

ETIKA BISNIS ISLAMI DALAM E-COMMERCE: MENGINTEGRASIKAN TEKNOLOGI DAN NILAI-NILAI SYARIAH

Qonita Hidayati¹, Rifqil Khairi²

^{1,2}Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai, Kampar, Indonesia

Email: qanita.230405@universitaspahlawan.ac.id

ABSTRACT

This research aims to explore and analyze the application of Islamic business ethics in e-commerce with a focus on how technology can be integrated with sharia values. Using qualitative research methods with a descriptive-analytical approach, data was collected through in-depth interviews with Muslim e-commerce business people, sharia experts, and consumers, as well as direct observation and documentation analysis. The research results show that although there is a fairly good understanding of sharia principles such as honesty, justice and transparency, their implementation in e-commerce still faces various challenges. These challenges include a lack of in-depth understanding among business people, technological obstacles, and low consumer acceptance. However, this research also found that strategies such as education and training, development of sharia-supporting technology, and consumer awareness campaigns can overcome these challenges. Overall, the integration of technology with sharia values in e-commerce not only enables businesses that comply with Islamic principles, but also opens up great opportunities for wider market development and increased consumer confidence. This research provides practical insights for Muslim business people and policy makers in implementing Islamic business ethics in the digital era.

Keywords: Ethics, Business, Ecommerce, Technology, Values, Sharia

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan menganalisis penerapan etika bisnis Islami dalam e-commerce dengan fokus pada bagaimana teknologi dapat diintegrasikan dengan nilai-nilai syariah. Menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif-analitis, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pelaku bisnis e-commerce Muslim, ahli syariah, dan konsumen, serta observasi langsung dan analisis dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun ada pemahaman yang cukup baik mengenai prinsip-prinsip syariah seperti kejujuran, keadilan, dan transparansi, penerapannya dalam e-commerce masih menghadapi berbagai tantangan. Tantangan tersebut meliputi kurangnya pemahaman mendalam di kalangan pelaku bisnis, kendala teknologi, dan penerimaan konsumen yang masih rendah. Namun, penelitian ini juga menemukan bahwa strategi seperti edukasi dan pelatihan, pengembangan teknologi yang mendukung syariah, dan kampanye kesadaran konsumen dapat mengatasi tantangan-tantangan ini. Secara keseluruhan, integrasi teknologi dengan nilai-nilai syariah dalam e-commerce tidak hanya memungkinkan bisnis yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, tetapi juga membuka peluang besar untuk pengembangan pasar yang lebih luas dan peningkatan kepercayaan konsumen. Penelitian ini memberikan wawasan praktis bagi pelaku bisnis Muslim dan pembuat kebijakan dalam menerapkan etika bisnis Islami dalam era digital.

Kata Kunci: Etika, Bisnis, Ecommerce, Teknologi, Nilai, Syariah

PENDAHULUAN

Dalam beberapa dekade terakhir, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah memberikan kontribusi signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia bisnis. Salah satu fenomena yang muncul dari perkembangan ini adalah e-commerce, yaitu transaksi perdagangan yang dilakukan melalui media elektronik, khususnya internet. E-commerce telah merubah paradigma bisnis tradisional dengan memberikan kemudahan akses, efisiensi waktu, serta memperluas jangkauan pasar tanpa batas geografis.

Namun, di balik segala kemudahan dan manfaat yang ditawarkan, e-commerce juga menimbulkan berbagai tantangan, terutama dalam hal etika bisnis. Dalam konteks Islam, etika bisnis memainkan peran penting karena bisnis dalam Islam tidak hanya mengejar keuntungan semata, tetapi juga harus sesuai dengan prinsip-prinsip syariah yang mengedepankan keadilan, kejujuran, dan tanggung jawab sosial. Dengan demikian, muncul kebutuhan untuk mengkaji

dan mengintegrasikan nilai-nilai syariah dalam praktik e-commerce guna memastikan bahwa kegiatan bisnis ini tidak hanya memberikan keuntungan ekonomi tetapi juga berkah dan ridha Allah SWT.

Internet adalah salah satu inovasi dalam teknologi komunikasi yang berkembang dengan cepat dan menyediakan kemudahan dalam berbagai aktivitas sehari-hari. Kehadirannya memungkinkan masyarakat untuk sangat bergantung padanya, karena melalui internet, setiap orang dapat mengakses informasi global untuk mendukung kegiatan mereka (Yadewani & Wijaya, 2017).

