

## Etika Bisnis Islam dalam Transaksi E-Commerce pada Toko Online Shopee

M. Ibnu Rizal<sup>1\*</sup>, Nova Elisa<sup>2</sup>, Alva Yenica Nandavita<sup>3</sup>

Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri  
Metro, Lampung, Indonesia<sup>1,2,3</sup>

\*Email:

[Ibnurizal879@gmail.com](mailto:Ibnurizal879@gmail.com), [alvayenicanandavita@metrouniv.ac.id](mailto:alvayenicanandavita@metrouniv.ac.id)

Diterima: 30-12-2024 | Disetujui: 31-12-2024 | Diterbitkan: 01-01-2025

### ABSTRACT

*This study discusses the application of Islamic business ethics in e-commerce transactions on the Shopee online platform, which is one of the largest marketplaces in Indonesia. With the increasing use of e-commerce, it is essential to understand how the principles of Islamic business ethics can be integrated into online buying and selling practices. This research aims to explore and analyze the implementation of Islamic business ethics, including aspects of honesty, justice, and responsibility in the interactions between sellers and buyers on Shopee. The research method employed is qualitative descriptive, with data collection through interviews and observations of business actors and consumers on Shopee. The findings indicate that although Shopee has implemented several principles of Islamic business ethics, challenges remain in terms of transparency in product information, complaint resolution, and consumer protection. The application of Islamic business ethics on Shopee has the potential to enhance consumer trust and business reputation, as well as create a fairer and more sustainable e-commerce environment. However, further efforts are needed in education and regulation to ensure that business practices on Shopee align with Islamic values. This study is expected to provide insights for business practitioners and policymakers in developing ethical and shari'ah-compliant e-commerce.*

**Keywords:** Islamic Business Ethics, E-Commerce, Shopee

### ABSTRAK

Penelitian ini membahas penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi *e-commerce* pada platform toko online Shopee, yang merupakan salah satu marketplace terbesar di Indonesia. Dengan meningkatnya penggunaan *e-commerce*, penting untuk memahami bagaimana prinsip-prinsip etika bisnis Islam dapat diintegrasikan dalam praktik jual beli online. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan menganalisis penerapan etika bisnis Islam, termasuk aspek kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab dalam interaksi antara penjual dan pembeli di Shopee. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, dengan pengumpulan data melalui wawancara dan observasi terhadap pelaku bisnis dan konsumen di Shopee. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun Shopee telah menerapkan beberapa prinsip etika bisnis Islam, masih terdapat tantangan dalam hal transparansi informasi produk, penyelesaian keluhan, dan perlindungan konsumen. Penerapan etika bisnis Islam di Shopee berpotensi meningkatkan kepercayaan konsumen dan reputasi bisnis, serta menciptakan lingkungan *e-commerce* yang lebih adil dan berkelanjutan. Namun, masih diperlukan upaya lebih lanjut dalam edukasi dan regulasi untuk memastikan bahwa praktik bisnis di Shopee sejalan dengan nilai-nilai Islam. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pelaku bisnis dan pembuat kebijakan dalam mengembangkan *e-commerce* yang etis dan sesuai dengan syari'ah.

**Katakunci:** *Etika Bisnis Islam, E-commerce, Shopee*

#### Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Rizal, M. I., Elisa, N., & Nandavita, A. Y. . (2025). Etika Bisnis Islam dalam Transaksi E-Commerce pada Toko Online Shopee. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1b), 2370-2375. <https://doi.org/10.62710/ahxs4n25>

## PENDAHULUAN

Perdagangan elektronik, atau *e-commerce*, adalah sistem pertukaran produk, informasi, dan layanan yang dilakukan antara organisasi dan pihak-pihak yang terlibat melalui platform elektronik, seperti telepon, internet, dan akses digital lainnya. Jual beli online memiliki kesamaan dengan transaksi langsung, meskipun dalam praktiknya, para pihak tidak bertemu secara fisik. Media sosial, termasuk Instagram, telah menjadi alat penting dalam penjualan dan pemasaran, di mana platform ini sering digunakan untuk membagikan foto produk yang akan dijual. Dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi, terdapat potensi perubahan dan peluang yang signifikan bagi dunia bisnis, serta kemudahan dalam proses transaksi. Banyak individu dari berbagai kalangan memanfaatkan kemajuan teknologi ini untuk berjualan secara online. Internet berfungsi sebagai alat komunikasi global yang memfasilitasi pertukaran informasi, dan juga sebagai sarana untuk melakukan jual beli secara online yang dikenal sebagai *e-commerce*.

