

TRANSPARANSI JUAL BELI ONLINE: PERSPEKTIF ETIKA ISLAM DALAM PRAKTIK E-COMMERCE

Is Susanto

UIN Raden Intan Lampung
issusanto@radenintan.ac.id

Meki Johendra

UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu
meki.johendra@mail.uinfabengkulu.ac.id

Abstract: This research aims to analyze the practice of transparency and honesty in online buying and selling from an Islamic ethical perspective, especially in the context of e-commerce. In the midst of the rapid development of digital platforms, online buying and selling transactions have become an integral part of global economic life, but are often marred by problems of non-transparency and dishonesty, such as fraud, unclear information, and the quality of goods that do not match the description. Through a qualitative approach and literature study, this research explores the principles of Islamic ethics that can be applied in e-commerce practices, such as honesty (shidq), trustworthiness and openness (transparency). The research results show that Islam places great emphasis on the importance of these two values in business transactions, by providing guidelines for maintaining integrity between sellers and buyers, as well as demanding responsibility in providing clear and correct information. The implication of this research is the importance of integrating Islamic ethical values in regulations and policies governing e-commerce platforms, in order to create a digital ecosystem that is more honest, transparent and fair for all parties. This research also encourages business people to apply Islamic ethical principles in online buying and selling practices, so that they can build trust and create fairer and better quality transactions.

Keywords: Transparency, Islamic Ethics, E-commerce.

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik transparansi dan kejujuran dalam jual beli online dari perspektif etika Islam, khususnya dalam konteks e-commerce. Di tengah pesatnya perkembangan platform digital, transaksi jual beli online menjadi bagian integral dalam kehidupan ekonomi global, namun sering kali diwarnai oleh masalah ketidaktransparanan dan ketidakjujuran, seperti penipuan, informasi yang tidak jelas, serta kualitas barang yang tidak sesuai dengan deskripsi. Melalui pendekatan kualitatif dan studi literatur, penelitian ini menggali prinsip-prinsip etika Islam yang dapat diterapkan dalam praktik e-commerce, seperti kejujuran (shidq), amanah (trustworthiness), dan keterbukaan (transparency). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Islam sangat menekankan pentingnya kedua nilai ini dalam transaksi bisnis, dengan memberikan pedoman untuk menjaga integritas antara penjual dan pembeli, serta menuntut tanggung jawab dalam memberikan informasi yang jelas dan benar. Implikasi dari penelitian ini adalah pentingnya pengintegrasian nilai-nilai etika Islam dalam regulasi dan kebijakan yang mengatur platform e-commerce, guna menciptakan ekosistem digital yang lebih jujur, transparan, dan berkeadilan bagi semua pihak. Penelitian ini juga mendorong para pelaku bisnis untuk menerapkan prinsip-prinsip etika Islam dalam praktik jual beli online, sehingga dapat membangun kepercayaan dan menciptakan transaksi yang lebih adil dan berkualitas.

Kata Kunci: Transparansi, Etika Islam, E-commerce

Pendahuluan

Perdagangan elektronik (e-commerce) telah berkembang pesat dalam beberapa dekade terakhir, menjadi salah satu sektor yang paling dominan dalam perekonomian global. Transaksi jual beli online menawarkan kemudahan dan efisiensi bagi konsumen, sekaligus membuka peluang besar bagi pelaku usaha untuk memperluas jangkauan pasar. Namun, meskipun e-commerce menawarkan kenyamanan, tantangan yang dihadapi dalam praktik jual beli online, terutama terkait dengan transparansi, tidak dapat diabaikan. Banyak kasus menunjukkan adanya ketidakjelasan informasi mengenai produk, harga yang tidak sesuai, atau masalah dalam proses pengembalian barang, yang dapat merugikan konsumen.¹

Transparansi dalam transaksi e-commerce sangat penting untuk menciptakan kepercayaan antara penjual dan pembeli. Tanpa transparansi yang memadai, transaksi jual beli online berisiko menimbulkan ketidakpuasan pelanggan, kecurangan, bahkan penyalahgunaan yang merugikan kedua belah pihak. Oleh karena itu, penciptaan ekosistem perdagangan yang adil dan transparan menjadi kunci dalam memastikan keberlanjutan dan integritas sektor ini.

