

TRANSAKSI *E-COMMERCE* DALAM PERSPEKTIF SYEKH YUSUF AL-QARDAWI: RELEVANSI DENGAN UNDANG-UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN

Zaenol Hasan¹, Saini²

Sekolah Tinggi Ilmu Syariah Nurul Qarnain Jember, Indonesia^{1,2}

Email: zaenol.hasan@stisnq.ac.id¹, zainishaleh@gmail.com²

Abstract:

This study examines the relevance of Sheikh Yusuf Al-Qardawi's views on e-commerce transactions in the context of consumer protection in Indonesia. E-commerce has become the main means of modern commerce, but studies from the perspective of Islamic economics, especially related to the views of contemporary scholars, are still limited. This study aims to fill in the theoretical gap by exploring how the Islamic principles proposed by Sheikh Yusuf Al-Qardawi, such as the prohibition of gharar (uncertainty), riba (interest), and maisir (speculation), can be applied to digital transactions, as well as their relevance to the Consumer Protection Law (UUPK) in Indonesia. The results of the study show that Al-Qardawi's views on fairness, transparency, and business ethics are in line with the principles set forth in the UUPK, which aims to protect consumer rights from harmful practices in online transactions. Although there are differences in the application of some aspects of Islamic law, they both contribute to the establishment of a fair, safe, and sharia-compliant business ecosystem in e-commerce. This research is expected to be a theoretical basis in formulating fairer e-commerce regulations and protecting consumer rights in Indonesia.

Keywords: *e-commerce, consumer protection, Sheikh Yusuf Al-Qardawi, Islamic law, digital economy.*

Abstrak:

Penelitian ini mengkaji relevansi pandangan Syekh Yusuf Al-Qardawi terhadap transaksi e-commerce dalam konteks perlindungan konsumen di Indonesia. E-commerce telah menjadi sarana utama dalam perdagangan modern, namun kajian dari perspektif ekonomi Islam, khususnya terkait pandangan ulama kontemporer, masih terbatas. Kajian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan teori dengan mengeksplorasi bagaimana prinsip-prinsip Islam yang diusulkan oleh Syekh Yusuf Al-Qardawi, seperti larangan *gharar* (ketidakpastian), *riba* (bunga) dan *maisir* (spekulatif), dapat diterapkan dalam transaksi digital, serta relevansinya dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pandangan Al-Qardawi mengenai keadilan, transparansi, dan etika bisnis sejalan dengan prinsip-prinsip yang diatur dalam UUPK, yang bertujuan untuk melindungi hak konsumen dari praktik-praktik yang merugikan dalam transaksi online. Meski ada perbedaan dalam penerapan beberapa aspek hukum Islam, keduanya berkontribusi pada pembentukan ekosistem bisnis yang adil, aman, dan sesuai syariah dalam e-commerce. Penelitian ini

diharapkan dapat menjadi dasar teoritis dalam merumuskan regulasi e-commerce yang lebih adil dan melindungi hak konsumen di Indonesia.

Kata Kunci : e-commerce, perlindungan konsumen, Syekh Yusuf Al-Qardawi, hukum Islam, ekonomi digital.

Pendahuluan

Di era digital saat ini, *e-commerce* telah menjadi sarana utama dalam aktivitas jual beli. Namun, kajian mengenai transaksi *e-commerce* dari perspektif Syekh Yusuf al-Qardawi masih terbatas. Dalam penelitian ekonomi Islam mayoritas lebih fokus pada isu-isu konvensional seperti riba, zakat, atau investasi, dengan sedikit penelitian yang menyoroti relevansi fatwa dan perspektif ulama Islam dalam konteks perkembangan teknologi dan transaksi digital. Hal ini menciptakan kesenjangan teori yang perlu diisi, terutama dalam hal penerapan pandangan Syekh Yusuf al-Qardawi terhadap transaksi *e-commerce* dalam konteks perlindungan konsumen yang modern. Mengatasi kesenjangan ini penting penting karena perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce* memiliki karakteristik berbeda dengan transaksi konvensional lainnya, dan mengabaikan pandangan ulama dapat menyebabkan ketidakselarasan dalam praktik bisnis yang berbasis syariah.

