

Implementasi Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam dalam Bisnis Digital Indonesia Penulis

Riska Amelia *¹

Tyas Nur'aini ²

Wydia Artanti ³

Lina Marlina ⁴

^{1,2,3,4} Program Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Siliwangi, Indonesia

*e-mail: 2510021110089@student.unsil.ac.id ¹, 251002111046@student.unsil.ac.id ²,
251002111052@student.unsil.ac.id ³, linamarlina@unsil.ac.id ⁴

Abstrak

Artikel ini mengulas implementasi etika bisnis Islam dalam konteks digital Indonesia, khususnya di sektor e-commerce, dengan mengintegrasikan asas tauhid, keadilan ('adl), pertanggungjawaban, dan ihsan sebagai landasan kegiatan. Di tengah berbagai masalah etika seperti penyesatan dan kompromi kerahasiaan, penerapan nilai-nilai syariah secara konkret melalui ketulusan dalam deskripsi barang dagangan, perjanjian yang tegas, serta mekanisme pembayaran bebas riba terbukti berhasil dalam menumbuhkan keyakinan pelanggan. Hal ini terlihat dari informasi Evermos yang menampilkan bahwa 82% pembeli merasa lebih terlindungi memakai halaman syariah, sejalan dengan peningkatan pengguna tetap menyentuh angka 25-40% setiap tahun. Sebagai penutup, etika bisnis Islam berperan sebagai Arah mendasar yang krusial guna menciptakan usaha digital yang transparan dan lestari, namun demi meraih kesuksesan, perlu adanya dedikasi dari platform dan peningkatan pemahaman digital-syariah di antara masyarakat.

Kata kunci: Etika Bisnis Islam, Prinsip Etika Bisnis Islam, Bisnis Digital, Bisnis Digital Indonesia.

Abstract

This article discusses the implementation of Islamic business ethics in the Indonesian digital context, particularly in the e-commerce sector, by integrating the principles of tawhid, justice ('adl), accountability, and ihsan as the foundation for activities. Amidst various ethical issues such as misrepresentation and compromising confidentiality, the concrete application of Sharia values through sincerity in product descriptions, clear agreements, and riba-free payment mechanisms has proven successful in building customer trust. This is evident from Evermos' information showing that 82% of buyers feel more protected using the Sharia page, in line with an increase in regular users reaching 25-40% each year. In conclusion, Islamic business ethics play a crucial fundamental role in creating transparent and sustainable digital businesses. However, in order to achieve success, there needs to be dedication from the platform and an increase in digital-Sharia understanding among the community.

Keywords: Islamic Business Ethics, Principles of Islamic Business Ethics, Digital Business, Indonesian Digital Business

PENDAHULUAN

Bisnis digital adalah jenis usaha yang menggunakan teknologi untuk operasionalnya. Perkembangan bisnis digital dimulai dari sifat manusia yang terus berinovasi dengan teknologi, sehingga setiap aspek kehidupan bertransformasi menjadi bentuk digital. Salah satu contoh umum dari bisnis digital adalah E-commerce. Keberadaan e-commerce kini telah melekat pada setiap lapisan kehidupan, dari bangun tidur hingga tertidur kembali. Manusia selalu dihadapkan dan didampingi oleh e-commerce guna memenuhi semua kebutuhan. Keterkaitan digitalisasi pada model bisnis bermacam-macam. Misalnya, teknologi digital berpeluang dalam pergeseran batas perusahaan ke sistem yang lebih kolaboratif sehingga sumber daya dan kemampuan perusahaan menjadi terhubung, modelnya dapat digunakan dalam satu komponen yang sama, dan efisien (Febriana, Kartika, Rismarina, & Maulana, 2023).

