

Penerapan Aspek Etika Bisnis Islam Pada Plagialisasi Foto Dan Vidio di Online Shop

Application of Islamic Business Ethics Aspects in Plagiarizing Photos and Videos in Online Shops

Rachmi Cahya Amalia
Institut Agama Islam Negeri Ponorogo
Email: rachmicahyaamalia@gmail.com

Abstrak

Plagiarisme foto dan video di platform online shop semakin meningkat seiring dengan pertumbuhan perdagangan digital. Praktik ini tidak hanya melanggar hak cipta, tetapi juga mencederai prinsip-prinsip etika bisnis. Artikel ini membahas penerapan aspek etika bisnis Islam dalam menangani plagiarisme foto dan video di online shop. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini mengeksplorasi bagaimana nilai-nilai seperti keadilan, kejujuran, dan tanggung jawab yang dianjurkan dalam Islam dapat diterapkan untuk mencegah dan mengatasi plagiarisme. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam dapat menjadi solusi efektif dalam membangun kepercayaan dan integritas dalam ekosistem e-commerce. Temuan ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pelaku bisnis online dalam mengembangkan praktik bisnis yang lebih beretika dan bertanggung jawab.

Kata Kunci: Etika Bisnis Islam, Plagiarisme, Online Shop

Abstract

Photo and video plagiarism on online shop platforms is increasing along with the growth of digital commerce. This practice not only violates copyright, but also violates the principles of business ethics. This article discusses the application of aspects of Islamic business ethics in dealing with photo and video plagiarism in online shops. Using a qualitative approach, this research explores how values such as justice, honesty and responsibility recommended in Islam can be applied to prevent and overcome plagiarism. The research results show that the application of Islamic business ethics can be an effective solution in building trust and integrity in the e-commerce ecosystem. It is hoped that these findings can become a reference for online business actors in developing more ethical and responsible business practices.

Keywords: Islamic Business Ethics, Plagiarism, Online Shop

Pendahuluan

Rasulullah menganjurkan kita umatnya untuk berniaga dengan sesuai apa yang sudah diatur di dalam Al Quran maupun hadist. Seiring berjalannya waktu serta berkembangnya teknologi hampir semua hal yang ada di muka bumi ini dapat di akses dengan mudah. Contohnya dengan berkembangnya smartphone, kita bisa terhubung dengan sanak saudara, teman yang keberadaannya jauh dari kita dengan bertukar pesan, telfon maupun vidio call. Contoh lainnya ada pada kemudahan kita untuk mempunyai barang yang kita inginkan tanpa harus datang secara langsung ke tempat barang itu dijual. Revolusi 4.0, dunia internet semakin penting dan mobilitas manusianya pun semakin meningkat. Mengakibatkan semua aspek dan sektor harus memberikan layanan yang cepat dan tepat. Pada sektor industri, produsen harus memberikan pelayanan yang cepat serta layanan yang tepat untuk kepuasan pelanggan.¹

Ekonomi digital menjadi salah satu jenis kegiatan di industri perekonomian yang memanfaatkan teknologi media digital seperti internet, robotik dan kecerdasan buatan manusia lainnya. Pemanfaatan digital ini diharapkan bisa menekan biaya produksi serta memaksimalkan produk dan penjualan hasil produk. Salah satu hasil dari ekonomi digital ini ialah *E Commerce*.

E - Commerce merupakan singkatan dari *Electronic Commerce* atau transaksi jual beli produk baik jasa maupun barang melalui platform di Internet. *E - Commerce* di Indonesia sendiri telah ada sejak tahun 1994 yang terus berkembang sampai pada detik ini dan sudah terbagi menjadi beberapa

¹ Esy Nur Aisyah dan Mitha Shoviaty, "Implementasi Teori Etika Bisnis Islam Dalam E-Commerce," t.t., 1.

jenis yang dibagi berdasarkan bisnis yang ditetapkan.² Pesatnya pertumbuhan *E - Commerce* telah menyebabkan peningkatan penggunaan konten digital untuk mempromosikan barang maupun jasa yang mereka jual. Mulai dari foto, video hingga menyewa jasa Influencer guna mereview produk maupun jasa yang mereka perjual belikan. Menurut Kementerian Komunikasi dan Informatika, terdapat 191 juta pengguna aktif media sosial pada tahun 2022 yang mengalami kenaikan hingga 13,35% dari tahun sebelumnya.³

