

Analisis Praktik Jual Beli Online pada Shopee dalam Perspektif Ekonomi Syariah: Studi Ulasan Pengguna terhadap Unsur Gharar, Maysir, dan Tadlis

Muhammad Aghna Dhafin Kurniawan, Moh.Mukhsin²,

¹Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Sindangsari, Serang, Banten, Indonesia, 42163

²Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Sindangsari, Serang, Banten, Indonesia, 42163

5554230033@untirta.ac.id

moh.mukhsin@untirta.ac.id

Abstract. *This study aims to analyze buying and selling transaction practices on shopee e-commerce platform from the perspective of Islamic economic law. Along with the rapid digitalization of the economy, various challenges have emerged regarding ethics and transparency in virtual transactions, such as the presence of gharar (uncertainty), maysir (speculation), and tadlis (fraud), which can be detrimental to consumers. This research employs a [e.g., descriptive qualitative] method with a qualitative descriptive approach. Data were collected through literature review and analysis of user reviews. The results indicate that although e-commerce offers efficiency, there are still practices that are not fully in line with Sharia principles, particularly regarding product information transparency and certain payment system mechanisms. This research emphasizes the importance of strengthening the implementation of Islamic business ethics, specifically the principles of transparency and trustworthiness, to ensure the well-being of all parties involved in transactions. The recommendations of this study include the need for enhanced platform oversight of product descriptions and the importance of digital literacy for consumers to be more diligent in reviewing product feedback. These findings are expected to serve as a reference for developing a more inclusive digital economic ecosystem that aligns with Sharia economic principles in the future.*

Keywords: *E-commerce, Islamic Economic Law, Gharar, Tadlis, Business Ethics.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik transaksi jual beli pada platform *e-commerce* Shopee dari perspektif hukum ekonomi syariah. Seiring dengan pesatnya digitalisasi ekonomi, muncul berbagai tantangan terkait etika dan transparansi dalam transaksi virtual, seperti adanya unsur *gharar* (ketidakpastian), *maysir* (spekulasi), dan *tadlis* (penipuan) yang dapat merugikan konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah Metode Kualitatif Deskriptif dengan pendekatan Studi Kasus Data dikumpulkan melalui studi kepustakaan dan analisis ulasan pengguna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun *e-commerce* menawarkan efisiensi, masih ditemukan praktik yang belum sepenuhnya sejalan dengan prinsip syariah, terutama pada aspek keterbukaan informasi produk dan mekanisme sistem pembayaran tertentu. Penelitian ini menegaskan pentingnya penguatan implementasi etika bisnis Islam, yaitu prinsip transparansi dan amanah, guna menjamin kemaslahatan bagi para pihak yang bertransaksi. Rekomendasi penelitian ini mencakup perlunya peningkatan pengawasan oleh pihak platform terhadap deskripsi produk serta pentingnya literasi digital bagi konsumen agar lebih cermat dalam menelaah ulasan produk. Temuan ini diharapkan menjadi acuan bagi pengembangan ekosistem ekonomi digital yang lebih inklusif dan sesuai dengan prinsip ekonomi syariah di masa depan.

Kata Kunci: E-commerce, Hukum Ekonomi Syariah, Gharar, Tadlis, Etika Bisnis.

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin pesat telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam aktivitas ekonomi dan transaksi jual beli. Kemajuan teknologi memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam mengakses informasi, layanan transportasi, serta melakukan transaksi tanpa harus bertatap muka secara langsung. Saat ini, masyarakat

tidak lagi bergantung pada pasar konvensional untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, karena proses pembelian dapat dilakukan secara daring melalui berbagai platform e-commerce. Kehadiran e-commerce seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, Instagram, dan platform digital lainnya memberikan kemudahan, efisiensi waktu, serta akses yang lebih luas bagi konsumen dalam melakukan transaksi jual beli.

Salah satu platform e-commerce yang banyak diminati oleh masyarakat Indonesia adalah Shopee (Yuniar, 2021). Shopee merupakan aplikasi belanja online yang menyediakan beragam jenis produk, mulai dari kebutuhan sandang, pangan, produk kecantikan, kesehatan, hingga peralatan elektronik (Shopee, n.d.). Selain itu, Shopee juga menawarkan berbagai metode pembayaran yang memudahkan konsumen, seperti transfer bank, kartu kredit, pembayaran melalui gerai ritel, dompet digital, serta metode pembayaran saat barang diterima (cash on delivery/COD) (Shopee, n.d.). Kemudahan tersebut menjadikan Shopee sebagai salah satu platform yang memiliki tingkat aktivitas transaksi dan interaksi pengguna yang tinggi, salah satunya melalui fitur ulasan dan komentar produk.

Meskipun memberikan banyak kemudahan dan manfaat, praktik jual beli online juga tidak terlepas dari berbagai permasalahan yang berpotensi melanggar prinsip-prinsip ekonomi syariah. Salah satu persoalan utama yang sering ditemukan adalah adanya unsur gharar atau ketidakjelasan dalam transaksi. Gharar dapat muncul dalam bentuk informasi produk yang tidak lengkap, perbedaan antara barang yang diterima dengan yang ditampilkan, hingga ketidakpastian dalam proses pengiriman. Kondisi ini menjadi perhatian penting dalam perspektif ekonomi syariah karena dapat merugikan konsumen dan bertentangan dengan prinsip keadilan serta kejelasan akad dalam jual beli. Selain gharar, praktik jual beli online juga berpotensi mengandung unsur maysir, seperti penjualan produk berbasis spekulasi, serta tadlis berupa penipuan atau penyembunyian informasi oleh penjual.

Dalam transaksi online, konsumen umumnya memperoleh informasi produk melalui konten yang disajikan oleh penjual, seperti deskripsi, foto, harga, serta melalui komentar dan testimoni dari pembeli sebelumnya. Ulasan dan testimoni tersebut sering dijadikan acuan utama oleh konsumen untuk menilai kesesuaian produk sebelum melakukan pembelian. Namun, apabila informasi yang disampaikan tidak sesuai dengan kondisi sebenarnya, maka hal tersebut bertentangan dengan syarat sah jual beli dalam Islam, baik syarat umum maupun syarat khusus. Ketidakjelasan dan ketidakjujuran dalam transaksi tidak hanya menghilangkan kepercayaan konsumen, tetapi juga dapat memengaruhi loyalitas serta keberlangsungan hubungan antara penjual dan pembeli.