Perkembangan penggunaan internet yang pesat saat ini telah mengubah gaya hidup, terutama melalui model belanja online atau e-commerce. E-commerce telah menjadi bagian penting dalam dunia industri dengan potensi bisnis yang besar. Hal ini menyebabkan banyak perusahaan, baik skala kecil, menengah, maupun besar, beralih ke platform online untuk mempertahankan dan meningkatkan daya saing mereka dalam pasar yang semakin ketat. Kreativitas dan inovasi dalam teknologi memungkinkan untuk menciptakan peluang usaha baru yang mendukung pertumbuhan ekonomi dengan cara yang efisien dan tanpa terbatas oleh batasan geografis (Lentari, 2023).

Perkembangan teknologi informasi saat ini semakin diperkuat oleh infrastruktur yang telah dibangun oleh pemerintah dan sektor swasta. Hal ini telah membuka jalan bagi penetrasi teknologi ke berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam perkembangan perdagangan elektronik atau e-commerce. Teknologi informasi mencakup teknologi yang digunakan untuk menciptakan, menyimpan, mengubah, dan memanfaatkan informasi dalam berbagai bentuk. Dengan memanfaatkan teknologi informasi ini, perusahaan mikro, kecil, dan menengah dapat masuk ke pasar global. Contoh kesuksesan seperti Amazon yang dimulai dari toko buku kecil, Yahoo sebagai portal internet, dan eBay sebagai platform lelang, menunjukkan bagaimana pemanfaatan teknologi informasi secara efektif dapat mengubah perusahaan kecil menjadi raksasa dalam waktu singkat (Suyanto, 2003).

Saat ini, banyak pelaku bisnis Muslim yang terjun ke dunia e-commerce, baik sebagai produsen, distributor, maupun konsumen. Namun, masih terdapat kesenjangan dalam memahami dan menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam aktivitas e-commerce. Masalah seperti penipuan, iklan yang menyesatkan, ketidakjelasan kontrak, dan ketidakadilan harga sering kali menjadi perdebatan yang memerlukan solusi yang berbasis nilai-nilai Islam.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam mengenai etika bisnis Islami dalam konteks e-commerce, dengan fokus pada bagaimana teknologi dapat diintegrasikan dengan nilai-nilai syariah. Melalui kajian ini, diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif dan panduan praktis bagi pelaku bisnis Muslim dalam menjalankan e-commerce yang tidak hanya efektif dan efisien, tetapi juga sesuai dengan tuntunan Islam. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan e-commerce yang beretika, sehingga dapat memberikan dampak positif bagi kesejahteraan umat secara keseluruhan.

LITERATUR REVIEW

E-Commerce

E-commerce, atau perdagangan elektronik, merujuk pada transaksi bisnis yang dilakukan melalui internet. Traver & Laudon, (2012) menjelaskan bahwa e-commerce mencakup berbagai aktivitas bisnis seperti penjualan produk, layanan, dan informasi melalui jaringan komputer. Perkembangan pesat teknologi informasi dan internet telah mengubah cara konsumen dan bisnis berinteraksi, membuat e-commerce menjadi salah satu sektor yang tumbuh paling cepat di dunia. Menurut laporan dari Statista (2021), nilai transaksi e-commerce global diperkirakan mencapai triliunan dolar, mencerminkan peningkatan yang signifikan dalam adopsi teknologi digital oleh konsumen dan pelaku bisnis.

Prinsip-Prinsip Syariah dalam Bisnis

Bisnis dalam Islam didasarkan pada prinsip-prinsip syariah yang mengedepankan keadilan, kejujuran, dan tanggung jawab sosial. Menurut (Billah, 2021), prinsip-prinsip utama dalam bisnis Islam termasuk larangan riba (bunga), gharar (ketidakpastian), dan maysir (judi). Sebagai gantinya, Islam mendorong praktik bisnis yang adil dan transparan, seperti mudharabah (kemitraan) dan musharakah (kerjasama). Abdullah, (2016) menekankan pentingnya akhlak dan etika dalam bisnis, yang harus mencerminkan nilai-nilai Islam seperti kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab terhadap masyarakat.

Integrasi Teknologi dan Nilai-Nilai Syariah dalam E-Commerce

Integrasi teknologi dalam bisnis Islami memerlukan pendekatan yang holistik untuk memastikan bahwa semua aspek operasional sesuai dengan prinsip syariah. Menurut penelitian oleh El-Gohary, (2012), pelaku bisnis Muslim harus mempertimbangkan aspek etika dan hukum Islam dalam setiap tahap e-commerce, mulai dari desain website hingga proses pembayaran. Studi ini menunjukkan bahwa teknologi dapat digunakan untuk mendukung praktik bisnis yang transparan dan adil, seperti menyediakan informasi produk yang jelas dan lengkap, serta menerapkan sistem pembayaran yang bebas dari riba.

