

ETIKA BISNIS SYARIAH DI TENGAH PERKEMBANGAN E-COMMERCE: KAJIAN KUALITATIF DARI LITERATUR ISLAM

Juwita Anjelina¹, Amrul Muzan²

¹Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

²Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Email: juwitaanjelina12@gmail.com ¹, amrul.muzan@uin-suska.ac.id ²

Abstrak : Penelitian ini mengeksplorasi penerapan etika bisnis syariah pada e-commerce yang berkembang pesat. Meskipun e-commerce membuat transaksi lebih mudah, hal ini menghadirkan tantangan untuk memastikan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah seperti kejujuran, keadilan, dan transparansi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif berdasarkan literatur Islam untuk mengidentifikasi teknologi seperti blockchain dan fintech syariah yang diusulkan untuk mengurangi risiko pelanggaran syariah. Penelitian ini menekankan pentingnya regulasi yang ketat, pengawasan yang efektif, dan penerapan nilai-nilai syariah dalam e-commerce untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan menciptakan ekosistem bisnis yang berkelanjutan sesuai dengan ajaran Islam.

Kata Kunci: *Etika Bisnis Syariah, E-Commerce dan Fintech syariah*

Abstract : This research explores the application of sharia business ethics in rapidly growing e-commerce. Although e-commerce makes transactions easier, it presents challenges to ensure compliance with sharia principles such as honesty, fairness and transparency. This study uses a qualitative approach based on Islamic literature to identify technologies such as blockchain and sharia fintech proposed to reduce the risk of sharia violations. This research emphasizes the importance of strict regulations, effective supervision, and the application of sharia values in e-commerce to increase consumer trust and create a sustainable business ecosystem in accordance with Islamic teachings.

Keywords : *Sharia Business Ethics, E-Commerce and Sharia Fintech*

A. Pendahuluan

Seiring dengan berkembangnya teknologi, segala tindakan saat ini ditujukan untuk memenuhi kebutuhan konsumen agar mempermudah pekerjaannya. konvergensi teknologi komputer, telekomunikasi, media dan informasi telah memfasilitasi pertumbuhan bisnis yang pesat dengan memungkinkan berbagai informasi disajikan secara canggih dan mudah diakses. Hal ini dikenal sebagai perdagangan elektronik (selanjutnya disebut e-commerce). E-commerce adalah sistem transaksi yang menggunakan jaringan komunikasi elektronik seperti Internet, dan digunakan baik di negara maju maupun berkembang, serta meningkatkan efisiensi kegiatan bisnis tanpa dibatasi oleh batas geografis dan kecepatan dapat ditingkatkan.¹

Di era globalisasi saat ini, pemasaran tidak lagi sebatas pertemuan tatap muka saja, namun sudah mencakup pemasaran melalui sistem online di internet dan biasa disebut dengan e-commerce. E-commerce dapat meningkatkan pemasaran produk dan memperluas pasar baik dalam negeri maupun internasional. E-commerce memiliki indikator Pembelian online, komunikasi dan

¹ Diniarti Novi Wulandari, Budi Santoso, and Handry Sudhiarta Athar, "Etika Bisnis E-Commerce Berdasarkan Maqashid Syariah Pada Marketplace Bukalapak.Com," *JMM UNRAM - MASTER OF MANAGEMENT JOURNAL* 6, no. 1 (2017), <https://doi.org/10.54437/irsyaduna.v2i3.723>.

layanan digital, proses pembelian online. Praktik e-commerce memungkinkan usaha kecil dan menengah untuk memperluas jangkauan pemasaran mereka, meningkatkan permintaan, dan memelihara serta memperluas hubungan dengan penjual, pelanggan, dan pemasok dengan cara yang cepat dan tepat waktu.²

Etika bisnis syariah berakar kuat pada Al-Quran dan Hadits yang menekankan pentingnya transaksi yang adil dan transparan. Dalam konteks e-commerce, berbagai praktik sesuai syariah seperti gharar (ketidakpastian), riba (bunga), dan penipuan menjadi perhatian utama. Oleh karena itu, penting untuk mempertimbangkan secara lebih rinci bagaimana etika bisnis syariah dapat diterapkan dalam lingkungan digital yang terus berkembang ini. Tujuan dari tinjauan literatur ini adalah untuk mengkaji penerapan etika bisnis Islam dalam pengembangan perdagangan elektronik dengan menggunakan pendekatan kualitatif dari sumber literatur Islam.

