akan mengambil keuntungan 15-25rb per produk. (Osmonbekov, 2010) menyatakan bahwasannya Sistem *reseller* dapat menambah lapangan pekerjaan terutama untuk masyarakat sekitar Solo Raya baik untuk pekerjaan tetap maupun sampingan karena tidak terlalu membutuhkan modal yang besar dan resiko yang tinggi. Investasi di sisi sistem *reseller* adalah pemberdayaan manajemen sumber daya manusia dibandingkan dengan alat, sistem ini mengharuskan *reseller* untuk terus berinovasi agar bisa lebih unggul dari *reseller* lain dalam hal strategi marketing. Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh Ilham salah satu *reseller* pemilik *online shop* Najah Colletion yang memakai strategi *endorse* terhadap selebgram dalam menjual produk Mpmf dan Mutia Grup.

IK, selaku konsumen dari salah satu *reseller* dari Mpmf grup dan Mutia grup yakni Tuku Klambi, mengatakan bahwa produk-produk yang dijual Tuku Klambi berupa merek Mpmf dan Mutia sangat berkualitas hingga ia melakukan pembelian berkali-kali. Sama halnya yang dikatakan IK, NK selaku konsumen dari Indi Fashion Solo mengatakan bahwa sangat menyukai produk Mpmf grup dan Mutia grup karena selalu mengikuti model yang sedang trend di pasar, terlebih Mpmf merupakan produk impor yang menggunakan bahan premium.

Sistem *reseller* di Beteng Trade Center sudah berjalan dengan baik jika dilihat dari keterangan para *reseller* dan pengakuan konsumen terhadap praktiknya dalam melayani dan memberikan manfaat dalam transaksi jual beli.

b. Etika Bisnis Islam dalam Sistem Reseller

Kontribusi muslim dalam berbisnis sudah menjadi hal biasa dalam kehidupan sehari-hari, hal ini terjadi sejak zaman Rasulullah SAW masih hidup, beliau terlibat dalam kegiatan perdagangan selama bertahun-tahun dan sangat dikenal dengan orang yang menjunjung tinggi kejujuran dalam berbisnis. Sejarah mengungkap bahwa Islam sangat berkembang berkat jasa para pengusaha Islam atau pedagang arab. Mereka menggunakan konsep bisnis seperti yang diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW, para pedagang Arab Saudi juga melakukan hijrah (berpindah tempat) saat berdagang hingga sampai ke Indonesia untuk memperluas jangkauan bisnisnya dan menyebarkan agama Islam.

Etika bisnis Islam meliputi semua kegiatan usaha, baik pertukaran barang dan jasa maupun kegiatan distribusi dan produksi, dimana kegiatan tersebut dilakukan dengan nilai-nilai Islami. Dalam etika bisnis Islam yang menjadi pondasi dalam bisnis adalah prinsip-prinsip yang terkandung dalam etika bisnis dan hukum Islam harus dipenuhi dan dijalankan oleh pelaku usaha dalam praktiknya. Mpmf grup dan Mutia grup sudah memenuhi beberapa prinsip tersebut antara lain :

a. Kejujuran

Baedowi, (2011) menyatakan bahwasannya kejujuran merupakan nilai dasar etika Islam. Rasulullah sangat menekankan sikap jujur dalam aktivitas bisnis. Nama lain dari kejujuran adalah kebenaran, Allah memfirmankan kebenaran sebagai perintah kepada seluruh muslim dan senantiasa selalu dalam jalan yang lurus. Benar dalam tindakan serta ucapan mereka, Islam sangat melarang penipuan dan kebohongan berbagai bentuknya. Nilai perilaku bisnis seseorang hendaknya mengamalkan kejujuran dan benar dalam segala bisnisnya.

Seseorang dianggap beriman apabila mengatakan sesuatu dengan jujur akan mendapatkan sebuah kemenangan, seperti halnya konsep jual beli seorang pedagang akan lebih mendapatkan banyak konsumen dan laba jika menggunakan kejujuran dalam bisnisnya. Kejujuran memasuki banyak aspek termasuk dalam sistem *reseller* di Beteng Trade Center seperti yang dilakukan oleh para *supplier* dan *reseller* dalam berniaga.