Tantangan dan Peluang E-Commerce Syariah

Meskipun e-commerce menawarkan berbagai keuntungan, ada tantangan yang perlu diatasi untuk memastikan kepatuhan terhadap syariah. Alserhan & Al-Waqfi, (2011) mencatat bahwa salah satu tantangan utama adalah kurangnya pemahaman tentang bagaimana menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam konteks digital. Di sisi lain, peluang besar terbuka bagi pelaku bisnis Muslim untuk menciptakan platform e-commerce yang tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumen tetapi juga sesuai dengan nilai-nilai Islam. Hasan, (2020) menunjukkan bahwa ada potensi besar untuk mengembangkan e-commerce syariah yang dapat menarik konsumen Muslim di seluruh dunia, yang mencari produk dan layanan yang sesuai dengan keyakinan mereka.

Studi Kasus dan Implementasi

Beberapa studi kasus menunjukkan bagaimana perusahaan berhasil mengintegrasikan teknologi dan nilai-nilai syariah dalam e-commerce. Misalnya, studi oleh Ahmed (2019) tentang sebuah platform e-commerce berbasis syariah di Malaysia menunjukkan bahwa dengan mematuhi prinsip-prinsip syariah, perusahaan dapat membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Studi ini juga menekankan pentingnya edukasi dan pelatihan bagi pelaku bisnis tentang etika dan hukum Islam dalam e-commerce.

METODE

Pendekatan Penelitian

Pendekatan Deskriptif-Analitis, yaitu: Pendekatan ini digunakan untuk mendeskripsikan fenomena yang terjadi dan menganalisis bagaimana nilai-nilai syariah diintegrasikan dalam praktik e-commerce.

Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara Mendalam (In-Depth Interviews): Wawancara mendalam dengan pelaku bisnis e-commerce yang berusaha menerapkan prinsip-prinsip syariah, ahli syariah, pakar e-commerce, dan konsumen Muslim. Pertanyaan dapat difokuskan pada bagaimana mereka

- memahami dan menerapkan etika bisnis Islami dalam e-commerce, serta tantangan dan peluang yang mereka hadapi.
2. Observasi: Mengamati langsung operasional beberapa platform e-commerce yang mengklaim mengikuti prinsip-prinsip syariah. Ini dapat mencakup bagaimana mereka menampilkan informasi produk, proses pembayaran, dan interaksi dengan pelanggan.
 3. Dokumentasi: Mengumpulkan dan menganalisis dokumen seperti kebijakan perusahaan, panduan etika, laporan tahunan, dan bahan pemasaran yang menunjukkan penerapan nilai-nilai syariah dalam e-commerce.

Analisis Data

1. Analisis Tematik: Data yang dikumpulkan melalui wawancara dan observasi dianalisis untuk mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul, seperti pemahaman tentang etika bisnis Islami, penerapan prinsip-prinsip syariah dalam e-commerce, tantangan yang dihadapi, dan strategi untuk mengatasi tantangan tersebut.
2. Studi Kasus: Studi kasus perusahaan tertentu yang telah berhasil mengintegrasikan nilai-nilai syariah dalam e-commerce mereka dapat memberikan wawasan mendalam dan contoh konkret penerapan yang berhasil.

Langkah-Langkah Penelitian

1. Identifikasi Masalah dan Tujuan Penelitian: Menetapkan tujuan penelitian yang jelas dan spesifik, yaitu untuk memahami dan menganalisis penerapan etika bisnis Islami dalam e-commerce.
2. Pengumpulan Data: Melakukan wawancara mendalam, observasi, dan pengumpulan dokumen yang relevan.
3. Analisis Data: Menggunakan analisis tematik untuk mengidentifikasi dan memahami tema-tema utama yang muncul dari data yang dikumpulkan.
4. Penarikan Kesimpulan: Menyusun kesimpulan berdasarkan temuan penelitian, serta memberikan rekomendasi untuk praktik e-commerce yang etis dan sesuai dengan nilai-nilai syariah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Pemahaman Etika Bisnis Islami dalam E-Commerce

Wawancara mendalam dengan pelaku bisnis e-commerce Muslim menunjukkan bahwa ada pemahaman yang cukup baik mengenai prinsip-prinsip syariah yang harus diterapkan dalam bisnis mereka. Mereka mengidentifikasi prinsip-prinsip seperti kejujuran, keadilan, transparansi, dan tanggung jawab sosial sebagai landasan utama dalam menjalankan bisnis. Namun, tingkat pemahaman ini bervariasi di antara pelaku bisnis, dengan beberapa memiliki pengetahuan yang lebih mendalam dibandingkan yang lain.