Kemudahan akses terhadap platform digital tidak hanya memudahkan pelaku bisnis memamerkan produk dan layanannya namun juga menciptakan lahan subur bagi maraknya kecurangan seperti plagiarisme. Plagiarisme, dalam konteks konten digital yang mengacu pada tindakan mengklaim atau mengambil karya orang lain sebagai milik pribadi termasuk foto dan video tanpa adanya izin dari si pemilik karya atau ilegal. Hal ini tidak hanya mengakibatkan melemahnya hak kekayaan intelektual pembuat konten akan tetapi juga mengikis kepercayaan masyarakat terhadap bisnis online.

Dalam ekonomi Islam ada yang namanya teori etika yang menjadi tolak ukur untuk mengarahkan dan menuntun operasionalisasi sistem ekonomi. Etika pada ekonomi Islam merupakan suatu usaha pengkajian secara sistematis tentang perilaku, tindakan maupun sikap apa yang dianggap benar dan baik dari syariat Islam dalam ekonomi sesuai tuntunan baik AL Quran maupun Hadist.⁴ Etika Bisnis Islam mengajarkan konsep kejujuran dan integritas menjadi hal yang sangat penting. Meskipun begitu penekanan

² Woro Anjar Verianty, "5 E Commerce Indonesia Karya Anak Bangsa, Pelajari Sejarah dan Perkembangannya," *Liputan6*, 2022, <https://www.liputan6.com/hot/read/5097322/5-e-commerce-indonesia-karya-anak-bangsa-pelajari-sejarah-dan-perkembangannya?page=3>.

³ Ananto Triwibowo dan Muhammad Afani Adam, "Etika Bisnis Islam Dalam Praktek Bisnis Di Era Digital Ekonomi" 2 (2023): 26.

⁴ Amelia Putri Utami, "Analisis Transaksi Jual Beli Online pada Marketplace Shopee Menurut Etika Bisnis Islam" (Bengkulu, Universitas Islam Negeri Fatmawati, 2022), <http://repository.iainbengkulu.ac.id/8672/1/AMELIA%20PUTRI%20UTAMI.pdf>.

pada kejujuran dan integritas dalam etika bisnis Islam masih kurang berdampak. Plagiarisme masih menjadi masalah yang meluas di online shop.

Penerapan etika bisnis Islam di online shop sangatlah penting demi menjaga kepercayaan dan kredibilitas di pasar digital. Dengan menerapkan praktik etika bisnis Islam, online shop tidak hanya dapat mematuhi prinsip-prinsip Islam tetapi juga meningkatkan reputasi dan membangun kepercayaan dengan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi penerapan etika bisnis Islam dalam mencegah plagiarisme foto dan video di online shop dengan fokus pada penerapan aspek-aspek etika bisnis Islam.

Kajian Pustaka

Etika Bisnis Islam

Dalam kehidupan sehari-hari erat kaitannya dengan etika di setiap hal yang akan kita lakukan. Dengan etika, hidup kita jadi lebih tertata dan memiliki aturan. Etika merupakan kebiasaan yang dianut dan diwariskan dari satu orang ke orang yang lain atau dari satu generasi ke generasi yang lain. Kebiasaan ini lalu terungkap dalam perilaku berpola yang terus berulang sebagai sebuah kebiasaan. Secara linguistik, kata *etik* atau *ethics* berasal dari bahasa Yunani yang berarti adat, kebiasaan, perilaku atau karakter yang berlaku dalam hubungannya dengan kegiatan manusia pada suatu golongan tertentu, kelompok tertentu dan budaya tertentu.⁵

Definisi bisnis dalam ilmu ekonomi ialah suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya untuk mendapatkan laba. Secara historis kata bisnis dari bahasa Inggris *business*, dari kata dasar *busy* yang berarti “sibuk” dalam konteks individu, komunitas,

⁵ Abdul Aziz dan M Ag, *ETIKA BISNIS PERSPEKTIF ISLAM* (Bandung: Alfabeta, 2013)., 24

ataupun masyarakat. Dalam artian sibuk mengerjakan aktivitas dan pekerjaan yang mendatangkan keuntungan.⁶