Sikap dasar dalam berbisnis adalah kejujuran, seorang pedagang dapat mudah diterima masyarakat dan konsumen jika mengutamakan berkata benar atau jujur dalam memberi keterangan barang dan jasa.

Berdasarkan pernyataan konsumen dari *reseller*, IK mengatakan bahwa pesanan yang dikirim *reseller* kepadanya sesuai dengan gambar. Mpmf grup dan Mutia grup jujur dalam memberikan informasi terkait keterangan bahan, detail ukurannya, dan *real picture* gambar yang dibagikan dalam grup sesuai dengan baju yang sebenarnya, tidak memakai foto orang lain.

b. Amanah

Juliani, (2016) menyatakan makna dari amanah adalah rasa tanggung jawab, rasa memiliki untuk menghadap Allah dan bertanggungjawab atas apa tindakan seseorang. Dalam Islam, manusia harus berani mempertanggungjawabkan segala perbuatan maupun pilihannya dihadapan manusia dan Tuhan. Dalam aktivitas bisnis pertanggung jawaban dilakukan kepada Allah dan kepada konsumen maupun rekan bisnis.

Amanah merupakan tanggung jawab yang utama, termasuk dalam hal berbisnis. Karena apabila sifat amanah diterapkan pada setiap kegiatan sistem *reseller* maka para penjual dan pembeli akan tidak saling curiga dan lancar dalam aktivitas bisnisnya.

AS selaku konsumen dari Tuku Klambi menyatakan *reseller* amanah dalam jual beli, mengirim barang sesuai pesanan dan memasang katalog produk sesuai dengan yang sebenarnya. Mpmf grup dan Mutia grup amanah dalam menjual barang sesuai dengan yang ditawarkan, dan bertanggung jawab menyimpan barang sesuai pesanan dari *reseller*. Jika barang yang diberikan kepada *reseller* cacat atau salah maka bisa langsung ditukar, ketentuannya *supplier* menyarankan untuk mengecek barangnya dan dapat ditukar dalam kurun waktu 1x24 jam. Setelah melewati waktu yang disepakati maka *supplier* tidak bertanggung jawab terhadap kelalaian *reseller* dalam mengecek barang.

c. Keadilan

Juliani (2016) menyatakan bahwasannya prinsip keadilan merupakan prinsip yang wajib diterapkan dalam aktivitas bisnis dengan tujuan supaya setiap manusia diperlakukan sama dan adil sehingga terciptanya sebuah kondisi dimana tidak ada satupun pihak yang merasa dirugikan dan saling ridho. Allah menyuruh manusia untuk menegakkan keadilan seperti yang telah diajarkan

oleh para Rasul. Adil mencakup semua hak-hak yang seharusnya didapatkan oleh seseorang, terlebih dalam aktivitas bisnis.

Mpmf grup dan Mutia grup berlaku adil dalam memperlakukan semua *resellernya*, tidak membedakan *reseller* lama maupun baru. Jika barang sudah dipesan atau *keep* terlebih dahulu tetapi belum dibayar dan diambil, *reseller* lain dilarang untuk membelinya. Melainkan harus melaksanakan ketentuan menunggu bongkaran barang jam 2 baru boleh membelinya. Hal ini sejalan seperti yang dikatakan Siti salah satu *reseller* Mpmf grup dan Mutia grup yang setia menunggu bongkaran jika produk sudah *fullkeep*.

d. Keterbukaan

Keterbukaan dalam setiap transaksi yang dilakukan tentang penginformasian yang jelas mengenai tentang produk, mulai dari jenis, bahan, warna, asal produk sampai penyerahan barang. Hal ini penting karena agar tidak ada yang merasa ditipu atau dirugikan, karena setiap transaksi yang tidak membawa manfaat maka dianggap batal transaksinya.