Perkembangan besar-besaran perdagangan elektronik di dunia modern membawa peluang dan tantangan terhadap penerapan etika bisnis syariah. Misalnya, dalam perdagangan online, potensi gharar lebih besar karena informasi produk yang tidak jelas, kondisi perdagangan yang tidak jelas, dan risiko spekulasi pada model bisnis tertentu. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana prinsip-prinsip etika bisnis Islam dapat diterapkan secara efektif dalam konteks e-commerce dengan menggunakan pendekatan kualitatif dari literatur Islam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menganalisis teks-teks Islam yang relevan seperti Al-Quran dan Hadits, serta pandangan ulama kontemporer terhadap ekonomi Islam. Dengan memahami prinsip-prinsip yang mendasarinya, diharapkan penelitian ini dapat memberikan panduan yang tepat kepada perusahaan e-commerce dalam melakukan aktivitas komersial sesuai syariah dan memberikan solusi untuk mengatasi tantangan etika yang timbul dalam transaksi digital Masu.

B. Metode Penelitian

Penelitian etika bisnis Islam dalam konteks e-commerce menggunakan pendekatan kualitatif yang berfokus pada analisis literatur. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan pemahaman mendalam tentang permasalahan kompleks dan nuansa yang terkait dengan penerapan etika bisnis dalam lingkungan digital yang berubah dengan cepat.³

Sumber informasi yang dapat digunakan dalam library research antara lain buku, jurnal akademik, laporan penelitian, tesis, disertasi, dan sumber lain yang terdapat di perpustakaan dan di internet, seperti e-book. Peneliti menggunakan katalog perpustakaan dan database online untuk mencari dan memperoleh sumber informasi. Hasil dari metode ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis terhadap pengembangan kerangka etika bisnis Islam serta solusi praktis untuk memastikan bahwa entitas e-commerce yang melakukan transaksi sejalan dengan prinsip-prinsip Islam akan dilakukan.

C. Temuan Data dan Diskusi

1. Etika Bisnis Syariah

Konsep etika didefinisikan sebagai standar perilaku yang memandu pengambilan keputusan individu. Etika adalah studi tentang tindakan benar dan salah serta keputusan moral yang dilakukan individu. Untuk perilaku standar, Anda harus mengetahui tentang keputusan etis. Etika bisnis, juga disebut etika bisnis, adalah penerapan standar moral dalam aktivitas bisnis.

² Ruslang Ruslang, Muslimin Kara, and Abdul Wahab, "Etika Bisnis E-Commerce Shopee Berdasarkan Maqashid Syariah Dalam Mewujudkan Keberlangsungan Bisnis," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 3 (2020): 665, <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1412>.

³ (Creswell 2015)

Beberapa filosof berpendapat bahwa suatu tindakan dikatakan etis jika mengikuti kehendak Tuhan. Pelaku bisnis dituntut untuk berperilaku etis dalam berbagai aktivitasnya. Artinya, perusahaan yang mereka jalankan harus mampu membina hubungan dan membangun tingkat kepercayaan dengan mereka. Kepercayaan, keadilan, dan integritas adalah faktor terpenting bagi kesuksesan bisnis di masa depan. Dunia usaha harus menerapkan prinsip-prinsip etika ketika berhadapan dengan sumber daya yang terbatas dan mencerminkan dampak penggunaan sumber daya tersebut serta dampak proses produksi yang menyebabkan pencemaran lingkungan. Pelaku usaha diharapkan memiliki standar etika yang lebih tinggi karena bersentuhan langsung dengan masyarakat dan selalu diawasi aktivitasnya.⁴

