

Kejujuran Sebagai Nilai Fundamental dalam Persaingan Dagang Masyarakat Digital

Lulu Salsabila¹, Abdul Hasan²

Universitas Muhammadiyah Mataram, Mataram, Indonesia

abdulhasanismaail95@gmail.com

| 18

ABSTRAK

ARTICLE INFO

Article history:

Received September 19, 2025

Revised November 12, 2025

Accepted November, 2025

Available online November, 2025

Kata Kunci: Kejujuran ; Etika Bisnis;
Kata kunci: Persaingan
dagang



This is an open access article under license.

Copyright © 2025 by Author. Published by JUSTITIA:
Journal of Justice, Law Studies, and Politic

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah sistem perdagangan secara signifikan, dari transaksi konvensional menuju perdagangan digital yang lebih cepat dan efisien. Namun, kemajuan ini juga menghadirkan tantangan baru terkait dengan perilaku etis para pelaku usaha, khususnya mengenai nilai kejujuran dalam persaingan dagang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kejujuran sebagai nilai fundamental yang berperan dalam membentuk iklim persaingan yang sehat di masyarakat digital. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi literatur terhadap berbagai sumber ilmiah yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kejujuran memiliki fungsi strategis dalam menjaga kepercayaan konsumen, meningkatkan reputasi pelaku usaha, serta memperkuat stabilitas pasar digital. Ketika nilai kejujuran diabaikan, muncul berbagai dampak negatif seperti penurunan kepercayaan publik, praktik manipulatif, dan ketidakadilan dalam kompetisi bisnis.

Sebaliknya, penerapan nilai kejujuran dapat mendorong terciptanya hubungan dagang yang berkelanjutan dan saling menguntungkan antara pelaku usaha dan konsumen. Dengan demikian, kejujuran bukan sekadar nilai moral, melainkan menjadi prinsip dasar dalam membangun integritas dan keberlanjutan ekonomi digital. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam penguatan etika bisnis digital serta menjadi acuan bagi pelaku usaha untuk menjadikan kejujuran sebagai pondasi utama dalam bersaing di era modern.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan besar dalam sistem perdagangan global maupun nasional (Barus et al., 2024). Masyarakat kini hidup di tengah arus digitalisasi yang memungkinkan transaksi dagang dilakukan secara cepat, mudah, dan lintas batas wilayah. Transformasi ini menciptakan peluang ekonomi baru, namun di sisi lain juga menimbulkan tantangan serius terhadap perilaku etis para pelaku usaha. Dalam konteks perdagangan digital, nilai kejujuran menjadi aspek moral yang semakin krusial karena menjadi dasar dalam membangun kepercayaan antara penjual dan pembeli (Oktaviani & Widiastuti, 2024). Kejujuran tidak hanya berfungsi sebagai norma sosial, tetapi juga sebagai strategi penting untuk menjaga reputasi dan keberlangsungan usaha di tengah persaingan pasar yang ketat.

Dalam dunia bisnis digital, kecepatan dan efisiensi sering kali menjadi prioritas utama sehingga menggeser nilai-nilai moral yang seharusnya dijunjung tinggi. Banyak pelaku usaha yang tergoda untuk melakukan praktik tidak jujur seperti manipulasi harga, penipuan produk, atau menyembunyikan informasi demi memperoleh keuntungan instan (Ista et al., 2023). Fenomena ini menunjukkan bahwa modernisasi ekonomi belum sepenuhnya diiringi dengan kematangan moral (Afkarina et al., 2024). Kajian mengenai kejujuran sebagai nilai fundamental

dalam persaingan dagang perlu dikaji secara mendalam untuk mengembalikan keseimbangan antara kepentingan ekonomi dan tanggung jawab etika.

Kejujuran memiliki peran vital dalam membentuk iklim perdagangan yang sehat dan berkeadilan (Novilia & Yusuf, 2025). Dalam konteks masyarakat digital, hubungan antara pelaku usaha dan konsumen tidak lagi dibangun melalui tatap muka, melainkan melalui sistem daring yang berbasis kepercayaan. Ketika kejujuran diabaikan, maka kepercayaan publik akan menurun, yang pada akhirnya dapat merusak stabilitas pasar. Sehingga nilai kejujuran berfungsi sebagai pondasi yang menegakkan integritas, transparansi, dan akuntabilitas dalam sistem perdagangan digital (Hasanah et al., 2024). Nilai ini menjadi prasyarat utama bagi terbentuknya persaingan usaha yang adil dan berkelanjutan.

