JAMBURA ECONOMIC EDUCATION JOURNAL
Volume 6 No. 1 January Tahun 2024.
E-ISSN: 2656-4378 *P-ISSN:* 2655-5689
https://ejurnal.ung.ac.id/index.php/jej/index,

Implementasi Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam Dalam Praktik Bisnis Pada *Market Place Shopee*

Shabrina Az-Zahra*[1)], Waizul Qarni[2)], Budi Harianto[3)]
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara[1,2,3]
Email : azzahrashabrina45@gmail.com *

ABTRACT

Islamic business ethics play a crucial role in ensuring fair and transparent transactions. The emergence of e-commerce has significant potential for the Indonesian economy. This research aims to investigate further how Islamic business ethics values are applied in Shopee's e-commerce practices, focusing on the experiences of FEBI UINSU students. The study aims to analyze the implementation of Islamic business ethics values in Shopee's e-commerce practices with a case study of FEBI UINSU students. In this study, the author employs a descriptive qualitative method, which includes data collection, compilation, interpretation, and analysis. Data is examined using a descriptive-analytic method. The researcher collects This primary data through interviews with several FEBI students who use Shopee e-commerce. This research indicates that business practices on the Shopee marketplace have not fully implemented Islamic business ethics values. Regarding the principle of tawhid, the Shopee marketplace is still not fully aligned with the concept of tawhid itself.

Keywords*: E-commerce Shopee, FEBI UINSU Students, Islamic Business Ethics.*

ABSTRAK

Etika bisnis Islam memiliki peran penting dalam memastikan transaksi yang adil dan transparan. Hadirnya *e-commerce* sangat berpotensi pada perekonomian di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti lebih lanjut bagaimana nilai-nilai etika bisnis Islam diterapkan dalam praktik bisnis *e-commerce* di Shopee, dengan fokus pada pengalaman mahasiswa FEBI UINSU. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kualitatif deskriptif, yang meliputi pengumpulan, kompilasi, interpretasi, dan analisis data. Data dikaji dengan metode deskriptif analitik. Sumber data ini dikumpulkan langsung oleh peneliti melalui wawancara kepada beberapa mahasiswa FEBI yang menggunakan *e-commerce* Shopee untuk menjadikannya data primer. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa praktik bisnis pada *marketplace* Shopee belum sepenuhnya menerapkan nilai-nilai etika bisnis Islam. Pada prinsip tauhid, *marketplace* Shopee masih belum sesuai dengan tauhid itu sendiri.

Kata Kunci: Etika Bisnis Islam, *E-commerce* Shopee, Mahasiswa FEBI UINSU

Pendahuluan

Islam merupakan bukti adanya ajaran yang sempurna di bumi yang ditunjukkan dengan perintah allah yntuk menjaga keseimbangan dalam sisi ibadah (hablum minallah) dan muamalah. Jual beli merupakan dua cara pemanfaatan Hablum Minannas dalam kehidupan masyarakat (Siti sopiah & Midisen, 2024). Perdagangan barang dan jasa telah terjadi sejak zaman Nabi Muhammad SAW. Faktanya, Nabi menganjurkan para pengikutnya untuk berdagang pesanan untuk mendapatkan makanan, dengan mengatakan hal-hal seperti**:**

أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ قَالَ عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ

"Ya Rasulullah, jalan hidup yang manakah yang paling nikmat?"

Seseorang bekerja dengan tangannya sendiri, dan setiap jual belinya mendapat sejahtera," komentarnya (HR. Ahmad 4:141). Hadits ini menjadi contoh tentang bagaimana jual beli bisa sangat menguntungkan orang lain Transaksi jual beli tidak hanya memperlancar koneksi tetapi juga melayani kebutuhan orang lain (Ruslang et al., 2020).