Menggabungkan etika dan bisnis bisa diartikan sebagai memaksakan norma-norma agama bagi dunia bisnis, kode etik profesi bisnis, merevisi sistem dan hukum ekonomi, meningkatkan keterampilan manajemen tuntutan-tuntutan etika pihak-pihak luar untuk mencari aman dan sebagainya. Dengan begitu etika diperlukan sebagai disiplin terpisah agar bisnis tersebut berjalan dengan lancar tanpa adanya konflik-konflik tertentu.⁷

Menurut Muhammad Saifullah etika bisnis merupakan seperangkat prinsip-prinsip etika yang membedakan yang baik dan yang buruk, harus, benar, salah dan lain sebagainya serta beberapa prinsip umum yang membenarkan seseorang untuk mengaplikasikannya atas apa saja dalam dunia bisnis. Dengan kata lain, etika bisnis ialah seperangkat prinsip dan norma yang para pelaku bisnisnya harus mengedepankan dalam bertarnsaksi, berperilaku dan berelasi guna mencapai tujuan-tujuan bisnis dengan selamat.⁸

Etika bisnis Islam didasarkan pada prinsip-prinsip syariah Islam yang mana para pelaku bisnis perlu memperhatikan serta menerapkannya, antara lain:⁹

a. Kesatuan (Tauhid)

Kesatuan ini mengacu bahwa sumber utama etika bisnis Islam adalah kepercayaan total dan murni terhadap keesaan Allah SWT. Dengan adanya prinsip ini, pengusaha muslim ketika belakukan entitas bisnisnya

⁶ Dr. Nihayatul Masykuroh, M.Si, *Etika Bisnis Islam* (Banten: Media Karya Publishing, 2020), <http://repository.uinbanten.ac.id/5615/2/ETIKA%20BISNIS%20ISLAM-1.pdf>, 7

⁷ Ibid, 11

⁸ Fakhry Zamzam dan Havis Aravik, *Etika Bisnis Islam Seni Berbasis Keberkahan* (Sleman: CV. Budi Utama, 2020), 2

⁹ Eka Sri Wahyuni, "Trend Jual Beli Online Melalui Situs Resmi Menurut Tinjauan Etika Bisnis Islam," *Jurnal BAABU AL-ILMI: Ekonomi dan Perbankan Syariah* 4, no. 2 (2019), <https://doi.org/10.29300/ba.v4i2.2429>, 196-198

tidak akan melakukan paling tidak tiga hal, yaitu: 1) Diskriminasi diantara pekerja, penjual, pembeli, pemasok, mitra kerja atas dasar ras, jenis kelamin maupun agama; 2) Terpaksa atau dipaksa untuk melakukan praktik-praktik mal bisnis; 3) Menimbun kekayaan dengan penuh keserakahan.

b. Keseimbangan

Konsep keseimbangan disini mengacu pada peringatan bagi pengusaha muslim untuk menyempurnakan takaran timbangan dalam jual beli. Islam menuntut keseimbangan antara kepentingan diri sendiri dan kepentingan orang lain, antara kepentingan si kaya dan si miskin antara hak pembeli dan hak penjual dan lain sebagainya. Secara keseluruhan islam ingin untuk meminimalisir sikap serakah manusia dan kecintannya untuk memiliki barang.

c. Kehendak Bebas

Dalam padangan islam manusia diberi kenikmatan untuk bisa berkehendak dan memilih. Penerapan konsep kehendak bebas dalam etika bisnis islam ialah manusia memiliki kebebasan untuk membuat kontrak dan menepatinya ataupun mengingkarinya.

d. Tanggung Jawab

Penerapan konsep tanggungjawab ini ketika seorang pengusaha muslim berperilaku secara tidak etis maka ia tidak bisa menyalahkan tindakannya dengan alasan tekanan bisnis atau pada kenyataannya setiap orang juga berperilaku tidak etis. Ia harus memikul tanggung jawab tertinggi atas tindakannya sendiri.

e. Kebenaran (Kejujuran dan Kebajikan)

Dalam bisnis kebenaran itu berarti niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad, proses mencari atau memperoleh komoditas

pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan. Dengan prinsip ini maka etika bisnis islam sangat menjaga terhadap kemungkinan adanya kerugian di antara kedua belah pihak.

Etika bisnis Islam harus lah di terapkan pada semua aspek perekonomian mulai dari produksi, konsumsi dan distribusi. Dengan begitu dapat mengutamakan kemanfaatan produk serta mendatangkan berkah bagi konsumen. Startegi penjualan online ini dianggap sebagai cara yang efisien dan menjanjikan guna mengatasi batasan geografis dan meningkatkan standar.¹⁰

Pengaplikasian etika bisnis Islam dalam jual beli online dianggap sangat penting karena sistem online ini berkembang menjadi hal baru dalam bisnis modern dan kecenderungan yang terjadi pada masyarakat untuk belanja dengan sistem online terus meningkat. Etika berusaha mencari cara guna menyelaraskan dan menyasikan berbaagai kepentingan dalam dunia bisnis. Etika bisnis Islam berperan dalam memecahkan berbagai permasalahan bisnis modern yang semakin jauh dari nilai-nilai etika.¹¹

Online Shop

Dengan berkembang pesatnya internet di Indonesia sekarang sudah tak asing lagi dengan istilah online shop atau bisnis online. Definisi online shop adalah suatu proses pembelian barang maupun jasa melalui internet yang mana kedua belah pihak ini tidak saling kenal, tidak pernah bertemu atau melakukan kontak fisik. Sistem dari online shop ini barang yang diperjualbelikan ditawarkan melalui display dengan gambar yang ada di suatu website atau toko maya. Lalu pembeli dapat membeli barang yang diinginkan untuk melakukan pembayaran kepada penjual melalui rekening

¹⁰ Nur Faizzatul Amalia dan Nurul Izzati Azizah, "Pengaruh Etika Bisnis Islam dalam Online Store," *JIMAWAbdi* 3, no. 1 (2023), <https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JMAb/article/view/17236/14448>., 2

¹¹ Ibid, 3

bank yang bersangkutan. Setelah proses pembayaran diterima maka penjual wajib mengirim barang pesanan pembeli ke alamat yang dituju.¹²

Kehadiran online shop menjadi sarana bagi mempermudah serta mengefisiensi waktu. Jika biasanya kita harus ke tempat untuk berbelanja, sekarang hanya dengan handphone dan internet kita bisa berbelanja kebutuhan yang kita mau secara mudah. Online shop menyediakan pembayaran secara *cash on delivery* (COD) yang berarti membayar secara langsung atau di tempat.¹³

Kelebihan online shop dibanding kan offline shop ialah:¹⁴

- a. Modal untuk membuka toko online relatif kecil
- b. Tingginya biaya operasional sebuah toko konvensional
- c. Toko online buka 24 jam dan dapat diakses dimana saja
- d. Konsumen dapat mencari dan melihat katalog produk dengan lebih cepat
- e. Konsumen dapat mengakses beberapa toko online dalam waktu bersamaan

Keuntungan toko online bagi pembeli adalah:¹⁵

- a. Menghemat biaya apalagi jika barang yang ingin dibeli hanya ada di luar kota
- b. Barang bisa langsung diantar ke rumah
- c. Pembayaran dilakukan secara transfer maka transaksi pembayaran akan lebih aman
- d. Harga lebih bersaing

¹² "Online Shop," diakses 14 Mei 2024, <http://repository.umsida.ac.id/bitstream/handle/123456789/23126/6,%20Bab%20II.pdf?isAllowed=y&sequence=6>.

¹³ Novelni Clara dan Sabinus Beni, "Online Shop Sebagai Saran Berbelanja Masyarakat Masa Kini" 14, no. 1 (2023), <https://ejournal.uigm.ac.id/index.php/EGMK/article/view/2918/1904>, 18

¹⁴ "Belanja Online," diakses 14 Mei 2024, <https://ejournal.uajy.ac.id/10942/4/3TF07056.pdf>, 26

¹⁵ Ibid, 27

Jual beli di online shop memberikan ruang privasi untuk pembeli karena tidak ada yang melihat apa yang dia beli kecuali si penjualnya. Akan tetapi hal itu justru lebih mengandung resiko karena terkadang foto atau sample yang dipajang di laman online shop tidak sesuai dengan ekspektasi serta rawan yang namanya penipuan. Tak sedikit laporan mengenai penipuan di online shop itu. Bahkan sudah banyak pembeli yang mengeluhkan atas tindakan penjual itu.

