

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pengembangan teknologi digital telah menyebabkan perubahan signifikan dalam aktivitas ekonomi masyarakat Indonesia. Pasar maya seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada menjadi sarana penting untuk transaksi jual beli *online* yang menghubungkan penjual dan pembeli dari berbagai wilayah secara cepat dan efektif. Salah satu platform *e-commerce* terbesar di Asia Tenggara. Indonesia menjadi salah satu pasar *e-commerce* terbesar di Asia Tenggara dengan nilai transaksi mencapai USD 82 miliar pada tahun 2023.¹ Shopee sangat disukai oleh mahasiswa karena kemudahan penggunaan, harga yang kompetitif, dan opsi pembayaran yang *fleksibel*.² Meskipun kemajuan dalam perdagangan elektronik memungkinkan pasar yang lebih terbuka, mereka juga membawa risiko baru untuk keamanan transaksi, reputasi, dan perilaku pengguna.³

Shopee sebagai salah satu *marketplace* terbesar di Indonesia memiliki lebih dari 138 juta pengguna aktif bulanan⁴ Pertumbuhan pesat ini membawa dampak positif terhadap ekonomi digital, namun juga memunculkan berbagai bentuk pelanggaran transaksi seperti penipuan, penjualan produk ilegal, dan

¹ Bain & Company, dkk, "E-Conomy SEA 2023: Reaching New Heights," Bain & Company, Google, Temasek, 2023, <https://www.bain.com/insights/e-conomy-sea-2023>.

² Deda Charene Udju and Sintaria Sembiring, "Analisis Pengaruh Kehadiran ShopeePay Sebagai Sistem Pembayaran Terhadap Minat Beli Mahasiswa Di Platform Shopee," *INTECOMS: Journal of Information Technology and Computer Science* 7, no. 2 (2024), <https://doi.org/10.31539/intecom.v7i2.9505>.

³ Lidya Agustina and Firman Kurniawan, "Sistem Reputasi Penjual Dalam Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Di Platform C2C E-Commerce" 7, no. 1 (2023).

⁴ We Are Social and Meltwater, "Digital 2024: Indonesia Report," We Are Social, 2024, <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024/>.

manipulasi ulasan. Untuk mengatasinya, Shopee menerapkan sistem *Blacklist*, yaitu pemblokiran akun atau penghapusan produk yang melanggar kebijakan sebagai upaya menjaga kepercayaan pengguna.

Meningkatnya aktivitas transaksi di Shopee juga diikuti oleh berbagai permasalahan, seperti pembatalan pesanan, penolakan paket COD, retur barang tanpa alasan yang jelas, pemberian ulasan negatif yang tidak sesuai, dan dugaan penipuan. Kondisi ini mendorong sebagian penjual menerapkan praktik *blacklist* sebagai bentuk perlindungan usaha terhadap pembeli yang dianggap merugikan. Meskipun Shopee tidak menyediakan data resmi mengenai praktik *blacklist*, tingginya sengketa transaksi digital menunjukkan bahwa fenomena tersebut merupakan masalah yang nyata. Kementerian Perdagangan mencatat 1.935 laporan konsumen pada semester I tahun 2024 dan 3.575 laporan sepanjang tahun 2024 berkaitan dengan transaksi *e-commerce*. Data tersebut menunjukkan bahwa risiko transaksi digital semakin meningkat sehingga mendorong penjual menerapkan berbagai strategi perlindungan, salah satunya melalui praktik *blacklist*.⁵

Blacklist merupakan konsekuensi dari banyaknya permasalahan transaksi digital yang nyata terjadi di marketplace. Meskipun tidak terdapat data resmi jumlah *Blacklist*, tingginya pengaduan transaksi *e-commerce* menunjukkan

⁵ Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga (Ditjen PKTN), "Laporan Layanan Pengaduan Konsumen Semester I Tahun 2024," 2024, <https://doi.org/https://ditjenpktn.kemendag.go.id/secara-berkala/ditpk/2024-09-22-laporan-layanan-pengaduan-konsumen-a2s2c>.

adanya risiko transaksi yang mendorong penjual menerapkan *blacklist* sebagai bentuk perlindungan usaha.

