

ABSTRAK

Ike Amelia (1219220060) : *“Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam pada Transaksi Jual Beli Online Azzahra Hijab di Marketplace”*

Perkembangan jual beli *online* di Indonesia melalui *marketplace* seperti Shopee dan TikTok Shop memang menawarkan kemudahan serta keuntungan, namun di sisi lain juga memunculkan persoalan etika, seperti ketidaksesuaian produk, keterlambatan pengiriman, hingga praktik manipulasi harga. Bagi masyarakat Muslim, hal ini menegaskan pentingnya penerapan etika bisnis Islam agar transaksi tetap sejalan dengan prinsip syariah.

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui praktik transaksi jual beli *online* yang dilakukan oleh Azzahra Hijab, menganalisis penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam aktivitas tersebut, serta mengidentifikasi tantangan dan hambatan yang dihadapi dalam implementasinya.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pemilik usaha, observasi langsung, serta dokumentasi aktivitas transaksi di *marketplace*. Analisis dilakukan dengan menghubungkan temuan di lapangan dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, yaitu tauhid (kesatuan), keseimbangan, kebebasan berkehendak, tanggung jawab, dan kebenaran.

Hasil penelitian ini adalah 1) Praktik transaksi jual beli *online* Azzahra Hijab telah mengikuti prosedur digital melalui *marketplace*, mencakup penayangan produk, proses pemesanan, pembayaran, hingga pengiriman barang. Praktik ini pada dasarnya berjalan sesuai akad digital, meskipun masih terdapat kendala teknis seperti keterlambatan respon, dan keterbatasan tenaga kerja. 2) Prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang diterapkan meliputi kesatuan, keseimbangan, kebebasan berkehendak, tanggung jawab, serta kebenaran. Pemilik berusaha menjaga niat ibadah dalam usaha, bersikap jujur terhadap deskripsi produk, amanah dalam pelayanan, serta menghindari praktik yang bertentangan dengan syariah seperti promo palsu dan fitur non halal misalnya *paylater* dan *mystery box*. 3) Hambatan dan tantangan yang dialami Azzahra Hijab mencakup dorongan sistem *marketplace* yang sering mengarahkan pada strategi promosi yang tidak sesuai dengan syariah, minimnya pemahaman etika bisnis syariah dari sisi penjual maupun pembeli, serta masalah teknis berupa keterbatasan sumber daya manusia dan pengelolaan waktu untuk menangani proses transaksi serta *komplain* pelanggan.

Kata Kunci : Etika Bisnis Islam, *Marketplace*, Jual Beli *Online*, Azzahra Hijab, UMKM