Penerapan nilai kejujuran tidak hanya penting bagi kepentingan individu pelaku usaha, tetapi juga bagi perkembangan ekonomi nasional secara keseluruhan. Persaingan dagang yang sehat mampu menciptakan efisiensi pasar, inovasi, dan peningkatan kualitas produk (Sudrajat & Hanifa, 2023). Namun, jika etika diabaikan, maka yang muncul adalah praktik curang, eksploitasi, dan ketimpangan ekonomi. Dalam situasi demikian, kejujuran dapat dipandang sebagai elemen moral yang memberikan arah bagi terciptanya tatanan ekonomi yang berkeadilan (Nurishak et al., 2025). Sehingga, penelitian ini Sangat penting dalam dunia akademik dan sangat praktis untuk menegaskan kembali posisi kejujuran sebagai nilai utama dalam dunia perdagangan modern.

Selain itu, nilai kejujuran juga menjadi indikator penting dalam membangun loyalitas dan kepuasan konsumen (Agustina et al., 2024). Konsumen digital pada umumnya sangat bergantung pada informasi daring untuk menentukan keputusan pembelian. Ketika pelaku usaha memberikan informasi yang jujur dan transparan, maka hubungan kepercayaan akan terbentuk, dan konsumen akan cenderung mempertahankan loyalitasnya. Sebaliknya, ketidakjujuran dapat dengan cepat tersebar melalui media sosial dan merusak reputasi pelaku usaha (Goei & Angel, 2024). Yang akhirnya, penerapan kejujuran bukan hanya persoalan moralitas individu, tetapi juga strategi komunikasi bisnis yang berdampak luas terhadap daya saing.

Penelitian ini juga berangkat dari pandangan bahwa pembangunan ekonomi digital tidak dapat dilepaskan dari nilai-nilai moral yang tumbuh dalam masyarakat. Dalam tradisi ekonomi Pancasila, misalnya, nilai kejujuran merupakan bagian dari keadilan sosial dan kemanusiaan yang harus diterapkan dalam setiap aktivitas ekonomi. kejujuran tidak hanya dipandang sebagai sikap pribadi, tetapi juga sebagai wujud tanggung jawab sosial dan moral pelaku usaha terhadap masyarakat. Pandangan ini menunjukkan bahwa kemajuan ekonomi yang berkelanjutan hanya dapat dicapai jika didasarkan pada prinsip kejujuran dan tanggung jawab.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan di atas, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini penting dilakukan untuk memahami secara mendalam peran kejujuran sebagai nilai fundamental dalam membentuk persaingan dagang yang sehat di masyarakat digital. Kajian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap penguatan etika bisnis digital, sekaligus menjadi pedoman moral bagi pelaku usaha dalam menjalankan aktivitas ekonomi secara bertanggung jawab. Dengan mengintegrasikan nilai kejujuran dalam praktik dagang, diharapkan terbentuk tatanan perdagangan yang tidak hanya mengutamakan profit, tetapi juga menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dan keadilan sosial.

2. METHOD

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena tujuan penelitian adalah untuk memahami secara mendalam makna dan peran nilai kejujuran dalam membentuk etika serta persaingan dagang yang sehat di era perdagangan digital. Melalui metode kualitatif, peneliti berupaya menggali fenomena sosial yang berkaitan dengan perilaku etis pelaku usaha, kepercayaan konsumen, serta dinamika moral dalam aktivitas ekonomi digital.

| 21

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Kejujuran sebagai Prinsip Dasar dalam Etika Perdagangan Digital

Kejujuran merupakan elemen moral yang paling mendasar dalam setiap aktivitas ekonomi, termasuk dalam ranah perdagangan digital (Hilmi Ahsan Sutisno, Muhammad Ridlo Assyauqi, Nawal Riska Salsabila & Rahmani, 2025). Seiring berkembangnya teknologi informasi, nilai kejujuran menjadi kunci penting dalam menjaga kepercayaan, transparansi, dan integritas pelaku usaha. Dalam konteks etika bisnis digital, kejujuran tidak hanya dipandang sebagai norma sosial, tetapi juga sebagai fondasi yang menopang keberlanjutan hubungan antara penjual dan pembeli. Tanpa nilai ini, interaksi ekonomi digital akan kehilangan keabsahan moral yang seharusnya menjadi dasar setiap transaksi (Hutabalian et al., 2025).