Dari perspektif etika, prinsip transparansi dalam e-commerce dapat dikaji lebih dalam melalui lensa ajaran Islam. Islam mengajarkan prinsip-prinsip yang menekankan pentingnya kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab dalam setiap bentuk transaksi ekonomi. Dalam konteks jual beli, transparansi yang meliputi kejelasan informasi mengenai barang atau jasa yang dijual, harga yang transparan, serta kesepakatan yang jelas antara kedua pihak adalah bagian integral dari ajaran Islam. Selain itu, Islam mengajarkan agar penjual tidak hanya mengejar keuntungan semata, tetapi juga menjaga amanah dan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen.²

Melalui artikel ini, akan dibahas bagaimana prinsip-prinsip etika Islam dapat diterapkan untuk meningkatkan transparansi dalam praktik jual beli online. Kajian ini bertujuan untuk menggali nilai-nilai etika yang terkandung dalam ajaran Islam yang relevan dengan praktik e-commerce saat ini. Dengan demikian, diharapkan para pelaku usaha dapat memahami pentingnya transparansi dalam menciptakan transaksi yang adil, jujur, dan menguntungkan semua pihak, serta menjaga integritas pasar digital yang semakin berkembang.

Artikel ini akan mengkaji beberapa aspek penting terkait dengan transparansi dalam e-commerce, seperti kejelasan informasi produk, harga yang jujur, dan proses pengembalian

¹ 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): 665-674.

² Rozi, A. Fahrur, and Mochamad Aldianza. "E-COMMERCE DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH DAN PERANNYA UNTUK MENINGKATKAN PENGHASILAN MASYARAKAT." *Indonesian Journal of Economy and Education Economy* 2, no. 2 (2024): 264-273.

barang, serta bagaimana prinsip-prinsip Islam dapat menjadi panduan dalam menerapkan praktik jual beli yang etis di dunia maya.

Metode

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan menggunakan analisis deskriptif. Pendekatan ini bertujuan untuk menggali lebih dalam tentang transparansi dalam jual beli online dari perspektif etika Islam, serta bagaimana praktik e-commerce yang ada saat ini dapat diukur dan dievaluasi berdasarkan prinsip-prinsip etika Islam. Penelitian ini bersifat kajian literatur dan analisis konten.³ Penelitian ini berfokus pada: Kajian terhadap prinsip-prinsip etika Islam terkait perdagangan dan jual beli (seperti prinsip kejujuran, keadilan, dan transparansi). Analisis terhadap praktik e-commerce yang ada, baik di Indonesia maupun global, untuk melihat sejauh mana transparansi diterapkan dan sejauh mana hal ini sejalan dengan ajaran Islam.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah literatur ilmiah (buku, artikel jurnal, tesis/disertasi, artikel ilmiah) mengenai etika Islam dalam perdagangan, prinsip-prinsip e-commerce, dan transparansi dalam transaksi online. Peraturan dan pedoman terkait e-commerce di Indonesia dan negara-negara dengan regulasi yang relevan dalam praktik e-commerce yang etis. Studi kasus dari platform e-commerce yang ada, seperti Tokopedia, Bukalapak, Shopee, dan lainnya, untuk melihat penerapan prinsip transparansi dalam praktik jual beli online. Teknik pengumpulan data studi pustaka mengumpulkan berbagai referensi dari literatur yang berkaitan dengan etika Islam dalam perdagangan, prinsip-prinsip transparansi, dan analisis terhadap praktik e-commerce.⁴

Analisis dokumen: Menganalisis dokumen peraturan dan pedoman terkait e-commerce yang berlaku di Indonesia atau negara lain. Observasi konten: Mengobservasi situs-situs e-commerce untuk menilai sejauh mana transparansi dalam transaksi, harga, dan informasi produk diungkapkan kepada konsumen. Penelitian ini akan menggunakan kerangka teori yang menggabungkan prinsip-prinsip etika Islam dengan teori-teori e-commerce dan transparansi dalam bisnis. Setelah data terkumpul, data akan dianalisis dengan cara analisis tematik: Mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul dalam literatur terkait etika Islam dan transparansi dalam e-commerce.⁵

³ Kusumastuti, Adhi, and Ahmad Mustamil Khoiron. *Metode penelitian kualitatif*. Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo (LPSP), 2019, h. 41

⁴ Cooper, Donald R., and Pamela S. Schindler. "Metode penelitian bisnis." (2017), h. 58

⁵ Rangkuti, Ahmad Nizar. "Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, PTK, dan penelitian pengembangan." (2016), h. 60