Dalam konteks fiqh kontemporer, *e-commerce* dianggap sebagai alat yang fleksibel, dinamis, dan variabel dalam perspektif syari'ah (Ulum & Ulum, 2023). Rasulullah SAW memberikan kebebasan kepada umat Islam untuk menguasai dan memanfaatkan kemajuan teknologi, dengan catatan bahwa penggunaannya harus sesuai dengan batasan yang ditetapkan oleh syari'ah, demi mencapai kemakmuran bersama. Transaksi melalui *e-commerce* diizinkan dengan memperhatikan prinsip mashlahah, yaitu kebaikan umat manusia dalam memanfaatkan teknologi tanpa melanggar aturan teknis maupun syari'ah. Meskipun mekanisme yang dibuat oleh manusia memiliki kelemahan, penggunaan *e-commerce* dapat diterima selama tetap aman dan dijaga dengan upaya perlindungan yang sesuai, sesuai dengan prinsip toleransi syari'ah dalam urusan transaksi dan prinsip fiqh bahwa kerusakan harus dihindari. Namun, dalam situasi transaksi online, sering kali terjadi perbedaan antara barang yang dipesan dan yang diterima oleh pelanggan. Perbedaan ini dapat mencakup bahan, warna, atau kualitas yang tidak sesuai dengan deskripsi dan gambar yang ada di toko online. Selain itu, terdapat risiko pengiriman produk yang kadaluwarsa atau palsu oleh penjual.

Dalam dunia bisnis, tidak semua orang mengharapkan kejujuran dari orang lain. Kurangnya pemahaman dan penerapan etika bisnis Islam dalam *e-commerce* menjadi tantangan bagi pengusaha Muslim. Meskipun *e-commerce* memberikan peluang besar bagi pengusaha Muslim, penelitian terbaru menunjukkan adanya kesenjangan signifikan dalam pemahaman dan penerapan prinsip-prinsip etika Islam dalam konteks online. Studi seperti "*e-commerce* dan Etika Bisnis Islam: *Menjelajahi Tantangan dan Peluang*" (Mughal dkk 2020), oleh Saaidin dan Ismail, mencatat kekurangan panduan yang jelas untuk praktik bisnis online yang selaras dengan nilai-nilai Islam. Hal ini menimbulkan tantangan bagi pengusaha Muslim dalam memastikan bahwa aktivitas *e-commerce* mereka selaras dengan prinsip-prinsip moral dan etika Islam.

Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan menjelaskan praktik bisnis Islami yang dilakukan oleh konsumen di platform *e-commerce*, serta mengidentifikasi masalah-masalah yang terkait dengan penerapan prinsip etika bisnis Islam dalam transaksi online.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif (Citriadin, 2020; Sugiyono, 2018) untuk mengeksplorasi dan menganalisis penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi *e-commerce*, khususnya pada platform toko online seperti Shopee. Metode ini dipilih karena dapat memberikan pemahaman yang

mendalam mengenai fenomena yang diteliti, serta menggambarkan praktik nyata yang dilakukan oleh pelaku bisnis dan konsumen dalam konteks *e-commerce*. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis fenomena penerapan etika bisnis Islam dalam *e-commerce*. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat mengumpulkan data yang kaya dan mendalam mengenai praktik bisnis yang dilakukan oleh pelaku usaha dan pengalaman konsumen. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan yang mendalam mengenai praktik etika bisnis Islam dalam transaksi *e-commerce*, serta memberikan rekomendasi bagi pelaku bisnis dan pembuat kebijakan untuk menciptakan lingkungan *e-commerce* yang lebih etis dan sesuai dengan nilai-nilai Islam.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Penerapan Etika Bisnis Islam