Dalam praktik perdagangan daring, kejujuran dimaknai sebagai keterbukaan dan keaslian informasi yang disampaikan kepada konsumen. Bentuk konkret dari kejujuran tampak pada kejelasan deskripsi produk, kesesuaian harga, serta penyajian ulasan pelanggan secara objektif. Melalui sikap jujur, pelaku usaha membangun kredibilitas dan menciptakan rasa aman bagi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Dengan demikian, kejujuran menjadi tolok ukur utama dalam menjaga keseimbangan antara kepentingan ekonomi dan nilai moral dalam dunia bisnis digital.

Lebih dari sekadar kewajiban moral, kejujuran berperan strategis dalam membentuk reputasi dan citra positif suatu usaha. Dalam ekosistem digital, citra bisnis tidak hanya terbentuk melalui promosi atau iklan, tetapi juga melalui konsistensi pelaku usaha dalam menyampaikan kebenaran. Pelaku usaha yang menjunjung tinggi kejujuran akan memperoleh kepercayaan jangka panjang dari konsumen, yang kemudian berkontribusi terhadap loyalitas pelanggan dan keberlanjutan ekonomi usahanya. Oleh karena itu, kejujuran dapat dianggap sebagai bentuk modal etis yang memperkuat daya saing bisnis secara berkelanjutan.

Dari sudut pandang etika bisnis, nilai kejujuran juga mencerminkan tanggung jawab sosial pelaku usaha terhadap masyarakat digital. Prinsip ini menuntut agar setiap kegiatan perdagangan tidak hanya berorientasi pada keuntungan material, tetapi juga mempertimbangkan dampak moral dan sosial

yang ditimbulkannya. Dengan menegakkan kejujuran, pelaku usaha menunjukkan kesadaran etis bahwa aktivitas ekonomi harus berlandaskan pada kemaslahatan bersama. Hal ini menjadikan kejujuran bukan sekadar sikap individual, melainkan bagian dari budaya etika dalam sistem perdagangan modern.

Selain itu, penerapan kejujuran berfungsi sebagai benteng moral yang dapat mencegah terjadinya penyimpangan dalam praktik perdagangan daring. Sikap jujur menjadi penangkal terhadap berbagai bentuk kecurangan seperti manipulasi ulasan, penipuan identitas, atau pemalsuan produk. Dalam kerangka ini, kejujuran menegaskan pentingnya integritas dan transparansi dalam setiap transaksi, sehingga lingkungan perdagangan digital dapat berkembang secara adil, sehat, dan terpercaya.

Walaupun demikian, penerapan kejujuran dalam konteks digital tidak terlepas dari tantangan (Sundari, 2025). Karakteristik dunia maya yang cenderung anonim membuka peluang terjadinya perilaku tidak etis. Sehingga, penerapan nilai kejujuran perlu diperkuat melalui literasi digital, regulasi yang berpihak pada etika bisnis, serta pembentukan kesadaran kolektif di antara pelaku ekonomi. Dengan cara ini, kejujuran dapat dijaga bukan hanya oleh individu, tetapi juga oleh sistem yang mendukungnya.

Dengan mempertimbangkan hal tersebut, kejujuran dapat disimpulkan sebagai fondasi utama dalam menjaga keberlanjutan dan keadilan dalam perdagangan digital. Nilai ini berperan sebagai penghubung antara kepentingan pelaku usaha dan hak-hak konsumen, sekaligus sebagai dasar terbentuknya etika bisnis yang bertanggung jawab. Menanamkan kejujuran sebagai prinsip utama bukan hanya memperkuat reputasi bisnis, tetapi juga mewujudkan ekosistem perdagangan digital yang berkeadilan, transparan, dan berkelanjutan.

b. Dampak Kejujuran terhadap Kepercayaan Konsumen dan Citra Usaha

Dalam konteks perdagangan digital, kejujuran menjadi elemen utama yang menentukan tingkat kepercayaan konsumen terhadap suatu usaha. Aktivitas transaksi yang dilakukan tanpa tatap muka menuntut pelaku usaha untuk menyampaikan informasi produk secara benar dan transparan. Ketepatan informasi mengenai spesifikasi, kualitas, serta harga produk menjadi faktor penting yang memengaruhi persepsi konsumen. Ketika pelaku usaha menunjukkan kejujuran dalam setiap tahap transaksi, kepercayaan konsumen akan meningkat, yang pada akhirnya mendorong stabilitas dan keberlanjutan hubungan bisnis.