Dalam proses jual beli *online*, terdapat beberapa pihak yang terlibat, yaitu penjual, pembeli, dan kurir sebagai pihak yang membantu proses distribusi barang. Praktik *blacklist* dilakukan dengan tujuan mengurangi risiko kerugian yang mungkin dialami penjual akibat perilaku pembeli yang dianggap bermasalah. Akan tetapi, kebijakan tersebut tidak hanya berdampak pada pembeli yang masuk dalam daftar *blacklist*, tetapi juga dapat memengaruhi kurir yang bertugas mengantarkan barang. Di satu sisi, *blacklist* dapat mengurangi jumlah pengiriman yang berpotensi ditolak sehingga membantu meningkatkan efisiensi kerja kurir. Di sisi lain, apabila penerapannya tidak dilakukan secara tepat, dapat menimbulkan ketidakadilan bagi pembeli dan memunculkan konflik dalam proses pengiriman.

Salah satu fenomena yang berkembang dalam transaksi jual beli *online* adalah praktik *blacklist* atau daftar hitam yang dilakukan oleh penjual terhadap pembeli tertentu. Praktik tersebut umumnya diterapkan kepada pembeli yang dianggap merugikan, seperti sering membatalkan pesanan secara sepihak, menolak paket saat sistem *Cash on Delivery* (COD), melakukan retur barang tanpa alasan yang jelas, memberikan ulasan negatif yang tidak sesuai, maupun melakukan tindakan yang diduga mengarah pada penipuan. *blacklist* digunakan sebagai strategi perlindungan usaha untuk mengurangi risiko kerugian, menjaga stabilitas toko, dan meningkatkan kualitas transaksi. Akan tetapi,

apabila diterapkan tanpa dasar yang jelas dan transparan, praktik tersebut berpotensi menimbulkan ketidakadilan bagi konsumen.

Proses jual beli *online* dipengaruhi oleh praktik *blacklist* tersebut. Penjual percaya bahwa *blacklist* melindungi toko dari kerugian finansial, menjaga reputasi akun, dan meningkatkan transaksi. Namun, bagi konsumen, praktik ini dapat menghalangi transaksi, menurunkan kepercayaan, dan bahkan menyebabkan kerugian non-materi seperti stigma sosial dan ketidaknyamanan psikologis. Selain itu, *blacklist* yang tidak transparan dapat menyebabkan ketidaksamaan dalam transaksi.⁶

Studi sebelumnya menunjukkan bahwa pengalaman transaksi yang aman dan etika bisnis Islam meningkatkan kepercayaan pelanggan Shopee. Nilai moral seperti kejujuran dan amanah terbukti menjadi kunci keberlangsungan jual beli *online*.⁷ penelitian tambahan yang menemukan bahwa praktik pemasaran etis seperti kesesuaian deskripsi produk dan keterbukaan komunikasi memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk dan membentuk reputasi penjual di Shopee.⁸ peneliti yang menemukan bahwa metode pemasaran penjual di pasar sering menghadapi masalah etis seperti

⁶ Nur Rahmada Safitri, Sandrina Windi Ramadhani, and Titin Puji Lestari, "Dampak Persepsi Risiko Transaksi Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Halal Di Marketplace Indonesia : Studi Komparatif Generasi Z Dan Milenial (Pendekatan Studi Literatur)" 7, no. 2 (2026).

⁷ Nuryuliati, "Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Keamanan Transaksi Terhadap Kepercayaan Konsumen E-Commerce Shopee" (Universitas Islam Negri Palopo, 2025).

