



## Analisis Akad Jual Beli Online di Scoot Store melalui Media Sosial dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah

Fihri Hadiansyah<sup>1</sup>, Sumarta<sup>2</sup>, Kusyana<sup>3</sup>, Rosidin<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup> IAI Pangeran Dharma Kusuma Indramayu,

email: [figrihadiansyah@gmail.com](mailto:figrihadiansyah@gmail.com)

DOI : <https://doi.org/10.55656/tjmes.v8i1.521>

Submitted: (2025-10-29) | Revised: (2026-01-21) | Accepted: (2026-05-01)

### **Abstract**

The rise of online buying and selling transactions through social media, along with the rapid development of technology and the widespread use of mobile devices, has greatly facilitated economic activities in society. However, this convenience also brings new challenges, particularly regarding legal certainty and compliance with the principles of Islamic Economic Law. The low level of awareness among business actors and consumers toward Islamic values and regulations has led to frequent issues such as unclear product information and the neglect of essential elements and valid conditions of contracts (*akad*). One of the cases examined in this study is Scoot Store, located in Sudikampiran Village, an online shop actively selling products via social media. This research aims to analyze the implementation of online sale and purchase contracts at Scoot Store to ensure compliance with Sharia principles. The approach used is qualitative with a case study method. Data were collected through in-depth interviews with the owner and several consumers, participant observations of transaction processes, and digital documentation. The results indicate several inconsistencies, such as insufficient product descriptions and weak contractual documentation. This study is expected to provide concrete recommendations to improve online trading practices in accordance with Sharia principles while enhancing Islamic economic law literacy among business owners and consumers.

**Keywords:** Islamic Economic Law, Online Buying and Selling, Social Media, Transaction Contract, Scoot Store

### **Abstrak**

Maraknya transaksi jual beli daring melalui media sosial seiring pesatnya perkembangan teknologi dan penggunaan gawai telah memudahkan masyarakat dalam melakukan aktivitas ekonomi. Namun, kemudahan tersebut juga menimbulkan tantangan baru, terutama terkait kepastian hukum dan kesesuaian dengan prinsip Hukum Ekonomi Syariah. Rendahnya kesadaran pelaku usaha serta konsumen terhadap nilai dan aturan syariah menyebabkan masih sering terjadi ketidakjelasan informasi produk dan pengabaian terhadap rukun serta syarat sah akad. Salah satu kasus yang dikaji adalah Scoot Store di Desa Sudikampiran, sebuah toko online yang aktif menjual barang melalui media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan akad jual beli daring di Scoot Store agar sesuai dengan prinsip syariah. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan metode studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pemilik dan konsumen, observasi proses transaksi, serta dokumentasi digital. Hasil penelitian menunjukkan masih terdapat beberapa ketidaksesuaian, seperti kurang rinci dalam deskripsi produk dan lemahnya dokumentasi akad. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi konkret guna memperbaiki



praktik jual beli daring sesuai syariah, sekaligus meningkatkan kesadaran hukum ekonomi syariah di kalangan pelaku usaha dan konsumen.

*Kata Kunci: Hukum Ekonomi Syariah, Jual Beli Online, Media Sosial, Akad Transaksi, Scoot Store*

## PENDAHULUAN

Era digital telah membawa perubahan revolusioner dalam seluruh aspek kehidupan, termasuk ekonomi dan bisnis. Transformasi ini dipercepat dengan masifnya adopsi teknologi informasi dan komunikasi (TIK), khususnya internet dan media sosial, yang menjadi tulang punggung munculnya model bisnis baru seperti *e-commerce* (Laudon & Traver, 2016). Indonesia, dengan populasi pengguna internet terbesar keempat di dunia, menawarkan pasar prospektif untuk transaksi daring. Penetrasi internet yang terus meningkat membentuk basis konsumen luas dan mendorong pertumbuhan pesat transaksi online (Prasetyo et al., 2024).

Fenomena transaksi daring kini meluas tidak hanya di marketplace terstruktur, tetapi juga pada media sosial. Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) secara masif memanfaatkan Instagram, Facebook, dan WhatsApp sebagai etalase virtual. Biaya operasional rendah dan jangkauan pasar luas membuat media sosial menjadi alternatif efisien bagi UMKM untuk bertahan di era digital (T. Tambunan, 2009). Strategi ini selaras dengan konsep adaptasi kompetitif (Porter, 2001).

Namun, di balik kemudahan tersebut, transaksi melalui media sosial menghadirkan tantangan teknis dan sosial yang kompleks. Tidak adanya sistem keamanan formal atau mekanisme penyelesaian sengketa memperbesar risiko penipuan dan wanprestasi. Konsumen seringkali kesulitan menuntut hak karena lemahnya bukti transaksi dan ketiadaan entitas formal yang bertanggung jawab (Haryono et al., 2023).

Secara sosial, transaksi di media sosial banyak bergantung pada kepercayaan pribadi dalam jejaring sosial. Konsep *embeddedness* (Granovetter, 1985) dan *Teori Pertukaran Sosial* (Blau, 2009) menjelaskan bahwa aktivitas ekonomi terikat pada jaringan sosial dan rasa saling percaya. Namun, ketiadaan perjanjian tertulis menyebabkan perselisihan sulit diselesaikan. Dalam konteks masyarakat Muslim, muncul pertanyaan apakah praktik ini sesuai dengan prinsip Hukum Ekonomi Syariah.

Prinsip dasar ekonomi syariah menekankan keadilan (*'adl*), transparansi, kerelaan (*tarādī*), serta larangan terhadap *riba*, *gharar* berlebihan, dan *maysir* (Jie et al., 2023; Tektona et al., 2023). Dalam jual beli daring, di mana komunikasi bersifat

asinkron dan visualisasi produk bisa menipu, potensi *gharar* meningkat. Ketidakjelasan produk, perbedaan antara gambar dan barang, atau mekanisme pembayaran tidak transparan dapat melanggar prinsip keabsahan akad. Fatwa DSN-MUI No. 146/DSN-MUI/IX/2021 juga menegaskan kejelasan informasi sebagai syarat penting transaksi daring (Al Mustaqim, 2023). Karena itu, penting menilai apakah praktik jual beli di media sosial telah memenuhi rukun dan syarat sah akad (Sandi, 2019; Ascarya, 2008).

Indonesia memiliki ekosistem keuangan syariah yang berkembang pesat (Bank Indonesia, 2023; Fitria et al., 2024). Pemerintah melalui OJK dan Bank Indonesia berupaya mengoptimalkan regulasi perbankan syariah untuk mendukung digitalisasi ekonomi (Hasanah et al., 2024). Kesadaran ini menuntut literasi keuangan syariah yang lebih tinggi di masyarakat (Kaharuddin et al., 2024).