Bisnis yang beretika adalah bisnis atau usaha yang benar-benar berkomitmen untuk menaati kontrak sosial yang ada. Perjanjian kemitraan merupakan sebuah janji yang harus ditepati. Pelaku usaha harus melakukan persaingan yang sehat dan wajar agar kekuatan ekonomi tidak terpusat pada satu entitas ekonomi.⁵

2. E-Commerce

Electronic Commerce (E-Commerce) adalah proses pembelian, penjualan atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan komputer. E-Commerce merupakan bagian dari bisnis elektronik yang cakupannya lebih luas, karena tidak terbatas pada perdagangan saja, tetapi juga mencakup kerja sama dengan mitra bisnis, layanan pelanggan, penawaran kerja, dan lain sebagainya. Selain teknologi jaringan, perdagangan elektronik juga memerlukan teknologi basis data, e-mail, dan bentuk teknologi nonkomputer lainnya seperti sistem pengiriman barang dan alat pembayaran uang elektronik.

Electronic Commerce juga bisa menjadi suatu contoh dari kemajuan teknologi informasi dimana transaksi bisnis tidak lagi dilakukan secara konvensional, sistem yang mengharuskan pembeli berinteraksi langsung dengan penjual atau menggunakan uang tunai. Sebaliknya Electronic Commerce dimana penjual diwakili oleh sistem yang melayani pembeli online melalui jaringan komputer. Selama transaksi, pembeli menemukan sistem yang berkomunikasi atas nama penjual. Oleh karena itu, e-commerce memerlukan infrastruktur yang dapat menjamin keamanan transaksi.⁶

3. Etika Bisnis Syariah dalam Konteks E-Commerce

Seiring dengan perkembangan saat ini, etika juga mempunyai pengaruh yang besar terhadap kehidupan manusia. Etika memberikan pedoman tentang bagaimana manusia hidup dan melakukan aktivitas sehari-hari. Dengan kata lain, etika membantu manusia mempunyai sikap dan perilaku yang benar dalam hidup. Etika membantu kita mengambil keputusan dan mengambil tindakan, merupakan sesuatu yang perlu kita ketahui, dan juga dapat diterapkan pada semua aspek kehidupan. Artinya etika erat kaitannya dengan perbuatan baik dan kebiasaan manusia yang diturunkan dari generasi ke generasi.⁷

Etika bisnis syariah adalah seperangkat nilai dan prinsip yang mengatur kegiatan perekonomian berdasarkan ajaran Islam. Etika ini menuntut para pebisnis untuk bertindak jujur, adil, dan bertanggung jawab, serta menghindari unsur-unsur terlarang seperti riba (bunga), gharar (ketidakpastian), dan maysir (spekulasi). Dalam Islam, aktivitas ekonomi harus mencerminkan kesejahteraan semua pihak yang terlibat dan menjaga keseimbangan sosial. Ada beberapa Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam dalam menjalankan bisnis :

⁴ Moch. Endang Djunaeni, "ETIKA BISNIS SYARIAH," *Al-Awwal: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah* 7, no. 1 (2015): 1–21, http://scioteca.ca.fcom/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI.

⁵ Sarno Wuragil, "ETIKA DALAM BISNIS SYARIAH," *Syariat* 3 (2017): 1.

⁶ Ruslang, Kara, and Wahab, "Etika Bisnis E-Commerce Shopee Berdasarkan Maqashid Syariah Dalam Mewujudkan Keberlangsungan Bisnis."

⁷ Depita Sari, Dhita Anastasia, and Adinda Ferdiani, "BUSINESS ETHICS IN E-COMMERCE ETIKA BISNIS DALAM E-COMMERCE," *Research In Accounting Journal* 1, no. 3 (2021): 508–13.