⁸ Dinda dwi Amalia,dkk, "Pengaruh Viral Marketing, Etika Bisnis, Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Pembeli Bakso Goreng Raja Ngemil Di Marketplace Shopee)" 9, no. 204 (2024)

ketidakseimbangan informasi antara penjual dan pembeli.⁹ bisnis yang menerapkan etika bisnis Islam cenderung mendapatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen.¹⁰

Bagi mahasiswa, terutama mahasiswa Ekonomi Syariah, dampak ini dapat lebih terasa. Mahasiswa merupakan kelompok pengguna aktif yang sering bergantung pada *marketplace* untuk membeli dan menjual kebutuhan akademik seperti buku, alat tulis, produk teknologi, dan kebutuhan sehari-hari.¹¹ Selain itu, mahasiswa Ekonomi Syariah memiliki ketertarikan khusus pada etika transaksi yang sesuai prinsip keadilan, kejujuran, dan transparansi. Karena itu, praktik *blacklist* justru relevan untuk dikaji lebih dalam.

Penelitian terdahulu lebih banyak mengkaji penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi *e-commerce*, kepercayaan konsumen, dan perilaku jual beli di Shopee. Namun, belum banyak penelitian yang secara khusus menyoroti praktik *blacklist* sebagai bentuk pengendalian risiko transaksi serta dampaknya terhadap keadilan dan hak konsumen. Selain itu, kajian mengenai praktik *blacklist* dalam perspektif Etika Bisnis Islam, khususnya berdasarkan prinsip keadilan (*'adl*), amanah, dan kemaslahatan, masih sangat terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi kekosongan tersebut dengan menganalisis

⁹ Nadya Fitrianah, "Pengaruh Peningkatan Hasil Penjualan Toko Online Di Marketplace Murni Lazada, Shopee, Tokopedia Dalam Etika Bisnis Di Toko Loli" (Universitas Gadjah Mada, 2023).

¹⁰ Indrya Ayuni Febryna, "Penerapan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Di Platform Shopee Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pada Online Shop Belgetha Desa Deyeng Kecamatan Ringinrejo Kabupaten Kediri)" (Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri, 2023).

¹¹ Pratikno Dipo surya and Ahmat Faqih, "Prinsip Transparansi Dan Keadilan Dalam Kontrak Ekonomi Syariah," *Manobiz: Jurnal Ekonomi, Akuntansi, Manajemen Dan Bisnis* 1, no. 1 (2026), <https://doi.org/https://ejournal.darulfaizin.or.id/index.php/manobiz/article/view/86>.

dampak praktik *blacklist* pada transaksi jual beli *online* di Shopee di kalangan mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Trunojoyo Madura. Penelitian terdahulu umumnya berfokus pada etika bisnis Islam, kepercayaan konsumen, dan transaksi Shopee secara umum, bukan pada praktik *blacklist* sebagai objek kajian utama.¹²

Kebaruan (novelty) penelitian ini terletak pada tiga aspek. Pertama, penelitian ini menjadikan praktik *blacklist* sebagai objek kajian utama dalam transaksi jual beli *online* di marketplace Shopee, sedangkan penelitian terdahulu umumnya hanya berfokus pada etika bisnis Islam, kepercayaan konsumen, perilaku konsumen, dan transaksi *e-commerce* secara umum. Kedua, penelitian ini tidak hanya menganalisis dampak praktik *blacklist* terhadap satu pihak, tetapi juga mengkaji dampaknya secara komprehensif terhadap penjual, pembeli, dan kurir sebagai pihak yang terlibat dalam proses transaksi. Ketiga, penelitian ini mengintegrasikan analisis dampak praktik *blacklist* dengan perspektif Etika Bisnis Islam melalui prinsip keadilan ('adl), amanah, tanggung jawab (mas'uliyah), dan kemaslahatan untuk menilai apakah praktik tersebut dapat dibenarkan sebagai bentuk perlindungan usaha atau justru berpotensi menimbulkan ketidakadilan dalam transaksi digital. Selain itu, penelitian ini dilakukan pada konteks mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Trunojoyo Madura yang berperan sebagai pelaku usaha *online* sekaligus memiliki pemahaman terhadap nilai-nilai ekonomi

