

Penerapan Etika Pemasaran Bisnis Syariah dalam Melaksanakan Bisnis Online Shop yang Sesuai dengan Syariat Islam

**Cinta Auly Salzabilla Suherlan¹, Nymas Mu'nisah Anggraeni², Alfariydzha Vania
Zhafira³, Popon SriSusilawati⁴**

¹²³Prodi Perbankan Syari'ah, Fakultas Syari'ah, Universitas Islam Bandung

¹cinta.auly@gmail.com, ²nymasmunisah@gmail.com, ³vaniazhafira2017@gmail.com,

⁴poponsrisusilawati@unisba.ac.id.

ABSTRACT

Indonesia is a country where the majority of the people are Muslims. As the country with largest economy in Southeast Asia and also one of the emerging market economies in the world, businessman should balance it with knowledge of marketing ethics in order to usher in newer and better economic era. These days increasingly fierce business competition and lack of knowledge about marketing ethics can be a deviation in the conduct of the business. In this current era what community wants and needs continue to increase, making businessman carry out all marketing strategies that often violate established marketing norms and ethics. Doing online business can bring many advantages and conveniences for the community, but if these conveniences and advantages are not accompanied by a firm attitude and law, there will be deception, tyranny and cheating each other. Therefore in Islam there is a goal to protect mankind from all injustice. Because when we enter the world of online business, there are many challenges, not just about getting profits but also about maintaining how to do business by always sticking to the principles of Islamic law.

Keywords: Marketing, Business, Economy

ABSTRAK

Indonesia merupakan negara yang mayoritas masyarakatnya beragama Islam. Sebagai negara dengan ekonomi terbesar di Asia Tenggara dan juga merupakan salah satu ekonomi pasar yang muncul di dunia, sudah seharusnya para pembisnis mengimbangnya dengan pengetahuan tentang etika pemasaran agar bisa mengantarkan kepada era ekonomi yang lebih baru dan lebih baik. Persaingan bisnis yang sekarang semakin ketat dan juga kurangnya pengetahuan tentang etika pemasaran bisa menjadi penyimpangan di dalam pelaksanaan bisnis tersebut. Di era saat ini keinginan serta kebutuhan masyarakat terus meningkat membuat para pebisnis melakukan segala strategi pemasaran yang sering kali melanggar norma dan etika pemasaran yang sudah ditetapkan. Berbisnis online dapat membawa banyak kelebihan dan kemudahan bagi masyarakat akan tetapi jika kemudahan dan keuntungan tersebut tidak diiringi dengan sikap dan hukum yang tegas maka akan muncul tipu muslihat, saling mendzalimi dan saling mencurangi. Maka dari itu di dalam Islam ada tujuan untuk melindungi umat manusia dari segala kezaliman. Karena ketika kita masuk ke dalam dunia bisnis online di dalamnya terdapat banyak tantangan, bukan sekedar tentang mendapatkan keuntungan tapi juga tentang mempertahankan bagaimana berbisnis dengan selalu berpegang teguh pada prinsip syari'at Islam.