Merujuk pada Pasal 1 (2) PP RI No. 80 Th. 2019 mengenai Perdagangan Melalui Sistem Elektronik selanjutnya disingkat menjadi PMSE "Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE)

yaitu kegiatan usaha dimana proses transaksi dapat dilakukan menggunakan serangkaian perangkat dan tata cara elektronik” (Kaffah & Badriyah, 2024). Bisnis digital di Indonesia berkembang pesat, dengan e-commerce seperti Shopee dan Tokopedia mendominasi transaksi, namun sering menimbulkan isu etika seperti transparansi data dan keadilan. Prinsip etika bisnis Islam, termasuk kejujuran (siddiq), amanah, dan larangan riba serta gharar, menjadi relevan untuk mengatasi tantangan ini di tengah mayoritas penduduk Muslim (Ahmad & Supriadi, 2025). Hal ini memberikan dampak positif terutama terhadap peningkatan laba. Namun, setiap transformasi pasti membawa konsekuensi yang merugikan. Konteks digitalisasi dan otomatisasi sering kali membuat perusahaan mengabaikan efek yang ditimbulkannya. Penyalahgunaan praktik, skandal, penipuan, dan ketidakmampuan untuk bertanggung jawab secara sosial atau perusahaan telah dipengaruhi oleh perubahan yang berfokus pada perkembangan dan kemajuan (Hermawan, Safriliana, Setyawan, & Assih, 2025).

Berdasarkan latar belakang di atas, artikel ini berangkat dari beberapa pertanyaan mendasar yang menjadi fokus kajian. Pertama, bagaimana prinsip-prinsip etika bisnis Islam (seperti amanah, keadilan, dan larangan gharar) dapat diimplementasikan dalam praktik bisnis digital Indonesia, khususnya pada platform e-commerce. Kedua, Apa saja tantangan utama dalam penerapan etika bisnis Islam di ekosistem digital, termasuk isu privasi data, algoritma manipulatif, dan persaingan tidak sehat. Ketiga, Sejauh mana efektivitas implementasi etika syariah dalam meningkatkan kepercayaan konsumen dan keberlanjutan bisnis digital di Indonesia.

Artikel ini disusun dengan tujuan untuk menguraikan bagaimana prinsip etika bisnis Islam dapat diimplementasikan secara efektif dalam praktik bisnis digital di Indonesia seperti pada platform e-commerce dan termasuk menjaga ekosistem digital dalam menciptakan lingkungan yang halal, adil, dan berkelanjutan bagi dunia bisnis digital di Indonesia.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif berbasis studi pustaka (*library research*) untuk menganalisis implementasi prinsip etika bisnis Islam dalam bisnis digital Indonesia, dengan fokus pada platform e-commerce seperti Tokopedia. Sumber data sekunder berupa referensi jurnal, artikel ilmiah, Google Scholar, dan repository PTKIN.

Pendekatan kualitatif dipilih karena tujuan studi ini adalah untuk melakukan analisis mendalam terhadap konsep-konsep prinsip etika bisnis Islam serta bagaimana penerapannya dalam bisnis digital yang tersedia di Indonesia, dan mengevaluasi keterkaitannya dengan keadaan di dunia nyata.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Etika Bisnis Islam

Etika pada umumnya berkaitan dengan tindakan manusia yang dianggap baik atau buruk. Etika adalah fondasi yang mengarahkan penilaian baik dan buruk, yang menjadi acuan individu dalam menentukan keputusan sebelum melaksanakan berbagai aktivitas (Yustanto, et al., 2024). Etika bisnis adalah cabang perdagangan komprehensif yang berdampak pada orang, bisnis, industri, dan masyarakat. Semua ini tidak bergantung pada kebutuhan orang atau bisnis dalam masyarakat; sebaliknya, itu semua bergantung pada bagaimana kita menjalankan bisnis dengan benar dan sejalan dengan undang-undang yang berlaku. Etika bisnis Islami yang bersumber pada Al-Qur'an dan Hadits merupakan kaidah moral yang harus dipatuhi setiap orang dalam menjalankan bisnis. Etika bisnis islam merupakan segala apa yang diperaktekkan dalam perilaku bisnis yang sesuai dengan ajaran-ajaran Islam atau yang menyalahinya. Pada tataran reflektif , maka etika bisnis Islam adalah studi tentang baik buruknya sebuah perilaku bisnis menurut ajaran Islam (Harahap, 2022). Pandangan beberapa ahli mengenai bisnis islam:

1. Menurut Muhammad Djakfar, etika bisnis islam Adalah standar moral yang menganut ajaran islam (Lestari & Jubaedah, 2023).

