

Fake Reviews Di Marketplace Shopee Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam

(Kajian Hadis Tematik Menggunakan Perspektif Donald R. Cressey)

Skripsi

Disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Agama (S.Ag) Program Studi Ilmu Hadis



Oleh:

FURQON ASH SHIDDIQY

NIM: 07050522098

**PROGRAM STUDI ILMU HADIS
FAKULTAS USHULUDDIN DAN FILSAFAT
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA
2026**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Furqon Ash Shiddiqy

NIM : 07050522098

Program Studi : Ilmu Hadis

Fakultas : Ushuluddin dan Filsafat

Perguruan tinggi: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Judul Skripsi : *Fake Reviews Di Marketplace Shopee Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam*
(Kajian Hadis Tematik Menggunakan Perspektif Donald R. Cressey)

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 23 April 2026

Saya yang membuat pernyataan,



Furqon Ash Shiddiqy

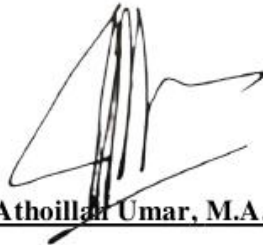
NIM. 07050522098

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi berjudul "*Fake Reviews Di Marketplace Shopee Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam (Kajian Hadis Tematik Menggunakan Perspektif Donald R. Cressey)*" yang ditulis oleh Furqon Ash Shiddiqy ini telah disetujui pada tanggal 23 april 2026

Surabaya, 23 April 2026

Pembimbing,



Dr. Athoillah Umar, M.A.
NIP 197909142009011005

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi berjudul "*Fake Reviews Di Marketplace Shopee Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam (Kajian Hadis Tematik Menggunakan Perspektif Donald R. Cressey)*" yang ditulis oleh Furqon Ash Shiddiqy ini telah diuji di depan Tim Penguji pada tanggal 12 Mei

2026

Tim Penguji:

1. Dr. Athoillah Umar, M.A.

(.....)

2. Dr. Dakhirotul Ilmiyah, MHI.

(.....)

3. Rifiyatul Fahimah, Lc, M.Th.I.

(.....)

4. Hasan Mahfudh, M.Hum.

(.....)

Surabaya, 12 Mei 2026

Dekan,



Prof. Abdul Kadir Riyadi, Ph. D

NIP. 197008132005011003



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

II. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60217 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpustakaan@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Furqon Ash Shiddiqy
NIM : 07050522098
Fakultas/Jurusan : Ushuluddin dan Filsafat / Ilmu Hadis
E-mail address : furqonshiddiqy@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Fake Reviews Di Marketplace Shopee Dalam
Tinjauan Etika Bisnis Islam (Kajian Hadis
Tematik Menggunakan Perspektif Donald R. Cressey)

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 03 Juni 2026

Penulis

(Furqon Ash Shiddiqy)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh Perkembangan transaksi digital di *marketplace* shopee yang telah memunculkan fenomena *fake reviews* (ulasan palsu) sebagai bentuk kecurangan yang merugikan konsumen dan merusak ekosistem perdagangan digital. Praktik ini bertentangan dengan nilai-nilai etika bisnis Islam yang menekankan kejujuran (*sidq*), amanah, dan keadilan (*'adl*) sebagaimana ditegaskan dalam hadis-hadis Nabi Muhammad Saw. Penelitian ini bertujuan untuk memahami hadis-hadis tentang etika bisnis Islam, mengidentifikasi fenomena praktik *fake reviews* di *marketplace* Shopee serta menganalisis relevansi hadis-hadis tentang larangan penipuan dalam jual beli di zaman Nabi Saw dengan praktik *fake reviews* menggunakan teori *Fraud Triangle* Donald R. Cressey. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis kepustakaan (*library research*) dan metode hadis *mauḍū'ī* (tematik). Hadis-hadis yang dikaji bersumber dari kitab *Ṣaḥīḥ al-Bukhārī*, *Ṣaḥīḥ Muslim*, *Sunan al-Tirmizī*, *Sunan al-Nasā'ī*, dan *Sunan Ibn Mājah*. Data fenomena *fake reviews* diperoleh melalui observasi dan dokumentasi pada toko-toko yang terindikasi melakukan manipulasi ulasan di platform Shopee. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 8 hadis yang dikaji berdasarkan temanya terbukti *maqbul* dan dapat dijadikan hujjah, serta menegaskan larangan tegas terhadap segala mengecoh pembeli (*najsy*), manipulasi informasi (*tadlīs*), transaksi tidak transparan (*gharar*), dan rekayasa penilaian (*najsy*) dalam jual beli. Praktik *fake reviews* di shopee nyata terjadi ditandai oleh pola ulasan bertemplate, ketidaksesuaian foto dan komentar, serta penyamaran identitas akun pembeli, melalui analisis teori *fraud triangle* Donald R. Cressey, praktik tersebut didorong oleh tiga faktor berupa tekanan (*pressure*) tuntutan finansial dan persaingan ketat jual beli online, kesempatan (*opportunity*) akibat adanya celah keamanan dalam sistem pengawasan platform shopee, dan rasionalisasi (*rationalization*) anggapan bahwa tindakan tersebut merupakan strategi bisnis yang wajar yang dilakukan oleh banyak penjual. Hadis-hadis Nabi Muhammad Saw terbukti relevan sebagai landasan moral untuk menangkal ketiga faktor kecurangan tersebut sekaligus memberikan kerangka etis yang adaptif dalam menghadapi tantangan ekonomi digital.