Dari sisi etika bisnis Islam, transaksi jual beli harus dilandasi oleh itikad baik, kejujuran, dan transparansi. Praktik transaksi yang mengandung gharar dan tadlis dipandang tidak etis karena berpotensi menimbulkan penipuan dan manipulasi, yang pada akhirnya dapat merugikan salah satu pihak (Wildani Febrianti, 2025)). Penghindaran unsur-unsur tersebut tidak hanya merupakan bentuk kepatuhan terhadap hukum Islam, tetapi juga mencerminkan komitmen terhadap nilai moral dan keadilan. Praktik bisnis yang etis diyakini mampu meningkatkan reputasi pelaku usaha, menciptakan stabilitas ekonomi, serta mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

Selain itu, pengalaman konsumen dalam bertransaksi online memiliki peran penting dalam membentuk persepsi dan minat penggunaan kembali suatu platform. Penelitian Megantara dan Suryani (2016) menunjukkan bahwa pengalaman konsumen setelah melakukan pembelian online dapat memengaruhi keyakinan dan keputusan untuk melakukan pembelian ulang di masa depan. Penelitian lain juga menemukan bahwa pengalaman positif konsumen berpengaruh terhadap minat penggunaan layanan pembayaran dan kecenderungan memberikan ulasan positif, yang selanjutnya dapat memengaruhi keputusan konsumen lain (Yolandari & Kusumadewi, 2018; Rizki, 2020; Riri Mania Darmono, 2020). Oleh karena itu, ulasan dan komentar pengguna menjadi sumber data yang relevan untuk mengkaji praktik jual beli online.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa meskipun e-commerce seperti Shopee memberikan kemudahan dan manfaat bagi masyarakat, tetap diperlukan analisis yang mendalam terhadap praktik jual beli online agar sesuai dengan prinsip ekonomi syariah. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada analisis praktik jual beli online pada platform Shopee berdasarkan ulasan pengguna, khususnya yang mengindikasikan adanya unsur gharar, maysir, dan tadlis, guna memberikan gambaran mengenai kesesuaian transaksi e-commerce dengan nilai-nilai syariah.

Tujuan dari penelitian ini yakni untuk mengetahui bagaimana mengetahui praktik jual beli online pada platform shopee berdasarkan ulasan dan komentar pengguna serta mengidentifikasi indikasi unsur gharar, maysir dan tadlis

2. KAJIAN TEORITIS

Konsep Jual Beli Dalam Ekonomi Syariah

Secara bahasa, jual beli diartikan sebagai proses memiliki, membeli, atau menjual suatu barang kepada pihak lain dengan harga tertentu (Maulina Solihin et al., 2022) Dalam pengertian terminologis, para ulama memberikan definisi yang beragam mengenai jual beli. Menurut Imam Hanafi, jual beli merupakan proses tukar-menukar harta atau barang dengan cara tertentu, atau pertukaran sesuatu yang disenangi dengan harta yang memiliki nilai dan manfaat yang sepadan bagi masing-masing pihak.

Sementara itu, Al-Syarbini mendefinisikan jual beli sebagai pertukaran harta dengan harta melalui cara yang telah ditentukan (Mustofa, 2017).

Selain itu, dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES), pengertian jual beli tercantum dalam Pasal 20 ayat (2) yang menyatakan bahwa "*Bai' adalah jual beli antara benda dengan benda, atau pertukaran benda dengan uang*" (Mahkamah Agung Republik Indonesia Direktorat Jenderal Badan Peradilan Agama, 2011). Berdasarkan berbagai definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa jual beli merupakan suatu bentuk pertukaran harta antara dua pihak, yaitu penjual dan pembeli, yang dilakukan atas dasar kerelaan atau suka sama suka (*an tarāḍin*) dan sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Jual beli juga dapat dimaknai sebagai suatu perjanjian tukar-menukar barang yang memiliki nilai, yang dilakukan secara sukarela antara kedua belah pihak. Dalam perjanjian tersebut, pihak penjual menyerahkan barang, sedangkan pihak pembeli menyerahkan sejumlah uang yang nilainya sesuai dengan kesepakatan yang telah dibenarkan secara syara'. Dengan demikian, keabsahan jual beli sangat bergantung pada terpenuhinya rukun dan syarat jual beli sebagaimana yang telah ditetapkan dalam hukum Islam. Apabila rukun dan syarat tersebut tidak terpenuhi, maka jual beli yang dilakukan tidak sah secara syara', sebaliknya apabila telah terpenuhi maka jual beli tersebut dinyatakan sah (Abdul Ikhsan Lubis, n.d.)

Dasar hukum jual beli dalam Islam salah satunya terdapat dalam Q.S. Al-Baqarah ayat 275 yang menyatakan:

"...Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba..." (Agama RI, 2019).

Ayat tersebut menegaskan bahwa jual beli merupakan aktivitas yang diharamkan dalam Islam selama tidak mengandung unsur riba dan dilakukan atas dasar kerelaan antara kedua belah pihak (Syaripudin et al., 2022). Selain itu, agar jual beli tetap dihukumi halal, maka transaksi tersebut harus memenuhi rukun dan syarat jual beli yang telah ditetapkan.

Rukun jual beli menurut para ulama terdiri dari beberapa unsur utama, yaitu *'aqid* (penjual dan pembeli), *ma'qud 'alaih* (objek akad berupa barang dan harga), serta *sighat al-'aqd* (ijab dan qabul) (Syaripudin et al., 2022). Adapun syarat-syarat jual beli yang dikemukakan oleh jumhur ulama meliputi beberapa aspek, yaitu syarat yang berkaitan dengan pihak yang berakad, syarat yang berkaitan dengan objek jual beli, serta syarat yang berkaitan dengan ijab dan qabul. Pihak yang melakukan akad harus berakal, baligh, bertindak atas kehendak sendiri, dan tidak dalam keadaan mubazir. Objek jual beli harus jelas, suci, dapat dimanfaatkan, diketahui sifat dan jenisnya, serta mampu diserahkan. Sementara itu, ijab dan qabul harus dilakukan oleh pihak yang cakap hukum, sesuai antara pernyataan ijab dan qabul, serta dilaksanakan dalam satu majelis (Abdilah & Melindah, 2022)

Konsep jual beli dalam Islam tersebut menjadi dasar penting dalam menganalisis praktik jual beli online pada platform e-commerce seperti Shopee. Pemenuhan rukun dan syarat jual beli serta prinsip kerelaan dan kejelasan informasi menjadi indikator utama dalam menilai kesesuaian transaksi jual beli online dengan prinsip ekonomi syariah.

