

PENERAPAN ETIKA BISNIS *MARKETPLACE E-BUSINESS TIK-TOK SHOP* DALAM
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

Oleh
Muhammad Ilyas
Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal
Email: ilyas15021987@gmail.com

Abstract

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan etika bisnis *marketplace e-business tik-tok shop* dalam perspektif Islam. Jenis penelitian ini merupakan kualitatif. Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa semester V yang menggunakan *tik-tok shop* Prodi Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal. Kemudian objek penelitian adalah penerapan etika bisnis dalam *marketplace e-business tik-tok shop* dalam perspektif ekonomi Islam. Teknik pengumpulan data penelitian yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Kemudian teknik pengecekan keabsahan data yang digunakan adalah *credibility, Transferability, dependability* dan *confirmability*. Etika bisnis yang diterapkan mahasiswa semester V Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal dalam perspektif Islam ketika berbelanja di *tik-tok shop* adalah etika yang sudah sesuai dengan syarat dan ketentuan yang telah ditetapkan Islam, diantaranya sipenjual mendapatkan produk secara halal, bertanggung jawab, tidak didasarkan kebohongan dan amanah. Kemudian sipembeli bertransaksi secara akad *As-salam* dimana penjual dan pembeli sama-sama ridho ketika melakukan transaksi

Kata Kunci: *Etika Bisnis, Marketplace E-Business Tik-Tok Shop, Ekonomi Islam.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi pada saat ini sudah mengalami kemajuan yang sangat pesat, dengan adanya teknologi sangat membantu manusia untuk memenuhi kebutuhannya. Internet merupakan salah satu contoh kemajuan teknologi yang digunakan sebagai media transaksi jual beli. Keuntungan internet salah satunya yaitu dapat dimanfaatkan sebagai media perdagangan. Keuntungan tersebut dianggap praktis, cepat dan mudah oleh masyarakat dan pelaku bisnis karena pemasaran online yaitu bias menghemat pengeluaran, waktu dan juga bias memaksimalkan laba atau keuntungan. Alasan yang paling mendasar penggunaan system jual beli online adalah karena system ini dianggap lebih efektif dan efisien dibandingkan dengan system jual beli konvensional dimana penjual dan pembeli harus bertemu secara langsung pada tempat yang sama. Perdagangan melalui

internet ini lebih mengubah konsep perdagangan dimana para pihak bertemu secara langsung menjadi konsep perdagangan jarak jauh, para pihak tidak perlu bertemu secara langsung (Muhammad, 2021).

Transaksi jual beli pada saat ini sudah sangat mudah dan semakin maju dengan dukungan oleh teknologi yang semakin canggih dan berkembang dengan sangat pesat. Salah satu perkembangan dibidang teknologi yang dapat dijadikan sebagai media transaksi jual beli yang dilakukan melalui layanan elektronik disebut dengan jual bel “online” atau “*E-commere*”. Jual beli online adalah suatu kegiatan jual beli dimana penjual dan pembelinya tidak harus bertemu untuk melakukan negosiasi dan transaksi dan komunikasi yang digunakan oleh penjual dan pembeli bias melalui alat komunikasi seperti chat, telfon, sms dan sebagainya. Terdapat perbedaan pengertian antara *E-commere* dan

Onlineshop (Baenil Huda and Bayu Priyatna 2019). Menurut Wati (2021) menyatakan Sebenarnya antara bisnis offline dan online sama-sama mempunyai sisi kekurangan dan kelebihan, namun seiring majunya teknologi, bisnis daring (online) menjanjikan pangsa pasar yang lebih luas dibandingkan dengan bisnis offline, bisnis ini juga bisa dikerjakan di mana saja asal terhubung dengan jaringan internet. Maka tak pelak, bisnis daring menjadi primadona baru bagi ibu rumah tangga, para pelajar dan mahasiswa ataupun pengguna aktif internet. Prospek bisnis daring (online) sangat luar biasa karena dapat menjangkau semua orang di berbagai belahan bumi ini. Mengingat pengguna internet setiap tahun mengalami perkembangan yang pesat, maka ini adalah peluang yang dimanfaatkan dalam strategi bisnis online. Sebab informasi produk atau jasa yang akan dijual akan ditampilkan melalui media website.