Kata kunci: *Fake Reviews*, *Marketplace* Shopee, Etika Bisnis Islam, Hadis Tematik, *Fraud Triangle*.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	vii
MOTTO	ii
RIWAYAT HIDUP	iii
KATA PENGANTAR	iv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Rumusan Masalah.....	8
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	8
F. Penelitian Terdahulu	9
G. Metodologi Penelitian.....	12
H. Analisis Data.....	15
I. Sistematika Penulisan	16
BAB II.....	19
LANDASAN TEORI.....	19
A. Konsep Dasar kajian <i>Maudū'ī</i>	19
B. Etika Bisnis Islam	23
C. Konsep <i>Fake Reviews</i> di <i>Marketplace</i>	28
D. Konsep Dasar Teori <i>Fraud Triangle</i> Donald R. Cressey	34
BAB III	40
DESKRIPSI HADIS DAN FENOMENA <i>FAKE REVIEWS</i>	40
A. Klasifikasi Hadis-Hadis Tematik Berdasarkan Prinsip Etika Bisnis Islam	40
B. Fenomena Praktik <i>Fake Reviews</i> Di <i>Marketplace</i> Shopee	55
BAB IV	73
ANALISIS HADIS <i>MAUDŪ'Ī</i> TENTANG ETIKA BISNIS ISLAM DAN RELEVANSINYA DENGAN PRAKTEK <i>FAKE REVIEWS</i> DI <i>SHOPEE</i>	73
A. Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Praktik Jual Beli Online	73
B. Landasan Nilai Etika Bisnis Islam dalam Menyikapi Praktik <i>Fake Reviews</i>	77

C. Relevansi Fenomena Kecurangan jual beli di Masa Nabi dengan Praktik <i>Fake Reviews</i> di Shopee	81
D. Integrasi Hadis tentang Etika Bisnis Islam dengan Teori <i>Fraud Triangle</i> Donald R. Cressey dalam Analisis Kasus <i>Fake Reviews</i>	84
E. Temuan penelitian.....	91
BAB V	94
PENUTUP.....	94
A. KESIMPULAN.....	94
B. SARAN.....	96
DAFTAR PUSTAKA.....	99



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

Abdul Majid Khon. *Takhrij & Metode Memahami Hadis*. Amzah, 2014.

Abdullah bin Muhammad al-Ghanimaan. (n.d.). *Syarah Fathul Majid* (Juz 130).

Abdul Muhsin bin Hammad. (n.d.). *Syarah Sunan Abi Dawud*.

Abdullah Muhsin. “Rekayasa Ulasan Melalui Order Fiktif Pada Platform Shopee Dalam Tinjauan Hukum Perlindungan Konsumen Dan Fatwa Dsn-Mui.” UIN Syarif Hidayatullah, 2025.

[https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/87087/1/11200490000095_ABDULLAH%20MUHSIN.pdf#:~:text=Tanjung%20\(2023\)5%20mengungkap%20bahwa%20ulasan%20produk%20berperan,toko%20ini%20menjual%20berbagai%20macam%20rasa%20biji.](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/87087/1/11200490000095_ABDULLAH%20MUHSIN.pdf#:~:text=Tanjung%20(2023)5%20mengungkap%20bahwa%20ulasan%20produk%20berperan,toko%20ini%20menjual%20berbagai%20macam%20rasa%20biji.)