Konsep Jual Beli Online Dalam Ekonomi Syariah

Perkembangan teknologi informasi dan internet telah membawa perubahan signifikan dalam pola transaksi jual beli masyarakat. Kehadiran situs e-commerce atau platform *online marketplace* memungkinkan aktivitas jual beli dilakukan secara daring dengan

menawarkan berbagai jenis produk, mulai dari barang elektronik, pakaian, makanan, hingga kebutuhan sehari-hari lainnya. Transaksi jual beli online memberikan kemudahan bagi penjual dan pembeli karena dapat dilakukan tanpa harus bertemu secara fisik, sehingga lebih efisien dari segi waktu dan biaya (Bahreysi Budi, 2018).

Salah satu keunggulan utama dari jual beli online adalah tersedianya fitur komunikasi seperti *chat* atau pesan instan yang memudahkan interaksi antara penjual dan pembeli. Melalui fitur tersebut, kedua belah pihak dapat membahas detail produk, harga, metode pembayaran, hingga proses pengiriman. Selain itu, penyediaan deskripsi produk, gambar, serta ulasan dari pengguna lain menjadi sumber informasi penting bagi pembeli untuk menilai kualitas dan kesesuaian barang sebelum melakukan transaksi. Ulasan dan testimoni pembeli sebelumnya sering dijadikan referensi utama dalam pengambilan keputusan pembelian, meskipun pembeli tidak melihat barang secara langsung (Bahreysi Budi, 2018).

Dalam perspektif ekonomi syariah, praktik jual beli online pada dasarnya diperbolehkan selama memenuhi rukun dan syarat jual beli serta tidak mengandung unsur yang dilarang, seperti gharar (ketidakjelasan), tadlis (penipuan), dan maysir (spekulasi). Jual beli online dinilai sah secara syariah apabila informasi mengenai objek transaksi disampaikan secara jelas dan transparan, baik dari segi jenis, kualitas, harga, maupun mekanisme pengiriman. Hal ini sejalan dengan prinsip kejujuran (*sidq*) dan keterbukaan (*bayān*) yang menjadi dasar etika bisnis Islam. Namun, dalam praktiknya, jual beli online juga memiliki potensi risiko karena pembeli hanya dapat melihat barang melalui layar monitor dan harus menunggu proses pengiriman dari penjual. Pembeli tidak dapat memeriksa kondisi barang secara langsung sebelum transaksi dilakukan. Oleh karena itu, pembeli dituntut untuk lebih cermat dalam membaca deskripsi produk, memperhatikan gambar, serta menelaah ulasan pengguna lain guna meminimalisasi terjadinya ketidakjelasan atau perbedaan antara barang yang ditampilkan dengan barang yang diterima (Fajrillah & Sipahutar, n.d.). Ketidakjelasan informasi tersebut dalam perspektif syariah dapat dikategorikan sebagai gharar apabila menimbulkan kerugian bagi salah satu pihak.

Secara keseluruhan, jual beli online merupakan bentuk muamalah kontemporer yang relevan dengan perkembangan zaman dan dapat memberikan kemudahan bagi masyarakat. Namun, agar transaksi tersebut sesuai dengan prinsip ekonomi syariah, diperlukan kehati-hatian, kejujuran penjual, serta kecermatan pembeli dalam memahami informasi produk. Dengan menerapkan prinsip keadilan, transparansi, dan saling ridha, jual beli online di platform e-commerce dapat menjadi transaksi yang halal dan membawa kemaslahatan bagi semua pihak.

Konsep E-commerce dan Marketplace

E-commerce (*electronic commerce*) merupakan bagian dari ruang lingkup *e-business* yang berfokus pada aktivitas transaksi jual beli barang dan jasa dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi. Menurut Sengkey, G. T. dkk., e-commerce dipahami sebagai penerapan e-business yang berkaitan dengan proses penjualan dan pembelian produk maupun layanan, termasuk pertukaran data dan informasi selama berlangsungnya transaksi. Sementara itu, Achmad, G. N. dan Jannah mendefinisikan e-commerce sebagai kegiatan menjual dan membeli produk secara online, baik dari konsumen ke perusahaan maupun antarpelaku usaha, dengan menggunakan komputer atau perangkat elektronik sebagai perantara transaksi bisnis.

Dalam pengertian lain, e-commerce merupakan proses jual beli yang didukung oleh sarana elektronik, terutama internet, yang mencakup aktivitas produksi, distribusi,

pemasaran, penjualan, hingga pengiriman barang atau jasa. Melalui e-commerce, penjual dan pembeli dapat dipertemukan tanpa batasan ruang dan waktu, sehingga memungkinkan terjadinya transaksi lintas wilayah bahkan lintas negara hanya melalui perangkat elektronik (Empathanussa, 2023). E-commerce juga didefinisikan sebagai mekanisme perdagangan di dunia maya yang memanfaatkan fasilitas internet melalui website atau aplikasi yang menyediakan layanan *get and deliver*, sehingga proses transaksi dapat dilakukan secara langsung dan efisien.

Keberadaan e-commerce membawa perubahan signifikan dalam aktivitas pemasaran dan perdagangan. Selain mempermudah proses jual beli, e-commerce juga mampu menekan biaya operasional dalam kegiatan perdagangan, seperti biaya distribusi, promosi, dan transaksi. Adapun proses dalam e-commerce meliputi: (1) penyajian produk dan layanan secara elektronik melalui pembuatan website atau aplikasi, (2) pemesanan produk secara langsung beserta penyediaan tagihan, (3) otomasi akun pelanggan secara aman, (4) pembayaran yang dilakukan secara online, serta (5) penanganan transaksi dan pengiriman barang atau jasa (S, 2011). Seiring perkembangan peradaban manusia, bentuk perdagangan terus mengalami perubahan, dan e-commerce menjadi salah satu bentuk perdagangan modern yang semakin diminati karena kemudahan dan efisiensinya (Titin Sumarni et al., 2024)

Dalam perkembangannya, e-commerce melahirkan model bisnis yang dikenal sebagai *online marketplace*. Marketplace merupakan platform digital yang berfungsi sebagai perantara antara penjual dan pembeli, di mana berbagai penjual dapat menawarkan produknya dalam satu wadah sistem yang sama. Marketplace menyediakan fasilitas pendukung transaksi, seperti katalog produk, sistem pembayaran, layanan pengiriman, serta fitur ulasan dan penilaian dari konsumen. Kehadiran marketplace memberikan rasa aman dan kepercayaan bagi pembeli karena transaksi dilakukan melalui sistem yang terintegrasi dan diawasi oleh penyedia platform.