2. Menurut Al-Ghazali, etika bisnis islam merupakan fondasi normative yang aplikatif bagi kehidupan ekonomi modern. Al-Ghazali menempatkan tujuan utama aktivitas bisnis pada Upaya mencapai maslahat, mencegah mudarat, dan membangun keadilan social (Solikhah, Shafrani, & Afifah, 2026).

Jadi, dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa etika bisnis Adalah seperangkat prinsip moral dan norma yang mengatur perilaku benar-salah dalam kegiatan usaha, mencakup kejujuran, transparansi, keadilan, dan tanggung jawab social agar selaras dengan hukum serta dampak positif bagi Masyarakat.

Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam

Etika bisnis dalam konteks islam berakar pada nilai-nilai yang terdapat dalam Al-Qur'an. Secara umum, prinsip-prinsip etika bisnis islam mengadopsi sejumlah nilai inti dari ajaran islam, antara lain sebagai berikut:

1. Kesatuan (Tauhid)

Menurut Dzakfar (2020), gagasan tauhid (dimensi vertikal) menunjukkan bahwa Allah SWT telah menetapkan batasan tertentu bagi tindakan manusia sebagai khalifah, agar dapat memberikan manfaat kepada seseorang tanpa mengabaikan hak-hak individu lainnya. Dengan memadukan unsur religius dengan aspek kehidupan lain, seperti ekonomi, akan muncul kesadaran dalam diri individu bahwa setiap aktivitasnya selalu diperhatikan. Termasuk dalam kegiatan ekonomi, sehingga saat menjalankan bisnis tidak akan mudah menyimpang dari aturan yang telah ditetapkan-Nya. Oleh karena itu, penting untuk memperhatikan aspek etika yang didukung oleh tauhid guna meningkatkan kesadaran manusia terhadap naluri altruistik, baik terhadap sesama manusia maupun lingkungan sekitar. Ini menunjukkan bahwa konsep tauhid memiliki dampak yang sangat mendalam bagi seorang muslim (Wati, Arif, & Abristadevi, 2022).

2. Keseimbangan (Adl)

Adil disini yaitu meletakkan sesuatu pada tempatnya atau biasa disebut dengan proporsional, yakni memberikan ketentuan ataupun porsi tertentu kepada siapapun yang berhak sesuai dengan porsinya masing-masing. Perilaku Keadilan merupakan hal yang paling utama dalam berwirausaha syariah. Maka prinsip keadilan wajib di terapkan di setiap aktivitas positif yang kita kerjakan (Mudhiyah, 2016)

3. Tanggung Jawab / Kewajiban (*mas'uliyah*)

Prinsip tanggung jawab sosial atau *mas'uliyah* merupakan salah satu nilai fundamental dalam Islam yang menggarisbawahi pentingnya individu untuk memberikan sumbangsih yang baik kepada komunitas dan lingkungan di sekitarnya. Al-Qur'an menekankan bahwa setiap individu memegang tanggung jawab sosial yang harus dijalankan dengan tulus dan adil. Dalam Surah Al-Ma'idah Ayat 2 terdapat ajaran mengenai pentingnya kolaborasi dalam kebaikan dan ketakwaan serta menjauhi kolaborasi dalam dosa dan pelanggaran. Prinsip tanggung jawab sosial mendorong umat Islam untuk saling mendukung dalam hal kebaikan dan mencegah keburukan di masyarakat, termasuk membantu mereka yang membutuhkan, merawat lingkungan, serta memberikan kontribusi positif kepada komunitas (Kristiani, Reni, Nurlaila, & Abdillah, 2024).