Di era globalisasi yang hakikatnya digital ini, nyaris segala k aspek kehidupan sehari-hari ikut berubah menjadi digital, termasuk aktivitas jual beli (Haerul et al., 2023). Hampir semua aspek kehidupan, termasuk jual beli, sekarang menjadi digital. Pergeseran dari teknologi komputer, telekomunikasi, media, dan informasi telah sangat memengaruhi pertumbuhan bisnis. Hal ini disebabkan fakta bahwa semua informasi dapat diakses dan diproses dengan cepat, yang menghasilkan perdagangan elektronik (Harahap et al., 2024). Perpaduan teknologi komputer, telekomunikasi, media, dan informasi telah menghasilkan pertumbuhan bisnis yang signifikan. Untuk memperoleh keunggulan kompetitif dan global, bisnis perdagangan elektronik perlu mempromosikan informasi produk dan memperluas jaringan segmentasi pasar (Rahmadana, 2021).

Salah satu Langkah dalam merencanakan jual beli elektronik adalah dengan memberikan informasi tentang keuntungan produk dan memprluas jaringan segmentasi pasar yang lebih luas agar mendapatkan keuntungan dan daya saing yang lebih kompetitif di seluruh dunia. (Lestari et al., 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).

Qardlawi menyatakan bahwa "seperti halnya ilmu dan akhlak, ekonomi (bisnis) dan akhlak (etika) tidak pernah terpisah sama sekali bagai dua sisi mata uang yang tak pernah terpisahkan" (Minarti, 2022). Etika adalah bidang di mana kita perlu mempertimbangkan secara kritis moral ekonomi bisnis agar kita dapat menghasilkan moralitas yang bermanfaat bagi kehidupan (Ismawan & Pamungkas, 2023). Dalam ajaran islam, nilai moral tertinggi dapat dimanfaatkan dalam bisnis

maupun teori yang sesuai dengan Al-Quran dan Hadist (Imam Sutoyo et al., 2022). Landasan filosofis yang harus dibangun oleh umat muslim berdasarkan paradigma praktik bisnis islam adalah pemahaman tentang hubungan atara manusia dan tuhannya. (Handayani, 2022).

Dalam bisnis e-commerce, etika bisnis Islam memainkan peran penting dalam menjamin transaksi yang adil dan transparan. Munculnya e-commerce membuka banyak pintu bagi perekonomian Indonesia. Hal ini didukung oleh munculnya berbagai situs e-commerce seperti Bukalapak, Tokopedia, Shopee, Lazada, Bibli, Zalora, dan lainnya. Setiap langkah bisnis termasuk pengembangan produk, pemasaran, dan penjualan harus menggabungkan nilai-nilai seperti kebenaran, kejujuran, dan keadilan (Tria wardani, Nurbaiti, 2023). Dalam hal ini, Shopee merupakan pasar e-commerce yang populer di Indonesia yang berperan penting dalam mempromosikan produk dan layanan berdasarkan prinsip bisnis islam (Rasyad et al., 2023). Oleh karena itu, standart bisnis untuk penjualan dan pemasaran online sangat penting karena sistem bisnis online menjadi bagian baru dari bisnis modern dan masyarakat semakin ingin menggunakan system internet untuk menjalankan bisnis. (Masruroh, 2020).

Implementasi yaitu suatu kegiatan dalam menerapkan sesuatu dalam kehidupan sehari-hari yang berdampak pada yang menerapkan kegiatan tersebut. Implementtasi 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). Etika diperlukan ketika melakukan operasi komersial karena etika merupakan bagian integral dari pelestarian nilai-nilai moral dan spiritual (Yega Meliza et al., 2023).

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). Jika diterapkan dengan benar, etika bisnis memiliki banyak keuntungan, seperti membantu menjaga nama baik perusahaan dan membuat perusahaan memiliki reputasi yang baik di mata pelanggan dan pesaing (Karham et al., 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). Sejak awal berdirinya suatu bisnis atau usaha, etika bisnis dimulai. Bisnis yang akan dijalankan harus didorong oleh idealisme yang luhur. Jadi, tujuan utama perusahaan adalah

mencapai keadilan yang berkelanjutan dan proses transaksi yang sebanding di antara semua pihak yang terlibat (Ansori et al., 2022).