Ecommere adalah website dari suatu perusahaan yang secara eksklusif menjual produk-produknya. Akan tetapi, tidak sama dengan *onlineshop* seperti *shoppe* yang hanya memfasilitasi jual beli secara online saja (Hermiati et al. 2021). *E-commere* atau elektronik *commere* merupakan kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (*consumers*), serta pedagang perantara (*intermediaries*) dengan menggunakan jaringan-jarinngan computer yaitu internet. Kegiatan jual beli secara online merupakan salah satu cirri khas atau kebutuhan barang dan jasa dengan melalui media elektronik atau secara internet. Salah satu contoh penjualan produk secara online yaitu seperti yang dilakukan oleh *shopee*, dimana kegiatan tersebut sama seperti kegiatan bisnis pada umumnya. Dalam ketentuan ekonomi islam, *marketplace* online termasuk dalam kategori jual beli pesanan (salam).

Menurut Sunantoro (2019) menyatakan bahwa Perdagangan elektronik adalah penjualan atau pembelian barang dan jasa melalui komputer melalui Internet,

termasuk kepada pemerintah, sektor publik, dan organisasi swasta lainnya. Pendapat yang sama oleh Rehatalanit (2021) menyatakan bahwa *E-commerce* merupakan bagian dari *e-business*, dan cakupan *e-business* lebih luas dan tidak hanya mencakup transaksi tetapi juga kerjasama dengan mitra bisnis, layanan pelanggan, peluang kerja, dll. Selain teknologi jaringan *www*, perdagangan elektronik juga melibatkan teknologi basis data atau basis data (*database*), surat elektronik atau surat elektronik (*email*), dan bentuk teknologi berbasis non-komputer lainnya seperti sistem pengiriman produk dan alat pembayaran. Itu perlu untuk *e-commerce* ini.

Jual beli ini adalah jenis pembelian dan penjualan diselesaikan dimuka dan menyerahkan produk kekemudian hari dengan biaya yang jelas, rincian, jumlah, kualitas, tanggal dan penyerahan produk harus dipenuhi sebelum dalam akad. Bisnis online merupakan bisnis yang dilaksanakan sesuai dengan prinsip muamalah, bisnis online juga diperbolehkan dan diizinkan selama bisnis online tidak termasuk unsure-unsur yang telah dilarang (Saprida et al. 2022).

Transaksi *E-commerce* juga merupakan suatu perjanjian jual beli yang sama dengan jual beli konvensional pada umumnya, dimana mengandung asas konsensualisme didalamnya. Perbedaan hanya terdapat pada media yang digunakan yaitu pada transaksi *e-commerce* menggunakan internet.

Dengan adanya *e-commerce* ini tidak menutupi kemungkinan bahwa terjadinya ketidak sesuaian antara penjual dan pembeli, bahkan etika dalam berbisnispun sudah tidak ada lagi. Temuan awal yang didapatkan dikalangan mahasiswa STAIN MADINA semester V bahwa banyak pelaku *e-commerce* yang tidak jujur, harga yang mahal dan barang yang dijual tidak sesuai dengan yang dicantumkan diaplikasi. *Tik-Tok shop* kerap ditemukan pedagang-pedagang yang tidak jujur dalam berjualan, seperti foto barang yang dijual tidak sesuai dengan barang yang

dikirim, spesifikasi barang yang tidak sesuai, bahkan ada juga barang yang dibeli tapi bukan barang yang sampai atau lebih tepatnya dikatakan penipuan.

