

ETIKA BISNIS ISLAM DALAM BISNIS BERBASIS TEKNOLOGI

Afifah Nur Hafizdah *¹

A Al Syarief ²

Bunga Sesia Az-zahra ³

Kurniatun Nafiah ⁴

Diah Mukminatul Hasimi ⁵

^{1,2,3,4,5} Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Indonesia

*e-mail: afifahnurhafizdah@gmail.com¹, achmadalsyarief@gmail.com², bungasesia12@gmail.com³, kurniaoneng885@gmail.com⁴, diahmukminatul@radenintan.ac.id⁵

Abstrak

Perkembangan teknologi digital di era Revolusi Industri 4.0 telah mengubah lanskap bisnis Indonesia secara fundamental. Penelitian ini bertujuan menganalisis penerapan etika bisnis Islam dalam bisnis berbasis teknologi, khususnya pada Internet of Things (IoT), Big Data, Artificial Intelligence (AI), Blockchain, Financial Technology (Fintech), e-commerce, dan pengelolaan ZISWAF digital. Metode penelitian menggunakan studi literatur dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa etika bisnis Islam yang berlandaskan prinsip shiddiq, al-'adl, amanah, dan transparansi sangat relevan diterapkan dalam bisnis digital. Implementasi etika bisnis Islam dalam e-commerce meliputi kesesuaian spesifikasi produk, kesepakatan ijab qabul, kepercayaan, penghindaran transaksi terlarang, layanan prima, perlindungan properti, ketepatan akad, dan jaminan produk halal. Dalam pengelolaan ZISWAF digital, prinsip privasi data, transparansi, dan akuntabilitas menjadi kunci keberhasilan. Tantangan utama meliputi kurangnya pemahaman ekonomi syariah, lemahnya pengawasan, dan optimalisasi pemanfaatan teknologi. Penelitian ini merekomendasikan perlunya edukasi pelaku bisnis, penguatan regulasi, sertifikasi syariah, dan pengembangan sistem pengawasan berbasis teknologi untuk mewujudkan ekosistem bisnis digital yang sesuai nilai-nilai Islam dan mendukung pembangunan berkelanjutan.

Kata Kunci : E-commerce, Etika Bisnis Islam, Fintech Syariah, Teknologi Digital

Abstract

The development of digital technology in the Industrial Revolution 4.0 era has fundamentally transformed Indonesia's business landscape. This research aims to analyze the application of Islamic business ethics in technology-based businesses, particularly in Internet of Things (IoT), Big Data, Artificial Intelligence (AI), Blockchain, Financial Technology (Fintech), e-commerce, and digital ZISWAF management. The research method uses literature study with a descriptive qualitative approach. The results show that Islamic business ethics based on the principles of shiddiq, al-'adl, amanah, and transparency are highly relevant to be applied in digital business. The implementation of Islamic business ethics in e-commerce includes product specification compliance, ijab qabul agreement, trust, avoidance of prohibited transactions, excellent service, property protection, contract accuracy, and halal product guarantee. In digital ZISWAF management, the principles of data privacy, transparency, and accountability are key to success. Main challenges include lack of understanding of sharia economics, weak supervision, and optimization of technology utilization. This research recommends the need for business practitioner education, regulatory strengthening, sharia certification, and development of technology-based supervision systems to realize a digital business ecosystem that aligns with Islamic values and supports sustainable development.

Keywords : Digital Technology, E-commerce, Islamic Business Ethics, Sharia Fintech, ZISWAF

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi di era Revolusi Industri 4.0 telah membawa perubahan besar dalam dunia bisnis Indonesia. Transformasi dari sistem konvensional menuju digital terjadi melalui kemajuan seperti Internet of Things (IoT), Big Data, Artificial Intelligence (AI), Blockchain, dan Financial Technology (Fintech). Transformasi ini mendorong pertumbuhan ekonomi digital yang signifikan, terlihat dari nilai transaksi e-commerce yang mencapai 65 miliar USD pada tahun 2023.