Dalam konteks penelitian ini, Shopee merupakan salah satu bentuk e-commerce berbasis marketplace yang banyak digunakan oleh masyarakat. Melalui sistem marketplace, Shopee mempertemukan penjual dan pembeli secara daring dengan menyediakan berbagai fitur transaksi, termasuk ulasan pengguna yang menjadi sumber informasi penting bagi konsumen. Oleh karena itu, kajian mengenai e-commerce dan marketplace menjadi landasan teoritis yang penting dalam menganalisis praktik jual beli online pada platform Shopee dalam perspektif ekonomi syariah.

Prinsip Prinsip Dasar Transaksi Dalam Sistem Ekonomi Syariah

Prinsip-prinsip transaksi dalam sistem ekonomi syariah bersumber dari Al-Qur'an, al-Sunnah, serta kaidah fihiyyah yang dirumuskan oleh para ulama. Prinsip-prinsip ini bertujuan untuk menjamin keadilan, kejujuran, dan kemaslahatan dalam setiap transaksi muamalah, termasuk transaksi jual beli online pada platform e-commerce (Kholis & Mu'allim, 2018).

a. Kesepakatan dan Pemenuhan Hak dan Kewajiban

Dalam akad jual beli, pembeli wajib membayar harga sesuai kesepakatan, sedangkan penjual wajib menyerahkan barang yang diperjualbelikan. Prinsip ini ditegaskan dalam firman Allah SWT yang memerintahkan untuk memenuhi setiap perjanjian (Q.S. Al-Maidah: 1). Prinsip pemenuhan akad ini juga berlaku dalam jual beli online, di mana kesepakatan tercermin dalam persetujuan terhadap harga, spesifikasi barang, serta metode pembayaran dan pengiriman (Kholis & Mu'allim, 2018).

b. Prinsip Kerja Sama yang Saling Menguntungkan

Transaksi harus dilakukan atas dasar kerja sama yang saling menguntungkan dan tidak merugikan salah satu pihak. Al-Qur'an memerintahkan untuk saling tolong-menolong dalam kebajikan dan ketakwaan serta melarang kerja sama dalam perbuatan dosa (Q.S. Al-Maidah: 2). Prinsip ini menuntut agar praktik jual beli online tidak mengandung unsur eksploitasi atau manipulasi terhadap konsumen.

c. Menjaga Kepercayaan dan Kejujuran

Kejujuran dan amanah merupakan prinsip utama dalam transaksi Islam. Allah SWT memerintahkan agar takaran dan timbangan disempurnakan secara adil (Q.S. Al-Isra: 35). Dalam konteks e-commerce, prinsip ini menuntut penjual untuk menyampaikan informasi produk secara jujur dan transparan agar tidak menimbulkan unsur gharar atau tadlis (Maman Suryaman & Bisri, 2023)

d. Bebas dari Unsur Riba

Setiap transaksi jual beli dalam Islam harus terbebas dari unsur riba. Allah SWT telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba sebagaimana tercantum dalam Q.S. Al-Baqarah ayat 275. Prinsip ini menjadi dasar bahwa transaksi e-commerce harus dilakukan secara adil tanpa adanya tambahan yang bersifat zalim.

e. Dilakukan dengan Cara yang Benar dan Saling Ridha

Allah SWT melarang memakan harta sesama dengan cara yang batil kecuali melalui perniagaan yang dilakukan atas dasar suka sama suka (Q.S. An-Nisa: 29). Prinsip kerelaan (*an tarāḍin*) menjadi syarat penting agar transaksi jual beli online dinilai sah menurut syariah.

f. Objek Transaksi Harus Halal

Objek yang diperjualbelikan harus halal dan tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Hal ini ditegaskan dalam Q.S. Al-Maidah ayat 4 yang menyebutkan bahwa yang diharamkan adalah sesuatu yang baik dan bermanfaat. Dalam e-commerce, penjual bertanggung jawab memastikan kehalalan produk yang dipasarkan.

g. Larangan Kecurangan dan Penipuan

Islam melarang segala bentuk kecurangan dan penipuan dalam transaksi. Allah SWT memberikan ancaman kepada pelaku kecurangan dalam takaran dan timbangan (Q.S. Al-Muthaffifin: 1-3). Dalam jual beli online, praktik manipulasi informasi produk atau ulasan palsu dapat dikategorikan sebagai *tadlis* dan bertentangan dengan prinsip ekonomi syariah.

2.5 Unsur yang Dilarang dalam Jual Beli Syariah

a. Gharar (Ketidakpastian dalam Transaksi Jual Beli Online)

Gharar merupakan unsur ketidakpastian dalam suatu transaksi yang berpotensi menimbulkan kerugian bagi salah satu pihak. Ketidakpastian tersebut dapat berkaitan dengan objek transaksi, kualitas barang, harga, maupun mekanisme penyerahan barang. Dalam praktik jual beli, gharar dilarang karena dapat mencederai prinsip keadilan dan saling ridha antara penjual dan pembeli (Panggabean & Tanjung, 2022)

Dalam kajian fiqh muamalah, gharar dibedakan menjadi dua jenis, yaitu gharar *yasir* dan gharar *fahisy*. Gharar *yasir* merupakan ketidakpastian yang bersifat kecil dan tidak signifikan, sehingga masih dapat ditoleransi serta tidak membatalkan akad, seperti perbedaan kecil dalam berat atau ukuran barang. Sebaliknya, gharar *fahisy* adalah ketidakpastian yang besar dan dominan, seperti menjual barang yang tidak jelas keberadaannya atau sifatnya, sehingga berpotensi merugikan salah satu pihak dan dapat membatalkan keabsahan transaksi ((Panggabean & Tanjung, 2022)

Dalam konteks jual beli online pada platform e-commerce seperti Shopee, gharar sering muncul akibat ketidakjelasan informasi produk, perbedaan antara deskripsi dengan kondisi barang yang diterima, serta ketidakpastian dalam proses pengiriman. Kondisi ini

menjadi semakin relevan karena pembeli tidak dapat melihat atau memeriksa barang secara langsung sebelum transaksi dilakukan. Oleh karena itu, analisis terhadap unsur gharar dalam ulasan pengguna menjadi penting untuk menilai apakah praktik jual beli online yang terjadi telah sesuai dengan prinsip ekonomi syariah atau justru masih mengandung ketidakpastian yang dilarang.