Allah melaknat orang yang menutup-nutupi keterangan maupun petunjuk. Petunjuk yang dimaksud bukan hanya dalam mencari ilmu agama, namun juga dalam hal berbisnis. Keterangan serta kejelasan suatu produk sangat penting bagi konsumen.

NK selaku konsumen mengatakan bahwa *reseller* biasanya akan memberi foto terkait produk dan video model berputar agar bisa melihat bagian depan dan belakang secara keseluruhan sebelum memutuskan untuk membeli produk.

Mpmf grup dan Mutia grup terbuka dalam menyajikan katalog produk yang akan dijual, dengan memberikan video untuk menunjukkan detail produk agar pembeli dari *reseller* dapat melihat produk bagian depan maupun belakang agar terlihat secara keseluruhan serta mempunyai model foto dan fotografer sendiri untuk menjaga keaslian produk.

e. Tidak ada unsur penipuan

Penipuan sangat dilarang dalam Islam sebab merugikan orang lain. Penipuan yang dilarang dalam aktivitas bisnis baik yang dilakukan penjual maupun pembeli dengan cara menyembunyikan kecacatan atau menipu penjual.

Allah melarang manusia menjual barang yang cacat kecuali jika ia memberitahu kecacatannya. Kecacatan suatu barang biasanya jarang terjadi dalam proses produksi, namun kenyataannya masih ada barang cacat yang lolos dalam pengecekan karena kelalaian manusia. Untuk menghadapi masalah ini diperlukan solusi bersama untuk mencegah kerugian pembeli.

Dalam praktiknya Mpmf grup dan Mutia grup, jika mendapat keluhan kecacatan barang dari *reseller* maka akan menggantinya dengan yang baru atau mengembalikan uang *reseller*. Serta jika hal itu terjadi maka merupakan sebuah ketidaksengajaan dari karyawan saat proses *quality control*. Hal ini sesuai dengan pendapat para *reseller* saat wawancara rata-rata mengatakan bahwa kecacatan barang sangat kecil terjadi, karena Mpmf grup dan Mutia grup selalu menjaga kualitas produk.

(Lloyd S, 1996) menyatakan bahwasannya etika bisnis Islam akan selalu berjalan baik jika dalam pelaksanaannya terdapat koordinasi, komunikasi serta dibekali ilmu hingga saat konflik terjadi maka akan mengurangi ketidakpastian saat mengambil keputusan yang penting.

c. Perlindungan Konsumen dalam Sistem Reseller

Aspek perlindungan konsumen yang dijalankan oleh *supplier* dan dalam hal ini *reseller* sebagai konsumen. Perlindungan konsumen mengalami perkembangan sejak adanya Undang-Undang No 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, kini telah diatur dalam Undang-Undang No 7 Tahun 2014 mengatur tentang perdagangan. Serta dilengkapi dengan Undang-Undang No 19 Tahun 2016 tentang penyebaran informasi dan transaksi elektronik.

Perkembangan perlindungan konsumen yang paling berarti ditandai dengan lahirnya UUPK yang memberikan perlindungan kepada konsumen tidak hanya dalam bidang materiil guna mencegah timbulnya kerugian yang dialami konsumen, tetapi juga dalam bidang hukum acara atau hukum formal untuk memudahkan konsumen dalam menuntut haknya kepada pelaku usaha, baik melalui pengadilan maupun di luar pengadilan.

Hal tersebut bisa dimanfaatkan oleh pelaku usaha terkait situasi dan kondisi yang terjadi di tengah masyarakat, pada masa kini banyak pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab terhadap barang yang sudah dibeli oleh pembelinya karena menganggap semua sudah dalam kondisi baik.