Kepercayaan konsumen dibangun melalui konsistensi perilaku jujur yang ditunjukkan oleh pelaku usaha dalam jangka waktu tertentu (Sekar Sari, 2025). Konsumen yang merasa diperlakukan dengan jujur akan menilai usaha tersebut memiliki integritas dan tanggung jawab moral yang tinggi. Dalam hal ini, kejujuran berfungsi bukan hanya sebagai norma etika, tetapi juga sebagai

sarana pembentukan hubungan emosional antara pelaku usaha dan konsumen. Semakin konsisten penerapan kejujuran, semakin besar pula keyakinan konsumen terhadap kredibilitas suatu merek atau usaha.

Selain itu, kejujuran memiliki kontribusi besar terhadap pembentukan citra usaha di mata publik (Dwijayanti & Kusumastuti, 2018). Reputasi yang baik tidak dapat dibangun hanya melalui promosi atau strategi pemasaran, tetapi harus didukung oleh perilaku yang etis dan jujur. Dalam ekosistem digital yang kompetitif, citra usaha menjadi modal penting yang membedakan satu pelaku usaha dengan yang lain. Pelaku usaha yang berpegang pada kejujuran akan lebih mudah memperoleh kepercayaan, baik dari konsumen maupun mitra bisnis, sehingga memperkuat posisinya dalam pasar digital.

Kejujuran juga berperan dalam memperkuat loyalitas pelanggan. Konsumen yang merasa puas karena mendapatkan informasi dan pelayanan yang jujur cenderung melakukan pembelian ulang serta merekomendasikan produk kepada orang lain. Dalam jangka panjang, hubungan yang dibangun atas dasar kejujuran menghasilkan kepercayaan yang stabil dan sulit digantikan oleh strategi pemasaran semata. Dengan demikian, kejujuran dapat dipahami sebagai investasi moral dan ekonomi yang memberikan manfaat berkelanjutan bagi pelaku usaha.

Lebih jauh, dampak positif kejujuran dapat terlihat dari munculnya partisipasi aktif konsumen dalam memperluas reputasi bisnis (Bisnis, 2025). Konsumen yang memiliki pengalaman positif cenderung membagikan ulasan atau testimoni yang menguntungkan melalui media sosial. Umpan balik semacam ini memperkuat citra usaha di ranah publik, sekaligus menjadi bentuk promosi organik yang tidak memerlukan biaya besar. Fenomena ini menunjukkan bahwa kejujuran memiliki daya pengaruh yang melampaui sekadar hubungan transaksi, karena dapat membangun reputasi kolektif yang memperluas kepercayaan masyarakat terhadap usaha tersebut.

Sebaliknya, ketidakjujuran dalam praktik perdagangan digital dapat berdampak negatif terhadap kepercayaan konsumen (Harahap et al., 2025). Informasi palsu atau penipuan kecil sekalipun dapat dengan cepat tersebar melalui jaringan sosial, merusak citra yang telah dibangun, dan menurunkan kepercayaan publik. Dalam era digital yang serba terbuka, satu tindakan tidak jujur dapat berdampak luas terhadap keberlangsungan bisnis. Oleh sebab itu, pelaku usaha perlu memahami bahwa menjaga kejujuran sama artinya dengan menjaga keberlangsungan reputasi dan kepercayaan konsumen.