Contoh kasus pertama dari online shop seperti yang diliput pada detiknews.com, bahwa ada seorang wartawan berinisial PIS (26) yang menjadi korban penipuan berkedok penjualan pakaian secara online dengan total kerugian mencapai Rp. 66,3 juta. Berawal dari PIS yang membeli baju secara online pada akun Instagram fashion_women.id seharga Rp. 400 ribu dan di transfer ke rekening bank si penjual. Karena bajunya tak kunjung datang akhirnya PIS memilih untuk menghubungi si penjual guna meminta duit yang telah dibayarkan dikembalikan (*refund*). Awalnya PIS menghubungi nomer si *owner* atas naman Anita, akan tetapi nomer yang dituju sudah dihapus/ dinonaktifkan. PIS pun menghubungi nomer admin yang tercantum di Instagram fashion_women.id pada tanggal 30 Maret 2024. Karena terus timbul kecurigaan akhirnya PIS melaporkan kejadian ini ke Polda Metro Jaya tertanggal 31 Maret 2024.¹⁶

Kasus kedua juga terjadi pada tahun 2023, yaitu penipuan dari seorang pria dengan inisial DPS dengan modus jual beli mobil via online. Pelaku yang merupakan residivis kasus narkoba ini mengaku belajar menipu ketika masih mendekam di lapas. Wakasat Reskrim Polres Metro Jakarta Selatan, Kopol Hendrikus Yossi mengatakan bahwa kasus ini

¹⁶ Mulia Budi, "Wartawan Jadi Korban Penipuan Belanja Online, Total Kerugian Rp 66,3 Juta," detikNews, 4 Januari 2024, <https://news.detik.com/berita/d-7273087/wartawan-jadi-korban-penipuan-belanja-online-total-kerugian-rp-66-3-juta/2>.

terungkap setelah korban berinisial AAS melporkannya pada tanggal 13 September 2023 silam. Korban merasa tertarik pada iklan mobil Toyota Hilux yang tersangka pasang iklannya pada media sosial Facebook yang mana mobil ini dijual dengan harga Rp. 135 juta. Setelah berdiskusi maka terjadilah kesepakatan harga mobil di angkat Rp. 110 juta. Pada tanggal 11 September 2023 pihak korban meminta kepada si pelaku untuk pengecekan mobil. Agar terlihat nyata dan bukan penipuan si pelaku mengirimkan *fake* GPS kepada di korban yang ketika di cek semua itu hanyalah tipu muslihat si pelaku saja.¹⁷

Kasus ketiga juga terjadi pada seorang pengguna Tiktok dengan username @rislyicy yang di kutip Hops.ID pada 24 April 2024. Dalam unggahan vidio dirinya dia bercerita bahwa dirinya berniat untuk membeli sebuah tas branded dari band LV di salah satu akun Instagram yang menjual barang branded preloved. Dirinya mengaku mendapatkan rekomendasi tas branded preloved tersebut dari salah satu akun Tiktok yang dirinya percaya menjual barang preloved asli.¹⁸

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kepustakaan (*Library Research*). Penelitian kepustakaan adalah penelitian yang menggunakan literatur berupa buku, catatan atau laporan hasil penelitian dari peneliti terdahulu yang mana si peneliti melakukan pengumpulan data lalu melakukan kajian yang beraitan dengan teori dan topik penelitian.¹⁹ Melalui

¹⁷ Devi Puspitasari, "Pria Asal Sumsel Tipu-Tipu Jual Mobil Via Online, Modusnya Kirim Fake GPS," detikNews, 20 September 2023, <https://news.detik.com/berita/d-6941281/pria-asal-sumsel-tipu-tipu-jual-mobil-via-online-modusnya-kirim-fake-gps/2>.

¹⁸ Sigit Prayoga Pangestu, "Ketipu Tas Palsu, Wanita ini Nekat Beli Barang Branded Preloved Louis Vuitton di Instagram: Sedih Banget," Hops.ID, 24 April 2024, <https://www.hops.id/unik/29412499833/ketipu-tas-palsu-wanita-ini-nekat-beli-barang-branded-preloved-louis-vuitton-di-instagram-sedih-banget>.

¹⁹ Mahmud, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Pustaka Setia, 2011)., 31

pendekatan kualitatif. Menurut Sugiyono (2018) penelitian kualitatif ialah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat, yang digunakan untuk meneliti pada kondisi ilmiah (eksperimen) dimana peneliti sebagai instrumen, teknik pengumpulan data dan di analisis kembali serta menekankan pada makna dari penelitian.²⁰ Jenis data yang diambil yaitu data sekunder dari buku, artikel jurnal, thesis dan disertasi, laporan penelitian, dokumen resmi, sumber digital dan media massa. Teknik pengambilan data yang diambil yaitu identifikasi sumber, pencarian literatur, pengumpulan data, evaluasi sumber, analisis data lalu di lanjut dengan penyusunan tinjauan pustaka.

