

Revitalisasi Prinsip Amanah dan Keadilan dalam Bisnis Digital: Perspektif Etika Islam Kontemporer

Muhammad Rabit Dino Malik

Ekonomi Syariah, Universitas Annuqayah

Abstrak

Pertumbuhan bisnis digital di era modern membawa dampak positif terhadap transformasi ekonomi, namun juga menimbulkan tantangan etika yang serius. Banyak praktik bisnis digital mengabaikan nilai-nilai moral, terutama prinsip amanah dan keadilan yang menjadi fondasi dalam ajaran Islam. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran nilai amanah dan keadilan dalam membentuk etika bisnis digital yang adil, serta merumuskan strategi revitalisasi prinsip-prinsip tersebut dalam konteks transformasi digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif melalui metode studi pustaka, dengan teknik analisis kualitatif-interpretatif dan pendekatan hermeneutik normatif terhadap sumber-sumber Islam klasik dan kontemporer. Hasil penelitian menunjukkan bahwa prinsip amanah dan keadilan dalam Islam sangat relevan dalam menghadapi krisis moral dalam bisnis digital, khususnya terkait perlindungan data, transparansi sistem, serta keadilan algoritmik. Etika Islam kontemporer dapat menjadi kerangka normatif yang adaptif untuk membangun ekosistem digital yang berkeadilan, berkelanjutan, dan berlandaskan nilai-nilai spiritual. Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dan praktis dalam pengembangan tata kelola bisnis digital Islami yang humanis dan bermoral di era transformasi teknologi.

Kata Kunci: Etika Islam; Amanah; Keadilan; Bisnis Digital; Transformasi Digital.

Copyright (c) 2025 Muhammad Rabit Dino Malik

✉ Corresponding author :

Email Address : muhammadrobetdinomalik@gmail.com

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah merevolusi berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam sektor ekonomi dan bisnis. Bisnis digital, yang mencakup e-commerce, layanan keuangan berbasis aplikasi, platform digital marketing, hingga ekosistem startup berbasis teknologi, telah menjadi wajah baru perekonomian global, termasuk di Indonesia. Menurut Maryam (2024:3), nilai ekonomi digital Indonesia pada tahun 2023 tercatat sebesar USD 82 miliar, dan diproyeksikan akan meningkat signifikan hingga mencapai kisaran USD 210 hingga USD 360 miliar pada tahun 2030. Proyeksi tersebut menempatkan Indonesia sebagai aktor dominan dalam ekosistem digital ASEAN, melampaui negara-negara seperti Vietnam dan Singapura. Kondisi ini menandakan bahwa arus digitalisasi bukan hanya merupakan keniscayaan ekonomi, tetapi juga menuntut perhatian serius dalam aspek etika dan nilai, agar transformasi digital tidak melahirkan ketimpangan moral dan akses sosial yang merugikan masyarakat. Namun, di balik akselerasi positif ini, muncul pula beragam problematika etis yang mengkhawatirkan, seperti praktik eksploitasi data pribadi, manipulasi informasi, dan dominasi algoritma yang menciptakan ketimpangan relasi antara pemilik platform dan pengguna. Dalam kerangka kapitalisme digital, pengguna media sosial dan platform daring tidak hanya menjadi konsumen pasif, tetapi juga objek komodifikasi data dan

target dari manipulasi algoritmik yang dilakukan secara sistemik dan tanpa transparansi (Rico & Rosadi, 2023:10354). Fenomena ini menunjukkan adanya kesenjangan antara kemajuan teknologi dan penerapan prinsip-prinsip etika yang menjunjung nilai-nilai kemanusiaan.

Dalam konteks bisnis digital, prinsip-prinsip etika tidak cukup hanya didasarkan pada norma hukum positif atau kebijakan internal korporasi. Nilai-nilai etik yang bersumber dari agama, khususnya Islam, dapat menjadi kerangka moral yang kokoh dan transedem. Islam mengajarkan prinsip amanah sebagai bentuk integritas dan tanggung jawab moral dalam setiap transaksi, serta keadilan sebagai landasan distribusi manfaat dan perlindungan hak setiap pihak. Dalam Al-Qur'an disebutkan: "Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil" (QS. An-Nisa:58). Ayat ini menegaskan bahwa amanah dan keadilan merupakan dua fondasi utama dalam penyelenggaraan kehidupan sosial, termasuk dalam aktivitas ekonomi.