Kata Kunci: Pemasaran, Bisnis, Ekonomi

PENDAHULUAN

Kekuatan globalisasi dan perubahan teknologi yang melesat membuat cepatnya informasi dan komunikasi yang tidak terbendung. Seiring dengan goncangan tersebut membuat para konsumen semakin bijak dan dewasa dalam memilih dan menentukan pilihannya dalam memnuhi kebutuhannya. Mereka bebas mengantungkan kebutuhan dan keinginannya kepada siapa produsennya. Ini bisa saja menjadi titik kematian dalam bisnis. Awal kematian ini bisa saja terjadi karena dalam berbisnis para pebisnis tersebut tidak mengubah orientasi mereka ke arah bisnis yang memperdulikan konsumen dan etika-etika dalam pemasaran. Kepuasan konsumen ditujukan untuk mempertahankan konsumen agar tidak berpindah kepada para pesaing. Perilaku dan gaya hidup akan sangat berpengaruh pada organisasi. Kemajuan teknologi menciptakan turbulensi yang semakin mempercepat akselerasi perubahan tersebut. Apa yang diinginkan oleh konsumen bukan lain adalah pemenuhan keinginan dan kebutuhan konsumen itu sendiri. Oleh karena itu pemasaran yang menggeluti perkembangan selera konsumen akan selalu berasumsi bahwa bisnis tersebut tidak akan berjalan apabila tidak ada konsumen yang tidak membeli produk atau jasa dari bisnis tersebut. Keuntungan dari asumsi ini adalah dapat mempertahankan hubungan dengan pola *relationship marketing* yang pada akhirnya akan menghasilkan profit jangka panjang. Pandangan *global mind* menuntut kemampuan bisnis dalam mengatasi banyak hambatan dan kendala utama dalam progress organisasi.¹ E-commerce atau business to consumer sudah menjadi primadona bagi para pebisnis di era sekarang yang mempromosikan produk atau jasanya melalui media sosial. Permasalahan yang timbul dari adanya bisnis online seperti ini adalah pertanggungjawaban terhadap para konsumen. Pelanggaran yang juga sering terjadi dari adanya bisnis online seperti ini adalah sikap yang tidak jujur terhadap konsumen tentang produk yang ditawarkan. Prinsip-prinsip etika pemasaran harus ditetapkan dalam bisnis seperti ini demi melindungi konsumen. Kasus yang mengiringi bisnis online ini, yaitu seperti kekecewaan konsumen terhadap produk yang sudah ditawarkan.²

Konsep Etika Bisnis Islam

Istilah etika (Dewantara, 2017) merupakan kata umum yang merujuk pada baik buruknya perilaku manusia³. Etika merupakan titik tolak baik dan buruk yang menjadi referensi pengambilan keputusan personal sebelum melakukan serangkaian aktifitas. Etika tidak hanya sebatas larangan-larangan normative, akan tetapi lebih merupakan puncak keseluruhan kemampuan operasionalisasi kecerdasan manusia, etika juga disebut dengan sistem filsafat, atau filosofi yang mempertanyakan praksis manusia berkaitan dengan responsibilitas dan kewajibannya.

Menurut Erni Setyaningsih dalam (Anindya, 2017) bahwa etika bisnis Islam merupakan segala perilaku bisnis (wirausaha) dalam bertransaksi seharusnya tidak

¹ Retno Susanti, OBSESI KONSUMEN DAN ETIKA PEMASARAN (ERA BARU PEMASARAN), 120-122

² Selvia Nuriasari, BISNIS ONLINE DALAM PRESPEKTIF ISLAM, 3-4

³ Dewantara, A. W. FILSAFAT MORAL, PERKUMPULAN ETIS KESEHARIAN MANUSIA.

sekedar bertujuan mencari keuntungan sebesar-besarnya dan semaksimalnya, akan tetapi juga paling urgen adalah mencari keridhaan dan mencapai keberkahan atau rezeki yang diperoleh yang diberikan oleh Allah SWT⁴. Keuntungan bukanlah semata-mata tujuan yang harus selalu diprioritaskan. Dunia bisnis juga harus berfungsi sosial dan harus dijalankan dengan memperhatikan etika-etika yang berlaku di dalam masyarakat.

Etika bisnis Islam merupakan akhlak dalam melakukan bisnis sesuai dengan nilai-nilai yang disepakati dalam Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnis tersebut tidak perlu ada rasa kekhawatiran, sebab sudah diyakini sebagai sesuatu tindakan dan aturan yang baik dan benar. Nilai etik, moral, Susila atau akhlak adalah suatu nilai yang mengontrol dan mendorong manusia menjadi pribadi yang sempurna. Seperti kejujuran, kebenaran, keadilan, kemerdekaan, kebahagiaan dan cinta kasih sayang. (Ali Hasan dalam (Juliyani, 2016))⁵.

Menurut Norvadewi dalam (Tiakoly et al, 2019) pengusaha harus memiliki sikap tanggung jawab terhadap pelanggan, hal ini sangat diperlukan adanya praktek-praktek etika bisnis Islam yang mengatur, mengontrol terhadap segala kegiatan usaha bisnis tersebut agar dalam melakukan praktek bisnis tidak ada unsur-unsur yang merasa didzalimi⁶. Sebagaimana tujuan yang dikehendaki dari pada bisnis Islam itu sendiri yakni, untuk mendapatkan laba (profit), mempertahankan keberlangsungan bisnis, pertumbuhan sosial, dan sikap pertanggungjawaban sosial.