Namun, di sisi lain, perkembangan ini menimbulkan tantangan etis yang serius. Sebagai negara dengan mayoritas penduduk Muslim, Indonesia dihadapkan pada kebutuhan mendesak untuk menyeimbangkan kemajuan teknologi dengan penerapan etika bisnis Islam. Etika bisnis Islam berlandaskan pada prinsip kejujuran (shiddiq), keadilan (al-'adl), amanah, transparansi, serta penghindaran dari riba, gharar, dan maysir. Tantangan seperti keamanan data, transparansi algoritma, dan perlindungan konsumen menuntut adanya framework etika Islam yang komprehensif agar praktik bisnis digital tetap sesuai dengan nilai-nilai syariah.

Penerapan etika bisnis Islam sangat diperlukan pada sektor-sektor penting seperti fintech syariah, e-commerce, dan pengelolaan dana sosial Islam (ZISWAF). Fintech syariah membutuhkan standar yang menjamin kepatuhan terhadap hukum Islam, sementara e-commerce harus menegakkan nilai kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab terhadap konsumen. Di sisi lain, pengelolaan ZISWAF digital menuntut transparansi dan akuntabilitas untuk menjaga kepercayaan publik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi literatur. Penelitian dilaksanakan pada periode September–November 2025, dengan mengumpulkan berbagai sumber literatur meliputi buku, jurnal ilmiah, artikel, dan dokumen terkait etika bisnis Islam dan teknologi digital. Analisis data dilakukan secara deskriptif untuk menjelaskan penerapan etika bisnis Islam dalam bisnis berbasis teknologi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Etika Bisnis Islam dalam Teknologi Digital

a) *Internet of Things* (IoT)

IoT memungkinkan konektivitas internet untuk pertukaran informasi antara benda-benda fisik tanpa interaksi langsung manusia. Dalam perspektif Islam, penggunaan IoT harus mempertimbangkan prinsip kemaslahatan, transparansi data, dan keamanan informasi agar tidak melanggar hak privasi individu yang merupakan bagian dari menjaga kehormatan (hifz al-'ird).¹

b) *Big Data*

Big Data adalah kumpulan data besar dan kompleks yang dihasilkan dari aktivitas digital. Etika Islam terhadap *Big Data* menekankan kejujuran dan tanggung jawab dalam pengelolaan data. Data publik tidak boleh dimanipulasi atau digunakan untuk kepentingan yang merugikan orang lain. Prinsip amanah menjadi landasan utama dalam menjaga integritas data.²

c) *Artificial Intelligence* (AI)

AI adalah teknologi yang meniru kemampuan manusia untuk berpikir dan mengambil keputusan. Dari perspektif Islam, penerapan AI harus menjunjung nilai keadilan dan kemaslahatan. AI tidak boleh digunakan untuk mendiskriminasi, menipu, atau mengambil keputusan yang melanggar prinsip moral. Islam menekankan pentingnya niat bahwa setiap inovasi harus diarahkan untuk kebaikan umat.³

d) *Blockchain*

Blockchain adalah sistem pencatatan digital yang terdesentralisasi, transparan, dan terenkripsi. Blockchain dapat memperkuat kejujuran dan keadilan dalam transaksi bisnis karena

¹ Priliastari, "Perlindungan Data Pribadi Konsumen Dalam E-Commerce," *Rechtsvinding: Jurnal Hukum*, 2023, Hlm. 112.

² Matondang, "Etika Bisnis Dalam Perlindungan Data Pribadi Konsumen Di Era Bisnis Digital," *Jupsim*, 2024, Hlm. 56.

³ Ika Yunia Fauzia, Etika Bisnis Islam Era 5.0, *Rajagrafindo*, 2021, Hlm. 74.

datanya transparan dan tidak mudah dimanipulasi. Namun, Islam menolak penggunaannya untuk transaksi yang bersifat spekulatif (gharar) atau riba.⁴

Etika Bisnis Islam dalam Fintech

Prinsip etika bisnis Islam untuk fintech meliputi:

a) Privasi Data Individu

Memastikan persetujuan pengguna untuk pengolahan data pribadi dan menyediakan mekanisme opt-out. Dalam Islam, menjaga kehormatan dan rahasia individu (hifz al-'ird) adalah bagian dari perlindungan diri dan harta. Dalam konteks Fintech, hal ini diterjemahkan menjadi perlindungan data pribadi pengguna. Persetujuan dan Keterbukaan (*Consent and Transparency*) setiap aplikasi Fintech harus memastikan bahwa proses pengumpulan data dilakukan dengan persetujuan eksplisit dari pengguna (*explicit consent*). Persetujuan ini harus didasarkan pada informasi yang jelas dan mudah dipahami mengenai jenis data yang diambil, tujuan penggunaannya, dan pihak mana saja yang akan mengakses data tersebut. Ini sejalan dengan prinsip transparansi (*transparency*) dalam Islam.⁵