Etika bisnis Islam memiliki sifat yang komprehensif dan kontekstual, yang berarti ia mampu memberikan pedoman moral baik dalam ruang ekonomi tradisional maupun digital. Dalam pandangan Hidayati dan Khairi (2024:34), penerapan etika Bisnis Islam dalam dunia e-commerce tidak cukup hanya dengan menjaga kejujuran dalam promosi atau transparansi dalam pembayaran, tetapi juga harus mencakup integrasi nilai-nilai syariah dalam arsitektur teknologi digital. Hal ini termasuk penerapan prinsip keadilan dalam algoritma, perlindungan terhadap data pribadi konsumen, serta akuntabilitas sosial perusahaan digital terhadap masyarakat. Dengan demikian, etika Islam diposisikan bukan sekadar norma spiritual, melainkan kerangka normatif yang sistemik dan kontekstual dalam membentuk ekosistem bisnis digital yang berkeadaban. Dengan kata lain, revitalisasi nilai amanah dan keadilan di era digital menuntut reinterpretasi dan penguatan paradigma etika Islam agar selaras dengan dinamika kontemporer.

Sayangnya, dalam praktiknya banyak pelaku bisnis digital yang justru mengabaikan nilai-nilai etik tersebut. Kompetisi pasar yang ketat, obsesi terhadap pertumbuhan eksponensial, dan dominasi logika kapitalistik sering kali membuat pelaku bisnis lebih menekankan pada efisiensi dan keuntungan semata, tanpa memperhatikan aspek tanggung jawab sosial dan moral. Akibatnya, muncul ketimpangan kekuasaan informasi, penyalahgunaan trust pengguna, dan pelanggaran hak-hak digital. Hal ini membuktikan bahwa nilai-nilai profetik seperti amanah dan keadilan mendesak untuk direaktualisasi sebagai landasan etis dalam membangun sistem kehidupan modern, termasuk dalam model bisnis digital. Nilai-nilai tersebut tidak hanya relevan sebagai pedoman moral individu, tetapi juga berperan sebagai prinsip etika transformatif yang harus diintegrasikan dalam struktur dan kebijakan kelembagaan agar menciptakan sistem ekonomi digital yang inklusif, adil, dan humanis (Ramadhan et al., 2024:225).

Berangkat dari permasalahan tersebut, artikel ini bertujuan untuk menganalisis secara kritis peran nilai amanah dan keadilan dalam membentuk etika bisnis digital yang lebih berorientasi pada nilai kemanusiaan dan keislaman. Selain itu, penelitian ini juga ingin merumuskan bagaimana prinsip-prinsip etika Islam tersebut dapat direvitalisasi dalam kerangka bisnis digital kontemporer. Dengan pendekatan studi kepustakaan dan analisis normatif, artikel ini diharapkan mampu memberikan kontribusi teoritis dan praktis bagi pengembangan etika bisnis Islam dalam ekosistem ekonomi digital yang semakin kompleks dan disruptif.

Dengan membingkai ulang etika bisnis digital dalam perspektif Islam kontemporer, diharapkan nilai-nilai amanah dan keadilan tidak hanya menjadi slogan moralitas, tetapi sungguh-sungguh diterapkan dalam kebijakan, strategi, dan praktik bisnis digital secara menyeluruh. Lebih jauh, revitalisasi etika Islam diharapkan dapat menjadi pondasi spiritual dan etis dalam menghadirkan ekosistem digital yang berkelanjutan, berkeadilan, dan memanusiakan manusia.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif dengan metode studi pustaka (library research). Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk mengkaji nilai-nilai normatif dan prinsip etik dalam Islam, khususnya terkait amanah dan keadilan, yang direlevansikan dengan praktik bisnis digital kontemporer. Rancangan penelitian ini tidak bertujuan untuk mengukur hubungan kausal secara kuantitatif, melainkan untuk mengeksplorasi dan menginterpretasikan makna konseptual dari nilai-nilai etis dalam kerangka Islam yang aplikatif dalam konteks digitalisasi ekonomi. Sebagaimana dijelaskan oleh Zulfikar (2023:64), studi pustaka merupakan pendekatan yang relevan dalam penelitian sosial keagamaan karena memberikan ruang bagi peneliti untuk menggali dan mengkritisi pemikiran-pemikiran konseptual secara sistematis dan mendalam. Metode ini digunakan untuk menelaah berbagai literatur ilmiah yang berkaitan dengan prinsip amanah dan keadilan dalam etika Islam, serta relevansinya terhadap fenomena bisnis digital kontemporer.