E-commerce / Online Shop

Menurut Siregar dalam (Yulistia, 2017) *electronic commerce (e-commerce)* adalah proses pembelian, penjualan, atau pertukaran produk, jasa, dan informasi melalui jaringan computer⁷. *E-commerce* merupakan bagian dari *e-business*, dimana cakupan *e-business* lebih luas, tidak hanya sekedar perniagaan tetapi juga mencakup pengkolaborasi mitra bisnis, pelayanan nasabah, lowongan pekerjaan, dan lain-lain. Selain teknologi jaringan, *e-commerce* juga memerlukan teknologi basis data atau pangkalan data (database), *e-surat* atau surat elektronik (*e-mail*), dan bentuk teknologi non computer yang lain seperti halnya sistem pengiriman barang dan alat pembayaran *e-money*.

Jual beli online diartikan sebagai jual beli barang dan jasa melalui media elektronik, khususnya melalui internet atau secara online. Salah satu contohnya adalah penjualan produk secara online melalui internet seperti yang dilakukan oleh *bukalapak.com*, Tokopedia, Lazada, Shopee, *olx.com*, dan lain-lain.

Menurut Suherman (2002: 179) jual beli via internet yaitu: Sebuah akad jual beli yang dilakukan dengan menggunakan sarana elektronik (internet) baik berupa barang maupun berupa jasa⁸. Atau jual beli via internet adalah akad yang disepakati

⁴ Anindya, D. A. PENGARUH ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP KEUNTUNGAN USAHA PADA WIRUSAHA DI DESA DELITUA KECAMATAN DELITUA.

⁵ Juliyani, E. ETIKA BISNIS DALAM PERSPEKTIF ISLAM. 63–74.

⁶ Norvadewi (Tiakoly et al, 2019)

⁷ Siregar (Yulistia, 2017)

⁸ Suherman. ASPEK HUKUM DALAM EKONOMI GLOBAL. 179

dengan menentukan ciri-ciri tertentu dengan membayar harganya terlebih dahulu sedangkan barangnya diserahkan kemudian. (Urnomo, 2004: 4)⁹.

Ada dua jenis komoditi yang menjadi objek transaksi online, yaitu barang/jasa non digital dan digital. Transaksi online untuk komoditi non digital, pada dasarnya tidak memiliki perbedaan dengan transaksi *As-Salam* dan barangnya harus sesuai dengan apa yang telah disepakati ketika bertransaksi. Sedangkan komoditi digital seperti *e-book*, software, script, data yang dalam bentuk file (bukan CD) diserahkan secara langsung kepada konsumen, baik melalui *email* ataupun download. Hal ini tidak sama dengan transaksi *As-Salam* tapi seperti transaksi jual beli biasa. Alur jual beli online atau skema dasar dari bisnis online adalah sebagai berikut:

- a. Terjadinya transaksi antar dua pihak.
- b. Adanya pertukaran barang, jasa, maupun informasi.
- c. Internet adalah media utama dalam proses jual beli (ijab qabul).

Sama seperti bisnis pada umumnya, bisnis online dalam ekonomi syariah juga terbagi dalam yang halal dan haram, legal atau illegal. Bisnis online yang diharamkan yaitu bisnis judi online, perdagangan barang-barang terlarang seperti narkoba, video porno, barang yang melanggar hak cipta, senjata, dan benda lain yang tidak memiliki manfaat. Intinya, bisnis online adalah bisnis berdasarkan muamalah. Bisnis online diizinkan (Ibahah) selama bisnis tersebut tidak mengandung elemen yang dilarang. Transaksi penjualan online dimana barang hanya berdasar pada deskripsi yang disediakan oleh penjual dianggap sah, namun jika deskripsi barang tidak sesuai maka pembeli memiliki hak khayar yang memperbolehkan pembeli untuk meneruskan pembelian atau membatalkannya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif adalah kegiatan mengeksplorasi dan memahami makna dari sejumlah individu atau kelompok orang yang dianggap memiliki kapasitas dari permasalahan sosial yang akan diteliti. Tujuan penelitian ini adalah menafsirkan dan menuturkan data yang bersangkutan dengan situasi yang sedang terjadi, sikap/pandangan yang terjadi didalam masyarakat, pertentangan 2 keadaan atau lebih, pengaruh terhadap suatu kondisi, dan lain-lain. Didalam penelitian deskriptif kualitatif ini, peneliti menggunakan kajian studi Pustaka melalui informasi dari buku, majalah, koran, dan literature lainnya untuk membantu sebuah landasan teori (Arikunto, 2006)¹⁰. Penelitian ini juga untuk menelaah sumber-sumber tertulis seperti jurnal ilmiah, buku referensi, literature, ensiklopedia, karangan ilmiah, serta sumber-sumber lain baik dalam bentuk tulisan atau dalam format digital yang relevan dan berhubungan dengan objek yang sedang diteliti. Adapun yang menjadi objek kajian penelitian ini adalah berupa teks-teks atau tulisan-tulisan tentang bisnis/usaha online shop yang sedang merajalela di Indonesia.