Mekanisme *opt-out* dan penghapusan data pengguna harus diberikan mekanisme yang mudah *opt-out* untuk menarik kembali persetujuan mereka kapan saja. Lebih dari itu, Fintech wajib menyediakan prosedur untuk penghapusan data permanen atas permintaan pengguna *right to be forgotten*, kecuali data tersebut secara hukum wajib disimpan.

Sanksi Etis, pelanggaran privasi data, seperti penjualan data tanpa izin, dianggap sebagai pengkhianatan amanah dan penyalahgunaan kekuasaan (posisi dominan informasi) yang dilarang keras dalam etika bisnis Islam.

b) Transparansi Data Publik

Prinsip ini menekankan pada keterbukaan informasi, yang sangat vital dalam Fintech, terutama dalam hal algoritma dan penetapan harga layanan.

Keterbukaan proses pengolahan data fintech, khususnya yang menggunakan *Artificial Intelligence* (AI) dan *Big Data*, harus transparan mengenai logika dasar algoritma yang digunakan. Misalnya, bagaimana algoritma menentukan kelayakan kredit atau menetapkan suku bunga/margin. Meskipun rahasia dagang tetap dilindungi, hasil dan dampak dari algoritma tersebut harus dapat dijelaskan kepada pengguna.

Proporsionalitas penggunaan data, data yang diolah harus proporsional sesuai dengan konteks penggunaan. Data pribadi tidak boleh diolah berlebihan (*excessive data processing*) atau disimpan lebih lama dari yang dibutuhkan, sebab hal ini melanggar prinsip keadilan (al-'adl) dan pertanggungjawaban.

Pengungkapan risiko institusi Fintech wajib transparan dalam mengungkapkan semua biaya, risiko, dan potensi keuntungan/kerugian yang terkait dengan produk mereka. Ini sejalan dengan menjauhi praktik gharar (ketidakjelasan) dan jahalah (ketidaktahuan) dalam bertransaksi.⁶

c) Akuntabilitas Proses

Akuntabilitas (mas'ûliyyah / tanggung jawab) adalah turunan dari prinsip amanah (kepercayaan) dalam Islam, yang menuntut pelaku usaha menjalankan tugas dengan integritas penuh.

Tanggung jawab penuh (*Full Responsibility*), pelaku Fintech bertanggung jawab pada seluruh tahapan siklus data, mulai dari pengumpulan, pemrosesan, penyimpanan, hingga penarikan dan penghancuran data. Kegagalan sistem atau kebocoran data (termasuk *cyber attack*)

⁴ Ibid., Hlm 141-151.

⁵ Matondang, "Etika Bisnis Dalam Perlindungan Data Pribadi Konsumen Di Era Bisnis Digital: Dalam Studi Literatur", *JUPSIM*, (2024).

⁶ Tajudin, "Financial Technology (Fintech) Dalam Perspektif Islam". *e-Jurnal Sekolah Tinggi*, (2024) .

harus dianggap sebagai kelalaian dalam menjaga amanah, yang menuntut adanya ganti rugi kepada pengguna yang dirugikan.

Audit syariah dan teknologi lembaga Fintech syariah harus menjalani audit ganda, audit keuangan/operasional dan audit Syariah secara berkala. Audit Syariah ini memastikan bahwa setiap proses, termasuk penggunaan teknologi dan algoritma, telah memenuhi kriteria hukum Islam dan etika.

Resolusi sengketa yang adil, institusi harus memiliki mekanisme penyelesaian sengketa yang cepat, mudah, dan adil, sehingga hak-hak pengguna dapat dipulihkan tanpa proses yang berbelit-belit.⁷

d) Layanan Keuangan Halal :

Aspek paling fundamental dalam Fintech Syariah adalah memastikan bahwa seluruh produk dan operasionalnya bebas dari unsur terlarang (riba, gharar, dan maysir).