Secara dapat disimpulkan bahwa, kejujuran itu sendiri dapat memberikan pengaruh yang mendalam terhadap pembentukan kepercayaan dan reputasi dalam dunia perdagangan digital. Nilai ini tidak hanya memiliki makna moral, tetapi juga strategis karena dapat meningkatkan kredibilitas dan daya saing usaha. Pelaku usaha yang menjadikan kejujuran sebagai dasar dalam aktivitas bisnisnya akan mampu

membangun hubungan yang harmonis dengan konsumen serta menciptakan lingkungan perdagangan yang adil, transparan, dan berkelanjutan.

c. Tantangan dan Upaya Penguatan Nilai Kejujuran dalam Masyarakat Digital

Transformasi digital yang berlangsung pesat telah memberikan dampak besar terhadap cara masyarakat berinteraksi dan melakukan kegiatan ekonomi (Ma et al., 2023). Namun, kemajuan ini juga membawa konsekuensi terhadap penerapan nilai-nilai moral, terutama kejujuran. Dalam dunia perdagangan digital yang kompetitif, tekanan untuk memperoleh keuntungan sering kali mendorong sebagian pelaku usaha mengabaikan prinsip kejujuran. Hal ini menunjukkan bahwa nilai moral tidak selalu berjalan seiring dengan perkembangan teknologi, sehingga dibutuhkan upaya serius untuk memastikan kejujuran tetap menjadi landasan dalam aktivitas ekonomi digital.

Salah satu permasalahan utama dalam menjaga kejujuran di era digital adalah sifat anonim yang melekat pada ruang maya (Hasanah et al., 2024). Identitas para pelaku bisnis dan konsumen sering kali sulit diverifikasi secara akurat, membuka peluang bagi munculnya praktik tidak etis seperti penipuan, pemalsuan produk, atau ulasan palsu. Kurangnya keterbukaan dan transparansi informasi ini menimbulkan kesulitan bagi konsumen dalam menilai keaslian suatu produk atau layanan (Azzahra et al., 2024). Tanpa pengawasan moral dan sistem pengendalian yang memadai, kepercayaan publik terhadap sistem perdagangan daring dapat mengalami penurunan yang signifikan.

Selain aspek teknologis, rendahnya pemahaman masyarakat tentang literasi digital juga menjadi tantangan besar dalam menegakkan nilai kejujuran (Selatan, 2025). Masih banyak pelaku usaha maupun konsumen yang belum memahami secara mendalam etika dalam bertransaksi di ruang digital. Kurangnya kesadaran terhadap tanggung jawab moral sering kali menyebabkan munculnya perilaku yang bertentangan dengan nilai kejujuran, baik secara sengaja maupun tidak (Khoerunisa & Nurus Sa'adah, 2024). Peningkatan literasi digital yang disertai pendidikan etika sangat penting untuk menumbuhkan kesadaran moral dalam penggunaan teknologi secara bertanggung jawab.

Tantangan lainnya berkaitan dengan lemahnya penegakan hukum terhadap pelanggaran etika bisnis digital. Regulasi yang berlaku sering kali tidak sejalan dengan perkembangan teknologi dan model bisnis yang terus berubah. Akibatnya, pelaku usaha yang tidak jujur dapat dengan mudah menghindari tanggung jawab hukum atas tindakannya. Untuk itu, diperlukan reformasi kebijakan yang adaptif dan progresif agar hukum dapat menjadi instrumen efektif dalam menegakkan kejujuran dan melindungi konsumen dari praktik tidak etis di dunia maya.

Upaya penguatan nilai kejujuran perlu dilakukan melalui pendekatan pendidikan dan pembinaan karakter (Khoerunisa & Nurus Sa'adah, 2024).

Pendidikan etika bisnis yang relevan dengan perkembangan digital harus

diperkenalkan sejak dini, baik di lingkungan pendidikan formal maupun nonformal. Melalui proses pembelajaran yang menekankan pentingnya kejujuran, tanggung jawab, dan integritas, diharapkan akan lahir generasi pelaku ekonomi yang tidak hanya cakap secara teknis, tetapi juga memiliki kesadaran moral tinggi dalam menjalankan aktivitas digitalnya.

Selain pendidikan, penguatan nilai kejujuran juga menuntut adanya kolaborasi antara berbagai pihak. Pemerintah memiliki peran penting dalam menciptakan kebijakan yang mendorong praktik perdagangan yang transparan dan beretika (Sekar Sari, 2025). Pelaku usaha di sisi lain perlu berkomitmen untuk menjadikan kejujuran sebagai bagian dari budaya kerja, sementara masyarakat dituntut untuk menjadi konsumen yang cerdas dan berintegritas. Kerja sama antara ketiga pihak ini akan membantu menciptakan ekosistem digital yang lebih sehat dan berkeadilan.