b. Tadlis (Penipuan)

Tadlis dalam transaksi jual beli merupakan tindakan penipuan yang dilakukan dengan cara menyembunyikan cacat barang, memanipulasi informasi, atau memberikan keterangan yang tidak sesuai dengan kondisi sebenarnya. Tadlis berbeda dengan gharar, karena gharar berkaitan dengan ketidakpastian yang bersifat inheren, sedangkan tadlis terjadi akibat unsur kesengajaan untuk menipu pihak lain. Dalam fiqh muamalah, tadlis termasuk perbuatan yang dilarang karena bertentangan dengan prinsip kejujuran (*sidq*) dan amanah dalam transaksi (Nurhadi).

Dalam konteks jual beli online dan e-commerce, praktik tadlis dapat ditemukan dalam berbagai bentuk, seperti penggunaan foto produk yang tidak sesuai dengan kondisi barang sebenarnya, deskripsi produk yang dilebih-lebihkan, penyembunyian cacat barang, hingga pemanfaatan ulasan palsu untuk menarik minat konsumen. Praktik tersebut dapat menyesatkan pembeli dan menyebabkan kerugian, terutama karena pembeli tidak dapat memeriksa barang secara langsung sebelum transaksi dilakukan (Rahmawati).

Islam secara tegas melarang praktik tadlis karena dapat merusak kepercayaan dalam transaksi. Rasulullah SAW bersabda bahwa siapa pun yang menipu maka ia bukan termasuk golongan beliau. Larangan ini menegaskan bahwa kejujuran merupakan fondasi utama dalam jual beli. Oleh karena itu, praktik tadlis dalam e-commerce tidak hanya melanggar etika bisnis Islam, tetapi juga dapat membatalkan keabsahan akad jual beli apabila terbukti merugikan salah satu pihak (Nurhadi). Dalam penelitian ini, tadlis menjadi aspek penting untuk dianalisis melalui ulasan dan komentar pengguna Shopee, karena ulasan konsumen sering kali mengungkap adanya perbedaan antara informasi yang disampaikan penjual dengan barang yang diterima pembeli. Hal tersebut menunjukkan bahwa tadlis masih menjadi persoalan dalam praktik jual beli online.

c. Maysir (Perjudian dan Spekulasi)

Maysir merupakan segala bentuk transaksi yang mengandung unsur perjudian, spekulasi, atau ketidakpastian yang bergantung pada keberuntungan semata. Islam secara tegas melarang maysir karena mengandung unsur pengambilan harta orang lain tanpa usaha yang sah serta berpotensi menimbulkan kerugian dan permusuhan di antara pihak-pihak yang bertransaksi (Rudiansyah, 2020). Rasulullah SAW melarang segala bentuk transaksi yang menghasilkan keuntungan dari kebetulan, dugaan, atau spekulasi tanpa adanya aktivitas produktif yang nyata (Rani, n.d.) Dalam konteks modern, praktik maysir tidak hanya terbatas pada perjudian konvensional, tetapi juga dapat muncul dalam transaksi digital dan e-commerce. Bentuk maysir modern dapat berupa penjualan produk dengan sistem undian berbayar, *mystery box*, atau mekanisme pembelian yang hasilnya ditentukan secara acak tanpa kejelasan nilai barang yang akan diterima. Praktik semacam ini menempatkan konsumen pada posisi spekulatif, di mana keuntungan atau kerugian ditentukan oleh keberuntungan, bukan oleh kesepakatan nilai yang jelas.

Dalam e-commerce, maysir berpotensi merugikan konsumen karena adanya ketidakseimbangan informasi dan ketidakpastian nilai manfaat barang yang diterima. Oleh karena itu, transaksi yang mengandung unsur maysir bertentangan dengan prinsip keadilan dan transparansi dalam ekonomi syariah. Islam menekankan bahwa setiap

keuntungan harus diperoleh melalui usaha yang jelas dan transaksi yang adil, bukan melalui spekulasi atau perjudian terselubung.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian kualitatif deskriptif digunakan untuk menggambarkan dan menganalisis secara mendalam praktik jual beli online yang terjadi pada platform e-commerce Shopee berdasarkan ulasan pengguna. Pendekatan studi kasus dipilih karena penelitian ini berfokus pada satu objek tertentu, yaitu Shopee, sebagai platform e-commerce yang banyak digunakan oleh masyarakat.

Pendekatan kualitatif digunakan karena penelitian ini tidak bertujuan untuk mengukur fenomena menggunakan data numerik, melainkan untuk memahami dan menginterpretasikan fenomena transaksi jual beli online berdasarkan pengalaman nyata konsumen yang tercermin dalam ulasan produk. Menurut Moleong (2018:6), penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami subjek penelitian secara holistik melalui deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada konteks alamiah.

Lokasi penelitian ini adalah platform e-commerce Shopee sebagai media transaksi jual beli online. Pemilihan Shopee sebagai lokasi penelitian didasarkan pada tingginya jumlah pengguna serta tersedianya fitur ulasan produk yang memungkinkan konsumen menyampaikan pengalaman transaksi secara terbuka.

Pengumpulan data dilakukan secara daring melalui pengamatan langsung pada halaman produk Shopee dengan cara mengumpulkan ulasan dan komentar pengguna yang relevan dengan fokus penelitian.

Subjek dalam penelitian ini adalah pengguna Shopee yang memberikan ulasan atau komentar terhadap produk yang dibeli. Sementara itu, objek penelitian adalah praktik jual beli online yang tercermin dalam ulasan pengguna, khususnya yang berkaitan dengan kejelasan produk, kejujuran penjual, serta sistem transaksi yang berpotensi mengandung unsur gharar, tadlis, dan maysir.

Sumber data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua jenis, yaitu:

1. **Data Primer** Data primer diperoleh dari ulasan dan komentar pengguna Shopee yang diambil melalui tangkapan layar (screenshot) pada halaman produk. Data ini digunakan untuk menganalisis pengalaman nyata konsumen dalam praktik jual beli online.