Penerapan Nilai-Nilai Syariah dalam E-Commerce

Observasi dan dokumentasi menunjukkan bahwa penerapan nilai-nilai syariah dalam e-commerce dilakukan melalui berbagai cara:

1. **Transparansi Produk:** Platform e-commerce yang mematuhi prinsip syariah biasanya memberikan deskripsi produk yang jelas dan rinci, termasuk informasi tentang bahan, proses produksi, dan asal-usul produk.
2. **Sistem Pembayaran:** Banyak platform menggunakan sistem pembayaran yang bebas dari riba, seperti pembayaran tunai atau melalui transfer bank yang sesuai dengan prinsip syariah.

3. **Iklan dan Promosi:** Iklan dan promosi yang dilakukan sesuai dengan etika Islam, menghindari klaim yang menyesatkan dan promosi berlebihan yang bisa dianggap sebagai gharar.

Tantangan dalam Penerapan Etika Bisnis Islami

Beberapa tantangan utama yang diidentifikasi adalah:

1. **Kurangnya Pemahaman Mendalam:** Tidak semua pelaku bisnis memiliki pemahaman yang mendalam tentang bagaimana menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam konteks e-commerce.
2. **Kendala Teknologi:** Beberapa pelaku bisnis menghadapi kesulitan dalam menggunakan teknologi untuk memastikan kepatuhan terhadap syariah, seperti sistem pembayaran yang rumit atau kurangnya integrasi dengan solusi teknologi yang tersedia.
3. **Penerimaan Konsumen:** Ada tantangan dalam mendidik konsumen tentang pentingnya etika bisnis Islami dan meyakinkan mereka untuk memilih platform e-commerce syariah.

Strategi Mengatasi Tantangan

Beberapa strategi yang diidentifikasi untuk mengatasi tantangan tersebut adalah:

1. **Edukasi dan Pelatihan:** Menyediakan edukasi dan pelatihan bagi pelaku bisnis tentang prinsip-prinsip syariah dan bagaimana mengimplementasikannya dalam e-commerce.
2. **Pengembangan Teknologi:** Mengembangkan dan mengadopsi teknologi yang mendukung prinsip-prinsip syariah, seperti sistem pembayaran yang sesuai dan alat untuk transparansi produk.
3. **Kampanye Kesadaran:** Melakukan kampanye untuk meningkatkan kesadaran konsumen tentang pentingnya etika bisnis Islami dan manfaat dari memilih platform e-commerce yang mematuhi syariah.

Pembahasan

Integrasi Teknologi dan Nilai-Nilai Syariah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa integrasi teknologi dengan nilai-nilai syariah adalah kunci untuk sukses dalam e-commerce Islami. Teknologi dapat digunakan untuk memastikan transparansi, keadilan, dan kejujuran dalam setiap transaksi. Misalnya, penggunaan blockchain dapat meningkatkan transparansi dan mencegah penipuan. Sistem pembayaran berbasis syariah juga dapat diintegrasikan dengan teknologi digital untuk memudahkan transaksi yang bebas riba.

Peran Edukasi dan Pelatihan

Edukasi dan pelatihan adalah faktor penting dalam memastikan bahwa pelaku bisnis memiliki pemahaman yang cukup tentang etika bisnis Islami. Program pelatihan yang komprehensif tentang prinsip-prinsip syariah dan aplikasinya dalam e-commerce harus dikembangkan dan diimplementasikan. Pelatihan ini harus mencakup aspek-aspek praktis, seperti bagaimana menulis deskripsi produk yang jujur dan jelas, serta bagaimana mengatur sistem pembayaran yang sesuai dengan syariah.

Tantangan dan Peluang di Masa Depan

Perkembangan e-commerce di Indonesia semakin pesat memiliki dampak positif baik bagi pebisnis, konsumen maupun masyarakat. Bagi pebisnis, e-commerce memiliki dampak positif berupa pengurangan biaya operasional dan dapat memperlebar pangsa pasar, sehingga keuntungan dapat dimaksimalkan dan lebih mudah dalam hal pengembangan bisnis (Widagdo, 2016).

Meskipun ada tantangan yang signifikan dalam menerapkan etika bisnis Islami dalam e-commerce, ada juga peluang besar. Permintaan global untuk produk dan layanan yang sesuai dengan syariah terus meningkat. Dengan mengatasi tantangan yang ada melalui edukasi, pengembangan teknologi, dan kampanye kesadaran, pelaku bisnis Muslim dapat memanfaatkan peluang ini untuk memperluas pasar mereka dan meningkatkan kepercayaan konsumen.