1. Tauhid (Persatuan) Konsep Tauhid (dimensi vertikal) adalah bahwa Allah SWT sebagai Khalifah memberikan kemaslahatan kepada seseorang tanpa mengorbankan hak-hak orang lain atau hubungan horizontal dengan orang lain bahwa manusia juga bisa melakukan hal yang sama. Seluruh kehidupan dan alam bekerja menuju tujuan akhir yang sama.
2. Keseimbangan Karena perilaku adil dekat dengan ketakwaan, maka ketidakjujuran dilarang dalam bisnis Islam, meskipun hanya menimbulkan keraguan. Situasi ini dapat mengganggu mekanisme pasar atau memberikan informasi penting tentang transaksi yang tidak diketahui oleh salah satu pihak. Islam mengajarkan umatnya untuk bersikap adil dan selalu berbuat baik.
3. Kehendak Bebas Kebebasan memang penting dalam etika bisnis Islam, namun kebebasan tersebut tidak boleh merugikan atau merugikan kepentingan umum atau orang lain. Islam memperbolehkan orang beriman untuk berinovasi dalam muamarras, khususnya dalam kegiatan bisnis, namun tidak memperbolehkan mereka melakukan hal-hal yang dilarang dalam usulan tersebut.
4. Tanggung Jawab Mengikuti prinsip tanggung jawab pribadi berarti setiap orang akan diadili secara pribadi pada hari kiamat. Seseorang dapat terbebas dari perbuatan buruk hanya jika dia memohon ampun kepada Allah dan melakukan perbuatan baik.
5. Ikhsan Ikhsan artinya mengerjakan amal shaleh yang bermanfaat bagi orang lain tanpa ada kewajiban khusus, atau beribadah dan beramal shaleh seolah-olah melihat Allah. Jika tidak, yakinlah bahwa Allah memperhatikan Anda.⁸

Etika bisnis Islam banyak dibahas dalam berbagai publikasi, dengan sumber utama adalah Al-Quran dan Sunnah Nabi. Terlebih lagi, sebagai ajaran hidup yang komprehensif, Islam memberikan pedoman bagi seluruh aktivitas manusia, termasuk bidang etika dan ekonomi. Oleh karena itu, para pebisnis dituntut untuk berperilaku etis dalam berbagai aktivitasnya. Dengan kata lain, etika bisnis Islam adalah seperangkat perilaku bisnis yang etis (Akhlak al-Islamiyah) berdasarkan nilai-nilai Syariah yang mengutamakan Halal dan Haram. Perilaku etis adalah perilaku yang mentaati perintah Allah dan menjauhi larangan Allah.

Perdagangan Online atau e-commerce mengacu pada transaksi komersial yang dilakukan melalui Internet. Traver & Laudon (2012) menjelaskan bahwa perdagangan elektronik mencakup berbagai aktivitas komersial seperti penjualan produk, layanan, dan informasi melalui jaringan komputer. Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan Internet telah mengubah cara konsumen dan bisnis berinteraksi, menjadikan e-commerce sebagai salah satu industri dengan pertumbuhan tercepat di dunia. Menurut laporan Statista (2021), nilai transaksi e-commerce global diperkirakan mencapai triliunan dolar, mencerminkan peningkatan signifikan dalam adopsi teknologi digital oleh konsumen dan bisnis.⁹

Pada dasarnya kegiatan bisnis e-commerce bukanlah hal baru. E-commerce adalah proses pembelian dan penjualan produk, layanan, dan informasi secara elektronik melalui jaringan komputer seperti Internet. Kegiatan ini menimbulkan banyak permasalahan, antara lain: Kontrak dalam transaksi komersial, perlindungan konsumen, tindakan penipuan yang dilakukan penjual seperti transaksi fiktif, kondisi

⁸ Nine Haryanti and Trisna Wijaya, "Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Pd Pasar Tradisional Pancasila Tasikmalaya," *Jurnal Ekonomi Syariah* 4, no. 2 (2019): 122–29, <https://doi.org/10.37058/jes.v4i2.1156>.