Dalam konteks ini, Scoot Store di Desa Sudikampiran, Kecamatan Sulyeg, Kabupaten Indramayu, menjadi contoh menarik praktik jual beli daring melalui media sosial. Sebagai UMKM yang aktif menjual produk online, Scoot Store merepresentasikan dinamika bisnis digital masyarakat Muslim pedesaan. Kajian ini penting untuk menilai sejauh mana praktik tersebut sesuai dengan prinsip Hukum Ekonomi Syariah, terutama karena masyarakat sekitar memiliki kesadaran religius yang tinggi.

Dalam fiqih muamalah, jual beli (*al-bai'*) diatur secara ketat agar terwujud keadilan dan keberkahan (Tektona et al., 2023). Unsur pokok akad meliputi pihak yang cakap hukum, objek yang jelas dan halal, harga yang disepakati, serta ijab dan kabul yang sah (Sandi, 2019). Ulama klasik seperti al-Nawawi (2005) dan al-Shafi'i (2003) menegaskan pentingnya kejelasan ini sebagai dasar sahnya akad. Dalam konteks modern, muncul kebutuhan untuk menafsirkan ulang prinsip tersebut agar sesuai dengan karakter transaksi digital (Islam, 2009).

DSN-MUI telah menyesuaikan pedoman fiqih dengan realitas digital melalui fatwa No. 146/2021 tentang toko online. Fatwa ini menekankan kejelasan produk, harga, metode pembayaran, dan mekanisme sengketa. Penelitian (Al Mustaqim, 2023) menunjukkan bahwa adaptasi hukum Islam terhadap teknologi sangat penting untuk menjaga integritas syariah di era digital.

Kajian internasional, seperti Islam (2009) dan Zainul et al. (2004) juga menyoroti pentingnya etika bisnis Islam dalam e-commerce, terutama kejujuran dan penghindaran *gharar*. Namun, penelitian mereka masih bersifat makro dan belum menyentuh praktik mikro seperti transaksi informal di media sosial. Karena itu,

penelitian ini bertujuan mengisi kekosongan literatur dengan meneliti penerapan akad syariah dalam praktik UMKM.

Teori sosial-ekonomi memperkuat dimensi analisis. *Social Exchange Theory* (Blau, 2009) menjelaskan peran kepercayaan timbal balik, sementara *embeddedness* (Granovetter, 1985) menunjukkan bahwa tindakan ekonomi selalu tersemat dalam jaringan sosial. Di media sosial, hubungan personal antara penjual dan pembeli menciptakan kepercayaan tetapi juga membuka celah penyalahgunaan. Oleh sebab itu, pemahaman terhadap dimensi sosial ini penting untuk menilai validitas akad secara syariah.

Dari sisi perilaku konsumen, Teori Perilaku Terencana Ajzen (1991) menjelaskan bahwa niat bertransaksi dipengaruhi oleh sikap, norma sosial, dan kontrol yang dirasakan. Dalam konteks Scoot Store, persepsi konsumen Muslim terhadap kepatuhan syariah memengaruhi keputusannya. Kaharuddin et al. (2024) menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah berperan penting dalam membentuk preferensi transaksi halal. Dengan demikian, analisis penelitian ini akan menggabungkan perspektif fiqih muamalah, teori sosial-ekonomi, dan perilaku konsumen.

Laporan Bank Indonesia (2023) menegaskan meningkatnya kesadaran terhadap keuangan syariah. Kepatuhan terhadap prinsip syariah kini menjadi faktor daya saing, bukan sekadar kewajiban agama. Hal ini menuntut pelaku bisnis digital, termasuk UMKM, untuk mengimplementasikan transaksi yang transparan dan adil.

Studi hukum yang relevan seperti Haryono et al. (2023) menyoroti perlindungan konsumen terhadap wanprestasi dalam e-commerce, sedangkan Idris et al. (2020) membahas persepsi konsumen Muslim terhadap merek halal. Semua penelitian ini memperkaya konteks, namun belum fokus pada tingkat praktik mikro transaksi syariah di media sosial.

Dari sisi metodologis, penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus kualitatif sebagaimana disarankan oleh Yin (2017) dan Creswell & Poth (2018). Pendekatan ini memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap fenomena nyata Scoot Store, menciptakan *thick description* atau deskripsi kontekstual yang kaya.

Penelitian ini menawarkan orisinalitas pada tiga aspek. Pertama, fokus mikro pada UMKM lokal berbeda dari studi makro yang umum. Dengan meneliti Scoot Store secara mendalam, penelitian ini mengungkap dinamika nyata praktik jual beli daring di media sosial. Kedua, analisisnya menyoroti detail elemen akad dari ijab kabul hingga kehalalan objek jual beli bukan hanya etika umum. Ketiga,

pendekatannya interdisipliner, menggabungkan hukum syariah, teori sosial, dan perilaku digital.

Analisis juga akan menilai tantangan unik seperti validitas ijab kabul melalui pesan teks, kejelasan harga dalam komunikasi informal, hingga bagaimana penggunaan gambar dan bahasa di media sosial memengaruhi persepsi gharar. Pandangan fiqih klasik (al-Kasani, 1986; al-Nawawi, 2005; al-Shafi'i, 2003) dan interpretasi modern akan dikaji untuk menentukan kesahihan akad berbasis teks digital.

Lebih jauh, teori *embeddedness* Granovetter (1985) digunakan untuk memahami bagaimana jaringan sosial di media daring memengaruhi legitimasi akad. Interaksi seperti testimoni dan rekomendasi teman menjadi bentuk “jaminan sosial” yang memperkuat kepercayaan. Integrasi perspektif sosial ini menjadikan penelitian lebih realistis dan kontekstual.

Hasil penelitian diharapkan memberi kontribusi teoretis dan praktis. Secara akademik, ia memperluas kajian Hukum Ekonomi Syariah ke wilayah digital. Secara praktis, hasilnya dapat membantu UMKM seperti Scoot Store meningkatkan kepatuhan syariah dan memperkuat kepercayaan konsumen.

Selain itu, temuan ini berpotensi meningkatkan literasi hukum ekonomi syariah masyarakat, mendorong transaksi yang lebih transparan dan berkah. Hal ini sejalan dengan inisiatif pemerintah dalam membangun ekosistem keuangan syariah yang inklusif dan digital Hasanah et al. (2024).

Dengan demikian, penelitian ini mengisi kekosongan literatur dengan menghadirkan analisis komprehensif terhadap praktik jual beli daring di media sosial dari perspektif Hukum Ekonomi Syariah. Pendekatan studi kasus yang mendalam, dikombinasikan dengan analisis fiqih dan teori sosial, menjadikan penelitian ini relevan untuk menjawab tantangan ekonomi digital yang semakin kompleks. Pada akhirnya, penelitian ini diharapkan berkontribusi bagi penguatan praktik ekonomi syariah di sektor UMKM tulang punggung perekonomian Indonesia (Tambunan, 2021).