Etika bisnis Islam mencakup semua urusan bisnis yang tidak hanya berupaya memaksimalkan keuntungan sekaligus mencari kesenangan tetapi juga untuk mendapatkan keberkahan dan keridhaan atas rejeki yang dianugerahkan oleh Allah SWT. Dalam bisnis, ada tujuan lain yang harus selalu diutamakan daripada keuntungan (Yega Meliza et al., 2023). Berdirinya bisnis syariah harus dilatarbelakangi oleh rasa cinta kepada Allah SWT (Prasetia et al., 2022). Djakfar menyatakan bahwa,

"Etika bisnis Islam ialah serangkaian kegiatan bisnis dalam berbagai bentuk yang tidak terbatas namus dibatasi pada cara memperoleh dan perdayaan hartanya saja (ada aturan halal dan haramnya)."

Nilai-nilai etika bisnis Islam yang ditekannkan oleh Rasulullah Shalallahu 'alaihi Wasallam dan dapat menjadi pedoman antara lain yaitu meliputi Tauhid (Keesaan Tuhan), 'Adl (Keadilan/ keseimbangan), Kehendak bebas, Pertanggung jawaban, Ihsan (Arif et al., 2023).

Shopee adalah perusahaan teknologi multinasional Singapura yang berfokus pada e-commerce. Shopee pertama kali diluncurkan di Singapura pada tahun 2015. Kemudian meluncur di Indonesia pada bulan Desember 2015, bersama dengan peluncurannya di tujuh negara Asia lainnya: Malaysia, Thailand, Taiwan, Vietnam, dan Filipina. Shopee di Indonesia telah mengalami kemajuan besar (Yega Meliza et al., 2023).

Shopee percaya bahwa mereka mampu melakukan perubahan ke arah yang lebih baik dengan memanfaatkan kemajuan teknologi saat ini. Seperti membuat platform yang memfasilitasi pertemuan antara penjual dan pembeli. untuk membuat belanja menyenangkan dan menyenangkan (Silfira Ayu Ningsih Pasaribu, Imsar, 2024).

Karena berbagai kemudahan yang ditawarkan, tantangan bisnis yang berbasis internet dipandang lebih masuk akal. Namun, karena barang tidak dikirimkan sampai uang ditransfer, penipuan sering terjadi dalam bisnis internet (Afriani et al., 2024). Dengan hanya melihat foto-foto yang ada di website, kualitas dan tampilan fisiknya tidak seperti yang dibayangkan. Karena ada biaya pengiriman atau transportasi, ada biaya tambahan. Selain itu, proses pengiriman memperpanjang waktu pengiriman, dan Anda tidak dapat melihat atau menguji barang yang telah Anda pesan dengan cepat (Safira & Priyatno, 2023).

Namun, penelitian Yudha Nur Imron menemukan bahwa meskipun pemasaran jual beli online di *marketplace* shopee memiliki korelasi dengan etika bisnis Islam, praktik bisnis Shopee sering melakukan diskriminasi dengan mengunggah gambar produk yang tidak sesuai (Imron, 2022). Studi lain menemukan bahwa jual beli di shopee masih kurang dalam menerapkan etika bisnis yang sesuai dengan syariat islam dikarenakan masih adanya praktik gharar (penipuan) di mana foto yang diunggah tidak sesuai dengan yang sebenarnya (Azizah, 2021).

Pada penelitian ini, penulis ingin meneliti lebih lanjut bagaimana nilai-nilai etika bisnis Islam diterapkan dalam praktik bisnis *marketplace* shopee, dengan fokus pada pengalaman mahasiswa FEBI UINSU. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi nilai-nilai etika bisnis Islam dalam praktik bisnis *e-commerce* di shopee dengan studi kasus mahasiswa FEBI UINSU.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, yang meliputi pengumpulan, kompilasi, interpretasi, dan analisis data untuk menghasilkan informasi yang komprehensif untuk pemecahan masalah. Sumber data ini dikumpulkan langsung dari peneliti melalui wawancara kepada beberapa mahasiswa FEBI pengguna *e-commerce Shopee* untuk menjadikannya data primer. Setelah itu data dikaji dengan menggunakan metode deskriptif *analitic*, yaitu bersifat menjelaskan dan berupaya memberikan gambaran menyeluruh mengenai pokok bahasan yang di teliti. Teknik yang digunakan untuk pengolahan atau menganalisis data adalah klasifikasi, yang meliputi penyusunan dan pengelompokan data. Interpretasi, yaitu memberikan penjelasan dan uraian terhadap data yang telah di peroleh. Deskripsi, yaitu tahap akhir proses di mana data diuraikan, disusun, dan diolah dengan cara yang sistematis oleh peneliti.