Abū al-Ḥusain Aḥmad ibn Fahrīs ibn Zakariya. *Mu‘jam Maqāyis al-Lughah*,. Dār al-Fikr, t.t.

Aḥmad ibn Ḥanbal. *Musnad Aḥmad ibn Hanbal*. no. 26375. Dār Iḥyā’ al-Turāth al-‘Arabī, t.t.

Aḥmad ibn Shu‘ayb al-Nasā’ī. *al-Sunan al-Kubrā li al-Nasā’ī*. Vol. 2. no. 714. Dār al-Kutub al-‘Ilmiyyah, t.t.

Aḥmad ibn Shu‘ayb al-Nasā’ī. *Sunan al-Nasā’ī al-ṣuḡhrā*. Vol. 7. no. 4496. Maktab al-Maṭbū‘āt al-Islāmiyyah, t.t.

Aḥmad ibn Shu‘ayb al-Nasā’ī. *Sunan al-Nasā’ī al-ṣuḡhrā*. Vol. 17. no. 4464. Maktab al-Maṭbū‘āt al-Islāmiyyah, t.t.

Ahmad Warson Munawwir. *Al-Munawwir Kamus Arab-Indonesia*. Pustaka Progressif, 1997.

AK, Chaidir Iswanaji, S. E. ., M., dan Dr Muhammad Wahyudi Si S. Pd ., M. *Etika Bisnis Islam Perspektif Al-Qur’an dan Hadist*. Penerbit Adab, 2024.

Al Naquib, Khaira Nazla, Edi Rahmat Taufik, Barkah Barkah, dan Sholahuddin Al Ayubi.

“Implementation of Islamic Business Ethics on The Scale of International Trade.”

MUAMALATUNA 14, no. 2 (2022): 164–83. <https://doi.org/10.37035/mua.v14i2.7021>.

Al-‘Utsaimin, M. b. S. b. M. (1426). *Syarah Riyadhus Shalihin* (Juz 1). Riyadh: Dar al-Wathan li al-Nasyr.

Al-Zayyan, R. I. (2002). Al-Hadis al-maudhu’i: Dirasah nazariyyah. *Majalah Al-Jami’ah Al-Islamiah*, 10(2), 209.

Ambarwati, Diana. “ETIKA BISNIS YUSUF AL- QARADÂWI: Upaya Membangun Kesadaran Bisnis Beretika.” *Adzkiya : Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah* 1, no. 1 (2013): 74–97.

An-Nawawi, A. Z. M. Y. (1392). *Al-Minhaj fi Syarh Shahih Muslim bin al-Hajjaj* (Juz 2, cet. 2). Beirut: Dar Ihya’ al-Turats al-‘Arabi.

antaranews.com. “Cara kenali ‘fake review’ di e-commerce.” Antara News, 11 April 2025. <https://www.antaranews.com/berita/4764057/cara-kenali-fake-review-di-e-commerce>.

Arifuddin Ahmad. *Metode Tematik dalam Pengkajian Hadis*. UIN Alauddin Makassar, t.t.

Aulia, Annisa, Muhammad Ikhwan, Resa Septiyana Putri, dan Shalani Wijayanti. “Etika Bisnis Dalam Hadis: Kajian Atas Hadis-Hadis Tentang Perdagangan.” *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Terpadu* 8, no. 11 (2024).

Badan Pemeriksa Keuangan Republik Indonesia. “Undang-undang (UU) Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.” Database Peraturan | JDIH BPK, 1999. <http://peraturan.bpk.go.id/Details/45288/uu-no-8-tahun-1999>.

Dea Ayuni dan Nurul Wulandari Putri. “Nilai-Nilai Islam dalam Rantai Produksi dan Pemasaran Online shop Elena Collection.” *Jurnal Bisnis, Ekonomi Syariah, dan Pajak* 2, no. 1 (2025): 81–93. <https://doi.org/10.61132/jbep.v2i1.791>.

Faizun, Muh. “Konsep etika dalam pesanan online perspektif hadis (kajian tematik).” Undergraduate_thesis, UIN K.H Abdurrahman Wahid, 2023. <http://perpustakaan.uingsdur.ac.id/>.