Kajian yang telah dilakukan tentang transaksi *e-commerce* dalam perspektif hukum Islam umumnya fokus membahas tentang etika bisnis, prinsip keadilan, dan kehalalan dalam transaksi online. Beberapa kajian yang ada semisal, penelitian oleh Mubarak, M. M. (2022) menekankan pentingnya akad dalam transaksi *e-commerce* menurut hukum ekonomi syariah. Namun, kajian yang membahas secara komprehensif mengenai peran ulama kontemporer seperti Syekh Yusuf al-Qardawi dalam memberi panduan untuk transaksi online, khususnya yang berkaitan dengan perlindungan konsumen, masih sedikit dijumpai. Penelitian lain oleh Mauludin, M. S. (2022) juga membahas perilaku konsumen dalam mengambil keputusan untuk bertransaksi secara online. Penelitian oleh Jamaluddin, J., Nurfayda, A., & Erviana, A. (2022) yang menyebutkan adanya kesenjangan dalam penerapan hukum perlindungan konsumen dalam *e-commerce* yang sesuai dengan prinsip syariah. Temuan ini mengedintifikasikan perlunya kajian lebih lanjut mengenai bagaimana pandangan Syekh Yusuf al-Qardawi

dapat memberikan dasar teoritis yang kuat dalam merumuskan regulasi perlindungan konsumen di ranah *e-commerce*.

Kajian ini bertujuan untuk menganalisis relevansi pandangan Syekh Yusuf al-Qardawi terhadap transaksi *e-commerce* dengan undang-undang perlindungan konsumen di Indonesia. Objek kajian ini adalah untuk mengisi kesenjangan teori dengan menjelaskan bagaimana pandangan ulama kontemporer ini dapat diterapkan dalam konteks hukum modern, khususnya berkenaan dengan perlindungan konsumen dalam transaksi digital. Penelitian ini juga bermaksud untuk memberikan pemahaman yang lebih detail mengenai kontribusi ekonomi Islam dalam merumuskan regulasi yang adil dan sesuai syariah untuk *e-commerce*. Dengan demikian, kajian ini diharapkan bisa menjadi rujukan penting dalam pengembangan regulasi *e-commerce* yang memperhatikan prinsip-prinsip syariah dan melindungi konsumen secara kolektif.

Asumsi dasar dari kajian ini, bahwa pandangan Syekh Yusuf al-Qardawi mengenai transaksi online dalam Islam memiliki relevansi yang signifikan terhadap undang-undang perlindungan konsumen di Indonesia. Berdasarkan fatwa dan pandangan beliau, diharapkan bahwa prinsip-prinsip yang diusulkan oleh Syekh Yusuf al-Qardawi dapat menjadi pedoman dalam merumuskan regulasi *e-commerce* yang adil dan efektif dalam melindungi hak konsumen. Asumsi ini mengindikasikan bahwa penggabungan perspektif hukum Islam dengan undang-undang modern akan mewujudkan sebuah sistem perlindungan konsumen yang lebih komprehensif dan sesuai untuk konteks Indonesia, mengingat mayoritas populasi Muslim di negara ini. Jika asumsi ini terbukti konkrit, maka integrasi kedua pendekatan ini akan berpotensi meningkatkan perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce* di Indonesia.

Landasan Teori

Konsep jual beli

Jual beli dalam istilah fikih *muamalah* disebut *al-bai* sedangkan secara bahasa adalah menukar, Khoir, F. (2022). menukarkan sesuatu dengan sesuatu yang lain sebagaimana yang dipaparkan oleh Al-Imam Abi Abdillah Muhammad Bin Qosim al-Ghozi. (2018)

وَالْبَيْعُ لَعْنَةٌ مُقَابَلَةٌ شَيْءٍ بِشَيْءٍ، فَدَخَلَ مَا لَيْسَ بِمَالٍ كَخَمْرٍ، وَأَمَّا شَرَعًا فَأَحْسَنُ مَا قِيلَ فِي تَعْرِيفِهِ أَنَّهُ تَمْلِيكٌ عَيْنٍ مَالِيَّةٍ بِمُعَاوَضَةٍ بِإِذْنِ شَرْعِيٍّ أَوْ تَمْلِيكٌ مُنْفَعَةٍ مُبَاخَةٍ عَلَى التَّائِبِ بِثَمَنٍ مَالِيٍّ

Bai' / jual beli secara bahasa adalah menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain. Maka mencakup sesuatu yang bukan harta seperti khamr. Adapun bai' secara syara', maka keterangan paling baik yang digunakan untuk mendefinisikan adalah sesungguhnya bai' adalah memberikan milik berupa benda yang berharga dengan cara barter (tukar) dengan izin syara', atau memberikan milik berupa manfaat yang mubah untuk selamanya dengan harga berupa benda yang bernilai.