E-commerce tik-tok shop merupakan salah satu *e-commerce* yang paling populer diberbagai kalangan pada saat sekarang ini. *Tik-Tok Shop* memeberi layanan gratis berupa took-toko bagi para penjual untuk menjual barang atau produk yang ingin dijual dengan member fasilitas yang mempermudah parapelaku jual beli untuk bertransaksi melalui took online yang telah disediakan oleh *tik-tok shop* secara gratis. Meskipun *tik-tok shop* baru secara resmi diluncurkan pada 17 April 2021. Namun *marketplace* ini sudah bias bersaing dengan *marketplace* besar yang sudah berdiri sebelumnya., termasuk di Indonesia. Keberhasilan *tik-tok shop* sebagai penyedia layanan *e-commerce* dengan *awareness* tertinggi. Frekuensi pembelian tertinggi dan yang paling sering digunakan oleh konsumen menu jukkan keberhasilan mereka berkomunikasi dengan efektif pada pembelanjaan online di Indonesia.

Dalam Islam setiap transaksi yang dilakukan baiak secara tunai atau secara online harus diterapkan secara syariah, artinya tidak ada salah satu diatara penjual dan pembeli rasa tidak kesukarelaan. Islam telah menetapkan akad yang digunakan dalam jual beli antara lain: *akad As-Salam, Haq Khiyar, Akad Wakalah, akad Wakalah bil Ujrah*. Masing-masing akad ini harus dipahami oleh penjual dan pembeli, karena jika tidak paham maka jatuhnya transaksi atau proses jual beli ini bisa dikatakan tidak sah. Kemudian setelah dalam menerapkan akad maka penjual dan pembeli harus memegang prinsip Islam dalam jual beli yaitu prinsip *ridho* atau ada rasa kesukarelaan dan tidak ada unsur *riba*.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif, dengan subjek mahasiswa semester V Sekolah Tinggi Agama Islam

Negeri Mandailing Natal yang menggunakan aplikasi *Tik-Tok Shop* dan objek penelitian adalah penerapan etika bisnis dalam *marketplace E-business Tik-Tok Shop* perspektif ekonomi Islam. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Dengan teknis analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Kemudian data dicek menggunakan *credibility, Transferability, dependability* dan *confirmability*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penerapan Etika Bisnis dalam Marketplace E-business Tik-Tok Shop

Secara umum, pedoman ketenagakerjaan Islami tidak mengizinkan umat Islam bekerja untuk mendapatkan uang sesuka hati dan dengan cara yang salah, seperti penipuan, ketidakjujuran, sumpah palsu dan praktik-praktik pelanggaran lainnya. Tapi Islam memberi mereka garis pemisah antara apa yang mungkin dan tidak mungkin dalam mengejar kehidupan, juga menekankan kebaikan bersama. Oleh karena itu, tidak ada pihak yang merasa tertekan atau tertindas.

Sejumlah aksioma dasar (hal yang sudah menjadi umum dan jelas kebenarannya) sudah dirumuskan dan dikembangkan oleh para sarjana muslim. Aksioma-aksioma ini merupakan turunan dari hasil penerjemahan kontemporer akan konsep-konsep fundamental dari nilai moral Islami. Rumusan aksioma ini diharapkan menjadi rujukan bagi moral awareness para pebisnis muslim untuk menentukan prinsip-prinsip yang dianut dalam menjalankan bisnisnya. Dengan rumusan aksioma ini diharapkan menjadi rujukan bagi moral awareness para pebisnis muslim untuk menentukan prinsip-prinsip yang dianut dalam menjalankan bisnisnya.

Saat saya membeli barang dalam *tik-tok shop* saya lebih suka langsung ke official-nya karena biasanya mereka akan *live streaming* disitu para penjual akan

menjelaskan bagaimana produknya, apa kelebihan dan kekurangannya. Kemudian penjual juga pasti memberikan penjelasan yang jelas mengenai barangnya (Wawancara: Husnil, 2024).