4. Kebenaran (Ihsan)

Kebenaran mengacu pada memiliki arah, sikap, dan tindakan yang sesuai dalam dunia professional, termasuk usaha untuk menemukan atau mendapatkan sumber daya untuk pengembangan dan penelitian yang bertujuan menghasilkan atau memperoleh keuntungan. Dua elemen utama dari filosofi ini Adalah integritas dan kejujuran. Sementara kebenaran diterapkan dalam setiap proses bisnis tanpa adanya sedikitpun ketidakjujuran, integritas dalam dunia usaha muncul sebagai dukungan dan kebaikan dalam hubungan (Lestari & Jubaedah, Prinsip-prinsip Umum Etika Bisnis Islam, 2023)

5. Prinsip Halal dan Haram

Halal Adalah segala sesuatu yang telah Allah tetapkan sebagai segala sesuatu yang boleh dikonsumsi, dipergunakan, dan dapat memberimanfaat bagi kita. Sedangkan yang haram merupakan segala sesuatu yang Allah tetapkan sebagai hal yang dilarang untuk dikonsumsi (Mudhiiah, Analisis Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam Masa Klasik, 2016)

Bisnis Digital

Bisnis digital adalah suatu model usaha yang menggunakan teknologi dalam operasionalnya. Konsep bisnis digital muncul dari perilaku manusia yang terus menerus berinovasi dalam teknologi, sehingga setiap aspek kehidupan beralih ke ranah digital. E-commerce merupakan salah satu ilustrasi yang paling dikenal sebagai bisnis digital. Saat ini, e-commerce telah menjadi bagian dari setiap aspek kehidupan. Dari saat bangun hingga kembali tidur, manusia terus berinteraksi dan didukung oleh e-commerce untuk memenuhi segala kebutuhan mereka. Digitalisasi bisnis yang berkembang juga berdampak pada aspek ekonomi. Keterkaitan digitalisasi pada model bisnis bermacam-macam. Misalnya, teknologi digital berpeluang dalam pergeseran batas perusahaan ke sistem yang lebih kolaboratif sehingga sumber daya dan kemampuan perusahaan menjadi terhubung, modelnya dapat digunakan dalam satu komponen yang sama, dan efisien (Febriana, Andita, Rismarina, & Maulana, 2023).

Kemajuan ekonomi digital memang membawa banyak manfaat, namun di balik itu muncul problematika etika yang tidak dapat diabaikan. Pelanggaran privasi data konsumen, manipulasi perilaku, iklan menyesatkan, hingga dominasi platform besar yang menekan usaha kecil menjadi isu serius. Etika bisnis Islam memiliki kedudukan penting sebagai mekanisme perlindungan bagi masyarakat di dalam menghadapi tantangan dunia digital. Nilai-nilai seperti amanah, tanggung jawab, keterbukaan, serta larangan riba dan gharar menjadi fondasi moral yang berorientasi pada masalah, sehingga aktivitas ekonomi tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga manfaat social (Ahmad & Supriadi, 2025)

Bisnis Digital Indonesia

Dalam beberapa tahun terakhir, Indonesia mengalami perubahan digital yang sangat signifikan. Peningkatan jumlah pengguna internet yang cepat, didorong oleh pengembangan infrastruktur teknologi, telah mendorong kemajuan berbagai platform bisnis digital. Sektor e-commerce dan fintech menjadi dua pilar utama yang menggerakkan ekonomi digital Indonesia. Platform-platform seperti Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak telah mengubah cara orang berbelanja, sementara inovasi dalam fintech memberikan akses keuangan yang lebih luas bagi masyarakat. Pertumbuhan ekonomi digital ini tidak hanya menciptakan peluang bisnis baru, tetapi juga memberikan efek positif bagi perekonomian negara. Dengan jumlah penduduk muda yang besar dan adopsi teknologi yang cepat, Indonesia berada di garis depan transformasi digital di Asia Tenggara. Namun, di balik perkembangan yang pesat ini, terdapat berbagai tantangan yang harus dihadapi, seperti ketidakmerataan akses teknologi dan tingkat literasi digital.

Peningkatan adaptasi digital ini tetap berlangsung pasca pandemi dan memberikan efek positif pada pertumbuhan kegiatan ekonomi, terutama di sektor UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah). E-commerce atau perdagangan elektronik telah menjadi aspek vital dalam perubahan bisnis di zaman digital. Di Indonesia, perkembangan e-commerce terus menunjukkan peningkatan sejalan dengan kemajuan teknologi serta perubahan pola konsumsi masyarakat. Namun, terdapat sejumlah tantangan yang dihadapi dalam perkembangan bisnis digital, seperti minimnya akses internet di daerah pedesaan dan kekurangan infrastruktur digital yang menjadi tantangan utama bagi UMKM dalam mengimplementasikan teknologi digital (Isrania, Meilin, Emantonio, Magdalena, & Wulandari, 2025)