Undang-Undang dalam Pasal 4 No 8 UUPK konsumen berhak mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan atau penggantian, apabila barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya (Undang - Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, 1999). Sedangkan untuk pelaku usaha tertuang dalam Pasal 7 huruf F berupa memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan. Setiap pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha yang merugikan konsumen, maka konsumen memiliki hak untuk meminta pertanggungjawaban dari pelaku usaha yang merugikannya, serta menuntut ganti rugi atas kerugian yang dialaminya. Konsumen juga memiliki hak untuk didengarkan setiap keluhannya oleh pemilik usaha, hal itu tertuang dalam Pasal 4 huruf D UUPK yang berbunyi: “Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan atau jasa yang digunakan”. Pasal 7 UUPK juga mengatur kewajiban lain pelaku usaha seperti memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi barang atau jasa.

Supplier di Beteng Trade Center memiliki aturan tertulis untuk *reseller* berupa, barang *keep* akan dibongkar setiap hari jam 14.00 WIB, Apabila sampai jam tersebut belum bisa mengambil maka bisa transfer terlebih dahulu ke rekening *supplier*, *Return* atau pengembalian barang yang mengalami kecacatan hanya dalam batas waktu 1x24jam, dan tidak menerima titip jual. Seperti jual beli lain, *supplier* juga menegaskan barang yang sudah dibeli tidak dapat ditukar atau dikembalikan.

Untuk manajemen dalam pembagian waktu untuk antre *reseller* dalam pengambilan barang, maka dipersilahkan untuk transfer barang terlebih dahulu maka diambil jam berapapun akan tetap aman dari bongkaran dan solusi untuk kehabisan barang adalah memberikan pilihan cadangan kepada konsumen seperti warna lain atau model lain supaya *reseller* bisa langsung mengambil barang lain jika kehabisan.

d. Pembahasan Implementasi Etika Bisnis Islam terhadap Sistem Reseller dan Relevansinya dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen

Sistem *reseller* dalam Beteng Trade Center telah sesuai dengan etika bisnis Islam dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), dimana telah diketahui pelaksanaan sistem *reseller* sudah sesuai dengan syarat-syarat sistem *reseller* dan dalam praktiknya sudah berjalan sangat baik.

Penerapan etika bisnis Islam yang dilakukan oleh *supplier* dan *reseller* di Beteng Trade Center sudah sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam karena telah memenuhi prinsip-prinsip etika bisnis Islam seperti yang telah ditentukan Rasulullah SAW berupa prinsip kejujuran, keadilan, Amanah, keterbukaan atau transparansi, dan tidak mengandung unsur penipuan. Hal ini didukung sesuai praktik, pelaksanaan pertanggung jawaban dalam kegiatannya dan keterangan konsumen terkait kualitas produk dan pelayanan dari *reseller*. Pelaksanaan etika bisnis Islam menjadi lebih lengkap dengan tindakan yang dilakukan ketika menghadapi setiap permasalahan baik internal maupun eksternal yang dijalankan *supplier* dalam, jual beli kepada *reseller*.

Juliani, (2016) menyatakan bahwasannya prinsip etika bisnis Islam seperti kejujuran dapat dilihat dari pengakuan konsumen bahwa Mpmf grup dan Mutia grup jujur dalam jual beli dan *supplier* ini menerapkan kejujuran dalam aktivitas bisnisnya. Selain kejujuran, *reseller* dan *supplier* juga amanah dikarenakan selalu bertanggung jawab dan menjaga kepercayaan konsumen.

Prinsip lain dalam etika bisnis Islam adalah keadilan, dalam menjalankan bisnisnya Mpmf grup dan Mutia grup memberikan perlakuan sama terhadap semua *resellernya*. Hal ini menunjukkan bahwa *supplier* adil terhadap *reseller* dan telah memenuhi keadilan dalam bisnisnya. Sikap keterbukaan atau transparansi menjadi salah satu prinsip yang dilakukan dalam sistem *reseller*, kejelasan informasi dalam menawarkan suatu produk ke konsumen merupakan prioritas *supplier* dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen.

Tidak ada unsur penipuan merupakan syarat utama dalam semua kegiatan bisnis. Penipuan dapat berupa penipuan segi kualitas, harga, dan lainnya. Dalam sistem *reseller* kualitas ditentukan oleh *supplier* mulai dari pemilihan bahan dari produsen, design baju dan ukuran. Sedangkan harga biasanya *reseller* akan diberi harga khusus agar mudah diperjualbelikan kembali.