¹² Awalia and Rasyid, "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Muslim Di Kabupaten Bone)," *Al-Maqrizi: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Studi Islam* 3, no. 1 (2025).

syariah, sehingga menghasilkan perspektif yang berbeda dibandingkan penelitian sebelumnya.¹³

Dengan demikian, penelitian ini berjudul **“Analisis Praktik *Blacklist* dalam Transaksi Jual Beli *Online* di *Marketplace* Shopee Berdasarkan Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Trunojoyo Madura)** Judul ini penting diteliti karena praktik *blacklist* di Shopee semakin marak dan berdampak langsung pada keadilan transaksi, reputasi pengguna, serta keamanan konsumen. Penelitian ini memberikan kontribusi ilmiah dalam menilai kesesuaian praktik *blacklist* dengan prinsip etika bisnis Islam serta memberikan rekomendasi untuk menciptakan transaksi *online* yang lebih adil, aman, dan sesuai syariah.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan fenomena yang terjadi pada mahasiswa Ekonomi Syariah UTM yang memiliki toko atau akun penjual di Shopee, dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Terdapat mahasiswa penjual yang melakukan praktik *blacklist* terhadap konsumen yang dianggap merugikan atau mencurigakan.

¹³ Enok Nurhasanah, “Analisis Penggunaan E-Commerce Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Fenomenologi Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas Pamulang Angkatan 2022) Journal: PEKOBIS: Jurnal Pendidikan, Ekonomi, Dan Bisnis,” *PEKOBIS: Jurnal Pendidikan, Ekonomi, Dan Bisnis* 8, no. 1 (2023), <https://doi.org/10.32493/pekobis.v8i1.P47-59.30254>.

2. Praktik blacklist tidak hanya berdampak pada hubungan antara penjual dan pembeli, tetapi juga dapat memengaruhi pihak kurir, terutama dalam transaksi COD yang sering mengalami pembatalan atau penolakan barang.
3. Belum banyak penelitian yang menjelaskan Kepercayaan konsumen, ekonomi, maupun etika dari praktik *blacklist* yang dilakukan mahasiswa sebagai penjual.
4. Perlu dianalisis apakah praktik *blacklist* tersebut sesuai atau bertentangan dengan prinsip etika bisnis Islam.

C. Batasan Masalah

Studi ini hanya mempelajari praktik *blacklist* mahasiswa Ekonomi Syariah di Universitas Trunojoyo Madura. Diskusi ini membahas Dampak yang dianalisis meliputi pengaruh terhadap penjual, pembeli, dan kurir dalam proses transaksi jual beli *online*, seperti pemblokiran akun, pembatasan akses transaksi, dan penyebaran identitas pengguna yang dianggap bermasalah. Dampak yang dianalisis terbatas pada perubahan perilaku transaksi, tingkat kepercayaan, dan pengalaman berbelanja, serta bagaimana hal itu berdampak pada kegiatan jual beli *online* Shopee. Selain itu, tinjauan teori tidak membahas aspek hukum positif secara menyeluruh, hanya membahas ide-ide tentang *e-commerce*, etika bisnis Islam, dan teori *blacklist*. Selain itu, karena penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif berbasis wawancara, data yang dikumpulkan hanya berfokus pada pengalaman dan persepsi informan.

D. Rumusan Masalah

1. Bagaimana dampak praktik *blacklist* yang dilakukan mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Trunojoyo Madura sebagai penjual terhadap proses jual beli *online* di Marketplace Shopee serta implikasinya bagi pembeli dan kurir?
2. Bagaimana praktik *blacklist* tersebut ditinjau dari Etika Bisnis Islam dalam proses jual beli *online* di *marketplace* Shopee, khususnya berdasarkan prinsip keadilan ('adl), kejujuran (sidq), amanah, dan kemaslahatan (maslahah)?

E. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:
 - a. Menganalisis dampak praktik *blacklist* yang dilakukan mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Trunojoyo Madura sebagai penjual terhadap proses jual beli *online* di Marketplace Shopee serta implikasinya bagi pembeli dan kurir
 - b. Mengetahui praktik *blacklist* tersebut ditinjau dari Etika Bisnis Islam dalam proses jual beli *online* di *marketplace* Shopee, khususnya berdasarkan prinsip keadilan ('adl), kejujuran (sidq), amanah, dan kemaslahatan (maslahah)

2. Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat kegunaan penelitian ini dibagi dua yaitu:

- a. Teoritik

Untuk memperkaya penelitian ilmiah di bidang Ekonomi Syariah, terutama dalam Dampak Praktik *blacklist* terhadap proses jual beli *online*

b. Praktis

- 1) Memberikan pemahaman kepada mahasiswa Ekonomi Syariah UTM mengenai dampak dan risiko praktik *blacklist* dalam transaksi Shopee.
- 2) Memberikan masukan bagi penjual, pembeli dan kurir agar menjaga reputasi akun dan memahami konsekuensi pelanggaran aturan *marketplace*.
- 3) Menjadi bahan pertimbangan bagi pihak Shopee untuk mengevaluasi kebijakan *blacklist* dari aspek etika dan dampak sosial.

F. Kajian Pustaka

Mutlak suatu penelitian didasarkan pada kajian / pustaka untuk menjadi basis analisa terhadap masalah yang diajukan. Dalam penelitian ini terhadap beberapa aspek yang perlu untuk diluas secara teoritis untuk mendapatkan gambaran yang jelas.

1. Puji Lestari & Misbakhussurur (2024), “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam pada Transaksi Penjualan *Online* di Shopee.” Penelitian ini meneliti penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi penjualan *online* di Shopee. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penjual berupaya menerapkan

prinsip kejujuran, amanah, dan transparansi dalam aktivitas jual beli *online*.

2. Zafira & Anwar (2024), “Pengaruh Prinsip Etika Bisnis Islam terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee.” Penelitian ini meneliti pengaruh penerapan etika bisnis Islam terhadap loyalitas pelanggan Shopee. Hasil penelitian menunjukkan bahwa etika bisnis Islam berpengaruh positif terhadap kepercayaan dan loyalitas konsumen.
3. Nafilah & Nurmiati (2024), “Analisis Etika dalam Transaksi *E-commerce* pada Platform Shopee di Indonesia.” Penelitian ini meneliti etika dalam transaksi *e-commerce* pada platform Shopee. Hasil penelitian menunjukkan masih terdapat permasalahan terkait transparansi, kejujuran, dan tanggung jawab penjual dalam transaksi *online*.
4. Ramadhan (2024), “Analisis Transaksi Mystery Box di Shopee dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam.” Penelitian ini meneliti praktik transaksi mystery box di Shopee dalam perspektif Etika Bisnis Islam. Hasil penelitian menunjukkan adanya unsur ketidakjelasan (*gharar*) dalam transaksi yang dapat memengaruhi keadilan bagi konsumen.

Penelitian terdahulu

Dalam penelitian ini agar pembahasan lebih fokus, adapun penelitian terdahulu yang relevan sebagai berikut:

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

Peneliti	Fokus Penelitian	Hasil Penelitian	Gap Penelitian
Lestari & Misbakhussurur (2024)	Etika Bisnis Islam pada penjualan <i>online</i> Shopee	Penjual berupaya menerapkan prinsip jujur, amanah, dan transparansi dalam transaksi Shopee	Belum membahas praktik <i>blacklist</i> sebagai strategi penjual
Zafira & Anwar (2024)	Pengaruh etika bisnis Islam terhadap loyalitas pelanggan Shopee	Etika bisnis Islam meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen	Tidak mengkaji dampak <i>blacklist</i> dalam transaksi
Nafilah & Nurmiati (2024)	Etika dalam transaksi <i>e-commerce</i> Shopee	Terdapat masalah transparansi, kejujuran, dan tanggung jawab penjual	Belum membahas mekanisme perlindungan penjual seperti <i>blacklist</i>
Ramadhan (2024)	Praktik penjualan (<i>mystery box</i>) di	Terdapat unsur ketidakjelasan	Tidak membahas perilaku