Akad jual beli dalam teori fikih *muamalah* merupakan perjanjian yang sah antara dua pihak yang bersepakat untuk melaksanakan transaksi jual beli dengan prinsip saling ridho, berkeadilan dan halal Khairunnisa, D., et al (2024); Firdaus, S. (2022). Transaksi jual beli harus memenuhi syarat tertentu seperti adanya pihak penjual dan pembeli, barang atau jasa yang jelas dan bermanfaat, harga yang telah disepakati, serta kesepakatan yang tidak mengandung unsur *gharar* (ketidakjelasan), *riba* (bunga) dan *maisir* (spekulatif) Suruji, R. S., Nisrina, D. N., & Rifai, M. (2020); Hasan, Z. (2021); Salamah, M. (2023). sebagaimana disebutkan dalam surat al-Baqarah ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.

Tujuan adanya syarat tersebut yaitu untuk memastikan bahwa transaksi dilakukan secara transparan, adil, dan sejalan dengan syariat Islam, sehingga dapat mewujudkan kemaslahatan bagi kedua belah pihak serta mencegah munculnya *gharar* atau kerugian yang tidak adil.

Konsep akad Salam

Transaksi jual beli salam ini diperbolehkan dalam agama Islam. Akad salam adalah akad jual beli dengan pembayaran di muka dan penyerahan barang dikemudian hari (*advance payment* atau *forward buying* atau *future sales*) dengan harga, spesifikasi,

jumlah, kualitas, tanggal, dan tempat penyerahan yang jelas, serta disepakati sebelumnya dalam perjanjian, Falah, A. M. (2023); Ilmi, M. (2022). Jual beli dengan cara akad salam ini merupakan solusi tepat yang ditawarkan Islam guna menghindari riba yang telah ditegaskan keharamannya dalam Al-Qur'an, Hardiati, et al (2024). Dan ini merupakan salah satu hikmah disebutkannya syariat jual beli salam setelah larangan memakan riba.

...إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ...

Akad Salam secara bahasa memiliki banyak sinonim kata, diantaranya adalah التقدّم والتسليم (mendahulukan dan menyerahkan). Dan juga salam adalah *al-I'tha'* (الإعطاء) dan *at-tasliif* (التسليف) yang keduanya memiliki makna sama yaitu pemberian. Istilah *salam* sering pula disebut dengan *salaf*. Di dalam hadist nabawi dan mayoritas penduduk irak menggunakan istilah *salaf*, sementara dalam kitab-kitab fiqh dan penduduk hijaz, lebih sering menggunakan istilah *salam*. Dikatakan *salam* karena akad yang pembayarannya dilakukan ditempat akad, dan *salaf* karena pembayaran dilakukan di awal ketika berlangsungnya akad.

Mazhab Hanafi dan Hambali yang diwakili oleh **Ibnu 'Abidin** menyebutkan bahwa salam adalah (شراء آجل بعاجل), membeli sesuatu yang diberikan kemudian dengan pembayaran sekarang. Maksudnya, *salam* adalah membeli sesuatu yang diserahkan bukan saat akad dilangsungkan tetapi diserahkan dikemudian. Ini menjadi syarat dari akad salam. Namun mereka menetapkan bahwa pembayarannya harus dilakukan saat itu juga, yakni saat akad dilangsungkan. Adapun mazhab Asy-Syafi'i, tidak mensyaratkan penyerahan sesuatu yang diperjual-belikan itu di kemudian hari atau saat itu juga. Yang lebih penting adalah menurut mereka, penyerahan uang pembayarannya dilakukan saat akad. An-Nawawi, (2010).

Pengertian E-commerce

E-commerce berasal dari dua suku kata yaitu *E* adalah kepanjangan dari *electronic* dan *commerce*. Aprianto, N. E. K. (2021). Secara bahasa, *electronic* berarti ilmu *elektronika*, alat-alat elektronik, atau semua hal yang berhubungan dengan dunia elektronika dan teknologi. sedangkan *commerce* berarti perdagangan ataupun

perniagaan, *E-commerce* merupakan kegiatan kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (*Consumers*), manufaktur (*manufactures*), service providers dan pedagang perantara dengan menggunakan jaringan internet. Azrica, H., et al (2023); Hutahaeen, et al (2020).