Berbeda dengan saya dimana kalau mau belanja ke *tik-tok shop* tidak harus mencari officialnya akan tetap saya cari saja dikolom pencarian, kemudian saya juga kurang suka dalam membaca spesifikasi barang tersebut melainkan saya hanya berpatikan dalam pemberian bintang pada kolom ulasan. Terkadang barang yang saya pesan tidak sesuai dengan yang saya harapkan. Namun saya menerimanya tapi pernah juga saya kembalikan barang tersebut, karena tokonya menyediakan jasa pengembalian barang jika tidak sesuai (Wawancara: Fitri, 2024).

Saya pernah berbelanja di *tik-tok shop* biasanya saya berbelanja saat tokonya live streaming, dan saya merasa puas saat belanja di *tik-tok shop* karena harga barang murah dan kualitas barang juga cukup bagus, sampai saat ini saya belum pernah kecewa saat berbelanja di *tik-tok shop* (Wawancara: Zaky, 2024).

Pengalam saya saat berbelanja di *tik-tok shop* dimana saya pernah berbelanja bahwa penjual tidak menjelaskan secara detil mengenai produk yang dijualnya, bahkan foto yang dimunculkan tidak sesuai dengan barang yang di perlihatkan saat live streaming. Kemudian saya coba juga membeli barang dari toko tersebut tapi toko tidak menyediakan kolom pengembalian barang jika barang tidak sesuai, bahkan barang pada toko tersebut hanya bisa dibayar lebih dahulu baru barang bisa dikirim. Berbeda dengan toko-toko atau official yang muslim dimana mereka menyediakan *platform* lengkap mulai dari pendeskripsian produk, bahan yang digunakan dan kualitas produk, bahkan mereka menyediakan kolom *retrun* jika barang tidak sesuai (Wawancara: Indah, 2024).

Etika bisnis sebenarnya telah diajarkan oleh Rasulullah saw. selain memiliki sifat ulet

dan berdedikasi dalam berdagang, beliau juga memiliki sifat *shiddiq*, amanah, *fathanah*, dan *tabligh*. *Shiddiq* berarti mempunyai kejujuran dan selalu melandasi ucapan, amal perbuatan serta keyakinan seperti nilai dasar yang diajarkan dalam Islam. *Istiqamah* atau konsisten dalam keimanan dan nilai kebaikan meskipun dihadapkan pada tantangan serta godaan, serta ditampilkan dalam kesabaran dan keuletan sehingga menghasilkan sesuatu yang optimal. *Fathanah* berarti cerdas dalam memahami secara mendalam segala sesuatu yang menjadi tugas dan kewajibannya, dengan demikian akan timbul kreativitas dan kemampuan melakukan inovasi yang bermanfaat. Amanah yaitu terpercaya, sehingga dapat ditampilkan dalam kejujuran berdagang serta pelayanan yang optimal dalam segala hal. Yang terakhir adalah *tabligh* yaitu menyampaikan wahyu, maksudnya bahwa Rasulullah saw. pasti menyampaikan seluruh ajaran Allah swt. Sekaligus memberikan contoh kepada pihak lain untuk melakukan ketentuan-ketentuan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari (Saifullah, 2011).

Berbeda dengan bisnis konvensional dimana dalam konvensional tidak ada ikatan yang mengatur harus saling *ridho* atau tidak mengunsurkan *riba*, akan tetap dalam bisnis konvensional hanya mementingkan bagaimana supaya bisnis tersebut mendapatkan untung yang sebesar-besarnya dengan modal yang seminim-minimya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Azizah (2021) dimana mengatakan etika bisnis konvensional dan Islma sebenarnya tidak jauh berbeda hanya saja etika bisnis dalam Islam di ikat oleh sejumlah aturan yang berlandaskan Al-Qur'an dan Hadist, sedangkan etika konvensional mencakup luas karena tidak ada aturan yang mengikatnya, identiknya berfokus untuk mendapatkan keuntungan yang sebanyak-banyaknya. Pendapat ini di dukung dengan Hamid (2022) mengatakan bahwa etika bisnis secara konvensional adalah etika yang diterapkan