#### Kejujuran dalam Transaksi

Salah satu prinsip utama etika bisnis Islam adalah kejujuran. Penelitian menunjukkan bahwa banyak penjual di Shopee berusaha untuk memberikan informasi yang akurat mengenai produk yang mereka tawarkan. Namun, masih terdapat kasus di mana deskripsi produk tidak sesuai dengan barang yang diterima oleh konsumen, yang dapat mengurangi kepercayaan konsumen terhadap penjual (Ulum, 2024).

#### Keadilan dalam Penetapan Harga

Penerapan prinsip keadilan dalam penetapan harga dan kualitas produk juga menjadi fokus dalam penelitian ini. Beberapa penjual telah menerapkan harga yang adil dan memberikan layanan yang memuaskan kepada konsumen. Namun, terdapat juga praktik penipuan yang dilakukan oleh oknum tertentu, seperti menjual barang palsu atau kadaluwarsa, yang bertentangan dengan prinsip keadilan.

### Tantangan dalam Penerapan Etika Bisnis Islam

#### a. Kurangnya Pemahaman

Penelitian menemukan bahwa masih banyak pelaku bisnis yang kurang memahami prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Hal ini menyebabkan kesenjangan dalam penerapan etika dalam praktik *e-commerce*. Banyak pengusaha Muslim yang tidak memiliki panduan yang jelas mengenai bagaimana menerapkan etika bisnis Islam dalam konteks online.

#### b. Tekanan Persaingan

Persaingan yang ketat di dunia *e-commerce* juga menjadi tantangan bagi pelaku bisnis. Dalam upaya untuk menarik konsumen, beberapa penjual mungkin tergoda untuk mengabaikan prinsip-prinsip etika demi keuntungan jangka pendek. Hal ini dapat mengakibatkan praktik bisnis yang tidak etis dan merugikan konsumen.

### Dampak Penerapan Etika Bisnis Islam

#### a. Meningkatkan Kepercayaan Konsumen

Penerapan etika bisnis Islam yang baik dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap penjual. Konsumen cenderung lebih memilih untuk bertransaksi dengan penjual yang menerapkan prinsip-prinsip etika, karena mereka merasa lebih aman dan dihargai.

#### b. Reputasi Bisnis yang Baik

Bisnis yang menerapkan etika bisnis Islam dengan baik cenderung memiliki reputasi yang lebih baik di mata konsumen. Hal ini dapat menarik lebih banyak pelanggan dan

meningkatkan loyalitas konsumen, yang pada gilirannya dapat meningkatkan keuntungan bisnis.

### **Rekomendasi untuk Peningkatan Praktik Etika**

#### **a. Edukasi dan Pelatihan**

Penting bagi pelaku bisnis untuk mendapatkan edukasi dan pelatihan mengenai etika bisnis Islam. Dengan pemahaman yang lebih baik, mereka dapat menerapkan prinsip-prinsip etika dalam praktik *e-commerce* mereka.

#### **b. Pengembangan Regulasi**

Pemerintah dan lembaga terkait perlu mengembangkan regulasi yang lebih komprehensif untuk mengatur praktik *e-commerce* yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Regulasi ini dapat membantu menciptakan lingkungan bisnis yang lebih etis dan adil.

#### **c. Kerjasama Multipihak**

Diperlukan kerjasama antara pemerintah, pelaku bisnis, akademisi, dan organisasi masyarakat untuk membangun ekosistem *e-commerce* yang berkelanjutan dan etis. Dengan kolaborasi ini, diharapkan praktik bisnis yang sesuai dengan etika Islam dapat lebih mudah diterapkan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi *e-commerce* di platform seperti Shopee masih menghadapi berbagai tantangan. Meskipun terdapat upaya untuk menerapkan prinsip-prinsip etika, masih banyak pelaku bisnis yang kurang memahami dan menerapkannya secara konsisten. Oleh karena itu, diperlukan upaya lebih lanjut dalam edukasi, regulasi, dan kerjasama untuk menciptakan lingkungan *e-commerce* yang lebih etis dan sesuai dengan nilai-nilai Islam.