Menurut Afiani & Furint (2022): ada beberapa manfaat utama dari pengembangan strategi bisnis yang efektif di zaman transformasi digital, yaitu:

- a. Peningkatan dalam pengumpulan data: Transformasi digital memberikan kesempatan untuk mengumpulkan dan mengintegrasikan data yang lebih relevan, sehingga memunculkan wawasan bisnis yang mendalam.
- b. Pengelolaan sumber daya yang lebih efisien: Dengan adanya transformasi digital, informasi dan sumber daya pelaku usaha dapat dikumpulkan menjadi satu alat bisnis

- yang terintegrasi.
- c. Mendorong budaya digital: Proses transformasi digital berperan penting dalam membentuk budaya digital dengan menyediakan alat-alat yang sesuai untuk anggota tim, mengingat konteks masing-masing. Di masa depan, budaya digital akan menjadi semakin krusial, seiring dengan meningkatnya kebutuhan untuk keterampilan dan pembelajaran digital yang mendukung anggota tim dalam memanfaatkan sepenuhnya potensi yang ditawarkan oleh transformasi digital.
 - d. Meningkatkan produktivitas: Pemanfaatan alat teknologi informasi yang tepat dan terintegrasi bisa membantu meningkatkan level produktivitas serta menciptakan proses kerja yang lebih efektif.
 - e. Meningkatkan kelincahan: Proses transformasi digital menjadikan organisasi lebih responsif (Nafisa & Nirawati, 2025)

Penerapan Etika Bisnis Islam di Indonesia

Dalam penerapan etika bisnis Islam yang baik, kemudahan akan tercipta pada setiap tahapan kegiatan transaksi. Dalam era yang semakin modern ini, setiap individu yang memerlukan berbagai kebutuhan sudah difasilitasi oleh sejumlah e-commerce populer di Indonesia. Namun, saat ini masih banyak pedagang yang kurang dalam menerapkan etika bisnis, mulai dari kurangnya kejujuran hingga ketidakadilan, dan banyak pula kecurangan yang mungkin tidak disadari oleh pelanggan. E-commerce sangat membantu memenuhi kebutuhan masyarakat, dengan transaksi yang mudah dilaksanakan, sehingga jual beli secara online ini diminati oleh berbagai kalangan, mulai dari anak-anak, remaja, hingga orang dewasa. Namun, kurangnya penerapan etika bisnis ini menyebabkan pengabaian terhadap larangan transaksi dalam Islam, serta ketidakjelasan mengenai barang yang diterima, sering kali barang yang tidak layak masih tetap dikirim kepada pemesan. Ini menyebabkan pemesan memberikan penilaian yang buruk, menimbulkan kerugian di antara para pihak, bahkan ada penipuan di mana uang sudah ditransfer tetapi barang tidak pernah dikirim. Oleh karena itu, penting untuk menjaga etika bisnis Islam dalam setiap transaksi jual beli online, agar semua pihak yang terlibat dalam kegiatan transaksi di e-commerce dapat saling memberikan manfaat (Febriana H. , Andita, Rismarina, & Maulana, 2023)