Hasil dan Pembahasan

Seperti yang sudah di paparkan di kajian pustaka tentang online shop, di Indonesia tidak sedikit kasus yang terjadi di online shop yang berhubungan dengan plagialisasi yang berujung pada penipuan. Maka dari itu perlu adanya penerapan aspek-aspek etika bisnis Islam di dalam diri seorang penjual. Seperti yang sudah dijabarkan di kajian pustaka bahwa etika bisnis Islam memiliki lima aspek yang harus di terapkan dalam bisnis online maupun offline.

Pada penelitian Erwin Asidah dkk (2021), menyimpulkan bahwa setiap pihak mulai dari pembeli, penjual maupun penyedia layanan memiliki peluang untuk melakukan pelanggaran etika bisnis.²¹ Penerapan etika bisnis Islam dianggap memiliki pengaruh secara signifikan yang mana hal ini diungkapkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Zuraidah dkk (2020). Lalu disebutkan juga dalam penelitian ini bahwa tanpa adanya etika, bisnis

²⁰ "Metode Penelitian," diakses 11 Juni 2024, <http://repository.stei.ac.id/6507/4/BAB%203.pdf>.

²¹ Erwin Asidah, Mala Vinuzia, dan Muhammad Yusril, "Analysis of Online Business Ethics Through the Perspective of Sellers, Buyers, and Online Marketplace Service Providers in Indonesia" 3, no. 2 (2021).

lebih susah untuk berkembang dan tidak akan berjalan dengan baik.²² Sedangkan pada penelitian yang dilakukan Intan Makhda (2023) menjelaskan bahwa pada tempat yang diteliti yaitu Desa Sendang, para pelaku disana telah menerapkan etika bisnis Islam yang mana dengan menerapkannya tidak ada tindakan curang maupun tipu muslihat.²³

Jika kita telaah lebih lanjut, pada ketiga kasus yang telah dijabarkan di atas memiliki pola kejadian yang sama yang bisa kita lihat bahwa di pihak penjual tersebut tidak menerapkan aspek-aspek yang ada di etika bisnis Islam. Penjual pada ketiga kasus di atas tidak menerapkan aspek kejujuran, aspek tanggungjawab, aspek keadilan yang berujung pada penipuan. Dan yang terparah ada pada kasus kedua, di mana si penjual mendapatkan sanksi hukum. Hal ini bisa terjadi karna kurangnya rasa ingin tahu atau bahkan tidak tau apa itu etika bisnis Islam dan seberapa penting penerapannya dalam dunia bisnis online maupun offline. Maka dari itu perlu adanya kesadaran dari pihak-pihak yang terlibat bahwa etika bisnis Islam itu perlu diterapkan.

Kesimpulan

Dari penelitian ini bisa kita simpulkan bahwa penerapan aspek etika bisnis Islam pada bisnis online itu sangat berpengaruh. Dengan menerapkan aspek-aspek dari etika bisnis Islam, bisnis online bisa membangun reputasi yang baik serta mendapat kepercayaan dari para pelanggannya. Tidak hanya itu, penerapan aspek-aspek dan pengaplikasian yang tepat bisa membantu mengatasi permasalahan seperti plagialisasi foto dan vidio yang berakhir pada penipuan dan sanksi hukum bagi si pelaku. Penulis mengharapkan bahwa dengan adanya penelitian ini, bisa membantu kalangan yang memang berkecimpung di dunia bisnis dan semoga bisa membuat para pihak yang membutuhkan.

²² Esy Nur Aisyah, Mitha Shoviaty, dan Zuraidah, "Implementasi Teori Etika Bisnis Islam Dalam E-Commerce," 2020.

²³ Makhda Intan, "KONSEP DAN IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM PADA PELAKU BISNIS" 12, no. 04 (2023).