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami penerapan prinsip-prinsip Hukum Ekonomi Syariah dalam praktik jual beli daring melalui media sosial pada UMKM Scoot Store. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti menelusuri makna, nilai, dan kesesuaian akad secara mendalam dalam konteks transaksi digital yang tidak sepenuhnya formal. Menurut

Creswell (2014), penelitian kualitatif berupaya memahami fenomena sosial dari perspektif partisipan, sehingga sangat relevan dengan upaya mengkaji aspek fiqih muamalah dalam interaksi ekonomi daring.

Lokasi penelitian dilakukan di Scoot Store, sebuah usaha daring yang beroperasi di Desa Sudikampiran, Kecamatan Sulyeg, Kabupaten Indramayu. Pemilihan lokasi ini dilakukan secara purposif karena Scoot Store dianggap representatif bagi praktik jual beli berbasis media sosial yang berkembang di kalangan pelaku UMKM lokal.

Subjek penelitian mencakup pemilik toko, karyawan, serta pelanggan tetap yang berinteraksi secara langsung dalam transaksi daring. Mereka dipilih dengan teknik *purposive sampling* untuk memastikan data yang diperoleh benar-benar relevan dengan fokus penelitian, yaitu akad dan etika jual beli dalam perspektif syariah.

Instrumen penelitian utama adalah peneliti sendiri sebagai instrumen kunci (*human instrument*), dibantu pedoman wawancara dan lembar observasi. Peneliti berperan aktif dalam mengumpulkan, menafsirkan, dan memvalidasi data di lapangan.

Teknik pengumpulan data meliputi wawancara mendalam, observasi langsung terhadap proses transaksi daring, serta dokumentasi berupa tangkapan layar percakapan, bukti pembayaran, dan testimoni pelanggan. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur agar fleksibel namun tetap berfokus pada topik akad, kejujuran informasi, serta kesesuaian harga dan barang.

Analisis data dilakukan menggunakan model interaktif Miles dan Huberman (2014), yang mencakup reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data disusun tematik agar dapat menggambarkan pola-pola penerapan prinsip syariah dalam praktik jual beli daring.

Untuk menjamin keabsahan data, digunakan teknik *triangulasi sumber dan metode*. Triangulasi dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara dari berbagai informan dan mencocokkannya dengan data observasi maupun dokumen transaksi. Validitas juga diperkuat melalui *member check* agar interpretasi peneliti sesuai dengan realitas partisipan.

Melalui pendekatan kualitatif yang sistematis ini, penelitian diharapkan memberikan gambaran autentik mengenai bagaimana prinsip syariah seperti kejujuran, keadilan, dan kerelaan diimplementasikan dalam ekosistem e-commerce berbasis media sosial pada tingkat UMKM di Indramayu.

## KONDISI OBJEK PENELITIAN

## 1. Profil dan Strategi Pengembangan Scoot Store: Thrift Shop Kreatif dari Indramayu

Scoot Store merupakan salah satu thrift shop populer di Indramayu yang berdiri di Jl. Buyut Brama Jaya, Sudikampiran, Sliyeg. Lokasinya yang strategis di pinggir jalan utama serta tepat di seberang Polsek Sliyeg menjadikannya sangat mudah ditemukan. Dikelilingi oleh ruko, warung, sekolah, dan fasilitas umum seperti Kantor Kecamatan serta Puskesmas, Scoot Store tumbuh di lingkungan yang hidup dan dinamis. Akses jalan yang lebar serta area parkir yang memadai membuat toko ini nyaman dikunjungi, baik oleh warga lokal maupun pembeli dari luar daerah.

Lingkungan sosial Scoot Store juga mendukung perkembangan usahanya. Masyarakat Sudikampiran dan Sliyeg dikenal aktif secara ekonomi, dengan mayoritas penduduk berasal dari kalangan menengah ke bawah yang mencari pakaian berkualitas dengan harga terjangkau. Keberadaan pasar, sekolah, serta rumah ibadah turut menambah potensi pelanggan. Segmen utama Scoot Store adalah usia produktif 15–40 tahun yang gemar mengikuti tren fashion, meskipun toko ini juga melayani kebutuhan seluruh anggota keluarga.

Scoot Store berdiri pada tahun 2021 berkat gagasan sepasang wirausaha muda yang peduli terhadap lingkungan dan masalah limbah pakaian. Mereka melihat peluang besar untuk menyediakan pakaian branded second yang masih layak pakai. Awalnya, toko ini hanya berupa lapak kecil di samping Polsek Sliyeg, namun berkat visi yang kuat dan pelayanan ramah, Scoot Store berkembang pesat. Filosofi yang diusung sederhana namun bermakna: bergaya tidak harus mahal, dan pakaian bekas bisa menjadi simbol kepedulian terhadap bumi.

Perjalanan Scoot Store tidak selalu mulus. Di awal berdirinya, persepsi masyarakat terhadap barang thrift masih negatif. Namun, edukasi yang dilakukan melalui media sosial, testimoni pelanggan, serta pelayanan yang jujur membuat masyarakat mulai percaya. Melalui promosi di Instagram, TikTok, WhatsApp, serta marketplace seperti Shopee dan Tokopedia, Scoot Store berhasil memperluas jangkauannya hingga ke luar Indramayu.

Keunggulan Scoot Store terletak pada proses kurasi produknya yang ketat. Hanya pakaian dalam kondisi prima, tanpa noda atau kerusakan, yang dijual. Setiap item melalui tahap pencucian, penyetrikaan, dan pengemasan higienis agar siap pakai. Produk juga dikategorikan berdasarkan grade

kualitas (A dan B), sehingga pembeli mengetahui kondisi barang secara transparan. Koleksinya meliputi jaket, hoodie, kemeja, jeans, hingga aksesoris dari berbagai merek ternama dan populer.

Dari sisi pelayanan, Scoot Store memprioritaskan pendekatan personal. Pembeli yang datang langsung ke toko dapat mencoba pakaian dan menerima saran mix and match dari staf. Sementara itu, pelanggan online dapat berkomunikasi dengan cepat melalui media sosial, memesan ukuran atau merek tertentu, dan melacak pengiriman dengan mudah. Layanan personalisasi “request size and brand” menjadi ciri khas yang membedakan Scoot Store dari thrift shop lain, karena menunjukkan perhatian terhadap kebutuhan individu pelanggan.

Dalam perjalanannya, Scoot Store tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga pada nilai sosial dan lingkungan. Dengan mengusung konsep *slow fashion*, toko ini mendorong masyarakat untuk membeli secara bijak dan berkelanjutan. Setiap pakaian yang dijual berarti satu langkah kecil dalam mengurangi limbah tekstil dan melestarikan sumber daya bumi.