Hasil Pembahasan

Analisis Pandangan Syekh Yusuf Al-Qardawi Terhadap Transaksi *E-commerce*

Dalam banyak aspek kehidupan modern, salah satunya juga transaksi ekonomi seperti *e-commerce*, yusuf al-qardawi memberikan pandangannya yaitu beliau menyelaraskan praktik bisnis modern dengan prinsip dasar dalam Islam berupa keadilan, kejujuran dan tanggungjawab sosial.

Dalam konteks *e-commerce*, Syekh Al-Qardawi menyoroti betapa pentingnya berpegang teguh terhadap etika dan integritas dalam transaksi digital. Beberapa prinsip utama dalam *muamalah* adalah larangan *gharar* (ketidakjelasan), *riba* (bunga) dan *maisir* (spekulatif), yang harus dihindari dalam segala bentuk transaksi bisnis, termasuk perdagangan online, Humaemah, R., et al (2021); Nafisah, D., et al (2024). Dalam pandangannya, Syekh Al-Qardawi berpendapat bahwa transaksi *e-commerce* yang mengandung ambiguitas atau ketidakpastian, seperti deskripsi produk yang tidak jelas atau ketidakpastian dalam pengiriman, dapat dianggap sebagai *gharar*, Ningrum, E. W. et al (2023). Oleh karena itu, penjual di platform digital harus menyediakan informasi deskripsi yang akurat dan transparan tentang produk serta layanan yang ditawarkan.

Syekh Yusuf Al-Qardawi juga menekankan pentingnya prinsip *taradhi* (kerelaan), *amanah* (kepercayaan), dan *ta'adhul* (keadilan), yang mana hal tersebut harus terwujud pada diri penjual dan pembeli dalam menjalankan transaksinya. Oleh karenanya, *e-commerce* perlu melindungi konsumen dari praktik penipuan dan manipulasi. Penyelenggara platform *e-commerce* bertanggung jawab untuk memastikan bahwa transaksi yang berlangsung di platform tersebut sudah sejalan dengan prinsip *muamalah* dan etika bisnis Islam, Permata, R. J., et al (2024); A'yun, Q. A. N., et al (2021).

Syekh Yusuf Al-Qardawi juga mendorong distribusi kekayaan yang merata dan penolakan terhadap praktik monopoli. Platform *e-commerce* yang menguasai pasar

secara tidak adil atau menggunakan kekuatan mereka untuk menekan usaha kecil tidak sesuai dengan prinsip keadilan dalam Islam, Amalia, N., et al (2023). Secara keseluruhan, Syekh Yusuf Al-Qardawi memiliki pandangan bahwa *e-commerce* merupakan fenomena modern yang dapat diterima dengan catatan harus dilaksanakan dengan sikap kejujuran, transparansi, menjaga hak-hak semua pihak, dan tetap mematuhi prinsip-prinsip bisnis Islam.

Relevansi Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam Transaksi *E-commerce*

Undang-undang Perlindungan konsumen (UUPK) Indonesia yang termaktub dalam UU No. 8 tahun 1999, memiliki implikasi penting dalam melindungi hak-hak konsumen, terutama pada transaksi *e-commerce* yang semakin berkembang pesat. UU perlindungan konsumen bertujuan untuk memastikan konsumen bisa mendapatkan perlindungan hukum dan keamanan yang memadai, praktik bisnis yang baik dan adil, serta transaksi yang transparan sehingga mengurangi dampak risiko yang mungkin timbul dalam transaksi bisnis online, Izazi, F. S., et al (2024); Parida, P., et al (2024).

Dalam konteks transaksi e-commers, terdapat beberapa aspek penting dalam undang-undang perlindungan konsumen yang cukup relevan berupa kewajiban pelaku usaha untuk memberikan info produk yang benar, jelas dan sesuai dengan produk atau layanan yang ditawarkan. Hal tersebut menjadi komponen sangat penting dalam transaksi digital, mengingat konsumen tidak memiliki kesempatan untuk melihat atau memeriksa produk yang akan dibeli secara langsung. Pada pasal 4 Undang-undang perlindungan konsumen terdapat hak jaminan bagi konsumen untuk memperoleh informasi yang benar dan jelas mengenai produk/jasa, serta hak untuk mendapatkan kompensasi apabila terjadi kesalahan atau kerugian, Mewu, M. Y. S., et al (2023). Selain hal tersebut, UU juga melindungi konsumen dari kecurangan dalam transaksi, seperti manipulasi harga atau penipuan yang erat kali terjadi dalam perdagangan online.