Penelitian ini akan menghasilkan kesimpulan yang menggambarkan sejauh mana transparansi dalam jual beli online sudah diterapkan sesuai dengan prinsip-prinsip etika Islam. Selain itu, penelitian ini juga akan memberikan rekomendasi tentang langkah-langkah yang dapat diambil oleh pelaku e-commerce dan pembuat kebijakan untuk meningkatkan transparansi dalam transaksi online, sehingga dapat menciptakan sistem perdagangan yang lebih adil dan sesuai dengan ajaran Islam. Dengan metode ini, diharapkan artikel ini dapat memberikan kontribusi dalam mengembangkan praktik e-commerce yang lebih transparan dan etis, serta memberikan wawasan tentang bagaimana etika Islam dapat diintegrasikan dalam dunia digital.

Pembahasan

Etika Islam dalam Jual Beli

Islam memberikan pedoman yang sangat jelas mengenai prinsip-prinsip etika dalam jual beli. Al-Qur'an dan Hadis menekankan pentingnya kejujuran, keadilan, dan saling menghormati dalam setiap transaksi. Beberapa prinsip etika yang dapat diterapkan dalam jual beli, baik secara langsung maupun online, meliputi:

1. Kejujuran dalam Informasi (*Al-Bayan*)

Islam menuntut agar setiap penjual memberikan informasi yang jujur dan lengkap mengenai produk atau jasa yang dijual. Dalam praktik e-commerce, hal ini mencakup deskripsi produk yang akurat, spesifikasi yang benar, dan harga yang sesuai. Tidak boleh ada penipuan atau informasi yang menyesatkan yang dapat merugikan konsumen.

2. Larangan Penipuan (*Al-Ghashb*)

Dalam Islam, penipuan dalam transaksi dilarang keras. Penjual harus menghindari praktik seperti "bait and switch" (menarik perhatian pembeli dengan harga murah lalu menggantinya dengan produk yang lebih mahal) atau memberikan informasi yang menyesatkan. Dalam e-commerce, penjual yang tidak jujur dalam menyampaikan spesifikasi produk atau menyembunyikan biaya tambahan dapat dianggap melakukan penipuan.⁶

3. Keadilan dalam Harga (*Al-'Adl*)

Islam mengajarkan agar penjual menetapkan harga yang adil. Ini berarti tidak boleh ada eksploitasi terhadap pembeli dengan harga yang terlalu tinggi atau tidak wajar. Dalam dunia e-commerce, hal ini juga berkaitan dengan penghindaran praktik mark-up harga yang tidak realistis, atau adanya biaya tersembunyi yang baru diketahui setelah transaksi selesai.

4. Menghindari Riba (Bunga yang Tidak Adil)

⁶ A'yun, Qanitha An Nabila, 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): 166-181.

Salah satu aspek penting dalam etika jual beli dalam Islam adalah menghindari riba, yaitu keuntungan yang diperoleh tanpa ada pertukaran nilai yang setara. Dalam e-commerce, hal ini berhubungan dengan penerapan model bisnis yang adil dan transparan, misalnya dengan menghindari bunga yang tinggi dalam transaksi cicilan atau kredit yang diberikan kepada konsumen.⁷

Praktik Transparansi dalam E-Commerce dari Perspektif Islam

Dalam praktik e-commerce, beberapa cara dapat dilakukan untuk memastikan transparansi yang sesuai dengan prinsip etika Islam:

1. Penyajian Informasi yang Jelas dan Lengkap

Penjual harus memberikan informasi yang akurat tentang produk atau jasa yang ditawarkan, termasuk harga, ukuran, bahan, dan fitur-fitur lainnya. Jika ada biaya tambahan, seperti ongkos kirim atau pajak, informasi ini harus disampaikan dengan jelas di awal transaksi.

2. Pengembalian dan Garansi

Kebijakan pengembalian barang atau garansi produk harus diinformasikan secara transparan. Penjual harus memberi penjelasan mengenai syarat dan ketentuan pengembalian atau garansi produk agar konsumen tidak merasa tertipu setelah melakukan pembelian.

3. Komunikasi yang Terbuka

Dalam jual beli online, komunikasi yang terbuka antara penjual dan pembeli sangat penting. Penjual harus siap memberikan respons yang cepat terhadap pertanyaan atau keluhan dari pembeli. Hal ini menunjukkan bahwa penjual bertanggung jawab atas produk yang dijual dan berkomitmen untuk menjaga hubungan yang baik dengan konsumen.