Fasya, Gania. “Peran Hukum Ekonomi Syariah Dalam Mengurangi Ketimpangan Sosial Dan Ekonomi.” *Justisia: Jurnal Ilmu Hukum* 3, no. 1 (2025): 1–8. <https://doi.org/10.56457/jjih.v3i1.242>.

Fauzi, Ahmad Sofwan. “Transaksi Jual-Beli Terlarang; Ghisy atau Tadlis Kualitas.” *Mizan: Journal of Islamic Law* 1, no. 2 (2017). <https://doi.org/10.32507/mizan.v1i2.9>.

GOV.UK. “Investigating the Prevalence and Impact of Fake Reviews.” Diakses 14 Desember 2025. <https://www.gov.uk/government/publications/investigating-the-prevalence-and-impact-of-fake-reviews>.

Gregorius Rama Putu Wijaya Putra. “PENGARUH ULASAN PALSU (FAKE REVIEWS) DAN INFLUENCER MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI SEBAGAI MEDIASI (Studi pada Restoran Mangkokku Kota Semarang).” UNIVERSITAS SEMARANG, 2025. <https://eskripsi.usm.ac.id/files/skripsi/B11A/2021/B.131.21.0337/B.131.21.0337-15-File-Komplit-20250419125042.pdf>.

Haerul, Haerul, Iqra Iqra, Barakat Muhammad Ahmad Muhammad Hamad Al-Nil, dan Rania Mahmoud ELSakhawy. “The Role of the Teacher in Instilling Tauhid-Based Education in Students in the Perspective of the Qur’an.” *Solo Universal Journal of Islamic*

Education and Multiculturalism 1, no. 01 (2023): 50–57.

<https://doi.org/10.61455/sujiem.v1i01.35>.

Hayati, Adis Nur, Al Araf Assadallah Marzuki, dan Nurangga Firmanditya. “ULASAN PALSU DI PLATFORM DIGITAL: PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN DAN PELAKU USAHA.” *Masyarakat Indonesia* 49, no. 1 (2023): 123–34. <https://doi.org/10.14203/jmi.v49i1.1172>.

Heriyanto, Heriyanto, dan Taufiq Taufiq. “Nilai-Nilai Ekonomi dan Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam.” *Jimmi: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Multidisiplin* 1, no. 1 (2024): 24–37. <https://doi.org/10.71153/jimmi.v1i1.99>.

Ibn Mājah al-Qazwīnī. *Sunan Ibn Mājah*. Vol. 3. no. 2194. Dār al-Fikr, t.t.

Ibn Mājah al-Qazwīnī. *Sunan Ibn Mājah*. Vol. 3. no. 2199. Dār al-Fikr, t.t.

Idris, Muhammad Anwar. “TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE DALAM PERSPEKTIF HADIS (KAJIAN HOLISTIK HADIS ANTARADHIN): ONLINE BUYING TRANSACTIONS IN HADIS PERSPECTIVE (HOLISTIC STUDY OF ANTARADHIN HADITS).” *Qawānīn Journal of Economic Syaria Law* 6, no. 1 (2022): 107–23. <https://doi.org/10.30762/qawanin.v6i1.79>.

Imam Al-Bukhari. *Ṣaḥīḥ al-Bukhārī*. Vol. 3. no. 2076. Dār Ibn Kathīr al-Yamāmah, t.t.

Imam Al-Bukhari. *Ṣaḥīḥ al-Bukhārī*. Vol. 3. no. 2087. Dār Ibn Kathīr al-Yamāmah, t.t.

Imam Al-Bukhari. *Ṣaḥīḥ al-Bukhārī*. Vol. 3. no. 2112. Dār Ibn Kathīr al-Yamāmah, 2013.

Imam Al-Bukhari. *Ṣaḥīḥ al-Bukhārī*. Vol. 3. no. 2112. Dār Ibn Kathīr al-Yamāmah, t.t.

Imam Al-Bukhari. *Ṣaḥīḥ al-Bukhārī*. Vol. 8. no. 2087. Dār Ibn Kathīr al-Yamāmah, t.t.

Jain, Shalini, Jagrati Singh, dan Akshay Kumar Satsangi. "INVESTIGATING THE INFLUENCE OF ONLINE REVIEWS ON CONSUMER PURCHASE DECISIONS IN THE ONLINE FOOD DELIVERY INDUSTRY." *ShodhKosh: Journal of Visual and Performing Arts* 4, no. 2 (2023).
<https://doi.org/10.29121/shodhkosh.v4.i2.2023.5899>.

Jesika Saputri, Nurwahida Nurwahida, dan M. Wahyudi Abdullah. "Tinjauan Literatur: Peran Bisnis Syariah dalam Membentuk Jiwa Kewirausahaan Islami." *Innovative: Journal Of Social Science Research* 5, no. 4 (2025).
<https://doi.org/10.31004/innovative.v5i4.20125>.

Lestari, Putri Sri, dan Dedah Jubaedah. "Prinsip-Prinsip Umum Etika Bisnis Islam." *J-Alif: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah dan Budaya Islam* 8, no. 2 (2023): 220.
<https://doi.org/10.35329/jalif.v8i2.4514>.

Luca, Michael, dan Georgios Zervas. "Fake It Till You Make It: Reputation, Competition, and Yelp Review Fraud." *Management Science* 62, no. 12 (2016): 3412–27.
<https://doi.org/10.1287/mnsc.2015.2304>.

Maizuddin. *Metodologi Pemahaman Hadis*. Hayfa Press, 2008.

Malik bin Anas al-Ashbahi. (n.d.). *Syarah al-Muwattha'* (Juz 119).

Malnad College of Engineering Hassa, dan Akshay R. Ghooli. "Analysis and Detection of Deceptive Product Reviews for E-Commerce Platforms Using Machine Learning and Text Mining: A Systematic Literature Review." *INTERNATIONAL JOURNAL OF SCIENTIFIC RESEARCH IN ENGINEERING AND MANAGEMENT* 09, no. 05 (2025): 1–9. <https://doi.org/10.55041/IJSREM47797>.

Marzuqi bin Hiyas az-Zahrani. (1442). *Syarah Musnad ad-Darimi* (Juz 5, cet. 1).

Martínez Otero, J. M. (2021). Fake reviews on online platforms: Perspectives from the US, UK and EU legislations. *SN Social Sciences*, 1(7), 181. <https://doi.org/10.1007/s43545-021-00183-2>

Muchtar, Muhammad Inggra. “Etika Bisnis Dan Transaksi Digital Dalam Perspektif Hadis Ahkam: Kajian Tematik Atas Jual Beli Online.” *Jurnal Pendidikan Tambusai* 9, no. 2 (2025): 18576–82. <https://doi.org/10.31004/jptam.v9i2.29002>.

Muhammad Yusuf. *Metode & Aplikasi Pemaknaan Hadis*. Sukses Offset, 2008.

Muhda Murtada, NIM :. 19105050093. “RELEVANSI HADIS ETIKA DALAM PRAKTIK JUAL BELI ONLINE DENGAN SISTEM COD (CASH ON DELIVERY) DI FACEBOOK.” Skripsi, UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA, 2024. <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/68558/>.

Muslim ibn al-Ḥajjāj al-Qushayri. *Ṣaḥīḥ Muslim*. No 102. 1. Dār al-Kitāb al-‘Arabī, t.t.

Mustika Putri. “Faktor Faktor yang Mempengaruhi Fraud di Sektor Pemerintahan Kabupaten Batang.” *Accounting Analysis Journal AJJ* 2, no. 1 (2013).

Narciso, M. “The Unreliability of Online Review Mechanisms.” *Journal of Consumer Policy* 45, no. 3 (2022): 349–68. <https://doi.org/10.1007/s10603-022-09514-7>.

Nashruddin Baidan. *Metodologi Penafsiran al-Qur’an*. Pustaka Pelajar, 2005.

Nur Sayidah, Aminullah Assagaf, Sulis Janu Hartati, dan Muhajir. *Akuntansi forensik dan audit investigatif*. 1 ed. 1. Zifatama Jawara, 2019.

Nurhalimah, Nurhalimah, Achdiar Redy Setiawan, dan Bambang Haryadi. “BUDAYA PERSAUDARAAN KHAS MADURA DALAM PENGELOLAAN BISNIS BESI TUA.” *Jurnal Akuntansi Multiparadigma* 10, no. 1 (2019). <https://doi.org/10.18202/jamal.2019.04.10001>.

- Nurma Awaliah, Kiswah. "FRAUD TRIANGLE THEORY: PENDEKATAN STRATEGIS DALAM MENDETEKSI KORUPSI DAN KECURANGAN PADA LAPORAN KEUANGAN PUBLIK." *Karimah Tauhid* 2, no. 5 (2023): 1493–506. <https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v2i5.9023>.
- Nurul Husna Addina. "Implementasi Nilai-Nilai Hadis Tentang Kejujuran Dalam Jual Beli Bisnis Online (Studi Kasus E – Commerce)." UIN Suska Riau, 2025. <https://repository.uin-suska.ac.id/89465/1/1%20SKRIPSI%20LENGKAP%20KECUALI%20BAB%20HASIL%20-%20NURUL%20HUSNA%20ADDINA%20Ilmu%20Hadis%20S1.pdf>.
- P. Joko Subagyo. *METODE PENELITIAN DALAM TEORI DAN PRAKTIK*. 7 ed. Rineka Cipta, 2015. <https://inlislite.ipdn.ac.id/opac/detail-opac?id=16268>.
- Panju, Maha. "What Goes Around Comes Around?: The Sustainability Paradox of Second-Hand Clothing Marketplaces in a Cross-Cultural Context." *East African Journal of Interdisciplinary Studies* 7, no. 1 (2024): 1–27. <https://doi.org/10.37284/eajis.7.1.1799>.
- Paul, dan Nikolaev. "Pengaruh Word Affect Intensities Terhadap Deteksi Ulasan Palsu." *Jurnal Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer* 9, no. 2 (2021): 427–34. <https://doi.org/10.25126/jtiik.2022925652>.
- Permana, Yoga, dan Fauzatul Laily Nisa. "KONSEP KEADILAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM." *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam* 5, no. 2 (2024): 80–94. <https://doi.org/10.30739/jesdar.v5i2.3072>.
- Prasetya, Yannita Ayu, dan Rais Abdullah. "Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Jual Beli Online Di Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Universitas Mulawarman)." *Jurnal Ekonomi Syariah Mulawarman (JESM)* 1, no. 1 (2022): 83–89. <https://doi.org/10.30872/jesm.v1i1.2731>.

Priyatno, Prima Dwi, Tati Handayani, dan Fitri Yetty. *Buku Ajar Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*. Deepublish, 2022.

Rafqi Ilhamalimy, Ridho, dan Hapzi Ali. "MODEL PERCEIVED RISK AND TRUST: E-WOM AND PURCHASE INTENTION (THE ROLE OF TRUST MEDIATING IN ONLINE SHOPPING IN SHOPEE INDONESIA)." *Dinasti International Journal of Digital Business Management* 2, no. 2 (2021): 204–21. <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v2i2.651>.

Rahmawati, Intan Nur, Muchammad Agung Miftahuddin, Totok Haryanto, dan Rifka Utami Arofah. "The Role of Consumer Trust in Mediating the Effect of Product Quality, Online Customer Reviews, and Online Customer Ratings on Purchasing Decisions at Tiktok Shop." *Asian Journal of Applied Business and Management* 4, no. 3 (2025): 897–914. <https://doi.org/10.55927/ajabm.v4i3.383>.

Riyadul Mubtadiyah, dan Mochammad Su'eb. "Pengaruh Prinsip Keadilan dan Prinsip Kejujuran Dalam Etika Bisnis Islam Terhadap Minat Beli Konsumen di Pasar Tradisional Wadungasri." *eCo-Fin: Economics and Financial* 07, no. 01 (2025).

Rudiansyah, Rudiansyah. "Telaah Gharar, Riba, dan Maisir dalam Perspektif Transaksi Ekonomi Islam." *Al-Huquq: Journal of Indonesian Islamic Economic Law* 2, no. 1 (2020): 98. <https://doi.org/10.19105/alhuquq.v2i1.2818>.

Safuan, Safuan, Budiandru Budiandru, dan Ismartaya Ismartaya. "Fraud dalam Perspektif Islam." *Owner* 5, no. 1 (2021): 219–28. <https://doi.org/10.33395/owner.v5i1.330>.

Salminen. *PENGARUH FAKE REVIEW TERHADAP PERSEPSI RISIKO DAN MINAT BELI ULANG PADA KONSUMEN MARKETPLACE DI INDONESIA*. 2022, 1–23.