Objek yang dianalisis dalam penelitian ini adalah berbagai sumber literatur yang relevan, baik dari perspektif Islam klasik maupun kontemporer, serta karya ilmiah terkini yang membahas etika bisnis digital. Penelitian ini tidak menggunakan populasi dan sampel dalam pengertian kuantitatif, tetapi berfokus pada pemikiran-pemikiran dalam bentuk teks atau dokumen yang memiliki kedalaman dan relevansi akademik. Sumber-sumber tersebut meliputi jurnal nasional terakreditasi, buku teks akademik, hasil seminar ilmiah, dan dokumen keagamaan seperti Al-Qur'an dan hadis, khususnya yang berkaitan dengan nilai amanah dan keadilan dalam transaksi dan tanggung jawab sosial.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui telaah literatur (literature review) yang diperoleh dari berbagai sumber daring dan luring. Penelusuran sumber dilakukan menggunakan Google Scholar, database Garuda, dan SINTA, dengan kriteria pemilihan literatur sebagai berikut: (1) memiliki relevansi tematik dengan etika bisnis Islam dan bisnis digital; (2) merupakan publikasi ilmiah yang kredibel; dan (3) diterbitkan dalam kurun lima tahun terakhir, kecuali literatur klasik Islam yang dijadikan sebagai dasar teologis.

Proses analisis data dilakukan secara kualitatif-interpretatif dengan pendekatan hermeneutik normatif, yaitu metode penafsiran teks untuk menggali nilai-nilai moral yang terkandung di dalamnya dan kemudian menyesuaikannya dengan realitas sosial kontemporer. Dalam proses ini, peneliti menafsirkan teks-teks agama, literatur Islam, serta wacana digitalisasi bisnis untuk membangun sintesis gagasan yang kontekstual. Penelitian ini juga menerapkan teknik triangulasi konseptual, yakni membandingkan dan mengaitkan berbagai sumber pemikiran guna memperoleh kedalaman makna dan validitas argumentatif.

Analisis difokuskan pada tiga lapis pemaknaan: (1) analisis teks normatif (nas al-Qur'an dan hadis); (2) penafsiran tematik dari ulama dan sarjana kontemporer; serta (3) aplikasinya dalam kerangka etika bisnis digital. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk tidak hanya memahami nilai amanah dan keadilan secara teoritis, tetapi juga untuk merumuskan strategi revitalisasi nilai tersebut dalam praktik bisnis digital yang adil, berintegritas, dan sesuai prinsip Islam. Pendekatan ini sejalan dengan pandangan Umam (2021:15), yang menegaskan bahwa studi Islam yang progresif harus mampu mengintegrasikan nilai-nilai profetik ke dalam realitas sosial secara kontekstual. Dalam perspektif ini, nilai-nilai seperti humanisasi, liberasi, dan transendensi tidak hanya menjadi kerangka moral, tetapi juga harus menjadi bagian integral dari praksis keilmuan dan sistem sosial, termasuk dalam pengembangan konsep etika bisnis digital yang berkeadaban dan berkeadilan.

Dengan metode ini, diharapkan artikel dapat memberikan sumbangsih dalam menjembatani prinsip-prinsip etika Islam dengan tantangan praktis di era digital, sekaligus menawarkan model konseptual bisnis yang berlandaskan pada nilai-nilai transendental.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah mengenai urgensi revitalisasi prinsip amanah dan keadilan dalam praktik bisnis digital, dengan menjadikan etika Islam kontemporer sebagai kerangka normatif. Berdasarkan hasil telaah literatur, ditemukan bahwa praktik bisnis digital yang berkembang pesat saat ini sering kali berjalan tanpa disertai prinsip moral yang memadai. Karena itu, dibutuhkan pembacaan ulang terhadap nilai-nilai etis Islam agar mampu dioperasionalkan dalam konteks bisnis digital masa kini. Pembahasan dalam bagian ini dibagi ke dalam beberapa subbagian tematis agar lebih sistematis dan mendalam.