4. Keamanan Transaksi

Keamanan data pribadi dan transaksi juga merupakan bagian dari transparansi. E-commerce harus menjamin bahwa data pribadi konsumen tidak disalahgunakan dan transaksi dilakukan melalui platform yang aman, untuk menghindari kebocoran informasi atau penipuan online.⁸

Tantangan dalam Menerapkan Transparansi di E-Commerce

Meskipun prinsip transparansi sangat penting, dalam praktiknya, banyak tantangan yang harus dihadapi oleh pelaku e-commerce, baik dari sisi penjual maupun konsumen. Beberapa tantangan tersebut antara lain:

1. Ketergantungan pada Platform

⁷ Syaifullah, Syaifullah. "Etika Jual Beli Dalam Islam." *HUNAFSA: Jurnal Studia Islamika* 11, no. 2 (2014): 371-387.

⁸ Rozi, A. Fahrur, and Mochamad Aldianza. "E-COMMERCE DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH DAN PERANNYA UNTUK MENINGKATKAN PENGHASILAN MASYARAKAT." *Indonesian Journal of Economy and Education Economy* 2, no. 2 (2024): 264-273.

Banyak penjual yang hanya beroperasi melalui platform e-commerce besar (seperti Tokopedia, Shopee, atau Bukalapak). Meskipun platform ini memberikan kemudahan, namun kadang-kadang kurangnya kontrol langsung terhadap proses transaksi dapat mengurangi tingkat transparansi.

2. Penyalahgunaan Informasi

Dalam beberapa kasus, penjual dapat menyembunyikan informasi terkait produk atau layanan, seperti kualitas barang atau biaya tersembunyi. Ini dapat menurunkan tingkat kepercayaan konsumen dan bertentangan dengan prinsip transparansi dalam Islam.

3. Kecurangan dalam Pembayaran atau Pengiriman

Kecurangan dalam sistem pembayaran, pengiriman, atau produk yang tidak sesuai dengan deskripsi menjadi masalah utama dalam e-commerce. Hal ini bisa merugikan konsumen dan bertentangan dengan ajaran Islam yang mengutamakan keadilan dalam setiap transaksi.⁹

Transparansi Jual Beli Online: Perspektif Etika Islam dalam Praktik E-Commerce

Fenomena pesatnya pertumbuhan e-commerce di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Seiring dengan meningkatnya penggunaan platform online untuk jual beli, muncul berbagai masalah terkait dengan kepercayaan, transparansi, dan etika dalam transaksi. Salah satu aspek utama yang diangkat adalah pentingnya transparansi dalam jual beli online untuk menjaga kepercayaan antara penjual dan pembeli. Penulis kemudian mengaitkan isu transparansi dengan prinsip-prinsip etika Islam, seperti kejujuran, keterbukaan, dan perlindungan hak-hak konsumen. Hal ini menjadi penting karena e-commerce sering kali melibatkan transaksi yang tidak tatap muka, sehingga ada potensi untuk penipuan atau kesalahan informasi yang merugikan pihak konsumen.¹⁰

Transparansi dalam konteks jual beli online dapat diartikan sebagai ketersediaan informasi yang jelas dan jujur mengenai produk yang dijual, harga, kebijakan pengembalian barang, serta syarat dan ketentuan lainnya. Tanpa transparansi, konsumen akan merasa kesulitan untuk membuat keputusan yang tepat, yang pada gilirannya dapat merusak kepercayaan terhadap penjual atau platform e-commerce. Poin-poin yang sering disebutkan dalam diskusi transparansi meliputi:

1. Deskripsi Produk: Deskripsi yang tidak jelas atau menyesatkan tentang barang atau jasa yang dijual bisa mengarah pada penipuan.

⁹ Wahyuni, Sri, Asmuni Asmuni, and Tuti Anggraini. "Analisis maqashid dan masalah transaksi e-commerce di Indonesia." *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi* 8, no. 2 (2023): 124-133.

¹⁰ Nuraeni, Siti, and Adilah Hafizha Nur Sabrina. "Perkembangan Pemanfaatan Teknologi E-Commerce Dalam Sistem Jual Beli Islam." *At-Tabdzib: Jurnal Studi Islam dan Muamalah* 10, no. 1 (2022): 11-18.