	Shopee perspektif Etika Bisnis Islam	(gharar) dalam transaksi	penjual dalam mengelola risiko pelanggan
--	---	-----------------------------	---

Penelitian sebelumnya dipilih karena keempat penelitian tersebut memiliki keterkaitan yang kuat dengan topik penelitian mengenai praktik *blacklist* dalam transaksi jual beli *online* di marketplace Shopee dalam perspektif Etika Bisnis Islam. Penelitian-penelitian ini membahas hal-hal seperti penerapan etika bisnis Islam, kepercayaan dan loyalitas konsumen, perilaku transaksi *e-commerce*, serta berbagai risiko dalam jual beli *online* seperti ketidakjelasan transaksi (gharar), transparansi, dan tanggung jawab pelaku usaha.

Secara keseluruhan, penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa etika bisnis Islam memiliki peran penting dalam membentuk kepercayaan konsumen dan kualitas transaksi *e-commerce*, namun masih belum secara spesifik mengkaji praktik *blacklist* sebagai strategi perlindungan penjual dalam menghadapi risiko transaksi digital.

Penelitian ini juga membantu peneliti mengidentifikasi kesenjangan penelitian (*research gap*), terutama terkait belum dikajinya praktik *blacklist* di Shopee sebagai objek utama penelitian, serta belum adanya kajian yang melihat dampaknya secara komprehensif terhadap penjual, pembeli, dan kurir

dalam perspektif Etika Bisnis Islam, khususnya berdasarkan prinsip keadilan ('adl), amanah, dan kemaslahatan dalam konteks mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Trunojoyo Madura.

G. Sistematika Pembahasan

BAB I Pendahuluan

Bab ini berisi gambaran umum penelitian yang meliputi latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian pustaka, metode penelitian, serta sistematika pembahasan. Bab ini menjadi dasar awal untuk memahami alasan dan arah penelitian mengenai praktik *blacklist* dalam jual beli *online* di *marketplace* Shopee.

BAB II Kerangka Teoritik

Bab ini mencakup teori-teori yang digunakan untuk menganalisis masalah penelitian. Bab ini membahas konsep seperti jual beli, *e-commerce*, syarat dan syarat jual beli, *blacklist*, dan etika bisnis Islam. Teori-teori ini digunakan untuk menganalisis praktik *blacklist* dalam transaksi jual beli *online* yang didasarkan pada prinsip - prinsip etika bisnis Islam.

BAB III Metode Penelitian

Bab ini menjelaskan tentang tata cara penelitian yang dilakukan penulis. Bab ini memuat jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, serta keabsahan data. Penjelasan dalam bab ini bertujuan agar proses penelitian dapat dipahami secara jelas dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

BAB IV Hasil Penelitian

Hasil Penelitian dan Pembahasan berisi informasi yang dikumpulkan peneliti melalui observasi, proses wawancara, dokumentasi, dan analisis NVivo. Bab ini membahas mengapa mahasiswa Ekonomi Syariah UTM sebagai penjual di Shopee menerapkan praktik *blacklist* terhadap pelanggan. Ini juga membahas bagaimana praktik *blacklist* digunakan, dan bagaimana hal itu berdampak transaksi *online* Shopee. Selain itu, temuan penelitian dievaluasi dengan mengaitkan teori-teori terkait, terutama teori etika bisnis Islam.

BAB V Penutup

Bab ini menjelaskan bagian terakhir dari penelitian. Ini mencakup kesimpulan dari semua diskusi yang telah dibahas sebelumnya, serta rekomendasi yang diharapkan akan berguna untuk penjual, pelanggan, dan penelitian yang akan datang.