Bebas riba dan bunga, semua produk pendanaan, pinjaman (*Peer-to-Peer Lending*), atau investasi harus berbasis akad bagi hasil (*Mudharabah/Musarakah*), jual beli (*Murabahah*), atau sewa (*Ijarah*), dan bukan berbasis bunga (riba) yang diharamkan. Mekanisme kompensasi keterlambatan harus berupa denda yang disalurkan sebagai dana sosial (*ta'zir*), bukan menjadi pendapatan bagi platform.

Menghindari gharar berlebihan dan maysir, produk Fintech tidak boleh mengandung unsur ketidakjelasan atau spekulasi yang berlebihan (*gharar fāhisy*). Khususnya produk investasi digital, harus jelas aset dasarnya (*underlying asset*), risikonya, dan mekanisme penarikannya. Selain itu, harus tegas dilarang menggunakan platform untuk transaksi judi (*maysir*).

Aspek kebermanfaatan (*Khayriyyah*), prinsip etika bisnis Islam juga menuntut bahwa Fintech tidak hanya mencari keuntungan, tetapi juga memberikan nilai tambah dan manfaat (*kemaslahatan*) bagi masyarakat luas (*pendekatan societal well-being*). Inovasi harus diarahkan untuk meningkatkan inklusi keuangan, memberdayakan UMKM, dan memajukan sektor riil.

Implementasi Etika Bisnis Islam dalam *E-commerce*

Berdasarkan analisis, terdapat 8 prinsip utama etika bisnis Islam dalam *e-commerce* :

a) Kesesuaian Spesifikasi Produk

Barang/jasa yang diperjualbelikan harus sesuai dengan spesifikasi yang ditawarkan. Hal ini penting agar transaksi sah dan terhindar dari jual beli fasid. Pedagang yang jujur akan mendapatkan posisi mulia bersama para nabi, shiddiqin, dan syuhada.⁸

b) Kesepakatan (Ijab dan Qabul)

Transaksi online harus memenuhi rukun akad yang mencakup pelaku akad (*al-Aqidayn*), objek transaksi (*ma'qud alayh*), kesepakatan (*sighah al-aqd*), dan tujuan akad (*maudhu' al-aqd*). Meskipun barang hanya bisa dilihat melalui gambar, beberapa ulama memperbolehkan dengan syarat klausul *khayr ru'yah*.⁹

c) Kepercayaan

⁷ Priliyasi, "Perlindungan Data Pribadi Konsumen Dalam e-Commerce (Studi Kasus Dan Regulasi), *Rechtsvinding*", Jurnal Hukum, (2023).

⁸ A'Yun, "Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pada E-Commerce Populer," *Jurnal Perbankan Syariah Darussalam*, 2021, Hlm. 55.

⁹ Wulandari & Santoso, "Etika Bisnis E-Commerce Berdasarkan Maqasid Syariah," *JMM Unram*, 2017, Hlm. 42.

Bisnis online membutuhkan kepercayaan tinggi antara penjual dan pembeli. Kepercayaan dibangun melalui komitmen yang baik, kepuasan pelanggan, dan layanan yang prima. Penjual yang tidak jujur akan mendapat label "tukang maksiat" (fujjaar) dari Rasulullah SAW.¹⁰

d) Menghindari Transaksi Terlarang

Transaksi online harus menghindari larangan MA-GH-RIB M-I-N-G-G-I-T-T, yaitu:

1. Maysir : Memperoleh sesuatu tanpa usaha melalui spekulasi atau judi
2. Gharar : Ketidakjelasan transaksi atau objek
3. Riba : Tambahan tanpa imbalan yang setara
4. Mudhtar : Mempermainkan harga pada orang yang kesulitan
5. Ihtikar : Penimbunan barang untuk manipulasi harga
6. Najsy : Rekayasa permintaan palsu
7. Ghabn : Manipulasi harga yang merugikan salah satu pihak
8. Ghisy : Menyembunyikan cacat barang
9. Ikrah : Memaksa pembeli
10. Talaqqy Rukban : Memanfaatkan ketidaktahuan penjual
11. Tadlis : Menutupi cacat barang¹¹

e) Layanan Prima

Layanan yang baik merupakan kunci kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Lima dimensi service excellence meliputi:

1. *Reliability* : Kemampuan memberikan layanan yang memuaskan
2. *Responsiveness* : Layanan yang tanggap dan cepat
3. *Assurance* : Jaminan kualitas produk/jasa
4. *Empathy* : Ikatan emosional dengan pelanggan
5. *Tangibles* : Fasilitas fisik pendukung layanan¹²

f) Perlindungan Properti

Pencurian properti dagang seperti gambar produk dan desain merupakan pelanggaran etika bisnis Islam. Aktivitas ini merupakan persaingan tidak sehat yang bertentangan dengan *spirit* bisnis syariah yang menekankan kreativitas dan inovasi.

g) Ketepatan Akad

Bisnis online dengan model seperti dropship harus menggunakan akad yang tepat, misalnya samsarah (perantara), wakalah (wakil), ijarah (sewa jasa), atau ju'alah (bonus), bukan akad jual beli karena penjual tidak memiliki barang.

h) Produk Halal

Produk/jasa yang diperjualbelikan harus halal dan thayyib (baik). Sertifikasi halal menjadi hak konsumen Muslim dan tanggung jawab penjual untuk memastikan kehalalan produk.

Etika Bisnis Islam dalam Pengelolaan ZISWAF Digital

a) Perkembangan ZISWAF Digital di Indonesia

Pengelolaan ZISWAF digital telah mengalami perkembangan signifikan. BAZNAS mengembangkan platform pembayaran zakat online yang menjadi penghubung antara muzakki

¹⁰ Mustaq Ahmad, "Etika Bisnis Dalam Islam", *Pustaka Al-Kautsar*, 2018, Hlm. 91.

¹¹ Misbahul Munir & Djalaluddin, "Ekonomi Qur'ani", *Uin Malang Press*, 2006, Hlm. 103.

¹² Triwibowo & Adam, "Margin Jurnal Bisnis Islam", 2023, Hlm. 31.

dan organisasi pengelola zakat. Data menunjukkan bahwa pada tahun 2016, 75% dari Rp230 miliar zakat berhasil dikumpulkan Rumah Zakat secara online.¹³

b) Prinsip Etika dalam ZISWAF Digital

1. Privasi Data Individu : Memastikan persetujuan individu untuk pengelolaan data pribadi mereka
2. Transparansi Data Publik : Keterbukaan proses pengolahan data untuk membangun kepercayaan muzakki
3. Akuntabilitas Proses : Tanggung jawab pada seluruh proses manajemen ZISWAF mulai pengumpulan hingga distribusi¹⁴

c) Peran Etika dalam Pengelolaan ZISWAF

Etika bisnis memiliki peran krusial dalam pengelolaan ZISWAF:

1. Transparansi : Memastikan pengelolaan dana dilakukan secara terbuka dan dapat dipertanggungjawabkan
2. Keadilan : Distribusi dana secara adil tanpa diskriminasi
3. Kepatuhan Syariah : Mematuhi prinsip-prinsip syariah dalam setiap tahapan pengelolaan
4. Tanggung Jawab Sosial : Memastikan dana digunakan efektif untuk manfaat maksimal masyarakat

d) Dampak Pelanggaran Etika

Pelanggaran etika dalam pengelolaan ZISWAF dapat menimbulkan :

1. Kehilangan kepercayaan masyarakat
2. Penyalahgunaan dana
3. Kerugian bagi penerima manfaat
4. Tindakan hukum dan sanksi
5. Kerusakan reputasi dan citra lembaga

e) Tantangan dan Solusi

1. Tantangan

Kurangnya pemahaman ekonomi syariah di kalangan pelaku bisnis digital

Lemahnya pengawasan khusus terhadap praktik bisnis online

Pemanfaatan aset wakaf yang belum optimal (90% belum termanfaatkan)