⁹ Qonita Hidayati and Khairi Rifqil, "ETIKA BISNIS ISLAMI DALAM E-COMMERCE: MENGINTEGRASIKAN TEKNOLOGI DAN NILAI-NILAI SYARIAH," *Journal of Economic, Management, Business, Accounting Sustainability (JOEMBAS)* 1, no. 2 (2024): 29–35, <https://doi.org/10.20885/millah.volix.iss1.art2>.

produk yang dibeli, dll. Namun hal tersebut tidak akan terjadi selama semua pihak yang terlibat memahami pentingnya etika bisnis dalam menjalankan bisnis e-commerce.¹⁰

Dalam transaksi online ini biasanya pesanan diantar melalui kurir, namun karena banyaknya pesanan yang dikirimkan, mungkin saja terjadi perbedaan antara produk yang dipesan dengan produk yang dikirimkan penjual kepada pembeli. Cacat yang mungkin terjadi antara lain kualitas bahan, warna dan kualitas tidak sesuai dengan deskripsi foto di toko online. Sedangkan penjual mengirimkan produk kadaluwarsa atau palsu. Dalam dunia bisnis, tidak ada seorang pun yang berharap diperlakukan tidak jujur oleh tetangganya. Jika didasari nilai moral yang tinggi maka kinerja operasinya tidak akan terjadi. Pembeli atau konsumen memerlukan kejujuran dalam memberikan informasi.¹¹

Dalam konteks e-commerce, penerapan etika ini menjadi semakin penting karena lingkungan digital membawa tantangan baru seperti: Hal ini mencakup kurangnya interaksi fisik antara penjual dan pembeli, risiko gharar (ketidakpastian), dan kemungkinan melanggar prinsip syariah lainnya seperti riba (bunga).

4. Landasan Hukum Etika Syariah dalam Transaksi E-Commerce

a) Al-Qur'an

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”

Menurut cerita Ibnu Jalil, ayat ini diturunkan pada saat masyarakat Muslim Arab banyak mengkonsumsi harta kekayaan tetangganya dengan cara yang tidak halal, hal ini dikarenakan mereka mencari keuntungan melalui berbagai cara dan melakukan berbagai kegiatan penipuan. Sepertinya mereka berdiri sesuai dengan hukum Syariah. Misalnya saja seperti yang diriwayatkan oleh Ibnu Abbas, kisah Ibnu Jalil menceritakan tentang seorang laki-laki yang membeli baju dari temannya dengan syarat jika ia tidak menyukainya maka ia dapat mengembalikannya dengan harga satu dirham lebih dari harga belinya. Inilah beberapa dasar etika bisnis syariah yang diterapkan pada e-commerce.

b) Hadist

التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّينَ وَالصِّدِّيقِينَ وَالشُّهَدَاءِ

“Pedagang yang jujur dan amanah akan bersama para nabi, orang-orang yang benar, dan orang-orang yang mati syahid.” (HR. Tirmidzi, no. 1209).

Perawi: Abu Sa'id Al Khudri Ulama hadits: Abu Isa At Tirmidzi Nama kitab: Sunan At Tirmidzi Nomor: **1209** Derajat hadits: Hadits hasan, aku tidak mengetahui selain lafadz ini

Hadist diatas menjelaskan tentang pedagang yang bertindak jujur mendapat kedudukan terhormat. Dalam konteks e-commerce, kejujuran dan keterbukaan dalam mendeskripsikan produk sangatlah penting. Hadits ini menekankan pentingnya kejujuran dalam bertransaksi. Di era e-commerce, perlu adanya penyampaian informasi mengenai produk secara jujur,

¹⁰ Havis Aravik, Luis Marnisah, and Achmad Irwan Irwan Hamzani, “Islamic Business Ethics As A Practical Solutions In The Scope Of E-Commerce Business,” *Al-Masbarif: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keislaman* 9, no. 1 (2021): 120–37, <https://doi.org/10.24952/masbarif.v9i1.3965>.