⁹ Urnomo, W.A. KONSUMEN DAN TRANSAKSI E-COMMERCE. 4

¹⁰ Arikunto, 2006

HASIL PENELITIAN

Penerapan Etika Bisnis

Etika yang pertama adalah niat dan tulus. Dengan niat dan tulus, semua bentuk aktivitas di dunia seperti bisnis akan berubah menjadi ibadah. Adapun prinsip-prinsip bisnis Rasulullah adalah: sikap *fathanah* (profesional), *amanah* (terpercaya), *shiddiq* (jujur), dan *tabligh* (transparan).

a. *Fathanah* (profesional)

Fathanah dapat diartikan cerdas, intelektual, kecerdikan atau kebijaksanaan. Pebisnis yang *fathanah* yaitu pebisnis yang memiliki kemauan berusaha mencari dan menemukan peluang-peluang bisnis yang baru, prospek dan berwawasan masa depan, namun tidak mengabaikan prinsip kekinian. Mengutamakan profesionalisme dalam bisnis terutama pada perdagangan elektronik (*e-commerce*) berupa layanan yang maksimal terhadap pembeli. Pelayanan maksimal terhadap pembeli di era digitalisasi bisnis sangat diperlukan mengingat persaingan yang semakin ketat, jika layanan terhadap pelanggan tidak direspon dengan cepat dan tepat maka pelanggan akan beralih ke toko online lainnya.

b. *Amanah* (Terpercaya)

Amanah (*responsibility* dan *kredibilitas*) adalah sifat ini dapat membentuk pribadi yang kredibel dan mempunyai sikap penuh tanggung jawab. Sifat amanah memiliki posisi yang sangat penting dalam transaksi bisnis, karena tidak adanya kredibilitas dan tanggung jawab dalam bermuamalah maka kehidupan bisnis menjadi tidak seimbang dan akan kacau. Dalam konteks transaksi bisnis sikap amanah diimplementasikan oleh seorang penjual dengan menjaga sifat kepercayaan pelanggan.

c. *Shiddiq* (Jujur)

Kata *shiddiq* dalam etika bisnis modern mering dibahasakan melalui kata integritas. Integritas adalah salah satu cara bagaimana menjunjung tinggi nilai-nilai dan etika dalam melakukan berbisnis. Seorang bisnis harus menjalankan sesuatu dengan kejujuran, kegigihan, keuletan dan mampu bersaing dengan sehat. Perkembangan dalam dunia bisnis semakin modern, kejujuran bisa diterapkan dalam bentuk kesungguhan kinerja dan ketepatan waktu, baik ketetapan waktu pengiriman, janji, pelayanan yang baik, memperbaiki terus menerus kualitas barang, serta menahan diri dari berbohong dan menipu. Termasuk tidak memberikan informasi yang penuh kebohongan atas barang yang diperjualbelikan.

d. *Tabligh* (Transparan)

Tabligh dalam bidang bisnis menurunkan prinsip-prinsip ilmu komunikasi bisnis, seperti penjualan, pemasaran, periklanan, pembentukan opini masa, yang dilakukan dengan benar dan proposional. *Tabligh* dalam transaksi bisnis online diterapkan melalui kemampuan seller dalam hal penyampaian kualitas produk yang ditawarkan kepada pembeli. Transparansi tentang barang diperjualbelikan sangat penting karena pembeli tidak melihat langsung barang yang ditawarkan tetapi hanya melalui gambar/video yang diberikan oleh penjual. Transparansi

dalam segala hal baik spesifikasi barang, kualitas, fungsi, dan kelebihan-kelebihan lainnya dari barang yang telah ditawarkan.