- Syamsuri, S., & Lutfiah, A. (2025). Analysis of fraud in transactions on Shopee: A fiqh muamalah perspective using the fraud triangle theory. *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah*, 10(1), 1–19.
- Siti Sopiah, Siti, dan Kisanda Midisen. “Analisis Strategi Marketing Live Shopee Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 10, no. 1 (2024): 598. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12325>.
- Sugiyono. *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. 2 ed. Alfabeta, 2019. <https://inlislite.ipdn.ac.id/opac/detail-opac?id=9274>.
- Sulaiman bin Muhammad Humaid. (n.d.). *Syarah Bulughul Maram bi thariqah su'al wa jawab* (Juz 2).
- Sutrisno. “Tinjauan Hukum Atas Penyalahgunaan Ulasan Konsumen (Fake Reviews) Dalam Platform Perdagangan Elektronik.” *Al-Zayn : Jurnal Ilmu Sosial & Hukum* 3, no. 3 (2025): 1740–49. <https://doi.org/10.61104/alz.v3i3.1519>.
- Syarifatunnisa. “Etika berbisnis dalam perspektif hadis: studi atas hadis tentang ihtikar.” UIN Syarif Hidayatullah, 2014. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/28515>.
- Tafana, Aura, Bayu Andika, Fahira Rizka Olivia Mahyu, dan Feby Nurhalizah Siregar. “ETIKA BISNIS ISLAM.” *JURNAL AKADEMIK EKONOMI DAN MANAJEMEN* 1, no. 4 (2024): 63–70. <https://doi.org/10.61722/jaem.v1i4.3213>.
- Taufiq, Taufiq. “TADLIS MERUSAK PRINSIP 'ANTARADHIN DALAM TRANSAKSI.” *JURIS (Jurnal Ilmiah Syariah)* 15, no. 1 (2017): 1. <https://doi.org/10.31958/juris.v15i1.483>.

Tifanni, Gianda. “PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN YANG DIRUGIKAN AKIBAT DIKELABUI OLEH PELAKU USAHA MENGENAI KUALITAS BARANG YANG DITAWARKAN.” Universitas Muhammadiyah Palembang, 2017. https://repository.um-palembang.ac.id/id/eprint/17015/1/91215055_BAB%20I_DAFTAR%20PUSTAKA.pdf.

Tuannakotta Theodorus. *Akuntansi Forensik dan Audit Investigatif*. Salemba Empat, 2010.

Tunggal A. *Teori dan Kasus Internal Auditing*. Harvarindo, 2011.

Usman, Syahriani. “Analisis Faktor yang Mempengaruhi terjadinya Fraud di Sektor Pemerintahan (Studi pada SKPD Kabupaten Luwu Timur).” Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/41114/1/SYAHRIANI%20USMAN-FEB.pdf>.

Wicaksono, Dimas Setiawan, Muhammad Dian Ruhamak, dan Nonni Yap. “The Effect Ease Of Use And Perceived Risk On Purchasing Decisions On Marketplace Shopee.” *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis* 10, no. 2 (2023): 208–14. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v10i2.20895>.

Wu, Shijun, Nikki Wingate, Zhaoyue Wang, dan Qi Liu. “The Influence of Fake Reviews on Consumer Perceptions of Risks and Purchase Intentions.” *Journal of Marketing Development and Competitiveness* 13, no. 3 (2019). <https://doi.org/10.33423/jmdc.v13i3.2244>.

Wu, Yuanyuan, Eric W. T. Ngai, Pengkun Wu, dan Chong Wu. “Fake Online Reviews: Literature Review, Synthesis, and Directions for Future Research.” *Decision Support Systems* 132 (Mei 2020): 113280. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2020.113280>.

Wu, Yuanyuan, Eric W. T. Ngai, Pengkun Wu, dan Chong Wu. “Fake online reviews: Literature review, synthesis, and directions for future research.” *Decision Support Systems* 132 (Mei 2020): 113280. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2020.113280>.

Yudistira, Rustam, Pablo Sindo, dan Hartono. “Analisis Penurunan Nilai Kejujuran dan Amanah dalam Bisnis Era Digital: Urgensi Pendidikan Etika Digital Berbasis Keteladanan Rasulullah Saw.” *Tadbir: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 13, no. 3 (t.t.): 738–54. <https://doi.org/10.30603/tjmpi.v13i3.7189>.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A