tanpa ada aturan adri agama atau etnis secara ketat. Pendapat Maghfirah (2019) etika bisnis secara konvensional dan Islam pembedanya hanya terletak dalam landasan aturan, secara konvensional tidak ada aturan yang mengikat dalam pelaksanaan bisnis, kemudian secara etika bisnis Islam diatur oleh syariat Islam. Pendapat yang sama oleh Romadona (2021) menyatakan bahwa etika bisnis dalam jual beli online lebih condong kepada etika bisnis konvensional dimana para penjual belum sepenuhnya menerapkan prinsip-prinsip syariah, mereka hanya mementingkan bisnis yang besar tanpa melihat sisi kerugian konsumen dan manfaat yang didapat. Akan tetapi biasanya pebisnis online yang seperti ini tidak akan bertahan lama.

Etika Bisnis dalam Marketplace *E-business Tik-Tok Shop* Perspektif Islam

Bisnis syariah adalah kegiatan usaha dengan menjual produk agar memperoleh keuntungan dengan berlandaskan pada syariat. Kata syariah berarti ketentuan atau ketetapan yang telah digariskan oleh agama Islam. Maksud bisnis sesuai syariat Islam adalah tidak hanya berfokus pada aktivitas jual beli saja. Namun juga memperhatikan konsep halal, akhlak berdagang, produk yang diperjualbelikan, akad dan ibadah muamalah dalam berwirausaha atau yang disebut etika bisnis dalam Islam.

Dalam berbelanja online semua pedagang sudah ada disitu, namun tergantung kita yang mau membeli barang saja mau secara Islam atau tidak, banyak dari kalangan Islam tidak paham bagaimana transaksi secara Islam dalam berbelanja online, mereka langsung membeli barang yang sesuai dengan keinginannya, tanpa mempertimbangkan kehalal produk, akhlak pedagang, dan akad yang digunakan (Wawancara: Husnil, 2024).

Jual beli online ini merupakan hal yang sudah universal, tergantung yang akan membeli atau menjual, jika orang tersebut paham dengan transaksi Islam saya yakin mereka pasti menerapkan prinsip-prinsip

Islam dalam berjualan apalagi jual beli secara online. Sama seperti kami di jurusan hukum sayariah ini setelah tahu bagai mana cara menjadi pembeli yang diridhoi Allah maka prinsip-prinsip transaksi Islam harus dijalankan misalnya memiliki rasa ridho dalam membeli barang online, artinya tidak ada umpatan setelah barang sampai (Wawancara: Fitri, 2024).

Keridhoan dalam menjual dan membeli meruapkan salah satu prinsip transaksi dalam Islam, ridho artinya ikhlas, rela, dan tidak ada rasa penyesalan setelah membeli suatu barang. Dalam Islam dianjurkan bagi pembeli menanyakan mengenai keadaan barang yang hendak dibeli, begitupun dengan sipenjual semesinya menjelaskan kondisi barangnya, terbuat dari apa, kemudian kualitas barangnya seperti apa. Jika sudah saling paham maka akan terjadi transaksi yang ikhlas atau ridho (Wawancara: Zaky, 2024).

Mengenai etika dalam *marketplace* sebenarnya harus dimulai dari penjual, karena penjual yang menerapkan kejujuran, kesopanan, dan keramahan serta berkeadilan adalah salah satu perilaku atau sifat yang disenangi orang banyak. Prinsip yang demikian jika diterapkan dalam jual beli online maka masyarakat yang paham dengan transaksi Islam akan memiliki loyal berbelanja ketoko tersebut, saya sebagai salah satu pelanggan tik-tok shop merasa nyaman jika ada toko yang menerapkan etika bisnis secara Islam dalam berjualan. Biasanya mereka juga menerapkan akad As-Salam dalam bertransaksi (Wawancara: Indah, 2024).