2. **Data Sekunder** Data sekunder diperoleh dari buku-buku fikih muamalah, jurnal ilmiah, artikel akademik, fatwa DSN-MUI, serta peraturan dan literatur lain yang berkaitan dengan ekonomi syariah dan transaksi jual beli online. Menurut Sugiyono (2019:141), data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber pertama, sedangkan data sekunder

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. **Observasi Online** Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung tampilan produk, deskripsi barang, serta sistem ulasan pada platform Shopee. Observasi ini bertujuan untuk memahami mekanisme transaksi dan informasi yang disajikan oleh penjual kepada pembeli.

2. **Dokumentasi** Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data berupa tangkapan layar (screenshot) ulasan dan komentar pengguna Shopee, deskripsi produk, serta

kebijakan platform yang relevan. Data dokumentasi ini digunakan sebagai bahan utama analisis dalam penelitian.

Teknik Analisis Data

Data yang telah dikumpulkan dianalisis menggunakan teknik analisis isi (content analysis) dengan tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Ulasan pengguna dianalisis untuk mengidentifikasi adanya unsur gharar, tadlis, dan maysir dalam praktik jual beli online, kemudian dikaji kesesuaiannya dengan prinsip ekonomi syariah.

Keabsahan Data

Keabsahan data dalam penelitian kualitatif diperlukan untuk menjamin bahwa data dan hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Dalam penelitian ini, keabsahan data diuji dengan menggunakan teknik triangulasi sumber dan ketekunan pengamatan.

Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan data ulasan pengguna Shopee dengan berbagai sumber pendukung, seperti deskripsi produk, kebijakan penjual, serta ketentuan transaksi yang terdapat pada platform Shopee. Selain itu, hasil analisis ulasan pengguna juga dikaitkan dengan teori ekonomi syariah, fatwa DSN-MUI, serta literatur fikih muamalah yang relevan untuk memastikan kesesuaian antara data empiris dan landasan teoritis.

Ketekunan pengamatan dilakukan dengan cara mengamati dan menelaah ulasan pengguna secara cermat dan berulang pada beberapa produk yang memiliki karakteristik serupa. Hal ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam serta menghindari kesalahan interpretasi terhadap makna ulasan pengguna. Dengan menerapkan teknik keabsahan data tersebut, diharapkan hasil penelitian ini memiliki tingkat kredibilitas dan validitas yang baik serta dapat dipercaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah platform e-commerce Shopee, yang merupakan salah satu marketplace terbesar di Indonesia dan banyak digunakan dalam kegiatan jual beli online. Shopee menyediakan berbagai fitur yang mendukung proses transaksi, seperti penyajian informasi produk, sistem pembayaran, dan pengiriman, sehingga memudahkan interaksi antara penjual dan pembeli tanpa pertemuan langsung.

Salah satu fitur penting dalam Shopee adalah ulasan pengguna (customer review), yang berfungsi sebagai sarana bagi konsumen untuk menyampaikan pengalaman setelah melakukan pembelian. Ulasan pengguna menjadi sumber data yang relevan dalam penelitian ini karena mencerminkan praktik jual beli yang terjadi secara nyata, khususnya terkait kesesuaian produk, kejelasan informasi, dan mekanisme penjualan. Melalui analisis ulasan tersebut, penelitian ini berupaya mengidentifikasi praktik jual beli online yang berpotensi mengandung unsur gharar, maysir, dan tadlis dalam perspektif ekonomi syariah.

Temuan Praktik Jual Beli Online di Shopee dan Analisis dalam Perspektif Ekonomi Syariah

★★★★★
Zonk penjual tidak mengirimkan seperti yang di
janjikan, padahal nominal pembelian sudah dapat
mystery box tersebut. [Lihat Lainnya](#)
09 Okt 2021 [Membantu \(5\)](#)

★☆☆☆☆
ZONK gak ada mystery boxnya
Nyesel order karna barang diterima pecah.
Entah dari awal dikirim pecah atau pecah di ekspedisi.
Mau ajukan pengembalian produk, gak [Lihat Lainnya](#)

MAYSIR 1 : Berdasarkan screenshot ulasan, terdapat produk dengan sistem pembelian acak (mystery box) di mana konsumen tidak mengetahui barang apa yang akan diperoleh sebelum transaksi dilakukan. Hasil yang diterima bergantung pada unsur keberuntungan

Hasil Analisis: Sistem pembelian acak (mystery box) menunjukkan bahwa hasil transaksi bergantung pada keberuntungan.

Dalam ekonomi syariah, praktik tersebut mengandung unsur **maysir**, karena terdapat spekulasi dan ketidakpastian hasil yang menyerupai perjudian.

★★★★★
Saya kira bakal dapat Headset, tak kiranya malah
salep buat bengkok 🤔. Memang harganya lebih tinggi
kalau di pasaran tapi di kriteria harga misteri Box
katanya 15k pass masuk.. Ongkirnya Gede 10k alhasil
semuanya 25k.
Bagi saya ini Zonk karena yang di dapat gak seberapa,
walaupun harganya tinggi tapi SALEPNYA GAK ADA
LOGO CAP 100% Originalnya.. jadi ya mau harap apa
dari 25k ini padahal saya beli 1 🤔. Saya lebih memilih
misteri Box yang harganya Seribu 1k saya dapat
Charger dengan Lampu LED di Kabelnya bagi gw itu
sudah bagus karena yang di dapat Elektronika.

MAYSIR 2: Ulasan pengguna menunjukkan adanya ketidakseimbangan antara harga yang dibayarkan dengan nilai barang yang diterima. Beberapa konsumen merasa dirugikan karena memperoleh barang dengan nilai jauh di bawah ekspektasi awal

Hasil Analisis: Ketidakseimbangan nilai barang yang diterima menunjukkan adanya risiko kerugian sepihak bagi konsumen.

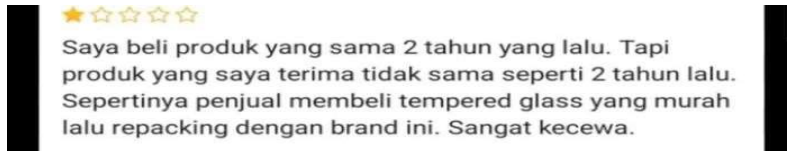
Hal ini termasuk maysir karena konsumen mempertaruhkan uangnya dengan kemungkinan untung atau rugi yang tidak seimbang.