2. Harga yang Tersembunyi: Biaya tambahan yang tidak tercantum di awal transaksi, seperti biaya pengiriman atau pajak, sering kali menimbulkan ketidakpuasan bagi konsumen.
3. Kebijakan Pengembalian dan Garansi: Konsumen perlu diberi informasi yang transparan mengenai prosedur pengembalian barang atau klaim garansi, agar mereka tidak merasa dirugikan.¹¹

Islam mengajarkan pentingnya prinsip-prinsip seperti kejujuran (siddiq), adil (keadilan), dan amanah (kepercayaan) dalam setiap transaksi. Dalam konteks e-commerce, transparansi dapat dilihat sebagai implementasi dari prinsip-prinsip etika ini.

1. Kejujuran (Siddiq): Penjual harus memberikan informasi yang jujur mengenai produk atau jasa yang ditawarkan. Menyembunyikan cacat atau kekurangan produk, atau memberikan informasi yang menyesatkan adalah tindakan yang dilarang dalam Islam.
2. Keadilan (Adil): Setiap pihak, baik penjual maupun pembeli, berhak mendapatkan perlakuan yang adil. Dalam konteks jual beli online, ini berarti harga yang ditawarkan haruslah sesuai dengan kualitas barang dan tidak ada eksploitasi yang merugikan konsumen.
3. Amanah (Kepercayaan): Dalam transaksi jual beli online, kepercayaan antara penjual dan pembeli sangat penting. Penjual harus menjaga amanah dengan tidak mengubah informasi yang sudah disepakati, serta memberikan layanan sesuai dengan yang dijanjikan.¹²

Prinsip-prinsip ini menuntut agar pelaku e-commerce bertindak secara etis dan memastikan bahwa transaksi yang dilakukan sesuai dengan syariat Islam. Dalam perspektif Islam, transparansi bukan hanya merupakan kewajiban hukum, tetapi juga bagian dari upaya menjaga integritas dan menjaga hubungan baik antara sesama manusia (ukhuwah).

Aplikasi Prinsip Etika Islam dalam E-Commerce

Beberapa cara agar prinsip etika Islam dapat diterapkan dalam praktik e-commerce:

1. Penyusunan Standar Etika untuk Platform E-Commerce: Platform e-commerce dapat mengembangkan pedoman yang jelas mengenai transparansi informasi produk, harga, dan kebijakan pengembalian. Hal ini penting agar platform tidak hanya menguntungkan penjual, tetapi juga melindungi hak-hak konsumen.
2. Pendidikan Konsumen dan Penjual: Untuk mendukung implementasi transparansi, baik konsumen maupun penjual perlu diberikan pemahaman mengenai pentingnya transparansi dalam transaksi. Penjual harus memahami kewajiban moral dan hukum mereka dalam

¹¹ Firdaus, Dwi Hidayatul. "Aplikasi Smart Contract dalam e-commerce perspektif hukum perjanjian syariah." *Qolamuna: Research Journal and Islamic Studies* 6, no. 1 (2020): 37-53.

¹² Kurniaty, Yulia. "Urgensi Etika Bisnis Islam Bagi Penjual Onlineshop Dalam E-Commerce." *Justicia Islamica* 16 (2019).

memberikan informasi yang benar dan lengkap. Di sisi lain, konsumen perlu sadar akan hak-haknya dalam melakukan transaksi online.

3. Penerapan Teknologi untuk Meningkatkan Transparansi: Teknologi seperti blockchain dapat digunakan untuk memastikan transparansi harga dan keaslian produk. Hal ini dapat mengurangi potensi penipuan dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap transaksi online.¹³

Tantangan dalam Implementasi Transparansi

Meskipun prinsip transparansi dapat diimplementasikan, terdapat beberapa tantangan yang dihadapi oleh pelaku e-commerce, antara lain:

1. Kurangnya Pengawasan yang Efektif: Di beberapa negara, pengawasan terhadap praktik e-commerce belum cukup ketat, sehingga penjual dapat dengan mudah melakukan praktik yang tidak transparan.
2. Kompleksitas Transaksi Online: Dalam e-commerce, terutama yang melibatkan pihak ketiga seperti penyedia layanan pengiriman atau pembayaran, menjaga transparansi bisa menjadi lebih rumit.
3. Kesenjangan Pengetahuan: Tidak semua konsumen memiliki pengetahuan yang cukup untuk menilai apakah informasi yang diberikan oleh penjual sudah cukup transparan atau tidak.¹⁴

Penutup

Penelitian ini membahas pentingnya transparansi dalam transaksi jual beli online dengan perspektif etika Islam dalam praktik e-commerce. Berdasarkan hasil analisis, transparansi dalam jual beli online sangat penting untuk membangun dan mempertahankan kepercayaan antara penjual dan pembeli. Tanpa transparansi, transaksi online dapat mengarah pada penipuan dan ketidakpuasan konsumen, yang pada akhirnya merusak reputasi platform e-commerce. Kejelasan informasi tentang produk, harga, biaya tambahan, serta kebijakan pengembalian barang adalah aspek-aspek yang harus dijaga dengan baik oleh pelaku e-commerce. Perspektif etika Islam memberikan landasan yang kuat untuk mengatur praktik transparansi dalam transaksi jual beli online. Prinsip kejujuran (siddiq), keadilan (adl), dan amanah (kepercayaan) harus dijadikan acuan bagi penjual untuk memberikan informasi yang jelas, jujur, dan tepat tentang produk atau jasa yang dijual. Penjual juga harus memastikan bahwa harga yang ditawarkan adil, serta tidak ada unsur penipuan atau eksploitasi terhadap konsumen. Dalam praktiknya,

¹³ Hidayati, Qonita, and Rifqil Khairi. "Etika Bisnis Islami Dalam E-Commerce: Mengintegrasikan Teknologi Dan Nilai-Nilai Syariah." *Journal of Economic, Management, Business, Accounting Sustainability* 1, no. 2 (2024): 29-35.

¹⁴ Ulfani, Atika. "Implementasi Teori Akuntansi Dalam Era Digital Dan Transformasi Bisnis." *WANARGI: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi* 1, no. 2 (2024): 296-301.

transparansi e-commerce dapat diwujudkan melalui penyusunan standar etika yang jelas oleh platform e-commerce, pendidikan kepada konsumen dan penjual mengenai hak dan kewajiban mereka, serta penggunaan teknologi, seperti blockchain, untuk menjamin keaslian informasi produk dan transaksi. Selain itu, platform e-commerce juga perlu mengembangkan mekanisme yang memastikan penjual mematuhi prinsip-prinsip etika Islam dalam berbisnis.

Daftar Pustaka

- A'yun, Qanita An Nabila, 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).
- Cooper, Donald R., and Pamela S. Schindler. "Metode penelitian bisnis." (2017).
- Firdaus, Dwi Hidayatul. "Aplikasi Smart Contract dalam e-commerce perspektif hukum perjanjian syariah." *Qolamuna: Research Journal and Islamic Studies* 6, no. 1 (2020).
- Hidayati, Qonita, and Rifqil Khairi. "Etika Bisnis Islami Dalam E-Commerce: Mengintegrasikan Teknologi Dan Nilai-Nilai Syariah." *Journal of Economic, Management, Business, Accounting Sustainability* 1, no. 2 (2024).
- Kurniaty, Yulia. "Urgensi Etika Bisnis Islam Bagi Penjual Onlineshop Dalam E-Commerce." *Justicia Islamica* 16 (2019).
- Kusumastuti, Adhi, and Ahmad Mustamil Khoiron. *Metode penelitian kualitatif*. Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo (LPSP), 2019.
- Nuraeni, Siti, and Adilah Hafizha Nur Sabrina. "Perkembangan Pemanfaatan Teknologi E-Commerce Dalam Sistem Jual Beli Islam." *At-Tabdzib: Jurnal Studi Islam dan Muamalah* 10, no. 1 (2022).
- 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).
- Rozi, A. Fahrur, and Mochamad Aldianza. "E-COMMERCE DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH DAN PERANNYA UNTUK MENINGKATKAN PENGHASILAN MASYARAKAT." *Indonesian Journal of Economy and Education Economy* 2, no. 2 (2024).
- Rangkuti, Ahmad Nizar. "Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, PTK, dan penelitian pengembangan." (2016).
- Rozi, A. Fahrur, and Mochamad Aldianza. "E-COMMERCE DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH DAN PERANNYA UNTUK MENINGKATKAN PENGHASILAN MASYARAKAT." *Indonesian Journal of Economy and Education Economy* 2, no. 2 (2024).
- Syaifullah, Syaifullah. "Etika Jual Beli Dalam Islam." *HUNAFa: Jurnal Studia Islamika* 11, no. 2 (2014).
- Ulfani, Atika. "Implementasi Teori Akuntansi Dalam Era Digital Dan Transformasi Bisnis." *WANARGI: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi* 1, no. 2 (2024).
- Wahyuni, Sri, Asmuni Asmuni, and Tuti Anggraini. "Analisis maqashid dan masalah transaksi e-commerce di Indonesia." *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi* 8, no. 2 (2023).