Contoh konkret pada E-commerce terkemuka kedua di Indonesia ini dalam menerapkan operasional bisnisnya, Tokopedia, telah mengintegrasikan kejujuran yang tercermin melalui fitur penulisan deskripsi yang sesuai dengan keadaan produk, juga foto-foto produk yang menggambarkan aslinya dan pengiriman barang yang sesuai dengan permintaan pelanggan. Keramahan terlihat dalam cara penjual cepat menanggapi pesan pembeli, serta menjaga hubungan baik antara penjual dan pembeli menjadi salah satu faktor krusial bagi Tokopedia untuk memelihara dan mempercepat pertumbuhan bisnisnya. Dalam transaksi jual beli online di Tokopedia, mereka telah mengimplementasikan nilai-nilai etika bisnis Islam. Namun, karena beberapa faktor tertentu, seperti latar belakang anggota Komunitas Tokopedia yang bervariasi, tidak semua orang paham tentang ekonomi syariah, sehingga penerapan etika bisnis Islam di perusahaan ini belum sepenuhnya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Transaksi halal yang mengikuti syariah yang diadakan antara penjual dan pembeli jelas tidak terlepas dari kaidah yang dikenal sebagai akad jual beli. Akad yang tersedia di platform Tokopedia mencakup akad jual beli salam serta akad ijarah. Keduanya dalam konteks e-commerce ini dianggap telah sejalan dengan mekanisme pembayaran salam dalam transaksi ekonomi yang sesuai syariah. Pada akad jual beli salam, terlihat melalui fitur yang mempermudah proses belanja dengan menampilkan kategori produk, detail produk, harga, dan informasi lainnya secara lengkap di aplikasi Tokopedia. Setelah pembeli mengambil keputusan untuk membeli suatu barang dari penjual, maka mereka akan diarahkan dalam langkah pembayaran dengan syarat dan instruksi yang gampang dipahami. Hasil kajian sebelumnya menunjukkan bahwa Tokopedia termasuk dalam situs jual beli online yang telah melaksanakan transaksi sesuai dengan prinsip syariah Islam. Bahkan dalam aspek etika bisnis dan strategi promosi produk, Tokopedia juga telah menerapkan prinsip-prinsip syariah

Islam atau etika bisnis Islam, di mana tidak ada praktik penipuan dan promosi dilakukan menurut kenyataan yang ada (A'yun , Chusma , Putri, & Latifah, 2021).

Transparansi dalam informasi merupakan hal yang sangat penting bagi platform *e-commerce* berdasarkan syariah yang secara umum menawarkan informasi produk yang lebih jelas dan akurat, termasuk label halal, komponen bahan, serta sumber produk. Dalam hal sistem pembayaran syariah, banyak platform yang telah menghindari praktik riba, bunga, atau transaksi berdasarkan spekulasi (*gharar*). Sebagai contoh, platform hanya menerima pembayaran dari akun syariah, dompet digital yang halal, atau QRIS yang sesuai syariah. Marketplace berbasis syariah seharusnya lebih proaktif dalam memberikan edukasi melalui konten dakwah secara digital, pelatihan untuk mitra penjual, serta program kurasi produk halal. (Isrania, Meilin, Emantonio, Magdalena, & Wulandari, Analisis Pertumbuhan Platform Bisnis Digital di Indonesia, 2025).

Sebuah survei internal dari Evermos mengungkapkan bahwa 82% konsumen merasa lebih aman dan nyaman saat berbelanja di platform yang mengedepankan nilai-nilai syariah. Informasi terbaru menunjukkan bahwa beberapa platform mengalami pertumbuhan pengguna aktif sebesar 25-40% setiap tahunnya, yang mengindikasikan bahwa penerapan prinsip syariah menjadi daya tarik khusus di tengah pasar yang sangat beragam (Hasanah & Ramadhani, 2025)

