

Implementasi Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam Dalam Aktivitas Jual Beli Online Di Masyarakat Modern

Tuti Alawiyah

Sekolah Tinggi Agama Islam Nurul Falah Air Molek, Indonesia
tuti80156@gmail.com

Silki Iqrima

Sekolah Tinggi Agama Islam Nurul Falah Air Molek, Indonesia
silkiqrimaaaaa@icloud.com

Desmi Satriana

Sekolah Tinggi Agama Islam Nurul Falah Air Molek, Indonesia
satriana@stainf.ac.id

Abstract

The implementation of Islamic business ethics in online buying and selling activities is a fundamental aspect that requires serious attention in the digital era. The rapid development of e-commerce provides various conveniences for society, yet it also presents new challenges related to honesty, justice, responsibility, and transparency. From an Islamic perspective, these values serve as moral principles that must be upheld by both sellers and buyers to ensure that transactions are lawful, safe, and beneficial. The findings show that online buying and selling practices do not fully reflect the ethical values of Islamic business. Various violations are still found, such as discrepancies between products and descriptions, dishonesty in product information, unilateral cancellations, delayed payments, and even fraud. Other obstacles include the lack of clear fiqh regulations regarding e-commerce, limited understanding of Islamic business ethics among business actors, intense market competition, and weak oversight of online transactions. These issues indicate the urgent need for behavioral improvement and increased literacy in Islamic ethical principles. Using a qualitative approach that describes phenomena in depth, this study affirms that the application of the four main principles of Islamic business ethics justice, free will, responsibility, and truthfulness is essential to creating dignified digital transactions. Therefore, strong commitment is required from all parties: sellers must act honestly and responsibly, buyers must fulfill their obligations, and e-commerce platforms must provide transparent and secure systems. With consistent application of Islamic ethics, online buying and selling activities can not only offer convenience but also bring blessings, protect consumer rights, and create a sustainable digital business ecosystem that aligns with Sharia principles.

Keywords: Islamic Business Ethics, Online Buying and Selling, E-Commerce

Abstrak

implementasi nilai-nilai etika bisnis Islam dalam aktivitas jual beli online merupakan aspek fundamental yang perlu mendapatkan perhatian serius di era digital.

Perkembangan e-commerce yang sangat pesat memberikan berbagai kemudahan bagi masyarakat, namun juga menghadirkan tantangan baru yang berkaitan dengan kejujuran, keadilan, tanggung jawab, dan transparansi. Dalam perspektif Islam, nilai-nilai tersebut merupakan prinsip moral yang wajib dijunjung oleh penjual maupun pembeli agar transaksi berlangsung secara sah, aman, dan membawa kemaslahatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik jual beli online belum sepenuhnya mencerminkan nilai-nilai etika bisnis Islam. Masih ditemukan berbagai pelanggaran seperti ketidaksesuaian barang dengan deskripsi, ketidakjujuran dalam informasi produk, pembatalan sepihak, keterlambatan pembayaran, hingga penipuan. Hambatan lain yang muncul di antaranya adalah ketidakjelasan hukum fikih terkait e-commerce, kurangnya pemahaman pelaku bisnis terhadap etika bisnis Islam, ketatnya persaingan pasar, serta lemahnya pengawasan transaksi online. Hal ini menunjukkan bahwa perubahan perilaku dan peningkatan literasi etika syariah masih sangat diperlukan. Melalui pendekatan kualitatif yang mendeskripsikan fenomena secara mendalam, penelitian ini menegaskan bahwa penerapan empat prinsip utama etika bisnis Islam keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebenaran merupakan kunci untuk menciptakan transaksi digital yang berkeadaban. Oleh karena itu, perlu adanya komitmen kuat dari seluruh pihak: penjual harus jujur dan bertanggung jawab, pembeli harus memenuhi kewajibannya, dan platform e-commerce harus menyediakan sistem yang transparan dan aman. Dengan penerapan etika Islam secara konsisten, aktivitas jual beli online tidak hanya memberikan kemudahan, tetapi juga menghadirkan keberkahan, menjaga hak-hak konsumen, serta menciptakan ekosistem bisnis digital yang berkelanjutan dan sesuai syariat.