¹¹ Neli Purwanti and Ajeng Pujawati, “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi E-Commerce,” *Jurnal Ilmu Agama* 3, no. 1 (2021): 62–77.

seperti: Deskripsi produk, kualitas, kondisi aktual, dan lain-lain adalah beberapa etika bisnis yang sangat penting untuk mencapai kekayaan.

Dari Abu Hurairah, Nabi *shallallahu 'alaibi wa sallam* bersabda,

أَدِّ الْأَمَانَةَ إِلَىٰ مَنِ اتَّيَمَّنَكَ وَلَا تَخُنْ مَنْ خَانَكَ

“Tunaikanlah amanat pada orang yang memberikan amanat padamu dan janganlah mengkhianati orang yang mengkhianatimu” (HR. Abu Daud no. 3535, Tirmidzi no. 1264 dan Ahmad 3: 414, *shahih*).

Hadits ini menjelaskan tentang pentingnya amanah dalam menjalankan berdagang atau berbisnis. Dalam e-commerce, amanah ini dapat di terapkan atau diimplementasikan melalui pengiriman barang yang sesuai dengan pesanan, menjaga kualitas barang, serta memberikan layanan yang terbaik kepada konsumen.

نَهَى رَسُولُ اللَّهِ -صلى الله عليه وسلم- عَنِ بَيْعِ الْحَصَاةِ وَعَنْ بَيْعِ الْعَزْرِ

“Rasulullah *shallallahu 'alaibi wa sallam* melarang dari jual beli *hashob* (hasil lemparan kerikil, itulah yang dibeli) dan melarang dari jual beli *ghoror* (mengandung unsure ketidakjelasan)” (HR. Muslim no. 1513).

Al Jarjani berkata bahwa *ghoror* adalah sesuatu yang mengandung unsur ketidakjelasan, dari sisi ada atau tidaknya.

Imam Nawawi rahimahullah menjelaskan : “Adapun larangan jual beli dengan rasa takut, ini termasuk salah satu pokok bahasan dalam Kitab Jual Beli, oleh karena itu Imam Muslim memerintahkan hal ini. ” Termasuk pertanyaan pembuka pembahasan jual beli. Masalah horor mencakup banyak topik. Diantaranya jual beli budak yang tidak ada atau tidak dikenal, jual beli barang yang tidak dapat diwariskan, jual beli barang yang belum dimiliki penjual, jual beli ikan di kolam yang tergenang, jual beli, dan lain-lain. Jual beli susu di payudara wanita, janin di dalam perutnya, jual beli makanan sesuap yang tidak diketahui beratnya, jual beli tumpukan pakaian yang tidak jelas, jual beli kambing di kawanan kambing dll. Semua pembelian dan penjualan tersebut tidak sah karena mengandung rasa takut (ketidakpastian) yang tidak perlu. ”

5. Implementasi Etika Syariah dalam Transaksi E-Commerce

E-commerce sangat membantu dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Jual beli online sangat digemari di kalangan anak-anak, remaja, bahkan orang dewasa karena transaksinya mudah dilakukan. Namun larangan transaksi bisnis ini tidak sah dalam Islam karena etika bisnis masih kurang ditegakkan. Jika barang tidak jelas, pelanggan mungkin akan kecewa meskipun barang yang dikirim sesuai pesanan. Review yang buruk menyebabkan kerugian bersama dan bahkan berujung pada penipuan finansial. Barang yang ditransfer tidak akan dikirim. Oleh karena itu, selalu jaga etika bisnis Islam dalam setiap transaksi jual beli online agar e-commerce saling menguntungkan semua pihak yang melakukan aktivitas perdagangan. Dengan pesatnya pertumbuhan teknologi dan platform digital, penerapan etika syariah dalam e-commerce menjadi semakin penting. E-commerce, termasuk segala bentuk transaksi barang dan jasa secara online, harus mematuhi prinsip etika Syariah agar sejalan dengan nilai-nilai Islam.