Ke depan, Scoot Store berencana memperluas koleksi, mengadakan bazar thrift, serta menggandeng influencer lokal. Kolaborasi dengan UMKM lain di bidang aksesoris dan sepatu juga sedang dijajaki. Semua ini dilakukan untuk memperkuat komunitas thrift di Indramayu dan membangun kesadaran baru bahwa fashion berkelanjutan bukan sekadar tren, tetapi gaya hidup masa depan.

Scoot Store bukan hanya tempat belanja pakaian, tetapi juga simbol perubahan: tempat di mana gaya, kepedulian, dan keberlanjutan berpadu dalam harmoni. Melalui integritas, pelayanan, dan inovasi, Scoot Store telah membuktikan bahwa usaha kecil dari desa pun dapat tumbuh menjadi brand yang berpengaruh asal dijalankan dengan hati, visi, dan komitmen yang kuat.

## RESULTS AND DISCUSSION

### A. Hasil Penelitian

## 1. Kondisi Objek Penelitian

### a. Profil dan Strategi Pengembangan Scoot Store: Thrift Shop Kreatif dari Indramayu

Scoot Store merupakan salah satu thrift shop populer di Indramayu yang berdiri di Jl. Buyut Brama Jaya, Sudikampiran, Sliyeg. Lokasinya yang strategis di pinggir jalan utama serta tepat di seberang Polsek Sliyeg menjadikannya sangat mudah ditemukan. Dikelilingi oleh ruko, warung, sekolah, dan fasilitas umum seperti Kantor Kecamatan serta Puskesmas, Scoot Store tumbuh di lingkungan yang hidup dan dinamis. Akses jalan yang lebar serta area parkir yang memadai membuat toko ini nyaman dikunjungi, baik oleh warga lokal maupun pembeli dari luar daerah.

Lingkungan sosial Scoot Store juga mendukung perkembangan usahanya. Masyarakat Sudikampiran dan Sliyeg dikenal aktif secara ekonomi, dengan mayoritas penduduk berasal dari kalangan menengah ke bawah yang mencari pakaian berkualitas dengan harga terjangkau. Keberadaan pasar, sekolah, serta rumah ibadah turut menambah potensi pelanggan. Segmen utama Scoot Store adalah usia produktif 15–40 tahun yang gemar mengikuti tren fashion, meskipun toko ini juga melayani kebutuhan seluruh anggota keluarga.

Scoot Store berdiri pada tahun 2021 berkat gagasan sepasang wirausaha muda yang peduli terhadap lingkungan dan masalah limbah pakaian. Mereka melihat peluang besar untuk menyediakan pakaian branded second yang masih layak pakai. Awalnya, toko ini hanya berupa lapak kecil di samping Polsek Sliyeg, namun berkat visi yang kuat dan pelayanan ramah, Scoot Store berkembang pesat. Filosofi yang diusung sederhana namun bermakna: bergaya tidak harus mahal, dan pakaian bekas bisa menjadi simbol kepedulian terhadap bumi.

Perjalanan Scoot Store tidak selalu mulus. Di awal berdirinya, persepsi masyarakat terhadap barang thrift masih negatif. Namun, edukasi yang dilakukan melalui media sosial, testimoni pelanggan, serta pelayanan yang jujur membuat masyarakat mulai percaya. Melalui promosi di Instagram, TikTok, WhatsApp, serta marketplace seperti Shopee dan Tokopedia, Scoot Store berhasil memperluas jangkauannya hingga ke luar Indramayu.

Keunggulan Scoot Store terletak pada proses kurasi produknya yang ketat. Hanya pakaian dalam kondisi prima, tanpa noda atau

kerusakan, yang dijual. Setiap item melalui tahap pencucian, penyetricaan, dan pengemasan higienis agar siap pakai. Produk juga dikategorikan berdasarkan grade kualitas (A dan B), sehingga pembeli mengetahui kondisi barang secara transparan. Koleksinya meliputi jaket, hoodie, kemeja, jeans, hingga aksesoris dari berbagai merek ternama dan populer.

Dari sisi pelayanan, Scoot Store memprioritaskan pendekatan personal. Pembeli yang datang langsung ke toko dapat mencoba pakaian dan menerima saran mix and match dari staf. Sementara itu, pelanggan online dapat berkomunikasi dengan cepat melalui media sosial, memesan ukuran atau merek tertentu, dan melacak pengiriman dengan mudah. Layanan personalisasi *request size and brand* menjadi ciri khas yang membedakan Scoot Store dari thrift shop lain, karena menunjukkan perhatian terhadap kebutuhan individu pelanggan.

Dalam perjalanannya, Scoot Store tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga pada nilai sosial dan lingkungan. Dengan mengusung konsep *slow fashion*, toko ini mendorong masyarakat untuk membeli secara bijak dan berkelanjutan. Setiap pakaian yang dijual berarti satu langkah kecil dalam mengurangi limbah tekstil dan melestarikan sumber daya bumi.

Ke depan, Scoot Store berencana memperluas koleksi, mengadakan bazar thrift, serta menggandeng influencer lokal. Kolaborasi dengan UMKM lain di bidang aksesoris dan sepatu juga sedang dijajaki. Semua ini dilakukan untuk memperkuat komunitas thrift di Indramayu dan membangun kesadaran baru bahwa fashion berkelanjutan bukan sekadar tren, tetapi gaya hidup masa depan.

Scoot Store bukan hanya tempat belanja pakaian, tetapi juga simbol perubahan: tempat di mana gaya, kepedulian, dan keberlanjutan berpadu dalam harmoni. Melalui integritas, pelayanan, dan inovasi, Scoot Store telah membuktikan bahwa usaha kecil dari desa pun dapat tumbuh menjadi brand yang berpengaruh asal dijalankan dengan hati, visi, dan komitmen yang kuat.

## 2. Praktik Jual Beli Online Scoot Store dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah

Penelitian ini menilai kepatuhan praktik jual beli daring Scoot Store usaha mikro di Desa Sudikampiran terhadap prinsip Hukum Ekonomi

Syariah. Data diperoleh melalui wawancara, observasi transaksi, dan dokumentasi bukti digital. Fokus analisis mencakup rukun akad, kejelasan objek, transparansi harga, dan ketiadaan riba sesuai pedoman Fatwa DSN-MUI.

**a. Rukun dan Syarat Akad**

Pemilik Scoot Store memenuhi syarat sebagai pihak berakad: dewasa, berakal, dan memahami mekanisme jual beli online. Konsumen juga sah secara hukum, meski pemahaman mereka tentang prinsip syariah terbatas. Barang yang diperjualbelikan jelas dan tersedia saat akad; produk didokumentasikan dengan foto dan keterangan stok untuk mencegah *gharar*.