1. Konsep Amanah dalam Islam dan Tantangannya di Era Bisnis Digital

Dalam Islam, amanah merupakan konsep sentral dalam etika, yang mencerminkan tanggung jawab moral individu terhadap sesama manusia dan Allah Swt. Amanah tidak hanya berkaitan dengan urusan keuangan atau titipan fisik, melainkan juga mencakup komitmen, kejujuran dalam menyampaikan informasi, dan integritas dalam menjalankan tugas. Al-Qur'an menyebutkan, *"Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya..."* (QS. An-Nisa: 58). Ini menunjukkan bahwa amanah bukan sekadar norma sosial, melainkan perintah teologis.

Dalam konteks bisnis digital, amanah harus diterjemahkan sebagai komitmen pada transparansi sistem, perlindungan data pengguna, dan kejujuran informasi dalam transaksi daring. Namun, realitas di lapangan menunjukkan banyak penyimpangan. Contohnya adalah maraknya praktik phishing, misleading ads, penjualan data konsumen tanpa izin, serta penyebaran informasi yang dimanipulasi untuk kepentingan komersial. Hal ini menandakan adanya krisis amanah dalam ranah bisnis digital modern (Nafisa et al., 2025:44).

Indiharwati (2025:27) menegaskan bahwa keberadaan etika digital yang didasarkan pada nilai Islam sangat penting untuk menciptakan kepercayaan dalam ekosistem digital. Dalam literatur klasik Islam, orang yang tidak amanah termasuk dalam golongan munafik. Oleh karena itu, pelanggaran amanah dalam praktik digital bukan hanya masalah legal, tetapi juga etis dan spiritual. Hal ini diperparah oleh tidak adanya standar etik universal dalam teknologi digital yang secepat mungkin diadopsi oleh pelaku bisnis.

Banyak pelaku bisnis digital yang lebih fokus pada pertumbuhan pengguna dan profit jangka pendek ketimbang membangun kepercayaan jangka panjang. Padahal, menurut Malinda (2017:71), kepercayaan adalah fondasi utama ekonomi Islam. Tanpa amanah, pengguna akan kehilangan rasa aman dan keterbukaan terhadap teknologi. Situasi ini menegaskan urgensi revitalisasi nilai amanah, bukan hanya sebagai wacana moral, melainkan sebagai *core principle* dalam praktik dan desain bisnis digital.

Maka, revitalisasi nilai amanah dalam bisnis digital harus dimulai dari level sistem dan aktor. Pemilik platform digital harus jujur dalam memanfaatkan data, menyampaikan kebijakan privasi secara terbuka, serta membangun sistem yang tidak menyembunyikan biaya tersembunyi. Lebih jauh, desain algoritma harus mempertimbangkan akuntabilitas dan keterbukaan agar pengguna tetap merasa diperlakukan secara adil dan transparan. Amanah harus dijadikan parameter utama dalam perancangan teknologi yang manusiawi.

2. Prinsip Keadilan dalam Etika Islam: Pilar Etis untuk Ekosistem Digital

Keadilan merupakan prinsip etik fundamental dalam Islam. Dalam QS. An-Nahl: 90, Allah Swt. berfirman, *"Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan..."*. Keadilan dalam Islam bukan hanya keadilan prosedural, tetapi juga keadilan distributif dan sosial. Dalam konteks bisnis, keadilan berkaitan dengan akses yang setara terhadap informasi, perlindungan hak-hak konsumen, dan keseimbangan relasi ekonomi antara pelaku usaha dan pengguna.

Di ranah bisnis digital, keadilan sering kali terabaikan karena dominasi kapitalisme algoritmik. Banyak platform menggunakan data dan algoritma untuk memaksimalkan keuntungan dengan mengorbankan hak pengguna. Misalnya, algoritma yang

mendiskriminasi berdasarkan perilaku atau preferensi tertentu tanpa pemberitahuan yang adil, atau sistem rating yang tidak transparan. Hal ini melahirkan ketimpangan struktural dan eksklusi digital terhadap kelompok tertentu (Samsudin & Aminulloh, 2025:132).

Menurut Raditya et al. (2025:36), praktik bisnis digital yang tidak mempertimbangkan nilai keadilan akan menyebabkan kehilangan legitimasi moral dan menciptakan ekosistem yang eksploitatif. Pelaku bisnis digital cenderung memaksimalkan profit melalui iklan personalisasi, pengawasan data, hingga praktik pay-to-play dalam distribusi konten. Dalam sistem semacam ini, pengguna kecil tidak memiliki kesempatan yang adil untuk bersaing atau mendapatkan akses yang sama.