Sehingga, menjaga nilai kejujuran di era digital memerlukan sinergi antara pendidikan moral, kebijakan yang kuat, serta partisipasi aktif masyarakat (Fahman, 2024). Kejujuran tidak dapat hanya dipandang sebagai nilai pribadi, tetapi harus menjadi prinsip kolektif dalam membangun sistem ekonomi digital yang berkeadilan dan berkelanjutan. Melalui kesadaran etika yang konsisten dan dukungan kelembagaan yang memadai, kejujuran dapat terus hidup sebagai fondasi utama bagi perkembangan masyarakat digital yang berintegritas.

4. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dengan pendekatan kualitatif yang bersumber dari data deskriptif, dapat disimpulkan bahwa nilai kejujuran memiliki peran sentral dalam membangun kepercayaan dan integritas di berbagai bidang kehidupan, termasuk dalam konteks sosial dan digital. Kejujuran tidak hanya berfungsi sebagai pedoman moral individu, tetapi juga menjadi fondasi penting dalam membentuk tatanan masyarakat yang beretika dan berkeadilan. Dalam era modern yang ditandai dengan kemajuan teknologi, penerapan nilai kejujuran semakin krusial untuk menjaga keseimbangan antara kepentingan ekonomi dan moralitas publik.

Penerapan nilai kejujuran di tengah masyarakat digital menghadapi berbagai tantangan, terutama akibat pesatnya perkembangan teknologi yang memengaruhi pola interaksi dan transaksi sosial. Rendahnya literasi digital, lemahnya pengawasan hukum, serta munculnya praktik tidak etis seperti penipuan daring menunjukkan bahwa nilai kejujuran belum sepenuhnya terinternalisasi dalam perilaku masyarakat. Oleh karena itu, penguatan nilai kejujuran harus dilakukan secara berkelanjutan melalui pendidikan moral, peningkatan kesadaran etika digital, serta penerapan kebijakan yang mampu menegakkan keadilan dan transparansi di ruang publik digital.

Intinya, upaya membangun budaya kejujuran menuntut keterlibatan aktif seluruh elemen masyarakat — mulai dari pemerintah, lembaga pendidikan, pelaku usaha, hingga individu sebagai pengguna teknologi. Kolaborasi yang berlandaskan kesadaran moral dan



tanggung jawab sosial akan menjadi kunci dalam mewujudkan masyarakat digital yang berintegritas. Melalui pendidikan karakter, penguatan regulasi, dan partisipasi etis masyarakat, nilai kejujuran dapat terus terpelihara sebagai pilar utama dalam kehidupan bermasyarakat yang beradab dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