Harga diinformasikan melalui chat, namun ditemukan kasus penambahan ongkos kirim atau biaya packing tanpa pemberitahuan awal. Ketidakterbukaan ini menimbulkan *gharar* dan perlu perbaikan dengan daftar harga transparan. Proses *ijab-kabul* dilakukan lewat pesan digital dan sah secara verbal, tetapi dokumentasi formal seperti nota digital atau tangkapan layar perlu diterapkan untuk kepastian hukum.

**b. Syarat Tambahan dan Praktik Transaksi**

Scoot Store menjual produk halal, bebas riba, dan dilakukan secara sukarela. Namun, informasi retur dan garansi belum disampaikan lengkap. Proses transaksi terdiri atas lima tahap: kontak awal, pemilihan produk, penyampaian harga, kesepakatan dan pembayaran, serta konfirmasi pengiriman. Hubungan personal antara penjual dan pembeli meningkatkan kepuasan tetapi kadang mengaburkan kejelasan akad.

**c. Temuan Khusus**

Secara umum, Scoot Store memenuhi rukun akad dan menjual barang yang sah secara syariah. Namun ditemukan:

- a. *Ijab-kabul* kurang terdokumentasi, menimbulkan potensi sengketa.
- b. Perubahan harga tanpa pemberitahuan awal.
- c. Informasi hak konsumen belum lengkap.
- d. Variasi komunikasi dapat memengaruhi kejelasan akad.

**d. Kesimpulan Sementara**

Scoot Store secara umum telah sesuai prinsip syariah: rukun akad terpenuhi, objek jelas, dan transaksi bebas riba. Namun perlu peningkatan pada tiga hal:

- a. Transparansi harga sejak awal termasuk biaya tambahan.
- b. Dokumentasi akad formal agar valid dan dapat diverifikasi.
- c. Informasi konsumen tentang hak retur, garansi, dan kehalalan barang.

### 3. Ketidakesesuaian dan Potensi Pelanggaran

Beberapa praktik Scoot Store masih mengandung unsur *gharar* dan keterbatasan transparansi. Ketidaktepatan deskripsi produk, biaya tambahan yang tidak diinformasikan, serta keterlambatan konfirmasi pengiriman menunjukkan masih perlunya penyesuaian terhadap fiqh muamalah. Transaksi tanpa kontrak tertulis juga melemahkan validitas akad.

Konsumen umumnya fokus pada harga dan kemudahan, bukan aspek syariah seperti kehalalan atau hak retur. Kurangnya edukasi ini berpotensi menimbulkan kerugian dan sengketa. Di sisi pembayaran, transparansi biaya administrasi e-wallet perlu diperjelas agar tidak menyerupai *riba*.

Kepatuhan terhadap Fatwa DSN-MUI sebagian besar sudah tercapai, terutama dalam kejelasan objek jual beli dan ketiadaan bunga, namun masih perlu perbaikan dalam hal dokumentasi dan edukasi konsumen.

### 4. Optimalisasi Kepatuhan Syariah

Untuk memperkuat kepatuhan syariah, tiga langkah utama direkomendasikan:

- a. Kebijakan retur dan garansi harus jelas, adil, dan terdokumentasi agar hak konsumen terlindungi.
- b. Audit internal kepatuhan syariah dilakukan berkala guna memastikan transaksi bebas *gharar* dan *riba*.
- c. Sistem pembayaran syariah-compliant seperti transfer melalui bank atau e-wallet syariah, dengan biaya transparan dan persetujuan konsumen.

Dengan penerapan langkah-langkah ini, Scoot Store berpotensi menjadi model usaha mikro daring yang amanah, adil, dan sepenuhnya sesuai prinsip Hukum Ekonomi Syariah.

## B. Pembahasan Dan Interpretasi Hasil

### 1. Analisis Komprehensif Praktik Jual Beli Daring di Scoot Store: Memadukan Efisiensi Digital dengan Kepatuhan Hukum Ekonomi Syariah

Perkembangan teknologi digital telah mengubah wajah perdagangan global secara fundamental. Proses jual beli kini tidak lagi terbatas pada pasar fisik, melainkan telah berpindah ke ruang digital melalui platform *e-commerce*, marketplace, maupun media sosial. Perubahan ini memberikan dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan efisiensi ekonomi, memperluas jangkauan pasar, dan menciptakan peluang baru bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dengan sistem transaksi daring, penjual dan pembeli dapat berinteraksi secara real-time tanpa batas geografis, mempercepat arus distribusi barang, serta menekan biaya operasional.

Namun demikian, kemudahan dan fleksibilitas ini di sisi lain menimbulkan persoalan baru terkait keabsahan hukum dan etika bisnis, terutama dalam konteks Hukum Ekonomi Syariah. Prinsip syariah tidak hanya menilai sah atau tidaknya transaksi secara formal, tetapi juga menuntut adanya nilai keadilan, keterbukaan, kejujuran, dan keberkahan dalam setiap bentuk interaksi ekonomi. Dalam pandangan Islam, tujuan utama muamalah bukan semata-mata mencari keuntungan, melainkan menciptakan keseimbangan (*tawazun*) dan menghindari pihak mana pun dari kerugian yang tidak adil (*dharar*).

Hal ini menjadi sangat relevan dalam praktik perdagangan melalui media sosial, di mana komunikasi dilakukan secara informal, cepat, dan seringkali minim bukti tertulis. Oleh karena itu, diperlukan kajian mendalam untuk menilai sejauh mana praktik jual beli daring tersebut sesuai dengan prinsip hukum syariah, terutama dalam hal pemenuhan rukun dan syarat sah akad, ketiadaan unsur *gharar* (ketidakpastian), serta kesesuaian dengan Fatwa Dewan Syariah Nasional – Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI).

### 2. Fokus dan Metode Penelitian

Penelitian ini berfokus pada praktik jual beli daring yang dilakukan oleh Scoot Store, sebuah UMKM yang beroperasi di Desa Sudikampiran, Kabupaten Indramayu. Scoot Store dipilih karena karakteristiknya yang mencerminkan fenomena umum di kalangan UMKM Indonesia memanfaatkan media sosial seperti Instagram, WhatsApp, dan Facebook sebagai sarana utama transaksi. Pemilihan objek ini memungkinkan analisis

mendalam terhadap praktik *akad* di tingkat mikro, yang sering kali menjadi representasi dari dinamika perdagangan digital di masyarakat.