Selama rentang waktu periode 2017 sampai februari 2023, berdasarkan data yang dihimpun oleh Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) mencatat terdapat 1.136 pengaduan terkait *e-commerce*. Aduan yang sering dikeluhkan adalah perihal barang yang tidak sesuai dengan deskripsi, barang yang tak kunjung sampai,

pembatalan sepihak, dan kesulitan dalam proses pengembalian barang (return). Hal tersebut menunjukkan begitu pentingnya undang-undang perlindungan konsumen dalam mengatasi problem yang sering muncul dalam transaksi online.

Selain membahas tentang hak bagi konsumen, terdapat kewajiban yang harus dilakukan oleh konsumen itu sendiri, sebagaimana tercantum dalam pasal 5 UU No. 8 tahun 1999 Undang-undang Perlindungan Konsumen, yang diperinci dalam table berikut:

| Hak konsumen | Kewajiban konsumen |
|---|--|
| a. Hak atas keamanan dan dalam keselamatan mengkonsumsi barang | a. Membaca atau mengiuti petunjuk atau informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang demi keamanan dan keselamatan. |
| b. Hak untuk memperoleh informasi yang benar, jelas. dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang, | b. Beritikad baik dalam melaksanakan transaksi pembelian barang |
| c. Hak untuk memilih dan mendapatkan barang yang sesuai dengan nilai tukar dan kondisi dan jaminan barang. | c. Membayar dengan sesuai nilai tukar yang disepakati. |
| d. Hak untuk didengar pendapat dan atas barang digunakan. | d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut. |
| e. Hak untuk perlindungan penyelesaian sengketa perlindungan secara patut. | |
| f. Hak untuk memperoleh kebutuhan hidup. | |
| g. Hak untuk memperoleh ganti kerugian. | |
| h. Hak untuk memperoleh keluhannya yang mendapatkan dan upaya konsumen lingkungan hidup yang bersih. dan sehat. | |
| i. Hak untuk memperoleh pendidikan konsumen. | |

Dalam UU Perlindungan Konsumen, disebutkan bahwa konsumen memiliki sembilan hak yang harus dipenuhi. Selain itu, konsumen juga memiliki kewajiban yang harus dijalankan. Jika kewajiban tersebut telah dipenuhi, konsumen berhak mendapatkan hak-haknya secara penuh. Namun, dalam transaksi pemesanan barang melalui *e-commerce*, sering kali terjadi unsur kecurangan atau penipuan yang dilakukan oleh penjual, sehingga konsumen tidak memperoleh sembilan hak tersebut secara utuh. Oleh karena itu, penipuan dalam transaksi *e-commerce* termasuk salah satu pelanggaran UU Perlindungan Konsumen.

Interpretasi yang bisa diperoleh, bahwa Undang-Undang Perlindungan Konsumen berperan penting dalam menciptakan ekosistem dalam transaksi bisnis online yang aman dan adil. Dengan kepastian hak konsumen dapat terlindungi dan tanggung jawab yang dibebankan kepada penjual, UU Perlindungan Konsumen membantu menyeimbangkan hubungan antara konsumen dan pelaku usaha. Hal ini mengurangi resiko seperti *gharar* (ketidakpastian), *riba* (bunga) dan *maisir* (spekulatif), informasi palsu, serta meningkatkan kepercayaan konsumen dalam bertransaksi via *e-commerce*.

Evaluasi Pandangan Syekh Yusuf Al-Qardawi dan UU Perlindungan Konsumen

Syekh Yusuf Al-Qardawi menekankan betapa sangat pentingnya sebuah etika, keadilan dan transparansi dalam transaksi *e-commerce*, yang selaras dengan prinsip yang diatur dalam undang-undang perlindungan konsumen. Kedua pendekatan tersebut memiliki tujuan yang sama dalam melindungi hak konsumen dari *gharar* (ketidakpastian), *riba* (bunga) dan *maisir* (spekulatif), serta meningkatkan kepercayaan konsumen dalam bertransaksi via *e-commerce*, Fajrillah, R. N., et al (2023); Mahfudz Junaedi, M. H. (2023).

Terdapat sinergi antara pandangan Yusuf Al-Qardawi dan UU Perlindungan Konsumen, terutama dalam menjaga integritas, keadilan, dan hak-hak konsumen. Namun, terdapat juga perbedaan yang muncul dalam penerapan prinsip Islam pada aspek-aspek keagamaan seperti *gharar* (ketidakpastian), *riba* (bunga) dan *maisir* (spekulatif), yang tidak sepenuhnya tercakup dalam UU Perlindungan Konsumen. Meski demikian, keduanya memiliki kesamaan dalam meningkatkan perlindungan

konsumen dan menekan risiko dalam transaksi *e-commerce*, menciptakan kerangka etis dan hukum yang komplementer.

Simpulan

Yusuf Al-Qardawi menggarisbawahi prinsip-prinsip etika bisnis dalam Islam seperti larangan *gharar* (ketidakpastian), *riba* (bunga) dan *maisir* (spekulatif), yang harus dihindari dalam berbagai bentuk transaksi online termasuk *e-commerce*. Prinsip tersebut sejalan dengan UU Perlindungan Konsumen yang mewajibkan terwujudnya informasi produk yang transparan dan akurat serta perlindungan konsumen dari praktik transaksi yang mengandung penipuan.

Pandangan Yusuf Al-Qardawi dan UU Perlindungan Konsumen menunjukkan terwujudnya sinergi dalam upaya perlindungan konsumen, walaupun prinsip-prinsip bisnis dalam Islam tidak sepenuhnya tercermin dalam UU Perlindungan Konsumen. Namun, keduanya tetap memiliki kontribusi dalam terciptanya lingkungan bisnis yang aman, stabil dan adil, di mana hak-hak konsumen ditegakkan dan praktik transaksi *e-commerce* dijalankan dengan cara yang etis.

Daftar Pustaka

Al-Imam Abi Abdillah Muhammad Bin Qosim al-Ghozi. (2018). Fathul Qarib Al-Mujib, (Sampang: Gerbang Andalus). 50.

Amalia, N., Wati, R., Putri, B., & Mairiza, D. (2023). Eksistensi Prinsip Ekonomi Mikro Islam Terhadap Keberlanjutan Usaha Mikro Di Era Digitalisasi. *Sharing: Journal of Islamic Economics Management and Business*, 2(2), 142-156.

<https://doi.org/10.31004/sharing.v2i2.23419>

An-Nawawi. (2010). *Raudhatut-Thalibin*. (Bairut: Darul Kutub Islami). IV. 3.

Aprianto, N. E. K. (2021). Peran teknologi informasi dan komunikasi dalam bisnis. *International Journal Administration, Business & Organization*, 2(1), 8-15.

A'yun, Q. A. N., Chusma, N. M., Putri, C. N. A., & Latifah, F. N. (2021). Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Pada E-Commerce Populer Di Indonesia. *JPSDa: Jurnal Perbankan Syariah Darussalam*, 1(2), 166-181.

<https://doi.org/10.30739/jpsda.v1i2.998>

Azrica, H., & Sulubara, S. M. (2023). Legalitas Transaksi E Commerce Dalam Platform Shopee Ditinjau Dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (Burgerlijk Wetboek), Undang-Undang Nomor: 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Perspektif Fiqih Muamalah. *Hakim: Jurnal Ilmu Hukum dan Sosial*, 1(3), 296-318.

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.

Falah, A. M. (2023). Implementasi akad jual beli dalam transaksi delivery order (DO) prespektif ekonomi islam pada toko bangunan UD bangun jaya kabupaten trenggalek (Doctoral dissertation, Universitas Agama Islam Tribakti Lirboyo Kediri).

Firdaus, S. (2022). Tinjauan hukum islam terhadap pelaksanaan jual beli tembakau dengan perubahan harga sepihak (Studi Kasus Desa Lekor Kecamatan Janapria Kabupaten Lombok Tengah) (Doctoral dissertation, UIN Mataram).