★★★★★
Barang yang dikirim tidak sesuai jumlahnya, ketika di
komplain malah menyalahkan pembeli dengan alasan
pesanan banyak [Lihat Lainnya](#)
10 Apr 2022 [Membantu \(41\)](#)

MAYSIR 3: Ditemukan praktik penjualan yang memberikan hadiah acak sebagai daya tarik utama pembelian. Konsumen terdorong membeli bukan karena kebutuhan produk, melainkan harapan mendapatkan barang bernilai tinggi

Hasil Analisis: Dorongan membeli karena iming-iming hadiah acak memperkuat unsur spekulatif dalam transaksi.

Dalam perspektif syariah, transaksi yang didasarkan pada harapan keuntungan tidak pasti dilarang karena bertentangan dengan prinsip keadilan.



Tadlis 1 : Berdasarkan ulasan pengguna, ditemukan praktik penjual yang menampilkan foto produk yang tampak berkualitas tinggi, namun barang yang diterima tidak sesuai dengan tampilan visual tersebut

Hasil Analisis: Perbedaan antara foto dan kondisi barang menunjukkan adanya unsur tadlis atau penipuan informasi.

Tadlis dilarang dalam Islam karena melanggar prinsip kejujuran dalam muamalah.



Tadlis 2: Ulasan menunjukkan bahwa penjual tidak memberikan informasi lengkap terkait kondisi barang, seperti cacat atau kualitas sebenarnya, sehingga konsumen merasa tertipu setelah menerima produk

Hasil Analisis: Tidak disampaikannya informasi cacat produk merupakan bentuk penyembunyian fakta.

Dalam ekonomi syariah, penjual wajib menyampaikan kondisi barang secara jujur agar akad berlangsung sah dan adil.



Tadlis 3: Beberapa pengguna menyatakan bahwa deskripsi produk dibuat seolah-olah original atau bermerek, namun barang yang diterima tidak sesuai klaim tersebut

Hasil Analisis: Klaim produk original yang tidak sesuai kenyataan menunjukkan praktik tadlis.

Hal ini bertentangan dengan prinsip amanah dan transparansi dalam jual beli syariah.



Gharar 1: Berdasarkan tangkapan layar ulasan pengguna, ditemukan keluhan bahwa produk yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi dan foto yang ditampilkan pada halaman penjualan. Konsumen menyatakan adanya perbedaan signifikan dari segi kualitas dan bentuk barang dibandingkan informasi awal yang diberikan oleh penjual

Hasil analisis: Berdasarkan ulasan pengguna, barang yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi dan gambar yang ditampilkan penjual. Kondisi ini menunjukkan adanya ketidakjelasan objek jual beli.

Dalam perspektif ekonomi syariah, ketidakjelasan objek transaksi termasuk dalam unsur **gharar**, yang dilarang karena berpotensi merugikan salah satu pihak akibat informasi yang tidak transparan (Panggabean; Sriayu Aritha).

Oleh karena itu, praktik tersebut belum mencerminkan prinsip keadilan dan keterbukaan dalam transaksi syariah.



Gharar 2: Ulasan pengguna menunjukkan ketidakjelasan spesifikasi produk, khususnya terkait ukuran dan bahan. Konsumen mengaku tidak mendapatkan informasi detail sebelum melakukan pembelian sehingga menimbulkan kekecewaan setelah barang diterima

Hasil Analisis: Ketidakjelasan spesifikasi produk yang dialami konsumen menunjukkan bahwa informasi penting tidak disampaikan secara memadai sebelum akad terjadi.

Dalam ekonomi syariah, gharar terjadi ketika objek akad tidak diketahui secara jelas oleh kedua belah pihak, sehingga menimbulkan ketidakpastian hasil transaksi.

Dengan demikian, praktik ini bertentangan dengan prinsip kejelasan (bayān) dalam jual beli syariah.

***Analisis Praktik Jual Beli Online pada Shopee dalam Perspektif Ekonomi Syariah:
Studi Ulasan Pengguna terhadap Unsur Gharar, Maysir, dan Tadlis***



Variasi: Putih tulang,L : LD110, Hitam,L : LD110

Di deskripsi panjang lengan 50cm (toleransi 3-3cm), yang aku terima, seperti di foto, 30cm. Panjang baju, di deskripsi 70cm, sesuai di foto, yg aku terima panjangnya ngga sampe 60cm. Padahal order 3, dua putih satu hitam. Bahkan dipake anak yg masih SMP saja, 150cm-41kg, nggantung (sesuai foto).

Produk: Tidak sesuai deskripsi



Gharar 3: Ditemukan ulasan yang menyebutkan bahwa kondisi barang tidak dapat dipastikan sejak awal, termasuk kelengkapan dan fungsi produk. Hal ini menunjukkan adanya ketidakpastian objek transaksi pada proses jual beli online tersebut

Hasil Analisis: Ketidakpastian kondisi barang, termasuk fungsi dan kelengkapan produk, mengindikasikan adanya gharar dalam transaksi.

Islam melarang transaksi yang mengandung unsur ketidakpastian karena dapat menimbulkan sengketa dan ketidakadilan antara penjual dan pembeli.

Pembahasan Umum Hasil penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh melalui analisis ulasan pengguna pada platform ecommerce Shopee, dapat disimpulkan bahwa praktik jual beli online yang terjadi masih menunjukkan adanya indikasi unsur-unsur yang dilarang dalam ekonomi syariah, yaitu gharar, maysir, dan tadlis. Temuan tersebut tercermin dari berbagai pengalaman konsumen yang mengungkap ketidaksesuaian produk dengan deskripsi, ketidakjelasan informasi barang, sistem pembelian berbasis spekulasi, serta praktik penyampaian informasi yang tidak jujur oleh penjual. Ulasan pengguna sebagai data empiris menunjukkan bahwa meskipun Shopee menyediakan sistem transaksi yang terstruktur, dalam praktiknya masih terdapat perilaku penjual yang berpotensi merugikan konsumen. Kondisi ini menegaskan bahwa kemajuan teknologi dan kemudahan e-commerce belum sepenuhnya diiringi dengan penerapan prinsip keadilan, transparansi, dan kejujuran sebagaimana yang ditekankan dalam ekonomi syariah, sehingga diperlukan penguatan etika bisnis dan kepatuhan syariah dalam praktik jual beli online.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini mengungkapkan bahwa praktik jual beli online pada platform Shopee belum sepenuhnya sejalan dengan prinsip ekonomi syariah karena masih ditemukan adanya indikasi unsur gharar, maysir, dan tadlis yang merugikan konsumen. Hasil analisis terhadap ulasan pengguna menunjukkan bahwa unsur gharar terjadi akibat ketidakjelasan informasi produk dan spesifikasi barang, unsur tadlis teridentifikasi melalui ketidakjujuran penjual dalam menampilkan foto atau deskripsi produk yang tidak sesuai dengan kondisi barang sebenarnya, serta unsur maysir muncul dalam bentuk sistem pembelian acak atau *mystery box* yang bersifat spekulatif. Temuan ini menegaskan bahwa kemudahan dan efisiensi teknologi e-commerce saat ini masih