Selain itu, prinsip keadilan juga mencakup perlindungan atas hak-hak pekerja digital (gig workers), yang dalam banyak kasus tidak memiliki kontrak kerja yang memadai, perlindungan hukum, maupun jaminan sosial. Hal ini bertentangan dengan prinsip keadilan Islam yang mengharuskan perlakuan adil terhadap semua pihak dalam akad dan muamalah (Setiawan, 2024:56).

Revitalisasi keadilan dalam praktik bisnis digital tidak hanya memerlukan regulasi yang ketat, tetapi juga perubahan paradigma etika. Pelaku bisnis harus melihat pengguna bukan sebagai objek eksploitasi, melainkan sebagai mitra dalam sistem yang adil. Artinya, model keadilan tidak boleh hanya formalitas hukum, tetapi diwujudkan dalam struktur algoritmik, distribusi manfaat, dan kebijakan inklusif yang menghargai semua pihak.

3. Revitalisasi Nilai Amanah dan Keadilan dalam Praktik Bisnis Digital Kontemporer

Revitalisasi nilai amanah dan keadilan tidak hanya dapat diwujudkan melalui penegakan hukum, melainkan harus melalui rekonstruksi etika sistemik dalam pengembangan dan pengoperasian bisnis digital. Hal ini menuntut pergeseran paradigma dari bisnis berbasis keuntungan menuju bisnis berbasis nilai. Etika Islam kontemporer menyediakan fondasi teoritis dan spiritual untuk model semacam ini.

Pendekatan maqashid syariah sangat relevan untuk mendukung penerapan nilai-nilai etika Islam dalam era digital. Dalam kerangka maqashid, prinsip amanah dan keadilan bertujuan untuk menjaga agama (hifz al-din), jiwa (hifz al-nafs), akal (hifz al-'aql), keturunan (hifz al-nasl), dan harta (hifz al-mal). Kelima aspek ini harus dilindungi dalam desain dan pelaksanaan bisnis digital, termasuk perlindungan privasi, keamanan sistem, serta keadilan akses informasi.

Implementasi amanah dapat dimulai dengan pembuatan sistem transparan dan auditable, seperti kontrak cerdas (smart contract) berbasis blockchain yang tidak bisa dimanipulasi. Sementara itu, keadilan dapat diterapkan dalam bentuk akses data yang setara, kebijakan algoritma yang tidak diskriminatif, serta pembagian keuntungan yang lebih adil antara platform dan pengguna.

Menurut Ali (2023:2) menyatakan bahwa etika bisnis Islam dapat menjadi jembatan antara tuntutan moral dan realitas pasar yang kompetitif. Dalam konteks ini, nilai-nilai amanah dan keadilan harus dijadikan nilai korporat, bukan sekadar anjuran spiritual. Perusahaan digital yang mengintegrasikan etika Islam justru dapat meningkatkan loyalitas konsumen dan reputasi jangka panjang, karena mampu membangun ekonomi kepercayaan (trust economy).

Lebih dari itu, pelaku bisnis digital Muslim memiliki tanggung jawab untuk membangun ekosistem etis, dengan mengedepankan nilai-nilai transenden dalam setiap aspek operasional dan strategi bisnis mereka. Ini termasuk dalam manajemen sumber daya manusia, relasi kemitraan, hingga interaksi dengan regulator dan masyarakat.

4. Rekomendasi Penerapan Etika Islam dalam Tata Kelola Bisnis Digital

Sebagai respons terhadap tantangan etika dalam bisnis digital, penerapan prinsip amanah dan keadilan harus diwujudkan dalam tata kelola (governance) bisnis digital yang sistemik dan aplikatif. Prinsip etika Islam tidak cukup berhenti pada tataran normatif, tetapi perlu

diinstitusionalisasi melalui kebijakan, desain sistem, hingga model hubungan sosial-ekonomi yang dijalankan oleh pelaku bisnis dan pengembang teknologi. Dengan kata lain, revitalisasi etika Islam harus diwujudkan dalam bentuk mekanisme operasional dan kebijakan konkret.