Hasil Dan Pembahasan

Hasil Penelitian

Shopee merupakan Banyak platform e-commerce tersedia untuk menjual barang kepada umat Islam di negara-negara muslim dari berbagai negara non-muslim; beberapa dari platform ini memiliki komponen untuk pelanggan, penjual, dan penyedia barang dagangan yang mengikuti praktik bisnis Islam. Keamanan transaksi di aplikasi Shopee ini tidak selalu terjamin meskipun keamanannya sudah ditentukan. Pelanggan akan lebih mudah membeli kebutuhan dengan program ini dan pembayaran dapat dilakukan dengan metode shopee *Pay, Cash on Delivery* (COD), Indomaret atau Alfamart, atau melalui transaksi antar bank (Ansori et al., 2022).

Dalam implementasi nilai-nilai etika bisnis islam dalam praktik bisnis pada marketplace shopee ialah, kujujuran, Integritas, dan tanggung jawab merupakan pilar utama yang harus dijunjung tinggi. Kejujuran memainkan peran penting dalam setiap interaksi bisnis baik antar penjual dan pembeli maupun antara platform dan penggunanya. Di shopee, kejujuran tercermin dalam deskripsi produk yang akurat dan jujur, serta komunikasi yang transparan antara penjual dan pembeli. Integritas menjadi landasan utama dalam menjalankan bisnis, dimana setiap tindakan yang diambil harus didasarkan pada prinsip moral yang kokoh, tanpa adanya pengecualian. Dengan memegang teguh integritas, shopee memastikan bahwa setiap transaksi dilakukan dengan keadilan dan tanpa memihak. Tanggung jawab juga menjadi aspek yang sangat penting, baik dari prespektif sosial maupun lingkungan. Shopee bertanggung jawab dalam

memastikan produk yang dijual di platformnya aman, berkualitas dan tidak merugikan konsumen. Selain itu, tanggung jawab terhadap lingkungan dalam upaya *platfrom* untuk mengurangi dampak lingkungan dari kegiatan bisnisnya. Dengan menggabungkan kejujuran, integritas, dan tanggung jawab dalam praktik bisnisnya, shopee menghormati prinsip etika bisnis Islam dan tidak hanya menumbuhkan lingkungan perusahaan yang positif tetapi juga memajukan kemajuan masyarakat yang lebih baik.

Nilai – Nilai Etika Bisnis Islam Pada *Shopee*

Menurut (Prasetia et al., 2022), adapun indikator yang diimplementasikan dalam nilai-nilai etika bisnis islam pada *marketplace* shopee sebagai berikut:

Tauhid

Pilar doktrin Islam yang paling penting adalah tauhid. Tauhid adalah keesaan Tuhan; kita semua akan menjawabnya di akhirat, apa pun yang kita lakukan. Manusia telah diberi petunjuk tentang cara menjalankan planet ini, dan mereka harus mengikuti petunjuk ini sesuai dengan hukum Allah SWT. Masyarakat tidak boleh menafsirkan kepercayaan ini sebagai kepemilikan total karena jika mereka melakukannya, mereka akan dianggap melanggar perintah Tuhan. Islam berpandangan bahwa amanah yang diberikan Allah dapat diterapkan pada status kepemilikan manusia sebagai hak terbatas atas suatu barang atau jasa. Perbedaan ini terlihat pada bagaimana setiap orang memiliki sepenuhnya sistem kapitalis.