Kebutuhan regulasi yang adaptif terhadap perkembangan teknologi

Keterbatasan SDM yang ahli dalam teknologi dan ekonomi syariah¹⁵

2. Solusi

- a. Edukasi : Meningkatkan literasi ekonomi syariah bagi pelaku bisnis dan konsumen
- b. Regulasi : Memperkuat regulasi perzakatan dan bisnis digital yang adaptif
- c. Sertifikasi : Mengembangkan sertifikasi syariah untuk platform digital
- d. Teknologi : Memanfaatkan *blockchain* untuk transparansi dan akuntabilitas
- e. Pengawasan : Mengembangkan sistem pengawasan berbasis teknologi
- f. Standarisasi : Menerapkan standar kompetensi khusus untuk amil dan pelaku bisnis digital

¹³ Harran, "Islamic Ethics In Zakah And Waqf Management," *International Journal Of Islamic Economics And Finance Studies*, 2019, Hlm. 91.

¹⁴ Ibid..

¹⁵ Matondang, "Etika Bisnis Dalam Perlindungan Data Pribadi Konsumen Di Era Bisnis Digital: Dalam Studi Literatur", *JUPSIM*, 2024, Hlm 62

Etika Bisnis Islam dalam Bisnis Layanan Jasa Pengumpulan ZISWAF

Pengelolaan dana ZISWAF berbasis digital, seperti yang dilakukan oleh BAZNAS dan berbagai *e-commerce*, sangat bergantung pada Etika Bisnis Islam untuk menjaga kepercayaan publik.

- a) Pentingnya Transparansi dan Akuntabilitas : Pengelolaan dana zakat dan wakaf harus dilakukan secara terbuka dan dapat dipertanggungjawabkan kepada para pemberi zakat dan masyarakat umum. Prinsip akuntabilitas wajib ditetapkan pada keseluruhan proses pengaplikasian teknologi, mulai dari pengumpulan hingga penggunaan data.
- b) Keadilan Distribusi : Etika bisnis menekankan pentingnya distribusi dana secara adil kepada mereka yang membutuhkan (mustahik) tanpa diskriminasi.
- c) Kepatuhan Syariah dan Tanggung Jawab Sosial : Pengelola harus mematuhi prinsip-prinsip syariah dalam setiap tahapan pengelolaan dana. Tanggung jawab sosial menuntut dana digunakan secara efektif dan memberikan manfaat maksimal bagi masyarakat.
- d) Dampak Pelanggaran Etika: Pelanggaran etika (seperti korupsi atau penyalahgunaan dana) dapat menyebabkan kehilangan kepercayaan masyarakat, kerugian finansial, dampak negatif bagi penerima manfaat, serta tindakan hukum dan sanksi.

Penerapan Fintech dalam pengelolaan ZISWAF telah menunjukkan hasil positif, misalnya, Rumah Zakat berhasil mengumpulkan 75% dana zakat secara online pada tahun 2016. Namun, tantangan seperti pemanfaatan aset wakaf yang belum optimal (90% aset wakaf di Indonesia belum termanfaatkan dengan baik) memerlukan tata kelola yang profesional dan beretika.¹⁶

KESIMPULAN

Berdasarkan jurnal ini bahwa penerapan etika bisnis Islam sangat penting dalam seluruh aspek bisnis berbasis teknologi digital, termasuk IoT, Big Data, *Artificial Intelligence*, *Blockchain*, Fintech, *e-commerce*, dan pengelolaan ZISWAF. Prinsip-prinsip utama seperti shiddiq, al-'adl, amanah, transparansi, privasi data, serta kepatuhan terhadap akad syariah terbukti relevan untuk menjaga keadilan, kejujuran, dan tanggung jawab moral di tengah pesatnya perkembangan teknologi. Dalam konteks *e-commerce*, nilai-nilai tersebut diwujudkan melalui kejelasan informasi produk, kejelasan akad, penghindaran transaksi terlarang, pelayanan prima, perlindungan hak digital, serta jaminan kehalalan produk yang diperdagangkan.

Selain itu, dalam pengelolaan ZISWAF digital, etika bisnis Islam berperan besar dalam membangun kepercayaan masyarakat, meningkatkan transparansi, memastikan akuntabilitas, serta menjamin distribusi dana secara adil dan tepat sasaran. Tantangan seperti rendahnya pemahaman syariah, lemahnya pengawasan, dan belum optimalnya pemanfaatan teknologi menegaskan perlunya edukasi, regulasi yang kuat, serta pengembangan sistem berbasis teknologi modern. Dengan demikian, etika bisnis Islam menjadi fondasi utama untuk menciptakan ekosistem bisnis digital yang berintegritas, kompetitif, dan sesuai dengan nilai-nilai syariah.