Salah satu strategi utama adalah menerapkan prinsip amanah dalam kebijakan perlindungan data dan privasi pengguna. Perusahaan digital wajib menjelaskan secara jujur dan terbuka tentang bagaimana data dikumpulkan, digunakan, dan disimpan. Transparansi ini mencerminkan amanah digital, sebagaimana konsep *trustworthy computing*. Dalam kerangka Islam, memanipulasi atau menyembunyikan informasi dari pengguna, baik dalam bentuk syarat tersembunyi atau pengambilan data diam-diam merupakan bentuk khianat, yang bertentangan dengan nilai syar'i (Sani, 2015:63).

Selanjutnya, keadilan perlu diwujudkan dalam bentuk fairness algoritma dan kebijakan distribusi manfaat yang inklusif. Platform digital harus menghindari pembuatan sistem algoritmik yang mendiskriminasi pengguna berdasarkan status sosial, lokasi, atau perilaku daring tertentu. Algoritma yang etis dalam pandangan Islam adalah algoritma yang tidak menyembunyikan peluang atau menindas kelompok tertentu secara struktural yang semakin melebar (Ruslita & Widaningsih, 2025:1726).

Selain itu, pendekatan desain UI/UX yang etis juga perlu dikembangkan. Dalam etika Islam, manipulasi emosional untuk meningkatkan klik, waktu tinggal, atau pembelian emplusif dapat dikategorikan sebagai tindakan yang melanggar prinsip keadilan dan amanah. Oleh karena itu, penerapan desain antarmuka yang jujur, ramah pengguna, dan tidak memanipulasi kognisi merupakan bagian dari komitmen etika Islam dalam desain digital.

Penerapan tata kelola bisnis digital berbasis etika Islam juga harus menyentuh pada pengambilan keputusan strategis perusahaan, termasuk dalam pembentukan regulasi internal, kemitraan bisnis, hingga pelibatan komunitas. Perusahaan perlu membentuk dewan etik atau komite syariah digital yang bertugas mengawasi kepatuhan sistem terhadap nilai-nilai Islam, baik dari sisi produk, promosi, maupun operasionalisasi teknologi.

Terakhir, penerapan etika Islam yang berbasis amanah dan keadilan harus terintegrasi dalam ekosistem pendidikan, pelatihan SDM, dan kesadaran publik. Pemerintah dan lembaga pendidikan perlu menyediakan kurikulum yang mengajarkan prinsip etika digital dalam perspektif Islam, sehingga lahir perilaku industri yang bukan hanya kompeten secara teknis, tetapi juga berintegritas secara spiritual dan moral. Kolaborasi antara ulama, akademisi, regulator, dan pelaku industri menjadi kunci dalam membangun ekosistem bisnis digital syariah yang berkeadaban.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil telaah konseptual dan analisis kritis terhadap prinsip amanah dan keadilan dalam konteks bisnis digital, maka simpulan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

Pertama, prinsip amanah dalam Islam memiliki peran fundamental dalam membentuk tata kelola bisnis digital yang berintegritas. Nilai amanah harus direvitalisasi sebagai fondasi utama dalam menjaga transparansi, kejujuran, dan perlindungan hak digital konsumen. Dalam ekosistem bisnis yang berbasis teknologi, amanah tidak hanya menyangkut moralitas individu, tetapi juga menyatu dalam struktur sistem, seperti kebijakan privasi, akuntabilitas algoritma, dan keterbukaan data.

Kedua, prinsip keadilan dalam etika Islam mencakup keadilan prosedural dan distributif, yang sangat relevan dalam menghadapi berbagai tantangan struktural dalam ekosistem digital. Ketimpangan algoritmik, akses tidak setara, dan eksploitasi data merupakan fenomena yang menuntut reinterpretasi nilai keadilan dalam desain sistem digital yang lebih inklusif dan manusiawi. Oleh karena itu, keadilan harus diterapkan dalam bentuk kebijakan platform, relasi pelaku usaha dan pengguna, serta desain user experience yang etis.

Ketiga, hasil kajian menunjukkan bahwa etika Islam kontemporer mampu menjadi landasan normatif yang adaptif untuk menjawab dilema moral dalam praktik bisnis digital.

Nilai-nilai transendental seperti amanah dan keadilan tidak bersifat stagnan, tetapi dapat direkonstruksi sesuai konteks zaman, tanpa kehilangan esensinya. Revitalisasi etika Islam tidak hanya diperlukan di level individu pelaku bisnis, tetapi juga pada level sistem dan kebijakan publik digital.

Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa integrasi prinsip amanah dan keadilan dalam bisnis digital sangat penting untuk menciptakan ekosistem yang berkelanjutan, berkeadaban, dan selaras dengan nilai-nilai keislaman. Etika Islam yang diaktualisasikan dalam ruang digital tidak hanya memperkuat dimensi spiritual bisnis, tetapi juga berkontribusi dalam membangun ekonomi kepercayaan dan keadilan sosial dalam masyarakat digital. Oleh karena itu, diperlukan upaya kolektif antara pelaku industri, akademisi, regulator, dan masyarakat muslim dalam mengarusutamakan prinsip-prinsip etis Islam dalam tata kelola ekonomi digital masa depan.

Referensi :

- Maryam, S. (2024). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi digital di 6 negara ASEAN* (Skripsi Sarjana, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta). UIN Syarif Hidayatullah Institutional Repository.
- Rico, R., & Rosadi, U. (2023). Regulasi Dan Keadilan Sosial: Strategi Perlindungan Pengguna Media Sosial Dalam Konteks Kapitalisme Digital. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(5), 10354-10370.
- Hidayati, Q., & Khairi, R. (2024). Etika Bisnis Islami Dalam E-Commerce: Mengintegrasikan Teknologi Dan Nilai-Nilai Syariah. *Journal of Economic, Management, Business, Accounting Sustainability*, 1(2), 29-35.
- Ramadhan, A. R., Said, U. M. R., Sauri, S., & Afkar, M. F. (2024). Integrasi Etika Filosofis dan Nilai-Nilai Profetik untuk Mewujudkan Pendidikan Islam yang Humanis, Adil, dan Transformatif. *Al-Qalam: Jurnal Kajian Islam dan Pendidikan*, 16(2), 253-267.
- Zulfikar, A. Y. (2023). Peran Guru Pendidikan Agama Islam dalam Edukasi Keagamaan Remaja melalui Media Sosial. *Jurnal Seumubeuet*, 2(1), 63-72.
- Umam, M. K. (2021). *Nilai-nilai profetik dalam konsep pendidikan Kiai Sahal Mahfudh* (Tesis Magister). Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- Nafisa, Z. K., Aqwam, M. F. R., Firmansyah, R., Fatmawati, F. D., Salsabila, N., & Pratasya, A. Z. (2025). Relevansi Konsep Ekonomi Islam dalam Era Digital. *Musytari: Jurnal Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 17(7), 41-50.
- Indiharwati, A. (2025). Penerapan Etika Bisnis Islam di Pasar Digital.
- Malinda, H. (2017). *Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Ukm Guna Meningkatkan Pendapatan Karyawan Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Usaha Bakso Ikan Cahaya Bahari Desa Linggar Jati Kecamatan Merbau Mataram Kabupaten Lampung Selatan)* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Samsudin, A. R., & Aminulloh, A. (2025). Fenomena Gentrifikasi Digital dan Implikasinya terhadap Kesenjangan Ekonomi di Indonesia: Kajian Yuridis dan Perspektif Hukum Islam. *IQTISHOD: Jurnal Pemikiran dan Hukum Ekonomi Syariah*, 4(1), 121-142.
- Raditya, S., Asmak, A. R., Azmah, N. O., Kusuma, C. K., Nizar, M., Novi, S. S., ... & Ririn, T. R. (2025). Pengembangan Ekosistem Halal Berdasarkan Inovasi Wakaf: Kajian Teori dan Praktik di Indonesia dan Malaysia.
- Setiawan, D. (2024). *Praktik Akad Ijarah Pada Pengairan Sawah Di Kampung Totokaton Kecamatan Punggur Kabupaten Lampung Tengah Perspektif Hukum Ekonomi Syariah* (Doctoral dissertation, IAIN Metro).
- Ali, R. (2023). *PEMAHAMAN PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA PEDAGANG IKAN DI PASAR BERSEHATI* (Doctoral dissertation, IAIN MANADO).
- Sani, A. (2015). *Meretas Informasi dalam Perspektif Al-Qur'an* (Doctoral dissertation, Institut PTIQ Jakarta).

Ruslita, G., & Widaningsih, T. (2025). Analisis Ketimpangan dan Implikasi Sosial-Ekonomi Pekerja Media: Studi Kasus Podcast Deddy Corbuzier. *Journal Scientific of Mandalika (JSM)* e-ISSN 2745-5955 | p-ISSN 2809-0543, 6(7), 1720-1729.