Perilaku manusia ketika melakukan aktivitas ekonomi seperti seseorang yang beragama islam yang ingin melakukan aktivitas ekonomi tertentu akan mempertimbangkan konsekuensi tindakannya terlebih dahulu. Hal ini dimaksudkan agar setiap muslim mempertimbangkan baik dan buruk dalam segala hal yang mereka hadapi ketika menjalankan bisnis agar tidak tertipu oleh tipu daya duniawi.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan para narasumber selaku pengguna shopee. Penerapan ilmu tauhid dalam *marketplace* shopee belum sepenuhnya diterapkan. Karena *marketplace* shopee masih banyak menjual barang – barang yang dilarang atau tidak sesuai dengan syariat Islam. Misalnya, masih banyak penjualan minuman keras, pakaian yang tidak menutup aurat serta makanan non halal dan sebagainya. Sehingga masih banyak yang tidak memikirkan akibat yang di perbuatnya terdahulu sebelum di kerjakan.

'Adl

'*Adl* (keadilan), salah satu sifat Allah, menyatakan bahwa semua manusia diciptakan sama di hadapan-Nya dan mempunyai kapasitas yang sama untuk berbuat baik yang membedakan manusia hanyalah derajat ketaqwaannya kepada Allah SWT. Dalam ekonomi Islam, keadilan Allah diterapkan untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia, menjamin kesetaraan pendapatan, menciptakan sumber pendapatan yang bermanfaat, mendorong kemajuan ekonomi, dan menjamin

stabilitas.

Allah mengharuskan manusia untuk memperlakukan semua orang secara setara, terutama mereka yang mempunyai otoritas dan mereka yang terus-menerus terlibat dalam urusan bisnis atau transaksi yang berkaitan dengan mu'amalah. Islam mengajarkan manusia untuk bersikap adil dan seimbang dalam berinteraksi dengan orang lain dan diri mereka sendiri, serta dengan orang-orang yang mampu mengelola lingkungan dan setiap pelanggan. Dalam ekonomi Islam, gagasan keadilan mencakup pemenuhan kebutuhan dasar setiap orang secara adil untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang stabil.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan beberapa narasumber, *E-commerce* shopee sudah menerapkan prinsip Adl atau keadilan. Hal ini dapat dilihat dari penetapan harga yang adil, pelayanan yang diberikan pihak shopee kepada semua pelanggan dan keterbukaan dalam bertransaksi. Dengan menerapkan prinsip keadilan pelaku bisnis dapat menciptakan lingkungan bisnis yang sehat dan terpercaya.

Kehendak bebas

Dalam etika bisnis Islam, independensi sangat dihargai, namun tidak boleh bertentangan atau merugikan kepentingan orang lain atau masyarakat. Islam melarang pemeluknya melakukan hal-hal yang bertentangan dengan syariat, namun juga memperbolehkan pemeluknya untuk berinovasi dalam muamalah, khususnya dalam usaha komersial.

Sebab transaksi jual beli itu tidak berdasarkan keinginan sendiri, maka sah menurut hukumnya dibatalkan. Jual beli di Shopee sesuai dengan prinsip etika bisnis islam, karena penjual tidak memaksa pembeli untuk membeli barang yang dijualnya, sebaliknya pembeli membeli barang secara sukarela, tanpa paksaan.
Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan para narasumber, prinsip ini sudah diterapkan dengan baik. Hal ini dibuktikan dengan adanya kebebasan kepada seluruh pengguna shopee baik penjual maupun pembeli. Penjual memiliki kebebasan dalam mempromosikan semua barang yang akan dijual, sedangkan pembeli memiliki kebebasan dalam hal memilih dan membandingkan harga ataupun kualitas barang dari toko yang satu ke toko lainnya tanpa adanya paksaan.

Pertanggung jawaban

Bertanggung jawab dalam Islam memiliki banyak arti, termasuk bertanggung jawab kepada Allah SWT, kepada diri sendiri, dan kepada orang lain. Dalam dunia bisnis, tanggung jawab sangat penting. Memiliki banyak kebebasan dalam melakukan semua kegiatan bisnis tidak berarti semuanya selesai sampai mencapai tujuan. Semua orang bertanggung jawab atas segala tindakan tersebut, apakah itu membuat barang, membeli barang, atau melakukan perjanjian.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan beberapa narasumber selaku pengguna shopee, ilmu pertanggung jawaban sudah diterapkan dengan baik. Misalnya barang yang dibeli tidak sesuai dengan barang yang dikirimkan oleh

penjual, maka pada aplikasi shopee dapat dilakukan pengembalian barang yang disusul dengan pengembalian dana.