Menurut Ustadz Mustafa Omar (Amiruddin, 2016), Islam menganjurkan lima langkah berikut untuk menjamin efektivitas e-commerce :

1. Penjual dan pembeli berdiskusi tentang barang yang ditukar, harga sesuai prinsip Islam, dan potongan harga (Ijab Kabul).
2. Verifikasi keabsahan: Setelah seluruh rukun atau syarat-syarat akad terpenuhi, perlu dilakukan verifikasi bahwa transaksi tersebut tidak mengandung unsur-unsur jual beli yang dilarang, seperti: B.Maysir, Galar, Riba.
3. Implementasi (Nafath): Pada fase ini pembeli memulai proses pemesanan dan mulai membayar produk yang dipilih.

4. Panggilan (Ilzam): Pada titik ini kedua belah pihak harus sepakat untuk mencapai kesepakatan. Tidak boleh ada pembatalan sepihak dan alasannya harus jelas dan transparan agar tidak menyesatkan atau menyesatkan. Menyebabkan tanda-tanda penipuan.
5. Transaksi penyerahan, jual beli barang : Setelah melewati serangkaian tahapan kontrak, Penjual wajib mengirimkan barang pesanan Pembeli sesuai keinginan Pembeli dan sampai pada alamat yang ditentukan dalam pesanan.¹²

Dalam menerapkan etika syariah dalam e-commerce, pelaku ekonomi sebagai pedagang juga harus menerapkan prinsip etika bisnis Islam yaitu Tauhid, Keadilan, Kehendak Bebas, Tanggung Jawab, dan Kebajikan/Kejujuran. Kelima prinsip ini sangat penting dan harus dihormati oleh para pelaku ekonomi.¹³

6. Analisis Temuan dan Implikasi bagi Pengembangan E-Commerce Syariah

Kajian Temuan dan Analisis Novelty : Berdasarkan analisis sebelumnya, subjudul ini menyoroti temuan baru terkait perkembangan e-commerce Islam. Analisis aspek kebaruan dapat fokus pada penggunaan teknologi blockchain untuk memastikan transparansi transaksi yang sesuai dengan syariah, pengembangan aplikasi fintech yang sesuai dengan syariah, dan mekanisme pemantauan syariah berbasis AI.

Salah satu contoh Perkembangan E-commerce Syariah seperti Toko online syariah berbasis di Indonesia "kain kafan: kafani" menerapkan prinsip Islami dalam segala aspek bisnisnya. Toko tersebut menampilkan sertifikat Halal pada produk yang dijualnya, melakukan siaran langsung untuk promosi produk, melakukan kontrol kualitas produk sebelum dijual, dan menggunakan sistem manajemen yang efisien untuk mengurangi biaya operasional. Hasilnya, Kafani mendapatkan kepercayaan konsumen dan dengan cepat menjadi viral di aplikasi Tiktok setelah membangun reputasi yang kuat di kalangan komunitas Muslim Indonesia.

D. Kesimpulan

Penelitian ini membahas penerapan etika bisnis syariah pada perdagangan elektronik. Meskipun e-commerce memfasilitasi transaksi digital, e-commerce juga menghadapi tantangan terkait dengan menjaga prinsip-prinsip Syariah seperti kejujuran, keadilan, dan transparansi. Studi ini mengidentifikasi isu-isu utama terkait e-commerce, termasuk gharar (ketidakpastian), riba (bunga), dan penipuan. Sebagai solusinya, penulis menyarankan penggunaan teknologi seperti blockchain dan fintech syariah untuk memastikan kepatuhan terhadap prinsip syariah dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Studi ini menyoroti pentingnya peraturan yang ketat, pemantauan berbasis AI, dan pelatihan bagi perusahaan e-commerce untuk mempraktikkan etika Syariah, seperti transparansi dan kejujuran dalam bertransaksi. Pentingnya penelitian ini adalah untuk memberikan pedoman praktis bagi operator e-commerce untuk mendorong pengembangan ekosistem e-commerce berdasarkan nilai-nilai Islam, membangun kepercayaan konsumen, dan menjalankan bisnis syariah.