Akad salam adalah istilah dalam [keuangan syariah Islam](#) dan mengacu pada transaksi jual beli dimana barang yang diperjualbelikan tidak ada di tempat transaksi, namun dengan membayarnya di muka, pembeli akan mendapatkan barangnya beberapa waktu setelahnya. Agar pelaksanaan transaksi dapat dijalankan sebagaimana mestinya, maka setiap akad harus memenuhi

rukun dan syarat. Rukun adalah unsur-unsur yang membentuk sesuatu, sehingga sesuatu itu terwujud karena adanya unsur-unsur tersebut yang membentuknya. Rukun juga dikatakan substansi internal yang membentuk akad melalui ijab dan qabul. Dalam konsepsi hukum Islam, unsur-unsur yang membentuk sesuatu itu disebut rukun. Akad juga terbentuk karena adanya unsur-unsur atau rukun-rukun yang membentuknya seperti hadirnya orang yang berakad ('*Aqid*), benda-benda yang diakadkan atau yang menjadi objek jual beli (*Mauqud 'alaih*), tujuan atau maksud akad (*Maudhu" al ..aqd*), kemudian ijab dan qabul.

Pendapat Fadhli (2016) menyatakan bahwa etika dalam berbisnis Islam yaitu mengikuti aturan yang sudah ditetapkan oleh Allah dan Rasulnya, dalam Islam berbisnis memiliki prinsip-prinsip yang harus dilakukan untuk mendapatkan keuntungan dari Allah dan juga manusia, salah satunya adalah berbisnis menggunakan Akad As-Salam, akad ini adalah akad yang dianjurkan Rasulullah jika proses jual beli berjauhan. Pendapat ini juga diperkuat oleh Anon (2019) yang menyatakan bahwa tandanya seorang pebisnis menerapkan etika maka dia mengikuti semua prinsip dan aturan yang telah ditetapkan oleh Rasulullah salah satunya berbisnis dengan menggunakan akad As-Salam. Kemudian Yahya (2023) menyatakan akad As-Salam merupakan salah satu praktik dalam etika bisnis Online, akad As-salam adalah akad yang disetujui oleh kedua belah pihak dalam bertransaksi jarak jauh. Pendapat yang sama juga disampaikan oleh Maharti (2021) menyebutkan etika bisnis jual beli online yang sering digunakan masyarakat adalah jual beli online dengan akad as-salam, dimana saat penjual memberikan keterangan mengenai produknya, dan menyediakan kolom komentar untuk penilaian kualitas produknya, kemudian konsumen dapat menilai bagai mana produk yang dijual dalam aplikasi jual beli online tersebut. Jika konsumen melihat komentar yang diutarakan para pembeli sebelumnya dapat menjadi

rujukan maka konsumen yang hendak membelipun akan berkaca terhadap komentar, sehingga tanpa disadari para konsumen dan penjual melakukan jual beli dengan menggunakan akad as-salam.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian menunjukkan etika bisnis yang dilakukan mahasiswa semester V prodi ekonomi syariah STAIN Madina adalah telah melakukan etika yang sesuai dengan syariat Islam, dimana konsumen menyediakan berbagai ruang untuk informasi mengenai produknya kemudian para mahasiswa menilai bagai mana produk tersebut, dengan kata lain penjual dan pembeli saat melakukan transaksi telah ridho, artinya tidak ada yang dirugikan diantara kedua belah pihak.