Tujuan penelitian ini meliputi tiga aspek utama:

- a. Menilai penerapan akad jual beli online di Scoot Store berdasarkan rukun dan syarat sah akad dalam perspektif Hukum Ekonomi Syariah.
- b. Mengidentifikasi bentuk ketidaksesuaian atau potensi pelanggaran prinsip syariah yang terjadi dalam praktik jual beli daring tersebut.
- c. Merumuskan rekomendasi solusi praktis agar Scoot Store dapat menerapkan transaksi daring yang lebih sesuai dengan prinsip syariah dan mendukung keberlanjutan bisnis secara etis.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Menurut Yin (2017) studi kasus memungkinkan peneliti memahami fenomena sosial dalam konteksnya yang nyata. Data diperoleh melalui wawancara semi-terstruktur, observasi partisipatif, dan dokumentasi digital berupa tangkapan layar percakapan transaksi serta bukti pembayaran. Analisis dilakukan dengan mengacu pada teori *fiqih muamalah*, Fatwa DSN-MUI Nomor 146/DSN-MUI/IX/2021 tentang *Akad Jual Beli Melalui Sistem Elektronik*, serta prinsip *maqāṣid al-syarī'ah*. Validitas data diperkuat melalui triangulasi sumber dan metode (Creswell & Poth, 2018), untuk memastikan hasil analisis objektif dan konsisten.

### 3. Penerapan Akad Transaksi Jual Beli Daring Ditinjau dari Rukun dan Syarat Sah Akad

Dalam hukum Islam, jual beli (*al-bay'*) dianggap sah apabila memenuhi empat rukun utama, yaitu:

- a. *'Aqidain* (pihak yang berakad),
- b. *Ma'qud 'alayh* (objek yang diperjualbelikan),
- c. *Sighat al-'Aqd* (ijab dan kabul), dan
- d. *Thaman* (harga atau imbalan).

Selain itu, setiap rukun memiliki syarat sah yang memastikan akad berlangsung atas dasar ridha, kejelasan, dan keadilan antara pihak-pihak yang bertransaksi.

#### a. Pihak yang Berakad (*al-'Aqidain*)

Hasil observasi menunjukkan bahwa pihak penjual (pemilik Scoot Store) dan para konsumen adalah individu yang cakap hukum dan berakal sehat. Mereka melakukan transaksi secara sadar dan sukarela. Dalam hal ini, rukun pertama terpenuhi. Namun, ditemukan bahwa

sebagian konsumen kurang memahami prinsip-prinsip jual beli syariah, seperti pentingnya kejelasan barang, larangan *riba*, dan keharusan transparansi harga. Kurangnya literasi syariah ini dapat mengurangi kesempurnaan akad karena persetujuan konsumen tidak selalu didasarkan pada pengetahuan penuh. Menurut Ajzen (1991), perilaku ekonomi seseorang sangat dipengaruhi oleh sikap dan keyakinan yang membentuk niat tindakan (*Theory of Planned Behavior*). Dengan demikian, peningkatan pemahaman syariah di kalangan pelaku usaha dan konsumen menjadi penting.

**b. Objek Transaksi (*al-Ma'qud 'alayh*)**

Objek transaksi Scoot Store umumnya berupa pakaian dan aksesoris yang nyata, jelas, dan halal. Barang yang dijual dimiliki penjual secara sah pada saat akad dilakukan. Hal ini sejalan dengan ketentuan *fiqh muamalah* yang melarang penjualan barang spekulatif (*bay' al-ma'dum*), yaitu menjual barang yang belum dimiliki atau tidak ada pada saat akad (al-Baht, 2003).

Namun, beberapa deskripsi produk di media sosial masih minim detail, seperti bahan, ukuran, dan warna yang sebenarnya. Akibatnya, sebagian konsumen melaporkan perbedaan antara ekspektasi dan barang yang diterima. Kondisi ini dapat menimbulkan *gharar*, yaitu ketidakpastian terhadap objek transaksi, sebagaimana diingatkan oleh al-Suyuti (2005) bahwa kejelasan objek merupakan syarat mutlak keabsahan akad.

**c. Harga atau Imbalan (*al-Thaman*)**

Penetapan harga di Scoot Store umumnya disampaikan secara langsung melalui pesan pribadi (*chat*). Namun, beberapa kasus menunjukkan adanya tambahan biaya seperti ongkos kirim atau biaya *packing* yang baru diinformasikan setelah pembayaran dilakukan. Ketidakjelasan ini mengandung unsur *gharar*, karena pembeli tidak mengetahui total kewajiban finansial pada saat akad. al-Qarafi (2001) menegaskan bahwa harga harus jelas dan disepakati sebelum transaksi agar tidak menimbulkan ketidakadilan. Oleh karena itu, Scoot Store perlu menyampaikan seluruh rincian biaya di awal agar memenuhi prinsip keterbukaan (*tabligh*).

**d. Ijab dan Kabul (*Sighat al-'Aqd*)**

Proses *ijab* dan *kabul* di Scoot Store dilakukan melalui pesan tertulis di media sosial, seperti WhatsApp dan Instagram. Dalam konteks digital, pernyataan kesepakatan secara daring tetap sah menurut hukum Islam, selama kedua belah pihak saling ridha dan memahami objek serta nilai transaksi. Namun, kelemahannya terletak pada ketiadaan dokumentasi formal. Tidak adanya nota digital atau kontrak elektronik memperbesar risiko sengketa, terutama jika terjadi ketidaksesuaian produk. al-Zahiri (1981) dan al-Mardawi (1996) menekankan pentingnya dokumentasi tertulis sebagai bentuk perlindungan hukum dalam akad.

#### 4. Bentuk Ketidaksesuaian dan Potensi Pelanggaran Prinsip Syariah

Berdasarkan hasil analisis lapangan, ditemukan beberapa bentuk ketidaksesuaian yang dapat mengurangi kepatuhan transaksi Scoot Store terhadap prinsip syariah, antara lain:

##### a. Unsur *Gharar* (Ketidakjelasan)

*Gharar* adalah ketidakpastian yang menyebabkan salah satu pihak tidak mengetahui secara pasti aspek penting dalam transaksi, seperti barang, harga, atau waktu pengiriman. Dalam praktik Scoot Store, unsur *gharar* muncul dalam beberapa bentuk:

##### 1) Ketidakjelasan Pengiriman Barang.

Beberapa konsumen melaporkan keterlambatan informasi mengenai status pengiriman barang. Setelah pembayaran dilakukan, penjual tidak segera memberikan nomor resi atau kepastian waktu pengiriman. Ketidakpastian ini termasuk bentuk *gharar yasir* (ketidakjelasan ringan) yang berpotensi menjadi *gharar fahisy* (ketidakjelasan besar) bila menyebabkan kerugian finansial.

##### 2) Biaya Tambahan Tidak Transparan.

Praktik penambahan ongkos kirim atau biaya *packing* setelah transaksi disetujui menyalahi prinsip *sidq* (kejujuran). Al-Mawardi (2002) menegaskan bahwa seluruh unsur biaya yang terkait dengan akad harus diketahui oleh kedua belah pihak agar tidak menimbulkan perselisihan.