memerlukan penguatan implementasi etika bisnis Islam, khususnya terkait transparansi dan amanah, guna menjamin keadilan serta kemaslahatan bagi para pihak yang bertransaksi. Mengingat hasil penelitian ini terbatas pada analisis ulasan pengguna di platform Shopee yang bersifat kualitatif deskriptif, maka penulis menyarankan kepada pihak manajemen platform untuk meningkatkan pengawasan terhadap deskripsi produk dan praktik penjualan yang berpotensi melanggar etika syariah, serta bagi konsumen agar lebih cermat dalam menelaah ulasan produk sebelum melakukan pembelian. Selanjutnya, penelitian di masa depan disarankan untuk menggunakan metode kuantitatif guna mengukur tingkat persepsi konsumen secara lebih luas, atau melakukan kajian mendalam mengenai efektivitas mekanisme resolusi konflik yang disediakan platform e-commerce dalam menanggulangi praktik-praktik yang mengandung unsur gharar, maysir, dan tadlis.

DAFTAR REFERENSI

- Abdilah, S., & Melindah, D. (2022). Perspektif hukum ekonomi syariah dalam jual beli dengan metode *Cash On Delivery* (COD) di e-commerce Shopee. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah (JHESY)*, 1(1), 145–154.
- Altsaury, R. A. A., Hidayatullah, M. S., Lutfi, J., & As'ad, A. (2024). Analisis Fatwa MUI No. 24 Tahun 2017 dalam menjawab tantangan etika dan transparansi transaksi virtual. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah: Aiconomia*, 3(2), 79–91.
- Ardikha Putri, R. P., & Ruhaeni, N. (2022). Kewajiban mendaftarkan e-commerce dalam sistem elektronik berdasarkan peraturan pemerintah nomor 80 tahun 2019 tentang perdagangan melalui sistem elektronik dan implementasinya terhadap e-commerce informal. *Bandung Conference Series: Law Studies*, 2(1).
- Ayem, S., Putri, F. K., Jannah, S. N., Hernindya, Putri, M. Y. S., & Dustyanto, J. C. C. (2024). Pengaruh penerapan e-commerce terhadap pendapatan UMKM: Tinjauan literature sistematis. *LIABILITIES*, 7(2), 35–43.
- Febrianto, A., & Mabruroh, M. (2025). Analisis penerapan akad *wakalah bil ujah* dalam transaksi e-commerce Shopee: Tinjauan hukum ekonomi syariah. *Edelweis: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 2(1), 84–97.
- Febrianti, E. W. (2025). *Gharar* dalam transaksi online: Analisis akad jual beli pada *marketplace* digital. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri Terapan (JTMIT)*, 4(2), 178–184.
- Khoirurrozikin, M. L., Azahra, M. H. N., Niquyza, J. E., Rismawan, M. K. A., & Hidayati, A. N. (2026). Halal digital economy: Membangun ekosistem ekonomi Islam berbasis teknologi. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 3(4), 275–289.
- Koswara, A. (2025). E-commerce dan industri halal: Ragam model bisnis digital terbaru dalam ekonomi Islam modern. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1(1), 1–15. [Data publikasi disesuaikan].

Lasmi, A. (2023, June 3). *Kebijakan pemerintah dalam pemberdayaan UMKM*. KPPN Cirebon. <https://djp.kemenkeu.go.id/kppn/cirebon/id/data-publikasi/berita-terbaru/2852-kebijakan-pemberdayaan-umkm.html>

Latifah, S. N., Wahidah, E. Y., & Aman, A. (2024). Analisis hukum Islam terhadap implementasi bisnis syariah pada platform e-commerce. *Quranomic: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(2), 44–51.

Lindiawatie, L., Shahreza, D., & Wati, L. (2024). Analisis perbandingan penjualan offline dan online produk fashion Meccanism sebagai cara menarik konsumen. *CEMERLANG: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 4(1), 333–345.

Nur'aeni, N. N., Ainulyaqin, M., & Edy, S. (2024). Dampak fenomena e-commerce pada tingkat penjualan di pasar tradisional ditinjau dari psikologi dan ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 270–280.

Panggabean, S. A., & Tanjung, A. (2022). Jual beli online dalam perspektif hukum Islam dan hukum negara. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(2), 1504–1511.

Rahmawati, A., & Elisa, P. (2024). Pengembangan bisnis e-commerce dalam perspektif ekonomi syariah. *Al-A'mal: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 4(1), 1–21.

Rezkia, D. P. (2024). Analisis penggunaan e-commerce bagi UMKM di era digital. *SEMNASPROIMKB*, 1(1), 151–163.

Rokfa, A. A., Pratama Tanda, A. R., Anugraheni, A. D., & Kristanti, W. A. (2022). Penyelesaian sengketa sistem pembayaran Cash On Delivery (COD) pada media e-commerce. *Jurnal Bina Mulia Hukum*, 6(2), 161–173.

Sari, P., & Nuryadin, M. B. (2024). Strategi pemasaran UMKM di platform e-commerce: Studi kasus di kota Samarinda. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran (JRPP)*, 7(4), 15278–15283.

Suryaman, M., & Bisri, H. (2023). Prinsip-prinsip dan kaidah dasar transaksi dalam sistem ekonomi syariah. *Al Mashalih - Journal of Islamic Law*, 4(1), 1–8.

Wahyuni, S., Armiani, A., Setiawati, E., & Pirdaus, I. (2024). Pengaruh Financial Technology, media sosial, e-commerce, dan Google My Business terhadap peningkatan pendapatan UMKM. *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 2(4), 731–745.

Wardah, A. K. (2024). Review of fiqh muamalah on the practice of buying and selling tambourine musical instruments online at Suara Tunggal Bahana shop. *HAKAM: Jurnal Kajian Hukum Islam Dan Hukum Ekonomi Islam*, 8(1), 1–15.