E-commerce sangat membantu dalam memenuhi kebutuhan masyarakat, transaksi yang dilakukan dengan mudah, hingga jual beli *online* ini diminati mulai dari anak-anak, remaja, hingga orang dewasa. Namun penerapan etika bisnis yang masih kurang ini membuat larangan dalam bertransaksi dalam islam ini menjadi acuh, adanya ketidak jelasan barang yang ternyata barang yang tidak layak tetap di kirimkan kepada pemesan, hingga pemesan memberikan rating yang kurang baik yang menimbulkan kerugian antara satu dengan yang lainnya bahkan adanya penipuan uang yang sudah di kirim tetapi barang tidak dikirim, oleh sebab itu tetap menjaga etika bisnis islam pada setiap transaksi jual beli *online* yang akan dilakukan, supaya semua pihak yang melaksanakan kegiatan transaksi di *e-commerce* bisa saling memberikan manfaat.

Adanya kebutuhan yang mendasar pada kegiatan perdagangan atau transaksi dengan *e-commerce* yaitu dengan promosi informasi keistimewaan pada objek serta memperbesar tempat pasar sesuai sasaran yang lebih baik dan luas supaya terwujudnya sebuah daya saing yang lebih unggul, keompetitif serta secara menyeluruh. *E-commerce* adalah sistem yang disusun dan dibentuk tentu memiliki sebuah misi bagi kemajuan serta kelancaran pada sebuah efektifitas pada saar berdagang yang memanfaatkan media teknologi dan sebuah informasi di era yang semakin maju dan berkembang cepat, pada peningkatan kualitas objek barang maupun jasa serta informasi yang dapat meminimalisir masalah biaya yang kurang penting, sehingga pada harga objek benda informasi dapat dimaksimalkan tanpa harus meminimalisir sebuah quantity pada kualitas benda atau barang tersebut.

Islam telah mengatur bagaimana pemeluk-pemeluknya dalam bermuamalah kepada sesama manusia, bukan hanya kepada sesama muslimnya. Prinsip tanggung jawab yang harus konsumen lakukan ketika membeli produk ialah ketika konsumen sepakat untuk membeli produk tersebut, maka harus dilakukan segera pembayaran kepada sistem. Efisiensi waktu yang dihabiskan dalam proses jual beli pun tidak menghabiskan waktu yang cukup lama, dengan mencari kebutuhan barang yang diinginkan, maka dengan cepat sistem akan mencari barang tersebut dan disampaikan kepada konsumen dengan beberapa pilihan. Dengan kemudahan tersebutlah yang menjadikan *e-commerce* untuk menarik peminat konsumen sangatlah beragam.

Beragam inovasi yang dilakukan oleh beberapa *e-commerce* terus berlomba-lomba supaya dekat dengan konsumen, dengan adanya agen dari *e-commerce* tersebut yang dibuka di setiap daerah, memperkuat layanan iklan di sosial media dengan mengontrak beberapa artis atau tokoh publik yang dijadikan *ambassador* dari perusahaan tersebut, bahkan fitur-fitur yang dihasilkan poin dan dapat digunakan dalam bertransaksi. Semua *e-commerce* memiliki kesempatan yang sama dalam berinovasi dan tidak adanya kasus saling menjatuhkan atau saling menuntut antar *e-commerce*. Maka, bagi para perusahaan *e-commerce* yang tidak memperbarui skala usahanya minimal dengan menginovasikan hal yang baru dan menarik, mau

tidak mau perusahaan tersebut akan kalah saing dengan beberapa kompetitor lainnya.

Pada dasarnya perdagangan bertujuan untuk mendapatkan keuntungan atau laba. Barang siapa yang tidak beruntung perdagangannya, maka hal itu ia tidak melakukan usaha dengan baik dalam memilih dagangan atau dalam bermuamalah dengan orang lain. Tetapi jika keuntungan itu didapat dengan jalan yang dilarang hukumnya haram. Islam mengajarkan bahwa segala kegiatan muamalah dilakukan atas dasar tolong menolong. Kalimat tersebut mengandung arti bahwa dalam mencari harta untuk kebutuhan hidup jangan sampai dilakukan dengan cara-cara yang batil seperti penipuan dan muamalah yang ada unsur gharar.