##### 3) Deskripsi Produk Tidak Akurat.

Ketidaksesuaian antara foto produk dan barang yang diterima menyebabkan konsumen dirugikan secara moral maupun material. Hal ini mengandung unsur *jahalah*, yakni ketidaktahuan konsumen terhadap kondisi barang secara utuh, yang dapat membatalkan akad.

#### 4) **Ketiadaan Dokumentasi Akad**

Tidak adanya nota digital atau bukti perjanjian tertulis menjadi masalah serius. Padahal, dokumentasi diperlukan untuk menjaga *hifz al-māl* (perlindungan harta) dan *hifz al-'adl* (keadilan). Fatwa DSN-MUI No. 146/2021 juga menegaskan pentingnya bukti transaksi dalam perdagangan elektronik untuk menjamin hak dan kewajiban para pihak.

#### 5) **Kurangnya Edukasi Syariah**

Baik penjual maupun pembeli belum memahami prinsip muamalah secara utuh. Transaksi dilakukan dengan semangat bisnis modern tetapi kurang memperhatikan dimensi etik dan spiritual Islam. Akibatnya, muncul perilaku ekonomi pragmatis yang mengabaikan niat (*niyyah*) dan kejujuran sebagai pondasi akad.

### 5. **Rekomendasi Solusi: Menuju Transaksi Digital yang Syar'i dan Berkeadilan**

Untuk menjadikan Scoot Store sebagai contoh praktik *e-commerce* syariah yang unggul dan berkelanjutan, beberapa langkah perbaikan direkomendasikan berikut ini:

#### a. **Penerapan Transparansi Harga dan Informasi**

Seluruh komponen harga harus diinformasikan secara rinci sebelum akad. Penjual wajib menyertakan rincian harga pokok, ongkos kirim, biaya tambahan, dan estimasi waktu pengiriman. Prinsip keterbukaan ini sejalan dengan nilai *sidq* dan *amanah* dalam Islam, serta mencegah terjadinya *gharar*.

#### 1) **Penguatan Dokumentasi Akad Digital**

Scoot Store perlu membuat sistem dokumentasi sederhana, seperti nota digital atau *e-receipt*, yang dapat dikirim otomatis melalui pesan setelah pembayaran diterima. Bukti digital ini berfungsi sebagai dokumen legal jika terjadi sengketa. Pencatatan juga selaras dengan QS. Al-Baqarah [2]:282 yang menganjurkan umat Islam untuk menuliskan transaksi agar terhindar dari kesalahan.

#### 2) **Edukasi dan Literasi Syariah**

Pemilik Scoot Store disarankan mengikuti pelatihan literasi ekonomi syariah yang diselenggarakan oleh lembaga keuangan Islam, MUI, atau pesantren ekonomi. Edukasi ini penting agar pemilik

usaha memahami batas halal-haram dalam transaksi modern, termasuk larangan *riba*, *gharar*, dan *maysir*.

### 3) Kebijakan Retur dan Garansi

Membuat kebijakan retur barang yang jelas dan adil adalah bentuk perlindungan konsumen. Prosedur retur harus diinformasikan sejak awal, termasuk syarat pengembalian dan waktu klaim. Dengan demikian, hak pembeli terlindungi, dan akad tetap dalam koridor *ridha bi ridha*.

### 4) Audit Internal dan Kepatuhan Syariah

Scoot Store dapat menerapkan sistem audit syariah sederhana, misalnya dengan melakukan peninjauan transaksi secara berkala dan memastikan semua akad sesuai prinsip muamalah. Pendekatan ini dapat dilakukan dengan bimbingan lembaga keuangan syariah lokal.

### 5) Penguatan Sistem Pembayaran Syariah

Transaksi sebaiknya menggunakan sistem pembayaran yang *syariah-compliant*, seperti rekening bank syariah atau e-wallet berbasis syariah. Langkah ini mencegah keterlibatan dana *riba* dan memperkuat kepercayaan konsumen Muslim.

## 6. Membangun Transaksi Digital Berkeadilan: Analisis Kepatuhan Syariah pada Praktik Jual Beli Daring Scoot Store

Analisis komprehensif terhadap praktik jual beli daring di Scoot Store menunjukkan bahwa secara umum, rukun dan syarat sah *akad* telah terpenuhi. Penjual dan pembeli melakukan transaksi atas dasar kesepakatan, objek barang nyata dan halal, serta tidak ditemukan unsur *riba* eksplisit. Namun, kelemahan utama terletak pada aspek transparansi, dokumentasi, dan edukasi syariah. Unsur *gharar* dan *jahalah* muncul karena kurangnya kejelasan harga, deskripsi produk, serta ketiadaan bukti tertulis.

Dengan menerapkan rekomendasi yang disusun seperti memperjelas harga, memperkuat dokumentasi akad digital, memberikan edukasi syariah, dan memastikan sistem pembayaran bebas *riba* Scoot Store dapat menjadi contoh nyata bagaimana UMKM lokal memadukan efisiensi digital dengan kepatuhan Hukum Ekonomi Syariah. Integrasi ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan konsumen, tetapi juga mewujudkan tujuan ekonomi Islam: menciptakan keadilan, keberkahan, dan kesejahteraan bagi semua pihak.



## KESIMPULAN

Penelitian ini menegaskan bahwa praktik jual beli daring yang dilakukan oleh Scoot Store sebagai usaha mikro di Desa Sudikampiran pada dasarnya telah mengadopsi mekanisme transaksi yang sejalan dengan prinsip dasar Hukum Ekonomi Syariah. Pemenuhan rukun akad, kejelasan objek transaksi, kesepakatan harga, serta ketiadaan unsur riba menunjukkan bahwa aktivitas jual beli yang berlangsung tidak bertentangan secara substansial dengan fiqh muamalah. Penjual dan pembeli bertransaksi secara sadar, sukarela, dan atas dasar saling ridha, sehingga aspek legalitas akad secara umum telah terpenuhi.

Meskipun demikian, penelitian ini juga menemukan adanya sejumlah kelemahan yang berpotensi mengurangi kesempurnaan akad. Unsur gharar masih muncul dalam bentuk ketidakjelasan deskripsi produk, tambahan biaya yang tidak disampaikan sejak awal, serta keterlambatan informasi pengiriman. Selain itu, ketiadaan dokumentasi akad digital memperbesar risiko sengketa antara penjual dan pembeli. Kondisi ini menunjukkan bahwa kepatuhan syariah tidak cukup hanya pada niat baik, tetapi juga harus diwujudkan melalui sistem yang transparan, tertib, dan dapat diverifikasi.