Ihsan

Dalam agama islam, "ihsan" adalah konsep yang mengacu pada kualitas atau perilaku yang baik, terpuji, dan sempurna. Istilah ini berasal dari Bahasa arab, yang artinya kebaikan, keindahan, atau kemurahan hati. Ihsan mencakup Tindakan dan perilaku yang dilakukan dengan penuh kesadaran, ketulusan, dan upaya untuk mencapai kualitas terbaik. Dengan kata lain, beribadah dan berakhlak mulia seolah-olah kamu akan melihat Allah, sehingga kamu yakin bahwa Dia melihatmu. Tindakan seperti kemurahan hati, keinginan untuk melayani orang lain, dan pemahaman bahwa adanya Allah dan aturan Allah terkait dengan implementasi yang merupakan prioritas utama—semuanya dapat membantu bisnis menerapkan ihsan. Cara seorang pedagang melayani dan menangani pelanggan berkorelasi dengan konsep ihsan atau kasih sayang. Pelanggan akan menganggapnya sangat menarik karena sikap pedagang yang baik hati, ramah, memberi, dan sabar terhadap mereka.

Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan para narasumber, prinsip ihsan sudah diterapkan pada aplikasi shopee. Aplikasi shopee menerapkan prinsip ini dalam aspek komunikasi yang baik dan pelayanan yang ramah. Pihak shopee selalu menyediakan kolom komentar untuk melihat respon dan penilaian terkait kualitas barang yang telah terjual, kemudian pihak shopee juga sering menawarkan promo atau diskon tidak hanya melalui media promosi yang bersifat umum, tapi juga melalui *room chat* sebagai bentuk silahturahmi antara penjual dan pembeli.

Menurut (Imron, 2022) meskipun pemasaran jual beli online di Shopee Marketplace memiliki korelasi dengan etika bisnis Islam, praktik bisnis Shopee sering melakukan diskriminasi dengan mengunggah gambar produk yang tidak sesuai (Imron, 2022). Sedangkan menurut (Yega Meliza et al., 2023) menunjukkan bahwa etika bisnis islam telah menerapkan prinsip kesatuan, kehendak bebas dan kebenaran dalam operasi bisnis di pasar e-commerce. Transaksi tidak merugikan pihak mana pun karena tidak ada diskriminasi terhadap pembeli. Pembeli bebas untuk memilih atau membatalkan transaksi. Sangat jujur dan Amanah saat memposting gambar dan tidak ada unsur penipuan atau pemalsuan di dalammnya.

Berbeda dengan penelitian sebelumnya pada penelitian ini lebih memfokuskan kepada implementasi nilai-nilai etika bisnis islam dalam praktik bisnis *marketplace* shopee berdasarkan pengalaman mahasiswa FEBI UINSU. Sedangkan pada penelitian sebelumnya memfokuskan pada beberapa platform bisnis lain. Selain itu metodologi penelitian, temuan menjadi pembeda pada

penelitian ini. Dengan demikian, pada penelitian ini dapat menganalisi kesesuaian nilai-nilai etika bisnis islam dalam praktik bisnis pada *marketplace* shopee

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi nilai-nilai etika bisnis Islam dalam praktik bisnis *e-commerce* di Shopee dengan studi kasus mahasiswa FEBI UINSU. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik bisnis pada *marketplace* shopee belum sepenuhnya menerapkan nilai – nilai etika bisnis Islam. Karena pada prinsip tauhid, *marketplace* shopee masih belum sesuai dengan tauhid itu sendiri. Dan masih banyak ditemukan penjualan minuman keras, pakaian yang tidak menutup aurat serta makanan non halal dan lain sebagainya. Namun pada nilai – nilai yang lainnya sudah sesuai dengan etika bisnis Islam.