KESIMPULAN

Berdasarkan paparan data yang diperoleh melalui observasi dan wawancara pemasaran pada Marketplace Shopee, kemudian dianalisis menurut etika bisnis Islam. Penelitian ini menghasilkan kesimpulan, sebagai berikut: Penerapan etika bisnis *Marketplace Tik-Tok Shop* mahasiswa semester V STAIN Mandailing Natal masih secara umum, artinya belum ada peraturan yang mengikat dalam pelaksanaan transaksi jual beli online. Etika bisnis yang diterapkan mahasiswa STAIN Mandailing Natal dalam perspektif Islam ketika berbelanja di *Marketplace Tik-Tok Shop* adalah etika yang sudah sesuai dengan syarat dan ketentuan yang telah ditetapkan Islam, diantaranya sipenjual mendapatkan produk secara halal, bertanggung jawab, tidak didasarkan kebohongan dan amanah. Kemudian sipembeli bertransaksi secara akad As-Salam dimana penjual dan pembeli sama-sama ridho ketika melakukan transaksi.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Anon. n.d. "Pelaksanaan Jual Beli Dengan Menggunakan Akad As-Salam Ditinjau Dari Prinsip Tabadul Al-Manafi." *Jurnal Tahkim*.
- [2] Azizah, Mabarroh, and Hariyanto Hariyanto. 2021. "Implementasi Etika Bisnis Islam Terhadap Konsep Green Economics." *Supremasi Hukum: Jurnal Kajian Ilmu Hukum* 10(2):237. doi: 10.14421/sh.v10i2.2392.
- [3] Baenil Huda, and Bayu Priyatna. 2019. "Penggunaan Aplikasi Content Management System (CMS) Untuk." *Systematics* 1(2):81–88.
- [4] Fadhli, Ashabul. 2016. "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Penerapan Akad As-Salam Dalam Transaksi E-Commerce." *Mazahib* 15(1):1–19. doi: 10.21093/mj.v15i1.589.
- [5] Hamid, Sofyan. 2022. "Manajemen Pengelolaan Dan Pengembangan Etika Bisnis Dalam Perusahaan." *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan* 9(4):587–92.
- [6] Hermiati, Reza et al. 2021. "Pembuatan E-Commerce Pada Raja Komputer Menggunakan Bahasa Pemrograman Php Dan Database Mysql." *Jurnal Media Infotama* 17(1):54–66. doi: 10.37676/jmi.v17i1.1317.
- [7] Maghfirah, Fitri et al. 2019. "Perubahan Pasar Di Era Disruptif: Analisis Etika Bisnis Islam Market Changes in the Disruptive Era: Analysis of Islamic Business Ethics." *Jurnal At-Tijarah* 1(2):57–76.
- [8] Maharti, Resti Kartika, and Arasy Fahrullah. 2021. "Penerapan Etika Bisnis Syariah Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Yayasan Aqiqoh Nurul Hayat Surabaya." *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 4(1):207–18. doi: 10.26740/jekobi.v4n1.p207-218.
- [9] Muhammad, Fauzi. 2021. *Fikih Bisnis Syariah Kontemporer*. Jakarta: Kencana.
- [10] Rehatalanit, Y. L. .. 2021. "Peran E-Commerce Dalam Pengembangan Bisnis." *Jurnal Teknologi Industri* 5(0):62–69.
- [11] Romadona, Wahyu Sri Bintang, and Izzani Ulfi. 2021. "Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako Di Desa Jumbleng Indramayu." *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)* 6(3):65. doi: 10.32503/jmk.v6i3.1927.
- [12] Saifullah, Muhammad. 2011. "Etika Bisnis Islam Dalam Praktek Bisnis Rasulullah, Jurnal: Walisogo 19, No. 1."
- [13] Saprida, Saprida et al. 2022. "Sosialisasi Jual Beli Online Dalam Tinjauan Hukum Islam Di Masjid Al-Muchtar Gotong Royong Iv Kelurahan Suka Maju Kecamatan Sako Palembang." *AKM: Aksi Kepada Masyarakat* 3(1):53–64. doi: 10.36908/akm.v3i1.449.
- [14] Sunantoro, Rizqi, and Dian Anubhakti. 2019. "Analisa Dan Rancangan E-Commerce Pada Toko Angsana." *Jurnal IDEALIS* 2(2):78–84.
- [15] Wati, Ambar et al. 2021. "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli." *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 2(2):184–200. doi: 10.47467/elmal.v2i2.344.
- [16] Yahya, Roby Putra et al. 2023. "Analisis Akad As-Salam Dalam Jual Beli Online Di Toko Chagiya." 2:41–68.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN