

Etika Bisnis Islam Dalam Praktek Bisnis Di Era Digital Ekonomi

Ananto Triwibowo¹, Muhammad Afani Adam²

¹ Institut Agama Islam Negeri Jurai Siwo Metro Lampung

 anantotriwibowo@metrouniv.ac.id

² Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Ma'arif Kalirejo Lampung Tengah

 afaniieadam@gmail.com

Abstrak : Ekonomi digital muncul dan berkembang pesat beriringan dengan kemajuan teknologi, informasi dan komunikasi yang berkembang. Inilah sebabnya mengapa ekonomi digital berusaha untuk memungkinkan usaha kecil dan menengah untuk memasuki dunia bisnis dengan mudah dan praktis. Kebebasan dalam ekonomi digital membuat banyaknya pelanggaran-pelanggaran yang dilakukan oleh para pelaku bisnis, hal ini harus diimbangi dengan penerapan etika bisnis di dalamnya. Ada beberapa prinsip etika yang harus diterapkan dalam bisnis. Berdasarkan lima aksioma etika bisnis Islam, maka segala aktivitas bisnis baik menggunakan digital ekonomi maupun non digital tetap harus sesuai dengan etika bisnis Islam dan tidak boleh melanggar dan bertentangan dengan prinsip syariah. Penelitian ini bertujuan untuk melihat praktek-praktek bisnis yang ada dan menggunakan ekonomi digital sebagai sarana bisnis yang dijalankan, yang kemudian dilihat dan ditinjau dengan menggunakan teori etika bisnis islam. Sehingga akan ditemukan semacam teori tentang batasan (yang dilarang dan diperbolehkan) yang diberikan oleh etika bisnis islam dalam melaksanakan bisnis melalui digital ekonomi. Metode penelitian yang digunakan kualitatif deskriptif dengan menggunakan analisa studi pustaka. Data yang digunakan adalah data sekunder yang berasal dari kajian-kajian mengenai teori etika bisnis islam serta fenomena bisnis digital yang ada di era saat ini. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa praktek bisnis di era ekonomi digital masih termasuk ke dalam wilayah muamalah yang memiliki hukum asal dibolehkan sampai adanya dalil atau nash yang melarang. Dalam praktek bisnis ini prinsip kehati-hatian dan kejujuran menjadi prinsip utama yang harus dipenuhi, yang kemudian juga diikuti dengan prinsip-prinsip etika bisnis islam yang lain.

Kata Kunci : **Bisnis, Digital Ekonomi, Etika Bisnis Islam**

PENDAHULUAN

Islam adalah agama sempurna yang tidak hanya mengatur hubungan antar manusia secara horizontal tetapi juga secara vertikal. Hubungan vertikal mengacu pada hubungan antara manusia dan penciptanya, sedangkan hubungan antara manusia dan manusia serta sesama makhluk lainnya melibatkan hubungan horizontal. Dalam islam hubungan antara manusia yang



satu dengan manusia lainnya disebut dengan kegiatan mua'malah. Interaksi sesama manusia yang di lakukan sehari hari telah diatur dalam islam dengan sistem mua'malah yang berdasarkan pada kebolehan tingkah laku, yang dimana sistem ini berusaha mewujudkan tujuan kehidupan manusia yakni tercapainya kesejahteraan dunia dan akhirat¹. Dan untuk mencapai tujuan kehidupan tersebut manusia dituntut untuk bisa menerapkan aturan-aturan yang ada dalam islam dan menghindarkan diri dari larangan-larangan yang ada².

Salah satu interaksi sesama manusia yang tidak bisa untuk dielakkan dalam kehidupan sehari hari adalah adanya praktek bisnis yang dilakukan antara satu sama yang lain. Praktik bisnis diartikan sebagai aktivitas atau kegiatan yang dilakukan oleh seseorang untuk bisa mendapatkan keuntungan terutama dalam bentuk materi. Banyak juga yang mengartikan bahwa bisnis dikatakan sebagai transaksi perniagaan atau jual beli barang atau jasa untuk bisa mendapatkan keuntungan³. Dari definisi tersebut dapat dipahami bahwa kegiatan bisnis tidak bisa diterapkan hanya dengan satu orang saja, tetapi juga membutuhkan orang lain sebagai orang yang akan memberikan keuntungan kepada pelaku bisnis.

Perkembangan zaman yang juga diiringi dengan majunya perkembangan teknologi, dimana segala aktivitas dirancang untuk memberikan kemudahan bagi manusia termasuk kemudahan untuk memenuhi kebutuhan yang dapat diakses dengan sangat mudah. Diantaranya melalui konvergensi teknologi computer dengan telekomunikasi serta media yang menyajikan informasi dengan canggih dan mudah diperoleh telah membantu berkembangnya ekonomi dengan sangat pesat⁴. Karena hal tersebut, mulailah bermuculan sistem perdagangan melalui media elektronik atau *e commerece* yang merupakan suatu sistem mekanisme transaksi yang menggunakan jaringan internet dengan media elektronik yang telah digunakan dengan baik oleh negara maju maupun berkembang pada saat ini, sehingga meningkatkan efisiensi serta mempercepat perkembangan bisnis karena tidak dapat dibatasi oleh batasan geografis sehingga siapapun dapat menjangkaunya.

Ekonomi digital merupakan salah satu jenis kegiatan ekonomi yang memanfaatkan teknologi media digital seperti internet, robotik, dan kecerdasan buatan manusia lainnya atau *Artificial Intelligence (AI)*. Ekonomi digital saat ini mulai diminati oleh para pelaku bisnis memiliki keunggulan yang bisa memudahkan proses bisnis yang dilakukan, baik dari segi

¹ Muhammad Rusli and Muh Rifki Alisyah, "PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DI ZAMAN DIGITAL (STUDI PADA BUKALAPAK.COM)," n.d.

² Sriayu Aritha Panggabean and Kaharuddin K, "ETIKA BISNIS DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM," *Citra Justicia: Majalah Hukum dan Dinamika Masyarakat* 22, no. 2 (September 7, 2021): 77–86, <https://doi.org/10.36294/cj.v22i2.2287>.

³ Moch Endang Djunaeni, "ETIKA BISNIS SYARIAH," *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah* 7, no. 1 (February 15, 2016), <https://doi.org/10.24235/amwal.v7i1.219>.

⁴ Nila Dwi Aprilia, "PERKEMBANGAN EKONOMI DIGITAL INDONESIA," *Ekonomi Pertahanan* 7, no. 2 (August 28, 2021): 245–59.

produksi, pemasaran, distribusi dan lainnya. Pemanfaatan digital ini tentunya dengan harapan supaya bisa menekan biaya produksi serta memaksimalkan produk dan penjualan hasil produk. Digitalisasi juga memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan UKM melalui layanan belanja online dan e-banking virtual. Kehadiran transaksi keuangan digital juga mendorong masyarakat dan organisasi untuk mengubah pola pikir mereka untuk membuat keputusan dan transaksi keuangan yang lebih efektif dan efisien. Tetapi juga memiliki efek negatif. Pertama, risiko otomatisasi, robotika, dan efisiensi online akan mengurangi atau menghilangkan tenaga kerja yang memengaruhi hampir semua fungsi bisnis seperti keuangan dan perbankan, operasi bata-dan-mortir, dan pusat perbelanjaan yang bersaing dengan belanja elektronik dan media cetak. Iklan tradisional mulai bersaing dengan media sosial digital. Yang kedua adalah kejahatan dunia maya keuangan dalam bentuk transaksi ilegal, seperti pencucian uang, perdagangan narkoba, serangan peretas, atau peretas yang melakukan penipuan keuangan dan penipuan internet melalui belanja online. Aktivitas iklan atau promosi yang tidak bermoral atau tidak etis, peretasan adalah mengakses jaringan dengan tujuan mencuri, mengubah, atau menghancurkan informasi. Ketiga, risiko penurunan daya saing produksi dalam negeri akibat meningkatnya transaksi digital yang memudahkan akses produk luar negeri⁵.

Menurut Kementerian Komunikasi dan Informatika, terdapat 191 juta pengguna aktif media sosial pada tahun 2022 yang menalami kenaikan hingga 13,35% dari tahun sebelumnya⁶. Di sini para pelaku bisnis berinovasi untuk aktif beriklan di media sosial dan berperan sebagai platform untuk mengupdate produk terbaru perusahaannya. Beberapa dari mereka sudah terkenal di media sosial karena kepemimpinannya yang luar biasa. Namun kenyataannya, penggunaan media sosial untuk manajemen bisnis bukannya tanpa kerugian. Masih banyak pengguna yang tidak menjalankan bisnisnya secara etis. Performance adalah kesan yang diperoleh konsumen atau calon konsumen ketika melihat atau menilai produk yang ditawarkan. Seringkali, sebagian pebisnis menggunakan media sosial dengan tidak bijak tanpa memperhatikan beberapa etika bisnis yang ada⁷.

Pentingnya penerapan etika bisnis dalam memanfaatkan ekonomi digital menjadi sebuah keharusan sebagai salah satu upaya untuk mengurangi dan meminimisir terjadinya resiko dalam bisnis di era ekonomi digital. Etika bisnis juga bisa menjadi salah satu upaya untuk para

⁵ Eddy Soeryanto Soegoto and Muhammad Habibi Putera, "PENGARUH RISIKO PADA E-COMMERCE," *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia* 16, no. 1 (February 6, 2022): 27–35, <https://doi.org/10.32815/jibeka.v16i1.215>.

⁶ Data Indonesia, "Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022," [Dataindonesia.id](https://dataindonesia.id), accessed February 17, 2023, <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>.

⁷ PDSI KOMINFO, "Kementerian Komunikasi Dan Informatika," Website Resmi Kementerian Komunikasi dan Informatika RI, accessed February 17, 2023, <https://kominfo.go.id/>.

pelaku bisnis dalam mempertahankan usaha yang dijalankan⁸. Penerapan etika bisnis akan menaikkan citra pelaku bisnis sehingga menarik minat para konsumen dan patner bisnis yang lain untuk bekerjasama. Sumber etika bisnis yang dijalankan bisa berasal dari hukum positif, hukum adat, serta norma dan nilai-nilai lain yang disepakati di tengah-tengah masyarakat.

Salah satu sumber etika bisnis yang dapat digunakan adalah agama islam. Islam merupakan agama yang menjadi penunjuk hidup (*way of live*) bagi para pemeluknya dalam menjalani kehidupan di dunia ini. Islam tidak hanya mengatur bagaimana hubungan antara manusia dengan penciptanya yaitu Allah tetapi juga mengatur hubungan antara manusia dan sesama makhluk lainnya, termasuk di dalamnya adalah mengatur tentang etika kehidupan bagi manusia yang sering juga disebut dengan akhlaq⁹. Salah satu yang juga menjadi perhatian dalam islam adalah tentang etika dalam berbisnis yang kemudian disebut dengan etika bisnis islam.

Etika bisnis islam merupakan seperangkat perilaku bisnis yang beretika (akhlaq al Islamiyah) yang dibungkus dengan nilai-nilai syariah yang mengutamakan halal dan haram. Jadi, perilaku etis adalah perilaku yang mengikuti perintah Allah dan menahan diri dari apa yang dilarang. Dalam Islam, etika bisnis telah banyak dibahas dalam berbagai literatur, dan sumber yang paling penting adalah Al-Quran dan Sunnah Turrasul. Pengusaha wajib bertindak etis dalam kegiatannya. Kepercayaan, keadilan dan kejujuran adalah faktor terpenting untuk kesuksesan di masa depan¹⁰. Ada beberapa prinsip dalam etika bisnis Islam yang merupakan aksioma etika yang meliputi tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, ihsan dan tanggung jawab.

Dari permasalahan diatas mengenai maraknya praktek ekonomi digital sebagai sarana dalam berbisnis, yang memberikan kemudahan dan kebebasan yang juga memberikan peluang untuk terjadinya kecurangan dan permasalahan yang akan memberikan dampak negatif bagi orang lain, maka peneliti tertarik untuk mengkaji tentang praktek bisnis ekonomi digital yang diperbolehkan dan dilarang dalam etika bisnis islam. Hasil dari penelitian ini diharap bisa untuk memberikan kejelasan tentang batasan-batasan dalam etika bisnis islam di dalam praktek ekonomi digital sehingga bisa menentukan prakek bisnis digital ekonomi yang bagaimana yang diperbolehkan dan di larang dalam islam.

TELAH PUSTAKA

Telaah pustaka merupakan kajian mengenai penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Telaah pustaka dibutuhkan sebagai sebuah rancang

⁸ Fitri Amalia, "Etika Bisnis Islam: Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil.," *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah* 6, no. 1 (January 28, 2014): 133–42.

⁹ Ananto Triwibowo et al., "Comparative Study of Hisbah Institutions and Consumer Protection Institutions In Indonesia In A Review of Islamic Business Ethics," *International Journal of Islamic Economics* 4, no. 02 (December 16, 2022): 121–35, <https://doi.org/10.32332/ijie.v4i02.5554>.

¹⁰ Amalia, "Etika Bisnis Islam."

bangun penelitian baru untuk bisa menentukan pembaharuan pada penelitian ini jika dibandingkan dengan penelitian sebelumnya. Pada penelitian sebelumnya, sudah terdapat beberapa penelitian mengenai etika bisnis islam dan digital ekonomi. Diantara penelitian tersebut sebagai berikut.

Penelitian Nasrullah dengan judul "*Implementasi Etika Bisnis Islam Dan Transformasi Digital Umkm Madura Dalam Mendukung Ketercapaian Sustainable Development Goals*", Metode penelitian ini adalah kualitatif dengan penelitian lapangan, analisis data menurut model Miles dan Huberman, yang terdiri dari reduksi data, penyajian dan penarikan kesimpulan. Hasil kajian menyimpulkan bahwa dalam praktiknya, pelaku UMKM lebih nyaman mempromosikan usahanya melalui akun pemasaran dan media sosial pribadi, serta tidak terikat dengan website marketplace pemda dalam menerapkan etika bisnis Islami, jujur, dan suka menolong. lainnya, non-penipuan dan anti-monopoli, telah diterapkan, tetapi UMKM menentang sertifikasi halal untuk makanan olahan yang mereka jual¹¹.

Penelitian riskun iqbal dengan judul "*Digital Marketing Perspektif Etika Bisnis Islam*" hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa ada sembilan etika pemasaran yang dapat diperoleh pemasar syariah dalam melakukan kegiatan pemasaran yang bermakna dan tetap berada dalam koridor syariah, yaitu (a) kepribadian spiritual, (b) perilaku kebaikan dan kasih sayang, (c) praktik bisnis yang jujur, (d) layanan . rendah hati, (e) menepati janji dan tidak curang, (f) jujur dan dapat dipercaya, (g) berpikiran terbuka, (h) tidak menyalahgunakan, (i) tidak membayar suap¹².

Penelitian Mabarroh Azizah dengan judul "*Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Daring Di Toko Online Shopee*" Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan penerapan etika bisnis Islami pada toko online Shopee. Jenis penelitian ini adalah penelitian hukum normatif atau normatif. Sifat penelitian ini adalah penelitian deskriptif analisis. Data mentah merupakan bahan penelitian berupa aturan, etika bisnis islami, dan konsep terdokumentasi jual beli online. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi pustaka, dokumen dan wawancara. Teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan cara berpikir induktif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Penerapan etika bisnis Islami dalam praktik jual beli toko online Shopee tidak menerapkan etika bisnis Islami.

¹¹ Nasrulloh Nasrulloh, "Implementasi Etika Bisnis Islam Dan Transformasi Digital UMKM Madura Dalam Mendukung Ketercapaian Sustainable Development Goals," *JES (Jurnal Ekonomi Syariah)* 7, no. 1 (February 28, 2022): 63–75, <https://doi.org/10.30736/jesa.v7i1.183>.

¹² Riskun Iqbal, "DIGITAL MARKETING PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM," *JURNAL MUBTADIIN* 8, no. 02 (November 23, 2022), <https://journal.an-nur.ac.id/index.php/mubtadiin/article/view/603>.

Karena masih ada orang yang berbohong dan mengirimkan gambar yang tidak sesuai dengan gambar aslinya¹³.

Proceeding atas Shinta Maharani, Miftahul Ulum dengan judul "*Ekonomi Digital: Peluang Dan Tantangan Masa Depan Terhadap Ekonomi Syariah Di Indonesia*" Kajian ini dilakukan untuk menganalisis dampak ekonomi digital terhadap kemungkinan masa depan ekonomi Islam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan jumlah populasi yang tidak terbatas, pengambilan sampel secara acak menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa teknologi diharapkan dapat meningkatkan sektor pertumbuhan ekonomi syariah di masyarakat Indonesia, dengan harapan melalui ekonomi syariah dapat menjadi sarana inklusi keuangan dalam ekonomi digital, seperti; (a) keterjangkauan platform non bank, (b) Penyampaian layanan keuangan syariah kolaborasi yang kuat antar merchant melalui ekonomi digital, (c) perluasan digital perbankan syariah dan (d) media Otoritas Pengatur Pengembangan Keuangan Syariah, dan (e) jenjangnya tidak lagi di level UMKM tetapi pada tingkat start-up perusahaan. Upaya mendorong kewirausahaan, inovasi dan pertumbuhan ekonomi dapat menjadi peluang untuk memperluas akses khususnya inklusi keuangan syariah. Selain itu, ekonomi digital diharapkan dapat menjadi sarana berbagi informasi untuk meningkatkan layanan publik dan/atau sosial, serta munculnya teknologi baru diharapkan dapat menciptakan peluang untuk memberikan layanan yang berkualitas, cepat, dan terjangkau¹⁴.

Jika dilihat maka pembaharuan pada penelitian ini terletak pada pembahasan mengenai batasan-batasan yang akan di perhatikan dalam melaksanakan praktek ekonomi digital dalam bisnis dengan menggunakan nilai-nilai yang ada pada etika bisnis islam.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam tulisan ini adalah studi kepustakaan, dengan menggunakan metode kualitatif untuk memperoleh informasi deskriptif. Teknik content analisis isi adalah metode penelitian yang digunakan untuk menemukan kesimpulan dari sebuah teks. Dengan kata lain, analisis isi adalah metode penelitian yang bertujuan untuk mengungkap pemikiran yang terbuka dan tersembunyi dari penulis, tetapi penelitian kepustakaan menggunakan jenis dan sumber data sekunder yang diperoleh dari temuan

¹³ Mabarroh Azizah, "PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM TRANSAKSI JUAL BELI DARING DI TOKO ONLINE SHOPEE," *Humani (Hukum dan Masyarakat Madani)* 10, no. 1 (May 22, 2020): 83–96, <https://doi.org/10.26623/humani.v10i1.1848>.

¹⁴ Shinta Maharani and Miftahul Ulum, "EKONOMI DIGITAL: PELUANG DAN TANTANGAN MASA DEPAN TERHADAP EKONOMI SYARIAH DI INDONESIA," *Conference on Islamic Studies FAI 2019*, no. 0 (February 13, 2020): 1–11, <https://doi.org/10.30659/cois.v0i0.7981>.

penelitian, artikel dan buku referensi yang berhubungan dengan topik terkait. Bahan penelitian ini dikumpulkan melalui studi kepustakaan.

Sumber bahan penelitian ini diambil dari data sekunder dan dikumpulkan dari perpustakaan dengan megumpulan buku, jurnal-jurnal yang berliterasi dengan digital ekonomi dan etika bisnis islam, serta sumber-sumber lainnya yang relevan dengan penelitian ini, serta memperhatikan fenomena-fenomena dalam praktek bisnis dengan menggunakan digital ekonomi. Data yang sudah terkumpul kemudian dianalisa dan disajikan dalam bentuk deskriptif.

PEMBAHASAN

Bisnis Merupakan Kegiatan Muamalah yang Diperbolehkan

Bisnis merupakan kegiatan yang terorganisasi karena melibatkan banyak kegiatan. Secara etimologi menjelaskan bahwa bisnis berarti seseorang atau kelompok yang sibuk dan menghasilkan uang. Alternatifnya, itu bisa berarti proses menghasilkan keuntungan bagi seseorang atau kelompok. Seseorang atau kelompok memulai bisnis dengan mengatur input mereka seperti memelihara inventaris mereka dan kemudian menyelesaikan output dengan membuat atau memenuhi pesanan. Kata *tadayantum*, yang ditulis dalam bahasa Arab merujuk pada transaksi bisnis seperti jual beli, sewa menyewa, membayar utang, dan kegiatan keuangan lainnya. Istilah ini sering digunakan dalam Al-Qur'an untuk merujuk pada kegiatan bisnis yang berbeda. Surah At-Taubah 111 berisi pesan ayat 111. Kitab suci ini menginformasikan umat Islam bahwa menyerahkan semua harta duniawi memberi Allah hak untuk memiliki segalanya.¹⁵

Bisnis dalam al-Qur'an yang baik, diambil dari istilah *tijarah*, *al-bai*, *isyara*, *tadayantum*, tidak hanya menjelaskan bisnis material tetapi juga immaterial. Pengusaha muslim seperti pebisnis harus bekerja secara profesional dan tetap tunduk kepada Allah Swt. Dalam konteks ini, Alquran menawarkan keuntungan melalui pertukaran yang tidak sempat mewujudkan kerugian, yaitu *tijarah* dan *tabura*.

Syariah memiliki landasan yang kokoh bagi kehidupan di dunia dan akhirat berupa kebijaksanaan dan kebahagiaan manusia. Syari'ah adalah kata yang digunakan dalam bahasa Syari'ah untuk jalan yang lurus atau jalan yang menuju ke mata air yang ingin diminum. Syaikh Aal Qardawiy mendefinisikan syariah sebagai interpretasi hukum yang sangat luas dan inklusif. Ini mencakup aspek ekonomi, keluarga, ibadah bahkan pengelolaan air. Hermawan Kartajaya dan Syakir Sula menegaskan bahwa bisnis syariah adalah bisnis universal yang

¹⁵ Sohari Sahrani Ru'fah Abdullah, *Fiqih Muamalah* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011).

kohesif dengan fokus pada hak pembeli dan penjual. Bisnis syariah menjunjung tinggi banyak aspek perdagangan tradisional namun tetap komprehensif.¹⁶. Universal artinya setiap orang dapat menerapkan syariah kapanpun dan dimanapun. Allah menetapkan Al-Qur'an sebagai solusi atas universalitas yang dirasakan dalam kehidupan sosial dan ekonomi. Tidak ada perbedaan yang dibuat antara Muslim dan non-Muslim dalam hal ekonomi atau interaksi sosial¹⁷.

Menurut ide ini, bisnis berbasis syariah mengikuti hukum agama Islam. Mereka mensyaratkan setiap aspek operasi mereka halal atau legal Islami dan ilegal. Semua operasi bisnis harus tunduk kepada Allah, yang mendorong para pekerja untuk memandang pekerjaan mereka sebagai ibadah. Ini adalah cara bagi komunitas Muslim untuk mengekspresikan pengabdian agama mereka melalui keberhasilan usaha bisnis mereka.¹⁸.

Analisis Terhadap Praktek Bisnis Digital Ekonomi Dalam Etika Bisnis Islam

Tanpa disadari saat ini teknologi informasi telah memasuki berkembang dan menciptakan suatu babak baru yang telah mengusik berbagai sudut kehidupan masyarakat global, apalagi dalam lingkup transaksi perdagangan. Pada masa cangguh ini, dimana dulu jika ingin melakukan suatu aktivitas jual beli harus bertemu secara langsung jika pada zaman sekarang semua itu sudah mulai ditinggalkan, dan teralihkan oleh suatu kegiatan yang secara elektronik atau biasa dikenal dengan e-commerce. Walaupun penerapannya belum sampai ke semua wilayah namun secara perlahan e-commerce akan menjadi elemen yang penting dalam kehidupan di masyarakat ini. Apalagi saat adanya virus covid-19, yang mana pemerintah memaksa masyarakat untuk berdiam diri dirumah. Keadaan ini memaksa masyarakat dimana yang awalnya buta akan digital menjadi open akan digital. Keadaan ini juga di dimanfaatkan oleh pembisnis apalagi guna memperluas bisnisnya.

Berkat ekonomi digital, kegiatan ekonomi meningkat dari manual menjadi sepenuhnya digital. Agar aktivitas sehari-hari lebih praktis dan cepat. Kemudahan yang ditawarkan ekonomi digital dapat membuka peluang bisnis yang sangat besar di berbagai bidang. Pertama di sektor retail, dimana bermunculan berbagai online shop dan marketplace yang memudahkan dalam berbelanja. Seperti Shope, Lazada. Kedua, layanan transportasi tidak tertinggal dari perkembangan ekonomi digital. Sekarang sudah banyak layanan transportasi digital seperti GO-JEK dan GRAB. Layanan ini lebih mudah dan efisien menghubungkan penyedia jasa

¹⁶ Ariyadi Ariyadi, "Bisnis Dalam Islam: Business in Islam," *Jurnal Hadratul Madaniyah* 5, no. 1 (June 1, 2018): 13–26, <https://doi.org/10.33084/jhm.v5i1.158>.

¹⁷ Ru'fah Abdullah, *Fiqih Muamalah*.

¹⁸ Ariyadi, "Bisnis Dalam Islam."

transportasi seperti tukang ojek dan pengemudi taksi dengan konsumen. Jika kita ingin pergi ke suatu tempat, kita tidak perlu repot mencari ojek atau stand ojek, kita cukup memesannya dengan smartphone kita. Yang ketiga dalam sistem pembayaran. Contoh sistem pembayaran dan dompet digital adalah OVO, DANA, dll. Selain kegunaannya sebagai dompet digital untuk menyimpan uang, juga berguna untuk melakukan pembayaran seperti tagihan listrik, asuransi dan tagihan lainnya. Keempat, dalam investasi, perkembangan ekonomi digital memudahkan investasi.

Setiap hari, berbagai aktivitas bisnis banyak bermunculan dalam kehidupan masyarakat. Banyaknya jumlah pelaku bisnis dan beragamnya motivasi dan orientasi bisnis, serta semakin kompleksnya masalah bisnis terkadang membuat para pelaku bisnis terikat untuk melakukan yang terbaik untuk mencapai tujuan mereka, terutama jika tujuannya hanya untuk mengejar keuntungan. dan untung. .Kemudian perilaku negatif sering muncul dan akhirnya menjadi kebiasaan perilaku bisnis Jika demikian, tidak jarang perusahaan dicap kotor akibat kebohongan, pengkhianatan, patah kata, penipuan, dll. Dunia bisnis merupakan interaksi antara berbagai jenis orang yang berpotensi menjerumuskan pelaku ke dalam hal-hal yang dilarang. Baik karena kebutuhan ekonomi, sendiri atau dalam pergaulan yang tidak sah dengan orang lain, atau karena persaingan yang sengit, dia melakukan apa yang dilarang oleh agama Perilaku ini bukanlah perilaku seorang pengusaha yang baik dan penting seperti yang diajarkan oleh Islam Kegiatan bisnis Islam tidak boleh sembarangan. Islam memberikan pedoman dalam melakukan kegiatan bisnis, dengan mempertimbangkan pentingnya masalah ini dan mengingat banyak orang yang terjerumus ke dalam kasus bisnis ini Oleh karena itu, seorang muslim yang ingin menjadi pengusaha harus mengetahui hukum Islam dan aturan yang mengatur muamalah Dengan cara ini dia bisa memilih antara halal dan haram, bahkan yang samar-samar atau meragukan¹⁹.

Dalam etika Islam, selama tidak ada riba, kezaliman, monopoli dan penipuan, bisnis online diperbolehkan. Bahaya riba (riba) dijelaskan dalam Al-Qur'an, antara lain dalam (QS. Al Baqarah [2]:ayat 275 yang artinya "*Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.*" (Al Baqarah: 275). Rasulullah bersabda bahwa jual beli itu sah selama kalian saling menyukai (Antaradin). Karena jual beli atau berbisnis (misalnya online) berdampak positif karena dianggap praktis, cepat dan mudah. Al Bai' (jual beli) dalam ayat ini termasuk transaksi online. Namun, jual beli melalui internet, baik diperbolehkan maupun tidak, harus memenuhi syarat-syarat tertentu. Tidak melanggar ketentuan hukum agama, seperti larangan transaksi

¹⁹ Maksudin Maksudin, "ETIKA BISNIS DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM," *El-Ecosy : Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam* 2, no. 2 (September 5, 2022): 135–53, <https://doi.org/10.35194/eeki.v2i2.2513>.

dagang, penipuan dan monopoli. Ada kesepakatan antara pengesahan (Alimdhah) atau pembatalan (Fasakh). Jika bisnis online tidak mematuhi syarat dan ketentuan di atas, "larangan" hukum mungkin tidak dapat ditegakkan. Kepentingan dan perlindungan negara dalam bisnis dan perusahaan harus dilindungi oleh negara atau pejabat yang berwenang.