Kata kunci: Etika Bisnis Islam, Jual Beli Online, E-Commerce

A. PENDAHULUAN

Nilai-nilai edukasi Islam atau esensi pendidikan Islam mencakup prinsip-prinsip moral, etika, dan spiritual yang memberikan landasan untuk proses pembentukan karakter individu. Ini melibatkan penerapan nilai-nilai seperti kejujuran, keadilan, solidaritas, dan pengembangan keterampilan yang produktif. Pendidikan Islam juga menekankan pentingnya pemahaman yang mendalam terhadap ajaran agama, serta upaya untuk menciptakan individu yang berakhlak baik dan bermanfaat bagi diri sendiri dan masyarakat secara keseluruhan. Dengan demikian, "nilai edukasi Islam" dan "nilai pendidikan Islam" mengacu pada aspek esensial yang sama. Oleh karena itu, istilah "nilai edukasi Islam" dan "nilai pendidikan Islam" merujuk pada 2 elemen-elemen inti yang serupa, yaitu upaya untuk membentuk karakter yang unggul serta pengetahuan yang seimbang (Mukmin, M. N. A., Samian, A. L., & Zainudin, A. 2020).

Islam merupakan bukti adanya ajaran yang sempurna di bumi yang ditunjukkan dengan perintah Allah untuk menjaga keseimbangan dalam sisi ibadah (*hablum minallah*) dan muamalah. Jual beli merupakan dua cara pemanfaatan *Hablum Minannas* dalam kehidupan masyarakat (Siti sopiah & Midisen, 2024). Kegiatan situs jual beli online saat ini semakin marak, karena ditambah dengan adanya situs yang digunakan untuk melakukan transaksi jual beli online ini semakin baik dan beragam. Hal ini tidak lepas dari perkembangan marketplace di Indonesia yang sangat pesat.

Ada banyak situs marketplace seperti Buka Lapak, Toko Pedia, OLX, Lazada, Elevenia dan lain-lain (Irfan Alfarizi, 2019).

Masalah dalam transaksi jual beli online timbul karena secara obyektif para pihak tidak bertatap muka secara langsung sebagaimana dalam jual beli melalui media internet ini dalam prakteknya menimbulkan beberapa permasalahan, misalnya pembeli yang seharusnya bertanggung jawab untuk membayar sejumlah harga dari produk atau jasa yang dibelinya, tapi tidak melakukan pembayaran. Bagi para pihak yang tidak melaksanakan tanggung jawabnya sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati dapat digugat oleh pihak yang merasa dirugikan untuk mendapatkan ganti rugi, sering kali barang yang dikirimkan oleh penjual kepada konsumen tidak sama dengan barang yang ada dalam iklan di internet. Penjual untuk bisa menarik minat pembeli dengan menampilkan barang yang bagus di dalam iklan yang dimuat di internet, akan tetapi waktu pengiriman barang ternyata barang yang dikirim tidak sama dengan barang yang ada di iklan (Fuad Fachrudin, 2016).

Salah satu Langkah dalam merencanakan jual beli elektronik adalah dengan memberikan informasi tentang keuntungan produk dan memperluas jaringan segmentasi pasar yang lebih luas agar mendapatkan keuntungan dan daya saing yang lebih kompetitif di seluruh dunia. (Lestari, L., Aisyah, S., & Nurbaiti. (2023). Bisnis e-commerce telah menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari di era globalisasi yang semakin dinamis. Dengan adanya platform e-commerce seperti Shopee, pengusaha memiliki lebih banyak kesempatan untuk meningkatkan pendapatan mereka dan memasarkan produk mereka (Wahyuningrum & Yuhertiana, 2023). Namun, prinsip-prinsip bisnis yang lebih materialistis seringkali mengabaikan prinsip-prinsip etika bisnis Islam selama proses bisnis (Siregar & Imsar, 2022).