| 26

- Afkarina, F. I., Rohmah, N., Ariyanti, W., & Manik, Y. M. (2024). Pengaruh Modernisasi terhadap Perkembangan Pendidikan Moralitas Remaja. *Edu Cendikia: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 3(03), 568–574. <https://doi.org/10.47709/educendikia.v3i03.3456>
- Agustina, R. F., Syafei, M. C. F., Ginanjar, S. E., & Aninditya, S. (2024). Kepercayaan Kepuasan Loyalitas Konsumen Dalam Membeli Barang Di Aplikasi Online Shop. *Jurnal Kajian Dan Penalaran Ilmu Manajemen*, 2(1), 261–272.
- Azzahra, M. H., Wahyuningsih, T. L., Atriani, D., Savitri, P. A., & Stefano, J. L. (2024). Analisis Hukum Terhadap Kurangnya Transparansi Serta Akuntabilitas Pelaporan Keuangan Dalam Suatu Perusahaan. *Media Hukum Indonesia*, 2(3), 88.
- Barus, D. R., Simangunsong, J. S., Ginting, S. E. B., & Saragih, L. S. (2024). The Influence Of Information Technology Developments On Global Markets. *Jurnal Intelekt Insan Cendikia*, 1(4), 495–500.
- Bisnis, E. (2025). *Jambura Accounting Review Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Wujud*. 6(1), 321–333.
- Dwijayanti, J., & Kusumastuti, Y. I. (2018). Hubungan antara Cyber Public Relations dalam Mengkomunikasikan Etika Bisnis dan Citra Burgreens. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 16(2), 186–203.
- Fahman, Z. (2024). *Social Studies in Education Transformasi Sosial dalam Pendidikan Karakter di Era Digital : Peluang dan Tantangan*. 02(02), 191–206.
- Goei, V., & Angel, Y. (2024). Membangun Kepercayaan Di Era Digital Melalui Etika Bisnis Influencer Dan Endorsement Yang Bertanggung Jawab Building Trust in the Digital Era Through Responsible Influencer Business Ethics and Endorsements. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 1(5), 1366–1371.
- Harahap, A. E. E. G., Sari, N. E., Naibaho, A. F., & Harefa, A. E. (2025). Pengaruh Perdagangan Digital Terhadap Peningkatan the Impact of Digital Trade on the Improvement of the Community ' S Economy. *JlIC: Jurnal Intelek Insan Cendekia*, 2 (03), 6063–6070.
- Hasanah, R., Utari, Y. D., & Desvianti, D. (2024). Demagogi Journal of Social Sciences , Economics and Education Pengaruh Aspek Hukum Dan Etika Bisnis Terhadap Keberlanjutan Usaha Di Era Digital. *Journal of Social Sciences, Economics and Education*, 2(3), 95–110.
- Hilmi Ahsan Sutisno, Muhammad Ridlo Assyauqi, Nawal Riska Salsabila, N., & Rahmani, R. A. (2025). Fiqih Muamalah Sebagai Dasar Etika Bisnis Islam. *Media Riset Bisnis Manajemen Akuntansi*, 1(1), 37–49.

- Hutabalian, R. A., Tanjung, A. A., Manurung, C. M., & Matondang, K. A. (2025). Etika Dalam Ekonomi Digital: Menjaga Kepercayaan Konsumen Di Era Teknologi. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(7. A), 124–133.
- Ista, A., BN, A. M. T., Lutfi, M., & Misbahuddin. (2023). Prinsip Kejujuran dalam Usaha. *Business and Investment Review*, 1(5), 94–102. <https://doi.org/10.61292/birev.v1i5.51>
- Khoerunisa, N., & Nurus Sa'adah. (2024). Upaya Meminimalisir Aksi Prank Melalui Penanaman Pendidikan Moral Pada Remaja. *Hisbah: Jurnal Bimbingan Konseling Dan Dakwah Islam*, 21(1), 1–15. <https://doi.org/10.14421/hisbah.2024.211-01>
- Ma, F., Natalina, S. A., Efendi, R., & Kediri, I. (2023). *Transformasi Ekonomi Digital : Connection Integration E-Commerce Dan S-Commerce Dalam Upaya Perkembangan Ekonomi Berkelanjutan Penyebaran Novel Coronavirus Disease atau biasa disebut Covid-19 telah*. 2(1), 1–10.
- Novilia, V., & Yusuf, H. (2025). *PERDAGANGAN THE ROLE OF THE INDUSTRY SUBDIT IN ENFORCING ECONOMIC CRIME LAWS IN THE INDUSTRIAL AND TRADE SECTOR*. 8878–8888.
- Nurishak, M., Siregar, M. R., & Munandar, A. N. (2025). Etika Ekonomi Islam : Menelusuri Keterkaitan Konsep Moral Dan Keuangan Dalam Perspektif. *Jurnal Media Akademik (Jma)*, 3(1), 1–12.
- Oktaviani, L., & Widiastuti, M. (2024). Analisis Penerapan Teori Etika Bisnis Terhadap Bisnis Digital Dalam Menghadapi Masyarakat 5.0. *Gunung Djati Conference ...*, 42, 246–255.
- Sekar Sari, N. (2025). At tajir. *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 2(1), 207–221.
- Selatan, T. (2025). *Media Riset Bisnis Ekonomi Sains dan Terapan ISLAM*. 3(1), 40–47.
- Sudrajat, M. R., & Hanifa, Z. (2023). Persaingan Usaha Sehat Dapat Membangun Ekosistem Bisnis Yang Berkelanjutan. *Karimah Tauhid*, 2(4), 1041–1048. <https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v2i4.8829>
- Sundari, L. I. A. (2025). *Lia sundari nim : 21681024*.