E. Daftar Pustaka

Aravik, Havis, Luis Marnisah, and Achmad Irwan Irwan Hamzani. "Islamic Business Ethics As A Practical Solutions In The Scope Of E-Commerce Business." *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keislaman* 9, no. 1 (2021): 120–37. <https://doi.org/10.24952/masharif.v9i1.3965>.

Djunaeni, Moch. Endang. "ETIKA BISNIS SYARIAH." *Al-Ammal: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan*

¹² Nabila A'yun et al., "Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Pada E-Commerce Populer Di Indonesia."

¹³ Purwanti and Pujawati, "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi E-Commerce."

- Syari'ah* 7, no. 1 (2015): 1–21.
http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI.
- Haryanti, Nine, and Trisna Wijaya. “Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Pd Pasar Tradisional Pancasila Tasikmalaya.” *Jurnal Ekonomi Syariah* 4, no. 2 (2019): 122–29. <https://doi.org/10.37058/jes.v4i2.1156>.
- Hidayati, Qonita, and Khairi Rifqil. “ETIKA BISNIS ISLAMI DALAM E-COMMERCE: MENGINTEGRASIKAN TEKNOLOGI DAN NILAI-NILAI SYARIAH.” *Journal of Economic, Management, Business, Accounting Sustainability (JOEMBAS)* 1, no. 2 (2024): 29–35. <https://doi.org/10.20885/millah.volix.iss1.art2>.
- John W. Creswell. “30 Essential Skills for the Qualitative Researcher.” In *30 Essential Skills for the Qualitative Researcher*, 2015.
- Nabila A'yun, Qanitah An, Nafisah Maulidia Chusma, Cindy Nurul Aulia Putri, and Fitri Nur Latifah. “Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Pada E-Commerce Populer Di Indonesia.” *JPSDa: Jurnal Perbankan Syariah Darussalam* 1, no. 2 (2021): 166–81. <https://doi.org/10.30739/jpsda.v1i2.998>.
- Purwanti, Neli, and Ajeng Pujawati. “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi E-Commerce.” *Jurnal Ilmu Agama* 3, no. 1 (2021): 62–77.
- Ruslang, Ruslang, Muslimin Kara, and Abdul Wahab. “Etika Bisnis E-Commerce Shopee Berdasarkan Maqashid Syariah Dalam Mewujudkan Keberlangsungan Bisnis.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 3 (2020): 665. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1412>.
- Sari, Depita, Dhita Anastasia, and Adinda Ferdiani. “BUSINESS ETHICS IN E-COMMERCE ETIKA BISNIS DALAM E-COMMERCE.” *Research In Accounting Journal* 1, no. 3 (2021): 508–13.
- Triwibowo, Ananto, and Muhammad Afani Adam. “Etika Bisnis Islam Dalam Praktek Bisnis Di Era Digital Ekonomi” 2 (2023).
- Wulandari, Diniarti Novi, Budi Santoso, and Handry Sudhiarta Athar. “Etika Bisnis E-Commerce Berdasarkan Maqashid Syariah Pada Marketplace Bukalapak.Com.” *JMM UNRAM - MASTER OF MANAGEMENT JOURNAL* 6, no. 1 (2017). <https://doi.org/10.54437/irsyaduna.v2i3.723>.
- Wuragil, Sarno. “ETIKA DALAM BISNIS SYARIAH.” *Syariati* 3 (2017): 1.