Hardiati, N., Fitriani, F., & Kusmawati, T. (2024). Akad Ijarah Dalam Perspektif Fuqaha Serta Relevansinya Terhadap Perkembangan Ekonomi. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 1(10), 187-196.

Hasan, Z. (2021). Etika Pengambilan Keuntungan Dalam Transaksi Jual Beli Perspektif Mazhab Syafi'i Dan Jumhur Ulama. *Tabisyir: Jurnal Dakwah dan Sosial Humaniora*, 2(2), 15-24. <https://doi.org/10.59059/tabisyir.v2i2.627>

Humaemah, R., & Ulpatiyani, U. (2021). Analisis Manajemen Risiko Dana Tabarru Asuransi Syariah (Studi Pada PT Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Serang). *Syar'Insurance: Jurnal Asuransi Syariah*, 7(1), 25-43.

Hutahaean, J., Mulyani, N., & Azhar, Z. (2020). Pelatihan E-Commerce Untuk Meningkatkan Pendapatan Melalui Kokedama (Pelatihan Daring) Bagi Kumpulan Marga Rajagukguk Se-Kisaran Kabupaten Asahan. *JPM: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 41-45.

Ilmi, M. (2022). Produk Dan Jasa Perbankan Syariah: Jual Beli (Murabahah, Salam, Istishna') Dalam Teori Dan Akuntansi. *Mukammil: Jurnal Kajian Keislaman*, 5(2), 148-174.

Izazi, F. S., Sajena, P., Kirana, R. S., & Marsaulina, K. (2024). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Peraturan Pemerintah

(Pp) Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. *Leuser: Jurnal Hukum Nusantara*, 1(2), 8-14.

Jamaluddin, J., Nurfayda, A., & Erviana, A. (2022). Jual Beli E-Commerce Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *El-Fata: Journal of Sharia Economics and Islamic Education*, 1(1), 1-15. <https://doi.org/10.61169/el-fata.v1i1.1>

Khairunnisa, D., & Satria, W. D. (2024). Tinjauan fiqih mu'amalah pada praktik pengambilan ujuh bagi calo sewa menyewa mobil di Pontianak. *Asy-Syari'ah: Jurnal Hukum Islam*, 10(2), 235-246.

Khoir, F. (2022). Al-Khiyar Dalam Proses Jual Beli Sistem Online. *EKOSIANA Jurnal Ekonomi Syariah*, 9(2), 127-138. <https://doi.org/10.47077/ekosiana.v9i2.216>

Mahfudz Junaedi, M. H. (2023). Bab 3 Sistem Keuangan Syariah. *Hukum Ekonomi Syariah*, 27.

Mauludin, M. S. (2022). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Transaksi Di e-Commerce. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 1(1), 108-123.

Mewu, M. Y. S., & Mahadewi, K. J. (2023). Perlindungan Konsumen Dalam Pembelian Produk Online: Analisis Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia. *Jurnal Kewarganegaraan*, 7(1), 441-450.

Mubarok, M. M. (2022). E-Commerce Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(8), 2493-2500.

Nafisah, D., & Nisa, F. L. (2024). Peranan serta Kontribusi Prinsip Maghrib dalam Perbankan Syariah. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEMB)*, 1(5), 54-61.

Ningrum, E. W. (2023). Pemahaman Konsep Gharar Dimasyarakat Dalam Jual Beli Online. *Sahmiyya: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 472-480.

Parida, P., Utari, Y. D., & Hijriyati, S. (2024). Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online E-Commerce. *Causa: Jurnal Hukum dan Kewarganegaraan*, 3(12), 101-112.

Permata, R. J., & Albab, U. (2024). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Jual Beli Marketplace. *Mu'amalatuna: Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(1), 17-27. <https://doi.org/10.36269/muamalatuna.v7i1.2462>

Salamah, M. (2023). Perjanjian Jual Beli Jenitri dengan Sistem Tebasan di Desa Tirtomoyo Kecamatan Poncowarno Kabupaten Kebumen Perspektif Ekonomi Islam (Doctoral dissertation, Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama (IAINU) Kebumen).

Suruji, R. S., Nisrina, D. N., & Rifai, M. (2020). Perlindungan Konsumen Terhadap Jual Beli Online (Suatu Kajian UUPK, Etika Bisnis Islam Dan Hukum Islam). *Jurnal Adz-Dzahab: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 5(2), 98-109. <https://doi.org/10.47435/adz-dzahab.v5i2.452>