Nilai etika bisnis islam 'Adl dilihat dari pelayanan yang diberikan pihak shopee kepada semua pelanggan tanpa membeda-bedakan baik dalam hal jumlah pesanan maupun metode transaksi yang digunakan. Nilai etika bisnis islam berkehendak bebas dapat dibuktikan dengan adanya kebebasan kepada seluruh pengguna shopee baik penjual maupun pembeli. Penjual memiliki kebebasan dalam mempromosikan semua barang yang akan dijual, sedangkan pembeli memiliki kebebasan dalam hal memilih dan membandingkan harga ataupun kualitas barang dari toko yang satu ke toko lainnya. Pada prinsip pertanggung jawaban, dimana barang yang dibeli tidak sesuai dengan barang yang dikirimkan oleh penjual, maka pada aplikasi shopee dapat dilakukan pengembalian barang yang disusul dengan pengembalian dana kembali dan Ihsan, dimana shopee sudah memiliki aspek komunikasi yang baik dan pelayanan yang ramah. Pihak shopee selalu menyediakan kolom komentar untuk melihat respon dan penilaian terkait kualitas barang yang telah terjual.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa menerapkan nilai-nilai etika bisnis islam dapat meningkatkan kepercayaan pembeli kepada penjual, yang dapat menghasilkan peningkatan pendatan. Oleh karena itu, pedagang, terutama mereka yang beroperasi secara online, diharuskan untuk menerapkan nilai-nilai etika bisnis islam sepenuhnya.

Daftar Pustaka

Afriani, R., Jannah, N., & Harianto, B. (2024). *Impact of Price , Risk and Shipping Insurance Claims on E- Commerce Gadgets Purchase Decisions*. *5*(2), 622–631.

Ansori, Manual, U., Brämswig, K., Ploner, F., Martel, A., Bauernhofer, T., Hilbe, W., Kühr, T., Leitgeb, C., Mlineritsch, B., Petzer, A., Seebacher, V., Stöger, H., Girschikofsky, M., Hochreiner, G., Ressler, S., Romeder, F., Wöll, E., Brodowicz, T., … Baker, D. (2022). ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS E-COMMERCE PADA MARKERPLACE SHOPEE DALAM TRANSAKSI JUAL BELI MENURUT PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM. In *Skripsi* (Vol. 7, Issue 1, pp. 1–8).

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), 78–94.

Azizah, M. (2021). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Daring Di Toko Online Shopee. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, *2*(2), 184–200. core.ac.uk

Haerul, H., Iqra, I., Muhammad Hamad Al-Nil, B. M. A., & Mahmoud ELSakhawy, R. (2023). The Role of the Teacher in Instilling Tauhid-Based Education in Students in the Perspective of the Qur'an. *Solo Universal Journal of Islamic Education and Multiculturalism*, *1*(01), 50–57. https://doi.org/10.61455/sujiem.v1i01.35

Handayani, L. (2022). NILAI-NILAI EKONOMI DAN ETIKA BISNIS DALAM PERSPEKTIF ISLAM. *World Development*, *1*(1), 1–15. http://www.fao.org/3/I8739EN/i8739en.pdf%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.adolescence.2017.01.003%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.childyouth.2011.10.007%0Ahttps://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/23288604.2016.1224023%0Ahttp://pjx.sagepub.com/lookup/doi/10

Harahap, S. P. S., Nasution, D. M., Virdinia, T., & Harianto, B. (2024). FILSAFAT EKONOMI ISLAM: PENDEKATAN SISTEM EKONOMI ISLAM, NILAI-NILAI DASAR, DAN INSTRUMENTAL. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen*, *2*(1), 13–23.

Imam Sutoyo, Tri Inda Fadhila Rahma, & Muhammad Ikhsan Harahap. (2022). Dampak Usaha Tambak Udang Vanname Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat Desa Pantai Gading. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, *1*(2), 306–311. https://doi.org/10.56799/ekoma.v1i2.451

Imron, Y. (2022). Etika Bisnis Islam Terhadap Pemasaran Pada Marketplace Shopee. In *Tesis*. http://etheses.iainponorogo.ac.id/id/eprint/19047

Isnaini, N. (2022). *KONSEP PEMBENTUKAN ISLAMIC BRANDING TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM*. *5*(Darmawati 2013), 127–144.

Karham, N., Syarif, A., & Tikawati. (2022). *Implementasi Etika Bisnis Islam Pada E-commerce Bebaya Mart Kota Samarinda Kalimantan Timur*. *2*(2), 137–150.

Lestari, L., Aisyah, S., & Nurbaiti. (2023). Analisis Pemanfaatan Digitalisasi Umkm Muslim Di Kota Medan (Ditinjau Dari Perspektif Maqashid Syariah). *Jurnal Sains Dan …*, *5*(2), 687–693. http://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/saintek/article/view/2130%0Ahttp://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/saintek/article/download/2130/1639

Masruroh. (2020). *Analisis Maqashid Syariah Imam Haramain dalam Etika Bisnis e- Commerce Melalui Marketplace (Studi Kasus Marketplace Shopee.co.id)*. *02*(02), 1–16.

Minarti, S. (2022). *Ilmu Pendidikan Islam: Fakta teoretis-filosofis dan aplikatif-normatif*. Amzah.

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 Popular Di Indonesia. *JPSDa: Jurnal Perbankan Syariah Darussalam*, *1*(2), 166–181. https://doi.org/10.30739/jpsda.v1i2.998

Prasetia, Y. A., Abdullah, R., Mulawarman, U., Islam, E. B., Online, J. B., & Shopee, M. (2022). *Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Jual Beli Online di Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Universitas Mulawarman*. *1*(1), 83–88.

Rahmadana, M. F. (2021). *Ekonomi Digital*. Nilacakra.

Rasyad, F. A., Usdeldi, & Budianto, A. (2023). *Pengaruh Rating , Diskon Dan Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pengguna Aplikasi Shopee (Study Pada Mahasiswa Febi Uin STS Jambi)*. *1*(1), 448–461.

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), 665. https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1412

Safira, T., & Priyatno, P. D. (2023). Analisis Transaksi Jual Beli Mystery Box di E-Commerce Shopee dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam. *Islamic Economics and Business Review*, *1*(2), 145–154. https://ejournal.upnvj.ac.id/iesbir/article/view/5484/1915

Silfira Ayu Ningsih Pasaribu, Imsar, A. (2024). ImsarPersaingan Bisnis Antar Minimarket Dan Grosir Eceran Dalam Perspektif Bauran Pemasaran Islam (Studi Kasus di Jalan Pancing Kota Medan). *Bisnis Dan Akuntansi*, *3*(1), 70–76. https://doi.org/10.58192/profit.v3i1.1632

Siregar, F. R., & Imsar, I. (2022). Implementasi Marketing Mix dalam Meningkatkan Konsumen pada Cafe Hidden Tea (Perspektif Etika Bisnis Islam). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, *6*, 16363–16370. https://www.jptam.org/index.php/jptam/article/view/5004%0Ahttps://www.jptam.org/index.php/jptam/article/download/5004/4251

Siti sopiah, S., & Midisen, K. (2024). Analisis Strategi Marketing Live Shopee Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, *10*(1), 598. https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12325

Tria wardani, Nurbaiti, M. I. H. (2023). Development Of Digital Marketing Technology To Increase Sales In The Msmes Of The Neera Palm Sugar Palm Oil Business In Perbaungan District Melati Ii Village. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics*, *6*(3), 1–23.

Widodo, Andeka, F. (2022). *Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Bisnis Berbasis Teknologi Komunikasi (Studi Pada Marketplace Shopee)*. *7*(2).

Yega Meliza, Widiyanti, W. E., & Khasanah, U. N. (2023). Literature Review : Pentingnya Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Kegiatan Transaksi E-Commerce Pada Marketplace Shopee. *Journal of Management and Innovation Entrepreneurship (JMIE)*, *1*(2), 168–179. https://doi.org/10.59407/jmie.v1i2.317