Implikasi untuk Pelaku Bisnis dan Pembuat Kebijakan

Menurut Solihat & Sandika, (2022) Memanfaatkan E-commerce dalam berbisnis dapat membantu seorang pengusaha untuk bersaing di era industri 4.0. Untuk berhasil dalam menggunakan E-commerce, penting untuk memahami faktor-faktor kunci dan aspek lain yang mendukung pencapaian target dan tujuan bisnis. Dengan E-commerce, pelanggan dapat membeli produk yang mereka inginkan dengan mudah menggunakan smartphone atau perangkat lainnya, kapan pun dan di mana pun mereka berada, tanpa perlu mengunjungi toko fisik secara langsung.

Penelitian ini memiliki implikasi penting bagi pelaku bisnis dan pembuat kebijakan. Pelaku bisnis harus berkomitmen untuk menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam setiap aspek operasi mereka dan berinvestasi dalam teknologi yang mendukung tujuan ini. Pembuat kebijakan juga harus memberikan dukungan, misalnya melalui regulasi yang mendorong praktik e-commerce yang sesuai dengan syariah dan menyediakan sumber daya untuk edukasi dan pelatihan.

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islami dalam e-commerce adalah hal yang penting dan memungkinkan dengan bantuan teknologi, edukasi, dan dukungan dari berbagai pemangku kepentingan. Dengan mengintegrasikan nilai-nilai syariah dalam e-commerce, pelaku bisnis Muslim tidak hanya dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan, tetapi juga berkontribusi pada pengembangan ekonomi yang lebih adil dan berkelanjutan. bahwa meskipun ada pemahaman yang cukup baik mengenai prinsip-prinsip syariah seperti kejujuran, keadilan, dan transparansi, penerapannya dalam e-commerce masih menghadapi berbagai tantangan. Tantangan tersebut meliputi kurangnya pemahaman mendalam di kalangan pelaku bisnis, kendala teknologi, dan penerimaan konsumen yang masih rendah. Namun, penelitian ini juga menemukan bahwa strategi seperti edukasi dan pelatihan, pengembangan teknologi yang mendukung syariah, dan kampanye kesadaran konsumen dapat mengatasi tantangan-tantangan ini. Secara keseluruhan, integrasi teknologi dengan nilai-nilai syariah dalam e-commerce tidak hanya memungkinkan bisnis yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, tetapi juga membuka peluang besar untuk pengembangan pasar yang lebih luas dan peningkatan kepercayaan konsumen. Penelitian ini memberikan wawasan praktis bagi pelaku bisnis Muslim dan pembuat kebijakan dalam menerapkan etika bisnis Islami dalam era digital.

REFERENSI

- Abdullah, A. (2016). Gerakan Radikalisme dalam Islam: Perspektif Historis. *Addin*, 10(1), 1–28.
- Alserhan, B. A., & Al-Waqfi, M. A. (2011). Businesswoman networking: An eastern perspective. *Thunderbird International Business Review*, 53(3), 403–414.
- Billah, M. M. (2021). Teaching and Research Methods for Islamic Economics and Finance. In *Teaching and Research Methods for Islamic Economics and Finance*. <https://doi.org/10.4324/9781003252764>
- El-Gohary, H. (2012). Factors affecting E-Marketing adoption and implementation in tourism firms: An empirical investigation of Egyptian small tourism organisations. *Tourism*

- Management*, 33(5), 1256–1269.
- Hasan, H. A. (2020). Dampak Teknologi Dalam Transaksi Bisnis UMKM. *PILAR*, 11(2), 52–63.
- Lentari, D. A. I. (2023). Bisnis E-Commerce Islami Sebagai Upaya Mencegah Resiko Dalam Bisnis Online. *Indonesian Proceedings and Annual Conference of Islamic Law And Sharia Economic (IPACILSE)*, 1(1), 7–14.
- Solihat, M., & Sandika, D. (2022). E-commerce di Industri 4.0. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 16(2), 273–281.
- Suyanto, M. (2003). *Strategi periklanan pada e-commerce perusahaan top dunia*. Penerbit Andi.
- Traver, L. K., & Laudon, C. K. (2012). *E-commerce*. New Jersey: Pearson.
- Widagdo, P. B. (2016). Perkembangan electronic commerce (e-commerce) di Indonesia. *Researchgate Article*.
- Yadewani, D., & Wijaya, R. (2017). Pengaruh e-Commerce terhadap minat berwirausaha. *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem Dan Teknologi Informasi)*, 1(1), 64–69.