

Analisis Kesesuaian Praktik Jual Beli *Online* dengan Prinsip Ekonomi Syariah

Fajar Indarsih

Sekolah Tinggi Islam Blambangan (STIB) Banyuwangi, Indonesia

Corresponding Author:

Fajar Indarsih, Sekolah Tinggi Islam Blambangan (STIB) Banyuwangi, Indonesia

Email: fajarindarsih@gmail.com

Abstract

This study aims to analyze the conformity of online buying and selling practices with the principles of Islamic economic law (sharia). The background of this research is based on the increasing phenomenon of digital transactions through marketplaces and social media platforms, whose compliance with Islamic muamalah principles is not yet fully recognized. This research employs a descriptive qualitative approach with data collected through in-depth interviews, observation, and documentation. The informants include *online* business actors, Muslim consumers, and Islamic economics experts. The findings reveal that most online transactions are conducted without explicit contracts (akad) and complete product information, which may result in elements of *gharar* (uncertainty). Additionally, practices such as dropshipping without ownership of goods and the use of paylater systems contain elements of *riba* (usury). This indicates that several e-commerce practices are still not aligned with sharia principles such as clarity of contract, transparency, and fairness. This study recommends the importance of educating digital muamalah literacy and the active role of authoritative institutions in developing online transaction guidelines in accordance with sharia values.

Keywords: Online Buying and Selling, Muamalah, Akad, Gharar, Riba

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kesesuaian praktik jual beli *online* dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada fenomena meningkatnya aktivitas transaksi digital melalui *marketplace* dan media sosial yang belum sepenuhnya disadari kesesuaiannya dengan kaidah muamalah dalam Islam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Informan terdiri dari pelaku usaha *online*, konsumen Muslim, dan pakar ekonomi syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar transaksi jual beli *online* masih dilakukan tanpa akad yang eksplisit dan informasi produk yang lengkap, sehingga berpotensi mengandung unsur *gharar*. Selain itu, ditemukan praktik seperti *dropshipping* tanpa kepemilikan barang dan penggunaan sistem pembayaran *paylater* yang mengandung unsur *riba*. Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat ketidaksesuaian antara sebagian praktik *e-commerce* dengan prinsip syariah seperti kejelasan akad, transparansi, dan keadilan. Penelitian ini merekomendasikan pentingnya edukasi literasi muamalah digital serta peran aktif lembaga otoritatif dalam membentuk pedoman transaksi daring yang sesuai dengan nilai-nilai syariah.

Kata Kunci: Jual Beli *Online*, Muamalah, Akad, Gharar, Riba

PENDAHULUAN

Kemajuan pesat dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi (TIK) seiring dengan laju globalisasi telah membawa dampak signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan, khususnya dalam aktivitas perekonomian masyarakat global, termasuk di Indonesia (Laventia, Faizal & Slamet, 2025). Transformasi digital ini telah mendorong terjadinya perubahan mendasar dalam pola transaksi ekonomi, dari yang semula bersifat konvensional menjadi serba daring. Salah satu manifestasi nyata dari perubahan tersebut adalah semakin meluasnya praktik jual beli secara *online (e-commerce)*, yang kini menjadi salah satu bentuk transaksi paling populer di era digital saat ini. Aktivitas ekonomi yang sebelumnya dilakukan secara tatap muka kini bertransformasi ke dalam bentuk digital yang lebih cepat, fleksibel, dan efisien. Data dari *We Are Social dan Hootsuite (2023)* menunjukkan bahwa lebih dari 170 juta penduduk Indonesia telah menggunakan internet, dan sekitar 60% dari pengguna tersebut aktif melakukan transaksi jual beli *online* melalui berbagai platform digital, baik marketplace maupun media sosial.

Pertumbuhan transaksi jual beli *online* di Indonesia menunjukkan peningkatan yang sangat pesat seiring dengan kemajuan teknologi digital dan semakin meluasnya penetrasi internet di berbagai lapisan masyarakat. Menurut Pangestu & Artanty (2024), Indonesia kini termasuk salah satu pasar *e-commerce* terbesar di Asia Tenggara, dengan jutaan transaksi yang berlangsung setiap hari melalui berbagai platform digital. Fenomena ini menunjukkan bahwa aktivitas jual beli *online* telah menjadi bagian integral dari dinamika ekonomi masyarakat modern. Namun demikian, dalam perspektif ekonomi syariah, tidak semua bentuk transaksi digital dapat serta-merta dianggap sah atau sesuai dengan prinsip-prinsip *muamalah* Islam. Transaksi dalam Islam diatur oleh seperangkat prinsip dasar yang menekankan nilai keadilan (*al-'adl*), kejujuran (*al-shidq*), serta larangan terhadap unsur riba, *gharar* (ketidakjelasan), dan *maysir* (spekulasi). Oleh karena itu, diperlukan kajian yang lebih mendalam untuk menilai sejauh mana praktik jual beli *online* yang berkembang saat ini telah sejalan dengan nilai-nilai dan ketentuan hukum syariah Islam.

Dalam pandangan Antonio (2001), prinsip dasar ekonomi Islam menekankan pentingnya keadilan dalam proses pertukaran, keterbukaan informasi antara para pihak yang bertransaksi, serta larangan terhadap segala bentuk penipuan dan manipulasi dalam kegiatan ekonomi. Prinsip-prinsip ini merupakan fondasi utama dalam pelaksanaan transaksi yang sesuai dengan nilai-nilai syariah. Sejalan dengan hal tersebut, Jamil, Kurnia, & Jalaludin (2020) menegaskan bahwa aktivitas jual beli merupakan bagian integral dari kehidupan manusia yang senantiasa mengalami transformasi dari waktu ke waktu, mengikuti perkembangan sosial dan teknologi. Salah satu transformasi signifikan dalam praktik jual beli saat ini adalah munculnya sistem jual beli secara daring (*online*). Meskipun menawarkan berbagai kemudahan, efisiensi, dan aksesibilitas, praktik jual beli *online* juga membawa tantangan tersendiri terhadap penerapan prinsip-prinsip dasar ekonomi Islam. Beberapa persoalan yang kerap muncul antara lain kurangnya kejelasan spesifikasi barang yang ditawarkan, potensi terjadinya penipuan (*fraud*), keterlambatan atau bahkan kegagalan dalam pengiriman barang, serta ketidaksesuaian antara barang yang diterima dengan informasi yang tertera di platform digital.

Kegiatan jual beli *online* yang ideal seharusnya mampu menumbuhkan rasa percaya konsumen dengan mengedepankan keterbukaan informasi, sistem pembayaran yang jelas dan langsung, aturan penangguhan barang yang transparan, perjanjian jual beli yang sesuai, kepastian tanggal pengiriman, jaminan kualitas produk, serta perlindungan terhadap potensi risiko (Rahmi,

2024). Penjualan produk secara *online* melalui internet, seperti Shopee, Tokopedia, Lazada. Pada dasarnya didukung oleh sistem layanan konsumen melalui berbagai media, seperti *website*, *e-mail*, nomor telepon, dan *WeChat* sebagai alat bantu kontrak (Hediana & Aly, 2016). Kondisi-kondisi tersebut mengindikasikan adanya potensi pelanggaran terhadap prinsip transparansi dan keadilan dalam transaksi, serta membuka peluang terjadinya unsur *gharar* (ketidakjelasan) yang dilarang dalam hukum muamalah Islam. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji secara kritis apakah praktik jual beli *online* yang berkembang pesat dewasa ini masih selaras dengan ketentuan syariah Islam, atau justru memerlukan regulasi dan edukasi khusus agar tetap berada dalam koridor hukum Islam.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Hasanah (2020) menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha *online* di Indonesia belum memahami secara menyeluruh prinsip-prinsip syariah dalam transaksi jual beli. Sementara itu, penelitian oleh Rahmawati & Nugroho (2021) menyatakan bahwa meskipun praktik jual beli *online* telah membantu mempermudah transaksi ekonomi masyarakat muslim, namun masih ditemukan beberapa penyimpangan terhadap ketentuan syariah, seperti tidak adanya akad yang jelas, praktik dropshipping yang menyalahi prinsip kepemilikan, serta promosi yang mengandung unsur penipuan (*gharar*). Sementara penelitian Fajrillah & Sipahutar (2023) menunjukkan bahwa meskipun terdapat beragam pandangan dan pemahaman mengenai hukum Islam dalam konteks e-commerce, sebagian besar konsumen cenderung mengutamakan kenyamanan, kecepatan, dan kemudahan dalam berbelanja *online*.

Menurut Mustofa Al-Khin *et al.* (1997) dalam *Al-Fiqh al-Manhaji*, jual beli dalam Islam disyaratkan harus memenuhi unsur kejelasan (*bayyinah*) terhadap objek jual beli, adanya kerelaan antara kedua belah pihak (*an-taradlin*), serta tidak mengandung unsur manipulatif. Praktik jual beli *online* yang tidak menyertakan informasi secara rinci mengenai kondisi produk, tidak memiliki jaminan kualitas, atau melibatkan pihak ketiga yang tidak memiliki barang (seperti sistem *reseller* tanpa stok), dikhawatirkan bertentangan dengan prinsip-prinsip tersebut. Sementara itu, menurut Azqia (2022), jual beli merupakan proses tukar-menukar sesuatu yang memiliki manfaat dan nilai yang baik, yang dengan pertukaran uang tersebut menjadikan kepemilikan penuh dan selamanya terhadap barang yang ditukarkan, selama tidak termasuk dalam praktik riba dan utang. Adapun menurut Shobirin (2016), hukum jual beli adalah *jaiz* (boleh), namun status hukumnya dapat berubah tergantung pada terpenuhi atau tidaknya syarat dan rukun jual beli.

Maka dari itu, penting untuk dilakukan penelitian yang menganalisis kesesuaian antara praktik jual beli *online* yang berkembang saat ini dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah. Penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif kepada masyarakat, tetapi juga sebagai landasan untuk menyusun pedoman transaksi syariah dalam dunia digital. Dengan demikian, ekonomi syariah dapat tetap relevan dan aplikatif dalam menjawab tantangan ekonomi digital modern.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menggali secara mendalam praktik jual beli *online* dan kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah. Pendekatan ini dipilih karena mampu menjelaskan fenomena sosial dan keagamaan yang kompleks secara holistik melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi (Sugiyono, 2022). Data primer diperoleh melalui wawancara semi-terstruktur dengan pelaku usaha *online*,

konsumen Muslim, dan pakar ekonomi syariah, serta observasi terhadap transaksi di platform digital seperti marketplace dan media sosial. Data sekunder diperoleh dari dokumen seperti fatwa MUI, regulasi OJK, jurnal, dan literatur muamalah.

Analisis data dilakukan menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña (2014), yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Untuk menjaga validitas, digunakan triangulasi sumber dan metode. Sejalan dengan pandangan Bungin (2021), pendekatan ini tidak bertujuan menggeneralisasi, tetapi mendeskripsikan realitas lapangan agar dapat menjadi dasar penyusunan konsep transaksi digital yang sesuai syariah. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi terhadap penguatan literasi muamalah digital masyarakat Muslim Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik jual beli *online* yang saat ini marak dilakukan di berbagai platform digital baik melalui marketplace seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, maupun melalui media sosial seperti WhatsApp, Instagram, dan Facebook secara umum telah memberikan kemudahan dan efisiensi bagi masyarakat dalam melakukan transaksi ekonomi, termasuk bagi kalangan umat Muslim. Kehadiran sistem jual beli daring ini memungkinkan siapa saja untuk melakukan transaksi tanpa harus bertatap muka, menghemat waktu, dan menjangkau pasar yang lebih luas. Tidak hanya itu, sistem ini juga dinilai dapat mendorong pertumbuhan sektor ekonomi kreatif dan usaha mikro kecil menengah (UMKM) di era digital.

Akan tetapi, kemudahan dan kepraktisan tersebut tidak serta-merta menjamin bahwa semua praktik jual beli *online* telah memenuhi ketentuan yang ditetapkan dalam prinsip-prinsip ekonomi Islam. Dalam konteks muamalah Islam, setiap transaksi jual beli tidak hanya dipandang dari aspek legalitas formal atau teknis semata, melainkan juga harus memenuhi syarat-syarat sah secara syar'i. Prinsip-prinsip ini dirancang untuk melindungi hak dan kewajiban semua pihak yang terlibat dalam transaksi, sekaligus memastikan bahwa aktivitas ekonomi berlangsung dalam koridor keadilan, transparansi, dan keberkahan.