Daftar Pustaka

- Aisyah, Esy Nur, dan Mitha Shoviaty. "Implementasi Teori Etika Bisnis Islam Dalam E-Commerce," t.t., 1.
- Aisyah, Esy Nur, Mitha Shoviaty, dan Zuraidah. "Implementasi Teori Etika Bisnis Islam Dalam E-Commerce," 2020.
- Amalia, Nur Faizzatul, dan Nurul Izzati Azizah. "Pengaruh Etika Bisnis Islam dalam Online Store." *JIMAWAbdi* 3, no. 1 (2023). <https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JMAB/article/view/17236/14448>.
- Asidah, Erwin, Mala Vinuzia, dan Muhammad Yusril. "Analysis of Online Business Ethics Through the Perspective of Sellers, Buyers, and Online Marketplace Service Providers in Indonesia" 3, no. 2 (2021).
- Aziz, Abdul, dan M Ag. *ETIKA BISNIS PERSPEKTIF ISLAM*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- "Belanja Online." Diakses 14 Mei 2024. <https://e-journal.uajy.ac.id/10942/4/3TF07056.pdf>.
- Budi, Mulia. "Wartawan Jadi Korban Penipuan Belanja Online, Total Kerugian Rp 66,3 Juta." *detikNews*, 4 Januari 2024. <https://news.detik.com/berita/d-7273087/wartawan-jadi-korban-penipuan-belanja-online-total-kerugian-rp-66-3-juta/2>.
- Clara, Novelni, dan Sabinus Beni. "Online Shop Sebagai Saran Berbelanja Masyarakat Masa Kini" 14, no. 1 (2023). <https://ejournal.uigm.ac.id/index.php/EGMK/article/view/2918/1904>.
- Intan, Makhda. "KONSEP DAN IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM PADA PELAKU BISNIS" 12, no. 04 (2023).
- Mahmud. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Pustaka Setia, 2011.

Masykuroh, Dr. Nihayatul. *Etika Bisnis Islam*. Banten: Media Karya Publishing, 2020.
<http://repository.uinbanten.ac.id/5615/2/ETIKA%20BISNIS%20ISLAM-1.pdf>.

“Metode Penelitian.” Diakses 11 Juni 2024.
<http://repository.stei.ac.id/6507/4/BAB%203.pdf>.

“Online Shop.” Diakses 14 Mei 2024.
<http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/23126/6,%20Bab%200II.pdf?isAllowed=y&sequence=6>.

Pangestu, Sigit Prayoga. “Ketipu Tas Palsu, Wanita ini Nekat Beli Barang Branded Preloved Louis Vuitton di Instagram: Sedih Banget.” Hops.ID, 24 April 2024.
<https://www.hops.id/unik/29412499833/ketipu-tas-palsu-wanita-ini-nekat-beli-barang-branded-preloved-louis-vuitton-di-instagram-sedih-banget>.

Puspitasari, Devi. “Pria Asal Sumsel Tipu-Tipu Jual Mobil Via Online, Modusnya Kirim Fake GPS.” detikNews, 20 September 2023.
<https://news.detik.com/berita/d-6941281/pria-asal-sumsel-tipu-tipu-jual-mobil-via-online-modusnya-kirim-fake-gps/2>.

Putri Utami, Amelia. “Analisis Transaksi Jual Beli Online pada Marketplace Shopee Menurut Etika Bisnis Islam.” Universitas Islam Negeri Fatmawati, 2022.
<http://repository.iainbengkulu.ac.id/8672/1/AMELIA%20PUTRI%20UTAMI.pdf>.

Triwibowo, Ananto, dan Muhammad Afani Adam. “Etika Bisnis Islam Dalam Praktek Bisnis Di Era Digital Ekonomi” 2 (2023): 26.

Verianty, Woro Anjar. “5 E Commerce Indonesia Karya Anak Bangsa, Pelajari Sejarah dan Perkembangannya.” Liputan6, 2022.
<https://www.liputan6.com/hot/read/5097322/5-e-commerce-indonesia-karya-anak-bangsa-pelajari-sejarah-dan-perkembangannya?page=3>.

Wahyuni, Eka Sri. "Trend Jual Beli Online Melalui Situs Resmi Menurut Tinjauan Etika Bisnis Islam." *Jurnal BAABU AL-ILMI: Ekonomi dan Perbankan Syariah* 4, no. 2 (2019). <https://doi.org/10.29300/ba.v4i2.2429>.

Zamzam, Fakhry, dan Havis Aravik. *Etika Bisnis Islam Seni Berbasis Keberkahan*. Sleman: CV. Budi Utama, 2020.