Melalui jurnal ini, penulis menyarankan kepada para pembaca agar selalu memperhatikan etika bisnis Islam ketika terlibat dalam kegiatan bisnis digital. Nilai-nilai seperti kejujuran, amanah, dan transparansi sangat penting untuk dipraktikkan agar bisnis dapat berjalan dengan baik dan tidak merugikan orang lain. Penulis juga mendorong pembaca untuk terus belajar tentang perkembangan teknologi dan ekonomi syariah, sehingga dapat memahami bagaimana menerapkan prinsip-prinsip Islam di era digital yang semakin maju.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan jurnal ini, terutama kepada dosen pembimbing dan teman-teman yang memberi dukungan serta masukan. Penulis juga menyadari bahwa jurnal ini masih jauh dari sempurna karena penulis masih dalam tahap belajar. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca sangat diharapkan untuk perbaikan di masa yang akan datang.

¹⁶ Haran, "Islamic Ethics In Zakah And Waqf Management," *International Journal Of Islamic Economics And Finance Studies*, 2019, Hlm 91.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Qadim. (1983). *Al-Amwal Fi Dawlatil Khilafah*. Vol 1. *Beirut: Darul Ilmi Lil Malayin*.
- Ahmad, M. (2018). *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar.
- A'Yun, et al. (2021). Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Pada E-Commerce Populer Di Indonesia. *Jurnal Perbankan Syariah Darussalam*. Vol 1. No 2.
- Elgari. (2003). Zakah, Waqf, And Islamic Banks' Corporate Social Responsibility. *Managerial Finance*. Vol 29. No 7.
- Fauzia, I. Y. (2021). Buku Etika Bisnis Islam Era 5.0. *Depok: Pt. Rajagrafindo Persada*.
- Fauzia. (2022). Islamic Economi, Accounting, And Management, Journal (Tsarwatica). *Islamic Economi, Accounting, And Management Journal (Tsarwatica)*. Vol 3. No 2.
- Hafidhuddin. (1998). Panduan Praktis Tentang Zakat, Infak Dan Shadaqoh. *Jakarta: Gema Insani*.
- Halim. (2022). Islamic Business Ethics In Technology Based. *Artikel/Jurnal Pembahasan Etika Bisnis Islam Pada Bisnis Berbasis Teknologi*.
- Harran. (2019). Islamic Ethics In Zakah And Waqf Management: A Conceptual Framework. *International Journal Of Islamic Economics And Finance Studies*. Vol 5. No 2.
- Matondang. (2024). Etika Bisnis Dalam Perlindungan Data Pribadi Konsumen Di Era Bisnis Digital, Dalam Studi Literatur. *JUPSIM*.
- Misbahul Munir Dan Djalaluddin. (2006). Ekonomi Qur'Ani Doktrin Reformasi Ekonomi Islam Dalam Al-Qur'An. *Malang: Uin Malang Press*.
- Nasrulloh. (2022). Implementasi Etika Bisnis Islam Dan Transformasi Digital Umkm Madura Dalam Mendukung Ketercapaian Sustainable Development Goals. *Jurnal Ekonomi Syariah*. Vol 4. No 1.
- Priliasari, E. (2023). *Perlindungan Data Pribadi Konsumen Dalam e-Commerce (Studi Kasus Dan Regulasi)*. *Rechtsvinding/Jurnal Hukum*.
- Tajudin. (2024). Financial Technology (Fintech) Dalam Perspektif Islam. *e-Jurnal Sekolah Tinggi*.
- Triwibowo, & Adam. (2023). Etika Bisnis Islam Dalam Praktek Bisnis Di Era Digital Ekonomi. *Margin. Jurnal Bisnis Islam Dan Perbankan Syariah*.
- Wulandari, & Santoso. (2017). Etika Bisnis E-Commerce Berdasarkan Maqashid Syariah Pada Marketplace Bukalapak.Com. *JMM Unram - Master Of Management Journal*. Vol 6. No 1.