Dalam ajaran Islam, sebagaimana dijelaskan oleh para ulama fikih dan dikodifikasikan dalam fatwa-fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI), terdapat beberapa syarat utama dalam transaksi jual beli. Pertama, harus terdapat akad yang jelas antara penjual dan pembeli, sebagai bentuk kesepakatan dan kerelaan bersama (*an-taradlin*). Kedua, objek jual beli (barang atau jasa) harus bersifat halal dan diketahui dengan jelas sifat serta kondisinya, baik dari segi jenis, ukuran, kualitas, maupun cara perolehannya. Ketiga, transaksi tersebut tidak boleh mengandung unsur gharar (ketidakjelasan atau spekulasi berlebihan), riba (tambahan yang diharamkan), serta maysir (unsur perjudian atau ketidakpastian yang merugikan salah satu pihak).

Realitas di lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar praktik jual beli *online* masih menyisakan sejumlah permasalahan yang bisa bertentangan dengan prinsip-prinsip tersebut. Misalnya, akad yang terjadi dalam transaksi *online* sering kali tidak disampaikan secara eksplisit, melainkan hanya tersirat melalui klik atau konfirmasi digital. Selain itu, banyak produk yang ditawarkan melalui platform *online* tidak disertai informasi yang lengkap dan akurat, sehingga berpotensi menimbulkan unsur gharar ketika barang yang diterima tidak sesuai ekspektasi. Demikian pula dengan penggunaan sistem pembayaran yang mengandung bunga atau denda, seperti fitur "*paylater*", yang dapat masuk dalam kategori riba jika tidak sesuai dengan ketentuan syariah. Walaupun secara teknis jual beli *online* memberikan banyak manfaat dan efisiensi, secara substansi masih terdapat aspek-aspek yang perlu dikaji dan diperbaiki agar transaksi

tersebut benar-benar sesuai dengan nilai-nilai ekonomi Islam. Hal ini menunjukkan pentingnya penguatan literasi muamalah syariah di era digital agar umat Islam tidak hanya menjadi konsumen aktif dalam ekonomi daring, tetapi juga menjadi pelaku transaksi yang sadar syariah dan bertanggung jawab.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan sejumlah pelaku usaha *online* dan konsumen Muslim, ditemukan bahwa sebagian besar transaksi jual beli daring berlangsung tanpa adanya kesepakatan akad yang diungkapkan secara eksplisit, baik secara lisan maupun tertulis. Pola transaksi yang dominan saat ini adalah melalui sistem otomatis yang disediakan oleh platform digital, di mana akad dianggap terjadi saat konsumen menekan tombol “checkout” dan melanjutkan ke proses pembayaran. Meskipun dari sisi teknis sistem tersebut dianggap sah dalam konteks hukum positif, namun dalam perspektif ekonomi syariah, keberadaan akad memiliki posisi yang sangat krusial karena merupakan inti dari keabsahan suatu transaksi muamalah.

Dalam pandangan Islam, akad tidak harus selalu dilakukan secara lisan atau tertulis dalam bentuk formal, namun harus memenuhi dua unsur penting: adanya kerelaan dari kedua belah pihak (*an-taradlin*) dan kejelasan dalam objek dan syarat-syarat transaksi. Hal ini ditegaskan oleh Al-Khin *et al* (1997) dalam Al-Fiqh Al-Manhaji, yang menyatakan bahwa akad dalam jual beli harus disertai dengan niat yang jelas, kesepakatan timbal balik, dan pemahaman yang utuh atas hak dan kewajiban masing-masing pihak. Jika proses transaksi hanya didasarkan pada tindakan sepihak (misalnya klik beli) tanpa kejelasan mengenai syarat, spesifikasi barang, ataupun mekanisme pengembalian, maka akad tersebut menjadi lemah dari sisi syariah karena berpotensi mengandung unsur ketidakjelasan. Ketidakjelasan ini dapat menimbulkan masalah serius, terutama ketika informasi produk tidak disampaikan secara lengkap, atau terjadi perbedaan signifikan antara barang yang diterima dengan deskripsi yang ditampilkan di platform. Dalam konteks muamalah Islam, hal ini dikenal dengan istilah *gharar*, yaitu kondisi di mana terdapat ketidakpastian atau spekulasi yang dapat merugikan salah satu pihak dalam transaksi. Misalnya, gambar produk yang ditampilkan terlalu direkayasa secara visual, deskripsi barang tidak mencakup ukuran dan bahan secara detail, atau tidak adanya informasi tentang kebijakan retur dan garansi. Hal-hal semacam ini dapat membuat konsumen merasa tertipu atau tidak memperoleh manfaat sesuai harapan.

Gharar dalam transaksi *online* juga muncul dalam bentuk lain, seperti ketidakjelasan waktu pengiriman, kualitas barang yang bergantung pada supplier pihak ketiga, serta kurangnya jaminan terhadap kerusakan atau kehilangan barang selama proses pengiriman. Menurut prinsip syariah, semua bentuk *gharar* yang signifikan dalam jual beli harus dihindari karena dapat menimbulkan ketidakadilan dan merusak prinsip kepercayaan antara penjual dan pembeli. Dalam praktik jual beli konvensional, *gharar* mungkin dapat diminimalisasi melalui interaksi langsung dan pengamatan fisik terhadap barang. Namun dalam transaksi digital, tantangan ini menjadi lebih besar karena semua interaksi bersifat virtual dan bergantung pada kepercayaan serta keakuratan informasi yang ditampilkan. Meskipun akad dalam transaksi *online* dapat dianggap sah dalam konteks modern, pelaku usaha sebaiknya tetap memastikan bahwa unsur kejelasan dan kerelaan benar-benar terpenuhi. Mereka dapat melakukannya dengan memberikan deskripsi produk secara lengkap, menyertakan syarat dan ketentuan yang transparan, serta menyediakan mekanisme komplain dan pengembalian barang yang adil. Hanya dengan cara demikian, praktik jual beli *online* dapat mendekati kesempurnaan akad sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah yang menekankan pada keadilan (*al-'adl*), keterbukaan (*ash-shidq*), dan tanggung jawab (amanah).

Selanjutnya, praktik *dropshipping* dan reseller tanpa stok barang juga menjadi sorotan dalam konteks kesesuaian syariah. Dalam praktik ini, penjual menawarkan barang yang belum dimilikinya secara fisik. Berdasarkan pandangan ulama, termasuk dalam fatwa DSN-MUI No. 09/DSN-MUI/IV/2000 tentang Jual Beli, transaksi semacam ini tidak diperbolehkan jika penjual tidak memiliki kontrol atas barang, karena bertentangan dengan prinsip kepemilikan (*qabd*) dalam jual beli. Hal ini diperkuat oleh hasil penelitian Rahmawati & Nugroho (2021) yang menyatakan bahwa banyak pelaku e-commerce belum memahami prinsip kepemilikan dan tanggung jawab atas barang yang dijual. Namun, di sisi lain, ada pelaku usaha *online* yang berupaya menerapkan prinsip syariah dalam praktiknya, seperti mencantumkan deskripsi produk secara rinci, menyediakan layanan pengembalian barang, serta menjelaskan syarat dan ketentuan transaksi secara terbuka. Praktik ini menunjukkan adanya kesadaran untuk menjaga nilai transparansi dan keadilan dalam jual beli, sebagaimana diajarkan dalam Islam. Dalam konteks metode pembayaran, mayoritas konsumen menggunakan sistem transfer bank, dompet digital, dan paylater. Dari perspektif syariah, penggunaan dompet digital diperbolehkan selama tidak mengandung unsur riba atau denda keterlambatan. Namun penggunaan paylater atau cicilan yang mengandung bunga menjadi permasalahan serius, karena berpotensi mengandung riba, yang secara tegas dilarang dalam Islam.

Dari berbagai temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa praktik jual beli *online* masih menghadapi tantangan dalam penerapan prinsip-prinsip ekonomi syariah secara menyeluruh. Faktor utamanya adalah kurangnya literasi muamalah digital berbasis syariah di kalangan pelaku usaha dan konsumen. Hal ini sejalan dengan pendapat Hasanah (2020) yang menekankan pentingnya edukasi dan bimbingan syariah dalam dunia e-commerce agar transaksi yang dilakukan tidak hanya sah secara hukum positif, tetapi juga halal dan berkah menurut syariat. Oleh karena itu, perlu adanya sosialisasi, regulasi, dan panduan teknis dari otoritas terkait, seperti MUI, OJK, dan Kementerian Kominfo, untuk mengarahkan praktik jual beli *online* agar sejalan dengan prinsip-prinsip muamalah Islam. Hal ini penting sebagai bagian dari upaya mewujudkan sistem ekonomi digital yang adil, transparan, dan sesuai dengan nilai-nilai syariah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa praktik jual beli *online* yang berkembang saat ini di berbagai platform digital memberikan kemudahan dan efisiensi dalam transaksi ekonomi masyarakat, termasuk bagi umat Muslim. Namun demikian, kemudahan tersebut tidak sepenuhnya menjamin kesesuaian dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah. Secara umum, masih ditemukan berbagai permasalahan yang berkaitan dengan kejelasan akad, transparansi informasi produk, kepemilikan barang dalam sistem *dropshipping*, serta penggunaan metode pembayaran berbasis bunga seperti paylater. Akad yang sering kali hanya tersirat melalui sistem checkout tanpa adanya penjelasan eksplisit dan detail produk yang tidak lengkap berpotensi menimbulkan unsur *gharar*, yang bertentangan dengan syariat.

Dalam Islam, prinsip dasar transaksi jual beli harus memenuhi unsur kerelaan (*antaradlin*), kejelasan objek (*ma'lum*), serta bebas dari unsur riba, *gharar*, dan *maysir*. Ketidaksihuan pada aspek-aspek tersebut menunjukkan bahwa sebagian praktik jual beli *online* masih belum memenuhi standar muamalah syar'i secara menyeluruh. Oleh karena itu, diperlukan upaya peningkatan literasi ekonomi syariah di kalangan pelaku usaha dan konsumen digital. Selain itu, perlu ada peran aktif dari lembaga otoritatif seperti MUI, OJK, dan Kementerian

Kominfo dalam memberikan regulasi, edukasi, serta pedoman transaksi syariah dalam ekosistem digital. Dengan demikian, jual beli *online* dapat berkembang secara sehat, adil, dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, demi terwujudnya masyarakat yang tidak hanya cakap secara digital, tetapi juga beretika dan bernilai spiritual.

REFERENSI

- Al-Khin, M., Al-Bugha, M., & Al-Syarbaji, A. (1997). *Al-Fiqh al-Manhaji 'ala Madzhab al-Imam al-Syafi'i* (Vol. 2). Beirut: Dar al-Qalam.
- Azqia, H. (2022). Jual beli dalam perspektif Islam. *Al-Rasyad: Jurnal Hukum dan Etika Bisnis Syariah*, 1(1), 63-77.
- Bungin, B. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Aktualisasi Metodologis ke Arah Ragam Varian Kontemporer*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Fajrillah, R. N., & Sipahutar, A. A. (2023). Analisis konsumen terhadap jual beli di e-commerce dalam hukum Islam. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi Digital*, 3(2), 12-20.
- Hasanah, N. (2020). Pemahaman Pelaku E-Commerce terhadap Prinsip Jual Beli Syariah di Era Digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 8(2), 101-114.
- Hendiana, R., & Aly, A. D. (2016). Transaksi jual beli online perspektif ekonomi islam. *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah*, 3(2). <http://dx.doi.org/10.24235/jm.v3i2.440>
- Jamil, N. A., Kurnia, A. D., & Jalaludin, J. (2020). Analisis Mekanisme Praktik Jual Beli Followers Dalam Perspektif Ekonomi Islam Di Media Sosial Instagram. *EKSISBANK (Ekonomi Syariah dan Bisnis Perbankan)*, 4(1), 82-94. <https://doi.org/10.37726/ee.v4i1.101>
- Laventia, F., Faizal, A., & Slamet, S. (2025). Pendidikan Politik di Era Digital: Media Sosial sebagai Katalis atau Distorsi?. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(1), 423-427. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i1.425>
- Majelis Ulama Indonesia. (2000). *Fatwa DSN MUI No. 09/DSN-MUI/IV/2000 tentang Jual Beli*. Jakarta: Dewan Syariah Nasional MUI.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Pangestu, R. D., & Artanty, C. A. (2024). Penerapan Prinsip Good Faith Dalam Kontrak Jual Beli Online: Analisis Hukum Perdata. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(6), 5888-5894. <https://doi.org/10.56799/jceki.v3i6.5443>
- Rahmawati, D., & Nugroho, A. (2021). Analisis Implementasi Prinsip Syariah pada Sistem Dropshipping dalam E-Commerce. *Jurnal Muamalah Kontemporer*, 6(1), 87-97.
- Rahmi, A. (2024). Analisis Gharar dalam Jual-Beli Online Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. *Global Research and Innovation Journal*, 1(2), 972-977.
- Shobirin, S. (2016). Jual beli dalam pandangan Islam. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 3(2), 239-261. <http://dx.doi.org/10.21043/bisnis.v3i2.1494>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Edisi Terbaru. Bandung: Alfabeta.