Maksum, (2016) menyatakan bahwasannya perlindungan konsumen merupakan kajian yang paling dinamis dalam hukum positif maupun Islam, karena hukum perlindungan konsumen berada dalam lingkup keseharian manusia dan menyatu dalam aktivitas bisnis masyarakat. Dalam hal jual beli sistem *reseller* di Beteng Trade Center tidak hanya membutuhkan etika bisnis Islam dalam pelaksanaannya, namun juga memerlukan perlindungan konsumen agar pembeli mendapatkan haknya dengan baik.

Mpmf grup dan Mutia grup merupakan *supplier* di Beteng Trade Center yang mementingkan kualitas barang dan pelayanan agar *reseller* kenyamanan, keamanan, dan kepuasan dalam pelayanan, sehingga hubungan *supplier* dengan *reseller* dapat berjalan dengan baik dan sama-sama menguntungkan. Kelalaian yang terjadi saat transaksi jual beli seperti, barang yang diberikan kepada *reseller reject* atau mengalami kecacatan, maka *supplier* akan menggantinya dengan yang baru dan jika stock barang habis akan dilakukan pengembalian

uang kepada *reseller*. Dalam hal ini Mpmf grup dan Mutia grup memenuhi hak-hak konsumen karena telah memenuhi pasal 4 No 8 UUPK dan melaksanakan kewajiban pelaku usaha dalam Pasal 7 huruf F UUPK sekaligus memenuhi Pasal 4 huruf D UUPK dalam praktiknya melayani *reseller*. Namun, disarankan untuk segera mengecek barang yang dibeli, karena batas waktu tukar jika barang mengalami kecacatan hanya 1x24 jam dan jika melebihi batas waktu yang ditentukan maka *supplier* tidak bertanggung jawab atas kelalaian *reseller*.

Undang-Undang pasal 7 UUPK juga mengatur kewajiban lain pelaku usaha seperti memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi barang atau jasa (Undang - Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, 1999). Dalam praktiknya Mpmf grup dan Mutia grup memberikan keterangan yang lengkap dalam semua katalog produknya seperti ukuran lebar dada, panjang, keterangan bahan dan gambar setiap warna dengan jelas bahkan menyediakan videonya. Untuk menjaga kepercayaan dari *reseller* dan konsumen dari *reseller* Mpmf grup dan Mutia grup melakukan pemotretan sendiri tanpa menggunakan jasa untuk katalog produk. Hal ini membuktikan bahwa telah memenuhi Pasal 7 huruf D yaitu, menjamin mutu barang dan atau jasa yang diproduksi dan diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku. Selain UUPK, terdapat No 7 tentang Perdagangan Pasal 5 no 23-24 yaitu sistem informasi dalam perdagangan harus dikendalikan dan terintegrasi dalam sistem. Sedangkan serangkaian prosedurnya menggunakan transaksi elektronik. Hal ini sesuai dengan kegiatan jual beli dalam Beteng Trade Center yang menggunakan sistem *reseller* dalam jual belinya dimana semua transaksi terintegrasi dalam sistem dan antara *reseller* dengan konsumen menggunakan transaksi elektronik berupa media sosial dan pembayaran online via transfer (Kemendag, 2014).

Perlindungan konsumen juga telah diatur dalam yang telah dijamin oleh Undang-Undang No 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen adalah adanya kepastian hukum untuk segala pemenuhan kebutuhan konsumen. Dalam hal ini kepastian hukum mencakup segala upaya berdasarkan hukum untuk mengatur konsumen dalam menggunakan hak pilihnya terhadap barang dan jasa dalam rangka menjaga keutuhan hak-haknya apabila dirugikan oleh perilaku-perilaku usaha yang berperan sebagai pemasok kebutuhan konsumen (Dodex, 2017).

Perlindungan Konsumen semakin kuat didukung oleh Undang-Undang No 19 Tahun 2016 tentang informasi dan transaksi elektronik Pasal 28 ayat (1) “Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan informasi palsu yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik” sekaligus sanksi pidana dalam Pasal 45 A ayat (1) “Setiap orang yang dengan sengaja tanpa hak menyebarkan informasi palsu yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik sebagaimana yang dimaksud Pasal 28 Ayat (1) dipidana paling lama 6 tahun atau denda paling banyak 1.000.000.000,00” (satu miliar rupiah). Undang-Undang ini mengatasi permasalahan *reseller dan supplier* jika terjadi penipuan oleh oknum pembeli dengan menggunakan bukti transfer palsu atau metode penipuan lain yang dapat menguras saldo penjual (KEMKOMINFO, 2016).

Angriyani & Suparto (2020) menyatakan bahwasannya bentuk perlindungan hukum untuk konsumen selain dari Undang-Undang, konsumen juga diberikan hak-hak yang mengandung unsur kepastian hukum. Keterkaitan

etika bisnis Islam dan UUPK adalah sama-sama mengharuskan untuk bersikap jujur, terbuka, dan bertanggung jawab dalam pelaksanaannya untuk mendukung keberlangsungan usaha dan kepuasan konsumen dalam kegiatan jual beli. Kegiatan jual beli sistem *reseller* di Beteng Trade Center antara *supplier* dan *reseller* menunjukkan bahwa dalam pelaksanaannya sistem *reseller* yang terjadi sudah berdasarkan dengan etika bisnis Islam dan UUPK.

Kesimpulan

Mekanisme sistem *reseller* di Beteng Trade Center menggunakan strategi distribusi tak langsung (*indirect*) dimana pemilik produk berperan sebagai *supplier* atau penyedia barang dan *reseller* sebagai konsumen dari *supplier*, sedangkan konsumen dari *reseller* disebut sebagai konsumen akhir. *Reseller* membeli produk dengan harga khusus lalu diperjualbelikan kepada konsumen. *Reseller* tidak bertemu secara langsung dengan konsumen melainkan secara online atau *marketplace* dengan cara memasang gambar katalog produk yang berisi spesifikasi dan harga barang kemudian konsumen membayar dan *reseller* memproses pesanan dan mengirimkan barang pada konsumen. Dalam pelaksanaannya sistem *reseller* sudah sesuai dengan syarat-syarat sistem *reseller* dan dalam praktiknya sudah berjalan sangat baik. Implementasi etika bisnis Islam terhadap sistem *reseller*, pihak *supplier* telah memenuhi hak-hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha dalam menjual baju berkualitas dan katalog produk yang asli (*realpict*) hal ini sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam berupa kejujuran, keadilan, amanah, keterbukaan atau transparansi dan tidak ada unsur penipuan. Perlindungan konsumen terhadap permasalahan *reseller* di Beteng Trade Center sudah sesuai dengan Undang-Undang perlindungan konsumen karena dalam penanganannya jika konsumen mendapatkan barang yang mengalami kecacatan, maka pelaku usaha akan menggantinya dengan yang baru atau pengembalian uang. Memenuhi kaidah UUPK Pasal 4 No 8, Pasal 4 huruf D, Pasal 7 huruf F dan Pasal 7 huruf D yakni pihak *Supplier* Beteng Trade Center bersedia menerima dan mendengarkan pendapat konsumen yang mengalami kecacatan akibat ketidaksengajaan dalam hal *quality control* yang merugikan konsumen, dan bertanggung jawab dengan penggantian barang baru atau pengembalian uang.

Daftar Pustaka

- Amalia, L. R. 2018. *Perlindungan Hukum Konsumen Jasa Akibat Pembatalan Keberangkatan Jamaah Umroh Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen*. Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
- Baedowi, A. 2011. Etika Bisnis Perspektif Islam. *Jurnal Hukum Islam IAIN Pekalongan*, 9(2), 37019. <https://doi.org/10.28918/jhi>
- Dodex, M. S. A. 2017. *Perlindungan Konsumen Terkait Harga Menu Makanan Yang Tidak di Cantumkan Pelaku Usaha Kuliner (Studi Usaha Kuliner di Kecamatan Gunungpati)*. Universitas Negeri Semarang.

- Jamaluddin. 2017. Konsep Dasar Muamalah & Etika Jual Beli (al-Ba'i) Perspektif Islam. *Jurnal Pemikiran Keislaman*, 28(2), 289–316. <https://doi.org/10.33367/tribakti.v28i2.485>
- Juliani, E. 2016. Etika Bisnis dalam Persepektif Islam. *Jurnal Ulumul Quran*, VII(1), 1–12.
- Kemendag. 2014. *Regulasi 2014* (pp. 1--80). <http://www.kemendag.go.id/files/regulasi/2014/03/11/7-tahun-2014-id-1398758805.pdf>
- KEMKOMINFO. 2016. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik. *UU No. 19 Tahun 2016, 1*, 1–31. https://web.kominfo.go.id/sites/default/files/users/4761/UU_19_Tahun_2016.pdf
- Lloyd S, H. 1996. A Relationship Appraisal. *Industrial Marketing Management*, 25, 173–185.
- Maksum, M. 2016. Kedudukan Syariah Sebagai Sumber Hukum Positif: Kajian Awal atas Hukum Perkawinan, Ekonomi Islam, dan Hukum Ketenagakerjaan di Indonesia dan Maroko. *Jurnal of Islamic Law/Jurnal Hukum Islam*, 15(2), 281–295.
- Mariyana Angriyani, A., & Suparto, S. 2020. *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Muslim Dari Produk Pangan Yang Tidak Berlabel Halal Dalam Perspektif Hukum Positif Yang Terkait DI Indonesia dan di Korea*. 12, 2987.
- Misna. 2020. *Sistem Resselera Dalam Praktik Jual Beli Online Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Pada Hijrah Olshop Palopo)*. IAIN Palopo.
- Nisha, A. W. 2020. *Pertanggungjawaban Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Pada Makanan Kemasan Industri Rumah Tangga Tanpa Izin Edar Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di Desa Pandansari Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung)*.
- Osmonbekov, T. 2010. Reseller adoption of manufacturers' e-business tools: The impact of social enforcement, technology-relationship fit and the mediating role of reseller benefits. *Journal of Business Research*, 63(3), 217–223. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2009.01.012>
- Prabowo, B., Agus Priyono, E., & Hendrawati, D. 2016. *Tanggung Jawab Dropshiper dalam Transaksi E-commerce dengan Cara Dropship ditinjau dari...* □. 5, 2–14.
- Sasa Putri, D. K., & Suryaningsih, S. A. 2019. *Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Resselera Anna Collection di Pagesangan Surabaya*. *Jurnal Ekonomi Islam*, 2, 10–16.

- Stephen, K., Gilliland, & I., D. 2017. *Working more or working less? Contingent allocation of reseller effort in distribution channels*. *Industrial Marketing Management*, 64, 44–56. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2017.03.001>
- Wahyu Permatasari, L., Kantun, S., & Widodo, J. 2018. *Motivasi Berbisnis Online Secara Reseller Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember*. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 12(1), 59. <https://doi.org/10.19184/jpe.v12i1.7474>
- Widodo. 2018. *Tinjauan Etika Bisnis Islam dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Terhadap Jual Beli Produk Pangan Sale Anggur Industri Rumah Tangga di Kecamatan Ngadirojo Kabupaten Pacitan*.
- Zainuri, A. 2020. *Tinjauan Etika Bisnis Islam Dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Terhadap Proses Produksi Dan Penjualan Batako Di Desa Nguneng Kecamatan Puhpelem Kabupaten Wonogiri*. In *Sereal Untuk* (Vol. 51, Issue 1). [http://etheses.iainponorogo.ac.id/8926/1/Ahmad Zainuri.pdf](http://etheses.iainponorogo.ac.id/8926/1/Ahmad%20Zainuri.pdf)