## **KESIMPULAN**

Penelitian mengenai etika bisnis Islam dalam transaksi *e-commerce* pada platform toko online Shopee menunjukkan bahwa penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam masih menghadapi berbagai tantangan. Meskipun banyak pelaku bisnis berusaha untuk menerapkan kejujuran, keadilan, dan transparansi dalam transaksi mereka, masih terdapat kasus di mana praktik tidak etis terjadi, seperti penjualan barang palsu atau tidak sesuai deskripsi. Kurangnya pemahaman tentang etika bisnis Islam di kalangan pelaku bisnis dan tekanan persaingan yang ketat menjadi faktor utama yang menghambat penerapan prinsip-prinsip etika ini. Namun, penerapan etika bisnis Islam yang baik dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan reputasi bisnis, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan keuntungan. Oleh karena itu, penting untuk terus mendorong penerapan etika bisnis Islam dalam *e-commerce* agar dapat menciptakan lingkungan bisnis yang lebih adil dan berkelanjutan. Untuk meningkatkan penerapan etika bisnis Islam dalam *e-commerce*, diperlukan upaya komprehensif yang melibatkan berbagai pihak. Program edukasi dan pelatihan yang intensif bagi pelaku bisnis dapat meningkatkan pemahaman mereka tentang prinsip-prinsip etika Islam. Selain itu, pengembangan regulasi yang lebih komprehensif dan pengawasan yang ketat dapat menciptakan lingkungan bisnis yang lebih kondusif. Kerjasama multipihak antara pemerintah, pelaku bisnis, akademisi, dan organisasi masyarakat juga penting untuk membangun ekosistem *e-commerce* yang berkelanjutan dan etis. Promosi aktif praktik bisnis yang etis oleh para pelaku bisnis juga dapat menarik lebih banyak konsumen yang menjunjung tinggi nilai-nilai kejujuran dan keadilan. Dengan demikian, diharapkan penerapan etika bisnis Islam dalam *e-*

commerce dapat semakin optimal, sehingga menciptakan ekosistem bisnis yang lebih baik dan sejalan dengan nilai-nilai Islam.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M.M., & Parvez, N. (2009). *Impact of Service Quality, Trust, and Customer Satisfaction on Customer Loyalty*. *ABAC Journal*, 29(1), 24-38.
- Amalia, F. (2014). Etika Bisnis Islam: *Konsep dan Implementasinya pada Usaha Kecil*. *Al-Iqtishad: Jurnal Ekonomi Islam*, 6(1), 133-142.
- Anwar, M.S. (2015). *Etika Bisnis dan Hukum Perikatan dalam Islam*. Bandung: Pustaka Hidayah.
- Citriadin, Y. (2020). Metode Penelitian Kualitatif: Suatu Pendekatan Dasar. *Mataram: Sanabil*.
- Mughal, M.Z., Asif, M., & Imran, M. (2020). *The Need for a Comprehensive Islamic E-commerce Framework: A Call for Collaboration and Action*.
- Saaidin, S., & Ismail, A. (2020). E-commerce dan Etika Bisnis Islam: *Menjelajahi Tantangan dan Peluang*.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Ulum, K. M. (2024). Tipologi Multiakad Dalam Fatwa Ekonomi Digital Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia. *Adzkiya : Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah*, 12(2 SE-Articles), 61–84. <https://doi.org/10.32332/zgcg2p25>
- Ulum, K. M., & Ulum, M. K. (2023). Screening Standards in Sharia Capital Market Investor Legal Protection. *El-Mashlahah*, 13(1), 77–91. <https://doi.org/10.23971/el-mashlahah.v13i1.5791>