Implementasi yaitu suatu kegiatan dalam menerapkan sesuatu dalam kehidupan sehari-hari yang berdampak pada yang menerapkan kegiatan tersebut. Implementasi juga memiliki makna melaksanakan sesuatu, atau memiliki dampak positif atau negatif terhadap setiap strategi yang akan diterapkan. Penerapan suatu hal, atau bisa berupa peraturan yang telah disiapkan (Nabila A'yun et al., 2021). Etika bisnis berfungsi sebagai pedoman bagaimana suatu organisasi berperilaku dan sebagai landasan berpikir tentang bagaimana organisasi mengambil keputusan. Hal ini dapat dipahami sebagai kumpulan standar atau norma moral umum seputar hal-hal baik dan buruk (Widodo, Andeka, 2022).

Selain itu, etika bisnis dapat didefinisikan sebagai cara berbisnis yang sesuai dengan prinsip dan elemen yang relevan yang berkaitan dengan individu, perusahaan, dan masyarakat serta membantu meningkatkan kesadaran moral berdasarkan prinsip bisnis yang tepat (Isnaini, 2022). Etika bisnis dapat dilaksanakan pada tiga tingkatan, seperti etika terapan umumnya. Pada tingkat makro, etika bisnis berfokus pada masalah atau aspek moral dari sistem ekonomi secara keseluruhan; pada tingkat menengah, etika bisnis berfokus pada masalah etika organisasi atau perusahaan; dan pada tingkat mikro, etika bisnis terutama berfokus pada orang-orang yang terkait dengan ekonomi dan/atau perusahaan, seperti karyawan, atasan, penyedia jasa, atau manajemen (Arif et al., 2023).

jual beli online adalah dengan menggunakan media elektronik dan jaringan internet di mana pembeli dan penjual tidak bertemu secara langsung pada proses transaksi elektronik. Selain itu, pembeli juga tidak dapat melihat barang secara

langsung tetapi hanya dapat melihatnya melalui foto dan info atau deskripsi detail barang yang tertera dalam website (Muhammad Erfan dan Mazrur, 2022).

B. METODE

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kualitatif dengan jenis penelitian kepustakaan (library research) yang berfokus pada analisis isi (content analysis) terhadap literatur yang relevan mengenai implementasi etika bisnis Islam dalam aktivitas jual beli online. Metode ini dipilih karena objek kajian bersifat konseptual-normatif dan lebih menekankan pada pemahaman mendalam terhadap prinsip-prinsip etika bisnis Islam sebagaimana digambarkan dalam berbagai sumber ilmiah.

Sumber data penelitian terdiri atas data primer dan sekunder. Data primer berupa karya ilmiah yang secara langsung membahas etika bisnis Islam, fikih muamalah, dan prinsip transaksi digital dalam perspektif syariah, termasuk jurnal nasional dan internasional serta buku-buku rujukan utama yang kredibel. Sementara itu, data sekunder mencakup artikel pendukung, laporan penelitian, literatur digital mengenai praktik e-commerce, serta regulasi terkait transaksi online.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi, yaitu menelusuri, membaca, mengklasifikasi, dan mencatat informasi dari berbagai literatur akademik. Untuk memastikan kualitas data, penelitian ini menerapkan kriteria pemilihan sumber, yaitu (1) relevansi dengan topik etika bisnis Islam dan e-commerce; (2) kredibilitas penerbit atau jurnal; (3) keterbaruan sumber terutama 5 tahun terakhir; serta (4) kesesuaian metodologis dengan fokus analisis normatif.

Selanjutnya, teknik analisis data menggunakan analisis isi (content analysis) dan analisis tematik. Analisis dilakukan melalui proses reduksi data, kategorisasi konsep, pengelompokan tema-tema utama seperti prinsip keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebenaran, serta penarikan makna berdasarkan perspektif fikih muamalah. Selain itu, analisis normatif digunakan untuk menilai kesesuaian praktik jual beli online dengan prinsip etika bisnis Islam. Melalui analisis ini, penelitian mampu menjelaskan secara sistematis bagaimana nilai-nilai etika Islam diterapkan ataupun dilanggar dalam aktivitas e-commerce modern

C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Jual beli online secara garis besar bisa diartikan sebagai jual beli barang dan jasa melalui media elektronik, khususnya via internet atau secara online. Untuk melakukan transaksi jual beli online adalah dengan menggunakan media elektronik dan jaringan internet di mana pembeli dan penjual tidak bertemu secara langsung pada proses transaksi elektronik. Selain itu, pembeli juga tidak dapat melihat barang secara langsung tetapi hanya dapat melihatnya melalui foto dan info atau deskripsi detail barang yang tertera dalam website (Muhammad Erfan dan Mazrur, 2022). Selain itu, pengertian dari jual beli online adalah jual beli yang terjadi di media elektronik, yang mana transaksi jual beli tidak mengharuskan penjual dan pembeli bertemu secara langsung atau saling menatap muka secara langsung, dengan menentukan ciri-ciri, jenis barang, sedangkan untuk harganya dibayar terlebih dahulu baru diserahkan barangnya (Tiara Nur Fitria, 2017).

E-commerce (Elektronic Commerce) adalah penjualan dan pembelian produk, informasi, dan jasa yang dilakukan dengan memanfaatkan jaringan komputer. E-

commerce merupakan salah satu implementasi dari bisnis online (Andi, 2010). Berbicara mengenai bisnis online tidak terlepas dari transaksi seperti jual beli via internet.

Selain itu E-Commerce adalah merupakan hasil perkembangan teknologi informasi yang saat ini berkembang pesat. Yang berdampak pada perubahan yang begitu cepat terhadap kebiasaan masyarakat hal ini berbanding lurus dengan perubahan perilaku masyarakat terhadap kebutuhan, melalui seperangkat elektronik yang berdampak pada sektor lain misalnya: jual beli, jasa dan lain sebagainya. Sehingga pengertian e-commerce akan di maknai berbeda-beda sesuai dengan cara mereka pandang atau memanfaatkannya. Pada prinsipnya e-commerce memberikan infrastruktur bagi produsen untuk melakukan pengembangan melalui proses internal maupun eksternal, dalam menghadapi tantangan yang saat ini menjadi perhatian banyak orang. Kesempatan mengembangkan jaringan dari berbagai lapisan yang wajib di manfaatkan sebab saat ini persaingan di dunia bisnis semakin hari semakin ketat (Romindo, 2019).

1. Implementasi Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam dalam Jual Beli Online

Secara umum, prinsip-prinsip etika bisnis jual beli online (E-Commerce) dalam perpektif Islam terdiri dari prinsip keadilan, prinsip kehendak bebas, prinsip tanggung jawab, dan prinsip kebenaran (Estijayandono, K. D., Sirajuddin dan A. W. Haddade, 2019). Berikut penjelasan dari masing-masing prinsip etika jual beli online dalam Islam:

a. Prinsip Keadilan

Prinsip keadilan dalam bisnis Islam menuntut agar para penjual bersikap adil dan tidak membedakan pembeli. Hal ini berarti bahwa penjual harus memperlakukan semua pembeli dengan cara yang sama, tanpa diskriminasi berdasarkan faktor-faktor agama, ras, tingkatan sosial, dan jenis kelamin. Prinsip ini mencerminkan konsep keadilan yang mendasari etika bisnis Islam, yang menekankan pentingnya memperlakukan semua pihak dengan adil dan seimbang dalam transaksi bisnis. Dengan demikian, tidak boleh ada perlakuan diskriminatif terhadap pembeli, dan setiap pembeli harus diperlakukan dengan persamaan hak dan perlakuan yang adil.

b. Prinsip Kehendak Bebas

Dalam jual beli online, prinsip kehendak bebas dapat dilihat dalam ketiadaan paksaan terhadap para pembeli saat mereka melangsungkan pemesanan suatu barang. Seluruh tindakan ini dijalankan dengan rasa sadar, di mana pembeli dengan sengaja mengeklik tombol "beli/checkout" sebagai tanda bahwa pembeli memang ingin melangsungkan pemesanan. Bahkan jika pembeli memutuskan untuk tidak melanjutkan pesannya, mereka dapat membatalkan pesanan dan tidak melanjutkan ke tahap pembayaran. Ini menunjukkan bahwa pembeli memiliki kebebasan untuk melakukan atau tidak melakukan transaksi.

c. Prinsip Tanggung Jawab

Tanggung jawab ialah kewajiban yang harus diterima oleh semua pihak dalam proses transaksi jual beli. Penjual wajib memikul tanggung jawab terhadap barang yang dijualnya, sementara pembeli diwajibkan untuk melakukan pembayaran atas barang yang ia pesan. Penting bagi semua pihak

dalam transaksi jual beli untuk menunjukkan sikap tanggung jawab, sehingga tidak ada yang mengalami kerugian. Hal ini disebabkan oleh kewajiban setiap individu untuk bertanggung jawab atas tindakan yang mereka ambil.

d. Prinsip Kebenaran

Prinsip kebenaran yang diimplementasikan dalam kegiatan jual beli online ialah bahwa penjual harus mengirim barang yang “sesuai” dengan apa yang dipesan oleh konsumen atau pembeli. Maksudnya, barang yang dikirim tersebut harus sesuai dengan deskripsi yang diberikan, dan barang tersebut harus dalam kondisi baik dan tidak cacat atau rusak. Selain itu, foto produk yang disajikan pada iklan harus sesuai dengan barang yang sebenarnya, bukan mengambil foto atau gambar dari internet. Deskripsi barang juga harus akurat dan tidak boleh ada penambahan atau pengurangan informasi yang tidak sesuai dengan kondisi barang yang sesungguhnya. Hal ini penting agar pembeli mendapatkan barang yang sesuai dengan keinginan dan harapannya dalam membeli terbebas dari unsur penipuan dalam transaksi tersebut.

2. Hambatan dalam Implementasi Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam dalam aktivitas Jual Beli Online, Ada beberapa hambatan atau tantangan dalam mengimplementasikan nilai-nilai etika bisnis Islam dalam aktivitas jual beli online dimasyarakat modren. Beberapa hambatan tersebut yaitu:

a. Ketidak jelasan Hukum

Salah satu hambatan utama adalah ketidakjelasan dalam hukum Islam (fiqh) terkait dengan bisnis e-commerce. Karena e-commerce adalah fenomena yang relatif baru, sering kali sulit untuk menentukan bagaimana prinsip-prinsip etika bisnis Islam harus diterapkan dengan tepat dalam situasi-situasi tertentu.

b. Ketidak jujurn Meskipun prinsip kejujuran (sidiq) sangat penting dalam Islam, dalam praktiknya, beberapa penjual mungkin tergoda untuk memberikan informasi yang tidak benar atau menyesatkan tentang produk atau layanan mereka. Ini dapat disebabkan oleh keinginan untuk meningkatkan penjualan atau menghindari persaingan yang ketat.

c. Keterbatasan Pemahaman Tidak semua pemilik bisnis atau konsumen memiliki pemahaman yang cukup tentang prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Kurangnya pemahaman ini dapat menghambat pelaksanaan prinsip-prinsip tersebut.

d. Pertumbuhan Pasar yang Cepat E-commerce sering kali beroperasi di pasar yang berkembang dengan cepat. Penjual mungkin merasa tergesa-gesa untuk bersaing dan menghasilkan keuntungan dalam waktu singkat, yang dapat mengakibatkan mereka melanggar prinsip-prinsip etika bisnis dalam prosesnya.

e. Keterbatasan Pengawasan Dalam lingkungan e-commerce, pengawasan dan penegakan hukum sering kali lebih sulit dibandingkan dengan bisnis fisik. Hal ini membuat beberapa pelaku bisnis merasa bahwa mereka dapat melanggar prinsip-prinsip etika tanpa ditangkap atau dikenai sanksi.

f. Pengaruh Lingkungan Bisnis Faktor-faktor eksternal, seperti persaingan yang sengit, tekanan untuk menghasilkan keuntungan maksimal, dan praktik-praktik

bisnis yang tidak etis di pasar e-commerce, juga dapat menjadi hambatan dalam menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam.

D. KESIMPULAN

Penelitian ini menegaskan bahwa implementasi nilai-nilai etika bisnis Islam dalam aktivitas jual beli online masih menghadapi tantangan signifikan, meskipun perkembangan e-commerce menawarkan berbagai kemudahan bagi masyarakat modern. Empat prinsip utama keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebenaran belum sepenuhnya terwujud dalam praktik transaksi digital. Temuan ini menunjukkan bahwa pelanggaran seperti ketidaksesuaian produk, informasi yang tidak jujur, pembatalan sepihak, dan lemahnya komitmen pembayaran masih terjadi secara berulang. Hambatan struktural seperti ketidakjelasan hukum fikih e-commerce, minimnya literasi etika syariah, persaingan pasar yang ketat, dan pengawasan digital yang terbatas semakin menguatkan pentingnya penguatan budaya bisnis yang berlandaskan nilai-nilai Islam. Secara akademik, penelitian ini mengonfirmasi relevansi prinsip etika bisnis Islam sebagai kerangka normatif sekaligus praktis dalam membangun ekosistem jual beli online yang berkeadaban. Namun demikian, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, data yang digunakan masih bergantung pada sumber literatur sehingga belum menggambarkan dinamika lapangan secara empiris. Kedua, cakupan analisis belum membandingkan secara sistematis implementasi etika bisnis Islam pada berbagai platform e-commerce yang berbeda. Selain itu, penelitian ini belum mengkaji secara mendalam bagaimana faktor teknologi, algoritma, dan regulasi digital mempengaruhi etika transaksi daring. Untuk itu, penelitian selanjutnya direkomendasikan untuk menggunakan pendekatan empiris melalui wawancara, observasi, atau studi kasus pada pelaku e-commerce agar diperoleh gambaran yang lebih komprehensif. Kajian komparatif antarplatform dan integrasi analisis regulasi digital juga penting dilakukan. Ke depan, riset mengenai konsep etika bisnis Islam berbasis kecerdasan buatan, keamanan data, dan mekanisme perlindungan konsumen syariah di ruang digital menjadi agenda yang perlu dikembangkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Andi. (2010). *Rahasia sukses menjual produk lewat WordPress e-Commerce*. CV Andi Offset.
- Arif, M., Harahap, M. I., Venta, O., & Harahap, R. (2023). Analisis penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam pada perusahaan properti syariah PT. Noor Eeman Nusantara Medan. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan*, 1(2).
- Estijayandono, K. D., Sirajuddin, & Haddade, A. W. (2019). Etika bisnis jual beli online dalam perspektif Islam. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*.
- Fachrudin, F. (2016). *Tinjauan hukum Islam terhadap transaksi jual beli baju muslimah secara online di Pernikmuslim.com Surabaya* (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel).
- Alfarizi, I. (2019). *Trend jual beli online melalui situs resmi menurut tinjauan etika bisnis Islam*.
- Isnaini, N. (2022). Konsep pembentukan Islamic branding: Tinjauan etika bisnis Islam. Dalam Darmawati (Ed.).

- Lestari, L., Aisyah, S., & Nurbaiti. (2023). Analisis pemanfaatan digitalisasi UMKM Muslim di Kota Medan (Ditinjau dari perspektif maqashid syariah). *Jurnal Sains*, 5(2).
- Erfan, M., & Mazrur. (2022). *Khiyar jual beli online*. Diandra.
- Mukmin, M. N. A., Samian, A. L., & Zainudin, A. (2020). Principles of Islamic education: An analysis of contemporary Islamic educational philosophy. *Religación. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 5(21).
- Nabila A'yun, Q. A., Chusma, N. M., Putri, C. N. A., & Latifah, F. N. (2021). Implementasi etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli online pada e-commerce populer di Indonesia. *JPSDa: Jurnal Perbankan Syariah Darussalam*, 1(2).
- Romindo, dkk. (2019). *E-commerce: Implementasi, strategi, dan inovasinya*. Yayasan Kita Menulis.
- Ruslang, R., Kara, M., & Wahab, A. (2020). Etika bisnis e-commerce Shopee berdasarkan maqashid syariah dalam mewujudkan keberlangsungan bisnis. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3).
- Siregar, F. R., & Imsar, I. (2022). Implementasi marketing mix dalam meningkatkan konsumen pada Cafe Hidden Tea (Perspektif etika bisnis Islam). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6.
- Sopiah, S., & Midisen, K. (2024). Analisis strategi marketing live Shopee ditinjau dari etika bisnis Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1).
- Fitria, T. N. (2017). Bisnis jual beli online (online shop) dalam hukum Islam dan hukum negara. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 3(1).
- Widodo, A. F. (2022). Implementasi etika bisnis Islam dalam bisnis berbasis teknologi komunikasi (Studi pada marketplace Shopee). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2).