Kerugian ataupun bahaya fisik yang diderita konsumen karena cacar produk atau penipuan dapat dikatakan sebagai perbuatan tersalah. Keadaan tersalah dalam hubungan manusia dengan Allah memang tidak dapat memberikan resiko apapun, tetapi dalam hubungan dengan sesama manusia, maka tanggung jawab seseorang tidak akan terlepas. Kerugian yang diderita seseorang karena perbuatan orang lain, harus diberi ganti rugi yang disebut jawabir (penutup maslahat yang hilang).

Transaksi halal sesuai syariah yang terjadi antara pihak penjual dan pembeli tentunya tidak terlepas dari kaidah yang biasa disebut dengan akad jual beli. Akad yang terdapat dalam aplikasi *e-commerce* yaitu akad jual beli salam dan akad ijarah. Kedua akad pada *e-commerce* ini dinilai sejalan dengan sistem pembayaran salam dalam transaksi ekonomi syariah. Pada *e-commerce* populer di Indonesia terus bersaing pesat dalam fasilitasnya, untuk mendapatkan rating terbaik dan kepercayaan setiap platform baik itu shopee, tokopedia, lazada, dan *e-commerce* lainnya harus bersaing sehat dalam kegiatan jual belinya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berbisnis dengan melalui online satu sisi dapat memberi kemudahan dan menguntungkan bagi masyarakat. Namun kemudahan dan keuntungan itu jika tidak diiringi dengan etika budaya dan hukum yang tegas akan mudah terjebak dalam tipu muslihat, saling mencurangi dan saling menzalimi. Disini islam bertujuan untuk melindungi umat manusia sampai kapanpun agar adanya peraturan hukum jual beli dalam islam yang sesuai dengan ketentuan syari'ay agar tidak terjebak dengan keserakahan dan keخالiman yang meraja lela. Transaksi bisnis melalui online jika sesuai dengan aturan-aturan yang telah disebut di atas akan membawa kemajuan bagi masyarakat dan negara.

Empat sifat etika bisnis yang telah diterapkan oleh Muhammad Saw, tersebut telah diterapkan kepada *e-commerce*. *Fathanah* (profesional) digunakan berupa layanan maksimal terhadap pembeli. Merespon pesanan pembeli dengan penuh keramahan. Selanjutnya *amanah*, digunakan dengan menjaga hak-hak pelanggan. Lalu sikap *shiddiq*, seller telah melaksanakan sifat kejujuran dengan baik. Sikap *tabligh*, seller telah melaksanakan hal tersebut, spesifikasi barang dijelaskan dengan gamblang.

Ketika kita masuk ke dunia bisnis online, banyak godaan dan tantangan bagaimana kita harus berbisnis yang sesuai dengan koridor islam. Jangan karena

ingin mendapatkan keuntungan yang banyak lalu menghalalkan segala macam cara. Selam kita berbisnis online yang sesuai dengan prinsip-prinsip islam dan bermanfaat bagi orang lain, tentunya keuntungan yang kita dapatkan akan berkah. Terlaksananya etika bisnis yang sesuai dengan syari'at islam akan membawa implikasi yang baik terhadap kelangsungan bisnis, pembeli akan semakin meningkat kepercayaan terhadap seller sehingga mereka loyal untuk terus berbelanja di *e-commerce* tersebut. Demikian juga seller semakin setia menjual di *e-commerce* karena jumlah pembeli semakin bertambah banyak yang berpengaruh terhadap keuntungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Nur Fitria, Tira. 2017. *Bisnis jual beli online (online shop) dalam hukum islam dan hukum negara*, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 03, No. 01.
- Qanitah, Nafisah, Cindy, Fitri. 2021. *Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli Online pada E-commerce populer di Indonesia*, *Jurnal Perbankan Syariah Darussalam (JPSDa)*, Vol. 1, No. 2.
- Ruslang, Abdul. 2020. *Etika bisnis E-commerce shopee berdasarkan maqashid syariah dalam mewujudkan keberlangsungan bisnis*, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 6, No. 3.
- Syafiq, Ahmad. 2019. *Penerapan etika bisnis terhadap kepuasan konsumen dalam pandangan islam*, *Jurnal Pemikiran dan Hukum Islam*, Vol. 5, No. 1.
- Yusuf, M. Syahdi. 2019. *Analisis etika bisnis dalam pengambilan keputusan pad pembelian produk melalui e-commerce*. Fakultas Ilmu Agama Islam. Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.