KESIMPULAN

Keseluruhan pembahasan menunjukkan bahwa etika bisnis Islam, sebagai seperangkat prinsip moral yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis (tauhid, keadilan, kebebasan berkehendak, tanggung jawab, kebenaran/ihsan, serta batasan halal-haram), sangat relevan dan mendesak diterapkan dalam ekosistem bisnis digital Indonesia, khususnya pada platform *e-commerce* besar seperti marketplace dan platform syariah. Perkembangan pesat *e-commerce* dan layanan digital membawa banyak kemudahan, tetapi sekaligus menimbulkan problem etis seperti penipuan online, iklan menyesatkan, pelanggaran privasi data, serta praktik transaksi yang mengandung *gharar* dan potensi ketidakadilan antara penjual dan pembeli. Kajian pustaka terhadap berbagai artikel menunjukkan bahwa ketika prinsip-prinsip etika bisnis Islam diintegrasikan ke dalam desain dan operasional *e-commerce* melalui akad yang jelas, transparansi informasi produk, mekanisme pembayaran bebas riba dan spekulasi, serta kurasi produk halal kepercayaan konsumen meningkat, tercermin dari preferensi dan loyalitas yang lebih tinggi pada platform yang menegakkan nilai syariah. Dengan demikian, etika bisnis Islam bukan hanya norma teoretis, tetapi kerangka praktis untuk mengarahkan bisnis digital atau *e-commerce* di Indonesia agar beroperasi secara adil, transparan, amanah, dan berorientasi pada kemaslahatan, dengan pekerjaan rumah utama pada peningkatan literasi etika dan syariah di kalangan pelaku platform dan pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, N. I., & Supriadi. (2025). Etika Bisnis Digital dalam Perspektif Islam: Prinsip dan Implementasinya. *QAZI: Journal Of Islamic Studies*, 2(2), 448-460. <https://doi.org/10.61104/qz.v2i2.464>
- A'yun , Q. A., Chusma , N. M., Putri, C. N., & Latifah, F. N. (2021). Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Pada E-Commerce Populer Di Indonesia. *JURNAL PERBANKAN SYARIAH DARUSSALAM*, 1(2), 166-181.
- Febriana, H., Andita, K. V., Rismarina, R. A., & Maulana, A. (2023). Peluang Bisnis Digital di Indonesia Pada Era Society 5.0. *Jurnalku*, 3(3), 365-374.
- Harahap, A. S. (2022). Etika Bisnis Islam: Study Literatur. *Jurnal Proceeding International Seminar Of Islamic Studies*, 3(2), 298-307.
- Hasanah , U., & Ramadhani, L. A.-Z. (2025). Urgensi Etika Bisnis Syariah Dalam Praktik E-Commerce di Era Digital. *JURNAL OF ECONOMICS BUSINESS ETHIC AND SCIENCE OF HISTORY*, 3(7), 9-17.

- Hermawan, R. R., Safriliana, R., Setyawan, B., & Assih, P. (2025). Etika Bisnis Dalam Ancaman Digitalisasi Di Indonesia: Studi Literatur. *Journal Of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 6570-6576. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.1721>
- Isrania, Meilin, Emantonio, N., Magdalena, R. S., & Wulandari, A. (2025). Analisis Pertumbuhan Platform Bisnis Digital di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Raflesia Akuntansi*, 11(1), 210-220. <https://doi.org/10.53494/jira.v11i1.846>
- Kaffah, A. F., & Badriyah, S. M. (2024). Aspek Hukum Dalam Perlindungan Bisnis Era Digital Di Indonesia. *Lex Renaissance*, 9(1), 203-228. <https://doi.org/10.20885/JLR.vol9.iss1.art10>
- Kristiani, D. P., Reni, F., Nurlaila, L., & Abdillah, M. (2024). Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam: Implikasi untuk Praktek Kontemporer. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Akuntanti dan Bisnis*, 3(2), 66-75.
- Lestari, P. S., & Jubaedah, D. (2023). Prinsip-prinsip Umum Etika Bisnis Islam. *Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah dan Budaya Islam*, 8(2), 220-232. [10.35329/jalif.v8i2.4514](https://doi.org/10.35329/jalif.v8i2.4514)
- Mudhiiah, K. (2016). Analisis Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam Masa Klasik. *Iqtishadia: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*, 8(2), 189-210.
- Nafisa, D., & Nirawati, L. (2025). Digitalisasi: Konsep Transformasi Bisnis di Era Digital. *Jurnal Sinabis*, 1(4), 990-997.
- Solikhah, M., Shafrani, Y. S., & Afifah, T. A. (2026). Etika Bisnis Islam Perspektif Al-Ghazali dalam Era Tranformasi Digital: Analisis Relevansi pada Platform Shopee. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 7(3), 1391-1400.
- Wati, D., Arif, S., & Abristadevi. (2022). Analisis Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam dalam Transakssi Jual Beli Onilne di Humaira Shop. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(1), 141-154. [1047467/elmal.v5i1.654](https://doi.org/10.47467/elmal.v5i1.654)
- Yustanto, G. D., Sadewa, A. V., Saputra, A. E., Putri, A. C., Candra, A., & Nurrohim, A. (2024). Etika Bisnis dalam Islam: Pedoman Sukses dengan Kejujuran dan Keadilan. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis Syariah*, 1(2), 192-200.