Kurangnya literasi ekonomi syariah di kalangan pelaku usaha dan konsumen turut memengaruhi kualitas transaksi. Konsumen cenderung menitikberatkan pada kemudahan dan harga, tanpa mempertimbangkan aspek kehalalan proses, kejelasan akad, serta perlindungan hak. Padahal, dalam perspektif Islam, transaksi bukan sekadar aktivitas ekonomi, melainkan juga bentuk ibadah sosial yang harus mengandung nilai kejujuran, keadilan, dan amanah.

Oleh karena itu, optimalisasi kepatuhan syariah di Scoot Store perlu diarahkan pada peningkatan transparansi harga, penguatan dokumentasi akad digital, penyusunan kebijakan retur dan garansi, serta penggunaan sistem pembayaran yang sesuai prinsip syariah. Dengan penerapan langkah-langkah tersebut, Scoot Store tidak hanya mampu meningkatkan kepercayaan konsumen, tetapi juga berpotensi menjadi model UMKM digital yang memadukan efisiensi teknologi dengan nilai-nilai Hukum Ekonomi Syariah secara berkelanjutan dan berkeadilan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- al-Bahūtī, M. ibn Y. (2003). *Kashshaf al-Qina'* (Vol. 4). Dar al-Fikr.
- al-Kasani, A. al-Din. (1986). *Bada'i' al-Sana'i' fi Tartib al-Shara'i'* (Vols. 5-6). Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah.
- al-Mardawi, A. al-Din. (1996). *Al-Insaf fi Ma'rifat al-Rajih min al-Khilaf* (Vols. 4-5). Dar Ihya' al-Turath al-'Arabi.
- Al Mustaqim, D. (2023). PRINSIP SYARIAH DALAM OPERASIONAL ONLINE SHOP: ANALISIS FATWA DSN-MUI No. 146/DSN-MUI/IX/2021. *AB-JOIEC: Al-Bahjah Journal of Islamic Economics*, 1(1), 1-13. <https://doi.org/10.61553/abjoiec.v1i1.9>
- al-Nawawi, Y. ibn S. (2005). *Al-Majmu' Sharh al-Muhadhdhab* (Vols. 9-10). Dar al-Fikr.
- al-Qarafi, A. ibn I. (2001). *Al-Dhakha'ir wa al-Sana'i'* (Vol. 5). Dar al-Gharb al-Islami.
- al-Shafi'i, M. ibn I. (2003). *Al-Umm* (Vols. 3-4). Dar al-Wafa'.
- al-Suyuti, J. al-Din. (2005). *Al-Ashbah wa al-Naza'ir fi al-Qawa'id al-Fiqhiyyah*. Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah.
- al-Zahiri, I. H. (1981). *Al-Muhalla* (Vol. 9). Dar al-Fikr.
- Al-Mawardi. (2002). *Al-Hawi al-Kabir* (Vol. 5). Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah.
- Ari Sandi (Ed.) (with Duski Ibrahim). (2019). *Ushul al-fiqh: Dasar-dasar hukum Islam* (Cetakan I: November 2019). Noerfikri.
- Ascarya. (2008). Akad dan Produk Bank Syariah. *Rajagrafindo Persada*. <https://www.rajagrafindo.co.id/produk/akad-produk-bank-syariah/>
- Bank Indonesia. (2023). *Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia 2022*. <https://ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/laporan-perkembangan-keuangan-syariah-indonesia/Pages/Laporan-Perkembangan-Keuangan-Syariah-Indonesia-2022.aspx>
- Blau, P. M. (2009). *Exchange and Power in Social Life*. Transaction Publishers.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design Choosing among Five Approaches*. 4th Edition. SAGE Publications, Inc., Thousand Oaks.
- Fitria, N. J. L., Aprilyandi, F., & Adinda, S. B. (2024). Measuring Intention to Build a Creative City Based on Theory of Planned Behaviour and



- Readiness to Change. *Fenomena*, 23(2), Article 2.  
<https://doi.org/10.35719/fenomena.v23i2.177>
- Granovetter, M. (1985). Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91(3), 481–510.
- Haryono, H., Soeprijanto, T., & Nisa, L. K. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi E-Commerce dalam Hal Wanprestasi. *Jurnal Inovasi Pembelajaran di Sekolah*, 4(1), Article 1.  
<https://doi.org/10.51874/jips.v4i1.96>
- Hasanah, N., Sayuti, M. N., & Lisnawati, L. (2024). OPTIMALISASI REGULASI PERBANKAN SYARIAH OLEH BANK INDONESIA DAN OTORITAS JASA KEUANGAN DALAM AKSELERASI TRANSFORMASI DIGITAL. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 13(03), 709–723.  
<https://doi.org/10.22437/jmk.v13i03.36621>
- Idris, I., Alias, S. S., & Singh, S. K. N. (2020). Perception of Muslim Consumers Towards Halal Branding in Advertising. *International Journal of Criminology and Sociology*, 9, 2004–2011. <https://doi.org/10.6000/1929-4409.2020.09.235>
- Islam, M. (2009). E-Commerce & E-Payments: Islamic Perspective. *IIUC Studies*, 2.  
<https://doi.org/10.3329/iiucs.v2i0.2584>
- Jie, L., Jixiong, C., & Wei, Z. (2023). Islamic Business Ethics. *Sharia Oikonomia Law Journal*, 1(3), 172–184. <https://doi.org/10.55849/solj.v1i3.487>
- Kaharuddin, K., Amrin, A., Nurdin, M. R., Sugiyarto, S., Su'ud, S., & Supriyanto, S. (2024). The Role of Islamic Financial Literacy and Local Wisdom in Decisions to Use Sharia Banking Products: A Systematic Literature Review. *Mimbar Agama Budaya*, 41(1), Article 1.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2016). *E-Commerce 2016: Business, Technology, Society, Global Edition*. Pearson Education, Limited.
- Porter, M. E. (2001). Strategy and the Internet. *Advances In Strategy*, 79.
- Prasetyo, S. M., Gustiawan, R., & Albani, F. R. (2024). *Analisis Pertumbuhan Pengguna Internet Di Indonesia*. 2(1).
- Tambunan, T. (2009). *SMEs in Asian Developing Countries*.  
<https://doi.org/10.1057/9780230250949>
- Tambunan, T. T. H. (2021). *UMKM Di INDONESIA: Perkembangan, Kendala, dan Tantangan*. Prenada Media.



- Tektona, R., Purwoto, A., Junaedi, M., Dewi, P., Bidari, A., Hamdallah, M., Usman, R., Muhajir, M., Fageh, A., Ridayani, Permana, D., Safwan, Sudrajat, A., & Pustaka, S. (2023). *Hukum Ekonomi Syariah*.
- Yin, R. K. (2017). *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (6th edition). SAGE Publications, Inc.
- Zainul, N., Osman, F., & Mazlan, S. (2004). E-Commerce from an Islamic perspective. *Electronic Commerce Research and Applications*, 3, 280–293. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2004.01.002>