Nabi Muhammad memberikan contoh tentang etika menjalankan bisnis. Beberapa prinsip bisnis antara lain menerapkan nilai kejujuran terlebih dahulu. Dalam sebuah hadits yang diriwayatkan oleh al-Quzwani, Nabi mengatakan bahwa tidak masuk akal bagi umat Islam untuk menjual barang-barang berstigmatisasi kecuali mereka menjelaskan stigma tersebut. *Kedua*, menerapkan sikap ta'awun (gotong royong). Menurut Islam, pengusaha tidak hanya mencari keuntungan sebanyak-banyaknya, tetapi juga berbuat baik dengan memberikan barang atau jasa kepada mereka yang membutuhkan. *Ketiga*, jangan terlibat dalam penipuan. *Keempat*, jangan memihak urusan orang lain dengan mengorbankan usahanya. *Kelima*, tidak menimbun dan menyimpan barang dalam jangka waktu tertentu untuk mendapatkan keuntungan ketika harga barang naik. *Keenam*, tidak ada monopoli. Penjelasan Al-Syirbiny tentang pelarangan monopoli adalah bahwa monopoli dilarang karena dimaksudkan untuk mempermalukan rakyat. *Ketujuh*, hanya menjual produk yang murni dan legal. *Kedelapan*, jangan terlibat dalam bisnis riba. *Sembilan*, berbisnis tanpa paksaan. *Kesepuluh*, bersikap adil kepada karyawan²⁰.

Hindari bahaya, penipuan dan kehancuran bagi masyarakat dan negara. Bisnis online sama halnya dengan bisnis offline. Ada yang legal dan ada yang ilegal. Aturan dasar berbisnis online sama dengan akad jual beli dan akad assalam yang diperbolehkan dalam Islam. Bisnis online dilarang karena beberapa alasan: Sistemnya ilegal, sama seperti uang dan perjudian. Perjudian itu tabu baik di darat maupun di udara (online); barang/jasa yang diperdagangkan dilarang seperti narkoba, video porno, pornografi internet, pelanggaran hak cipta, dan kemungkinan zina dengan wisatawan. Fatwa tersebut menyatakan bahwa menonton film porno adalah dosa; karena melanggar perjanjian atau mengandung unsur penipuan.

Maka setelah dianalisis, bisnis digital diperbolehkan oleh Islam. Selama perilaku bisnisnya sesuai dengan syarat dan ketentuan etika bisnis Islam dan tidak melanggar larangan dalam hukum Syariah. Dalam hal terjadi praktik bisnis yang melanggar salah satu dari dalam etika bisnis Islam maka hukumnya haram dan tidak diperbolehkan. Jika bisnis online tidak mematuhi syarat dan ketentuan di atas, "larangan" hukum mungkin tidak dapat ditegakkan. Kepentingan dan perlindungan Negara dalam bisnis dan perusahaan harus dilindungi oleh

²⁰ Nasrulloh, "Implementasi Etika Bisnis Islam Dan Transformasi Digital UMKM Madura Dalam Mendukung Ketercapaian Sustainable Development Goals."

Negara atau pejabat yang berwenang. Hindari bahaya, penipuan dan kehancuran bagi masyarakat dan negara. Bisnis online sama halnya dengan bisnis offline.

KESIMPULAN

Etika bisnis Islam didasarkan pada kode moral Al-Qur'an dan As-Sunnah, yang harus digunakan siapa saja sebagai acuan dalam menjalankan bisnis. Islam menjelaskan bahwa setiap transaksi dan cara terjadinya, selama tidak mengandung sesuatu yang merugikan salah satu pihak yang bertransaksi dan barang yang diperjualbelikan bukanlah barang yang dilarang dan dilarang oleh hukum agama (hukum Islam). Ekonomi digital adalah ekonomi yang dilakukan oleh media digital berupa media internet yang pengaruhnya menguntungkan pengguna. Istilah ekonomi digital pertama kali dikemukakan oleh Don Tapscott dalam buku "Digital Economy" yang diterbitkan pada tahun 1994. Ekonomi digital telah meningkatkan kegiatan ekonomi dari manual menjadi sepenuhnya digital. Membuat aktivitas sehari-hari lebih praktis dan cepat. Kemudahan yang diberikan oleh ekonomi digital dapat membuka peluang bisnis yang luas di berbagai bidang.

Seiring berjalannya waktu, aktivitas transaksional mulai dilakukan secara online melalui website dan aplikasi di handphone dengan menggunakan internet yang menjadi sangat mudah diakses oleh semua kalangan. Contoh platform digital adalah Shopee, Lazada, Blibli, Tokopedia, dll. Semuanya memiliki sisi positif dan negatifnya dan hal negatif dari kemajuan perdagangan atau biasa disebut e-commerce adalah munculnya situs judi online dan munculnya beberapa aplikasi untuk meminjam uang secara online dengan bunga tinggi dan menyebabkan banyak masalah muncul. Ekonomi digital mengikuti etika bisnis yang dicontohkan Nabi Muhammad. Namun karena beberapa pihak yang tidak bertanggung jawab, terdapat beberapa aspek yang belum dilakukan seperti pelapak tidak jujur, pelapak tidak melindungi hak konsumen, pembeli tidak ramah atau menggunakan bahasa yang tidak sopan; pembeli tidak melindungi hak pembeli atau konsumen. Mereka tidak dapat menanggapi keluhan pelanggan dan penjual dengan cepat dan akurat. Dengan ekonomi digital, niat dan tekad pengusaha akan menjadi kenyataan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, Fitri. "Etika Bisnis Islam: Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil." *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah* 6, no. 1 (January 28, 2014): 133–42.
- Aprilia, Nila Dwi. "PERKEMBANGAN EKONOMI DIGITAL INDONESIA." *Ekonomi Pertahanan* 7, no. 2 (August 28, 2021): 245–59.

- Ariyadi, Ariyadi. "Bisnis Dalam Islam: Business in Islam." *Jurnal Hadratul Madaniyah* 5, no. 1 (June 1, 2018): 13–26. <https://doi.org/10.33084/jhm.v5i1.158>.
- Azizah, Mabarroh. "PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM TRANSAKSI JUAL BELI DARING DI TOKO ONLINE SHOPEE." *Humani (Hukum dan Masyarakat Madani)* 10, no. 1 (May 22, 2020): 83–96. <https://doi.org/10.26623/humani.v10i1.1848>.
- Djunaeni, Moch Endang. "ETIKA BISNIS SYARIAH." *Al-Amwal : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah* 7, no. 1 (February 15, 2016). <https://doi.org/10.24235/amwal.v7i1.219>.
- Indonesia, Data. "Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022." [Dataindonesia.id](https://dataindonesia.id). Accessed February 17, 2023. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>.
- Iqbal, Riskun. "DIGITAL MARKETING PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM." *JURNAL MUBTADIIN* 8, no. 02 (November 23, 2022). <https://journal.an-nur.ac.id/index.php/mubtadiin/article/view/603>.
- KOMINFO, PDSI. "Kementerian Komunikasi Dan Informatika." Website Resmi Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. Accessed February 17, 2023. <https://kominfo.go.id/>.
- Maharani, Shinta, and Miftahul Ulum. "EKONOMI DIGITAL: PELUANG DAN TANTANGAN MASA DEPAN TERHADAP EKONOMI SYARIAH DI INDONESIA." *Conference on Islamic Studies FAI 2019*, no. 0 (February 13, 2020): 1–11. <https://doi.org/10.30659/cois.v0i0.7981>.
- Maksudin, Maksudin. "ETIKA BISNIS DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM." *El-Ecosy : Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam* 2, no. 2 (September 5, 2022): 135–53. <https://doi.org/10.35194/eeki.v2i2.2513>.
- Nasrulloh, Nasrulloh. "Implementasi Etika Bisnis Islam Dan Transformasi Digital UMKM Madura Dalam Mendukung Ketercapaian Sustainable Development Goals." *JES (Jurnal Ekonomi Syariah)* 7, no. 1 (February 28, 2022): 63–75. <https://doi.org/10.30736/jesa.v7i1.183>.
- Panggabean, Sriayu Aritha, and Kaharuddin K. "ETIKA BISNIS DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM." *Citra Justicia : Majalah Hukum dan Dinamika Masyarakat* 22, no. 2 (September 7, 2021): 77–86. <https://doi.org/10.36294/cj.v22i2.2287>.
- "PENGARUH RISIKO PADA E-COMMERCE | Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia." Accessed February 17, 2023. <https://jurnal.stie.asia.ac.id/index.php/jibeka/article/view/215>.
- Ru'fah Abdullah, Sohari Sahrani. *Fiqih Muamalah*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.
- Rusli, Muhammad, and Muh Rifki Alisyah. "PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DI

ZAMAN DIGITAL (STUDI PADA BUKALAPAK.COM),” n.d.

Soegoto, Eddy Soeryanto, and Muhammad Habibi Putera. “PENGARUH RISIKO PADA E-COMMERCE.” *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia* 16, no. 1 (February 6, 2022): 27–35. <https://doi.org/10.32815/jibeka.v16i1.215>.

Triwibowo, Ananto, Dimas Pratomo, Nur Sya’adi, and Muhammad Afani Adam. “Comparative Study of Hisbah Institutions and Consumer Protection Institutions In Indonesia In A Review of Islamic Business Ethics.” *International Journal of Islamic Economics* 4, no. 02 (December 16, 2022): 121–35. <https://doi.org/10.32332/ijie.v4i02.5554>.

Yunita Rahayu, Muhammad Iqbal Fasa, and Suharto. “Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Meningkatkan Kesejahteraan Pedagang.” *Islamic Economics and Finance Journal* 1, no. 1 (February 18, 2022): 1–12. <https://doi.org/10.55657/iefj.v1i1.4>.