

**El-Iqtishady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah**  
**Volume 4 Nomor 1 Juni 2022**  
**Halaman 88-95**

**PASAR DIGITAL SYARIAH DALAM TRANSAKSI BISNIS MODERN**

Mahmudah Mulia Muhammad  
Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar  
*Email: Udha009@gmail.com*

**Abstrak**

Digitalisasi ekonomi syariah dapat merambah dalam berbagai aspek ekonomi baik ekonomi mikro maupun ekonomi makro. Sekarang ini peran digital sangat luar biasa, hampir semua perekonomian menggunakan teknologi informasi dan komunikasi atau digitalisasi. Ekonomi syariah sebagai suatu pemikiran ekonomi yang dianggap dapat menjadi alternatif dari pemikiran ekonomi saat ini sedang berkembang pesat di seluruh dunia dalam 10 tahun terakhir. Oleh karena itu dibutuhkan pelaku ekonomi yang mengedepankan hukum Islam dalam transaksinya, dalam hal ini dibutuhkan adalah menghindari praktik riba menuju *falah*, memaksimalkan laba dan keterlibatan pemerintah sebagai *stakeholder*. Dengan demikian, akan melahirkan pasar ekonomi digital syariah yang selama ini diidam-idamkan.

**Kata kunci: Digitalisasi, Ekonomi Syariah, Bisnis Online**

**Abstract**

*The digitalization of the Islamic economy can penetrate various economic aspects, both micro and macroeconomics. Today the role of digital is extraordinary, almost all economies use information and communication technology or digitization. Islamic economics as an economic thought that is considered to be an alternative to economic thought is currently growing rapidly throughout the world in the last 10 years. Therefore, it is necessary for economic actors who prioritize Islamic law in their transactions, in this case what is needed is to avoid the practice of usury towards *falah*, maximize profits and involve the government as a stakeholder. Thus, it will give birth to the sharia digital economy market that has been coveted.*

**Keywords: Digitalization, Islamic Economy, Online Business.**

**A. PENDAHULUAN**

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi dimasa sekarang ini telah perlahan mengubah wajah dunia dari jaman konvensional kearah pengembangan berbasis IT (internet). Di dalam perubahan ini tentunya akan mengubah arah beberapa aspek kehidupan khususnya di Indonesia, dimana aspek sosial kemasyarakatan, ekonomi, dan juga pendidikan akan menyesuaikan dengan perubahan tersebut.<sup>1</sup>

Terhitung sejak fase awal perkembangan internet di Indonesia tahun 1990-an, jumlah pengguna internet meningkat dengan amat pesat. Hal ini terjadi beriringan pula dengan ekspansi kelas menengah, pertumbuhan ekonomi Negara, dan proses demokratisasi. Salah satu trend yang berkembang dalam industri telekomunikasi

---

<sup>1</sup>Robby Darwis Nasution, "Pengaruh Kesenjangan Digital Terhadap Pembangunan Pedesaan (Rural Development)", *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, Vol. 20 No.1 (2016), h. 32.

**El-Iqtishady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah**  
**Volume 4 Nomor 1 Juni 2022**  
**Halaman 88-95**

adalah *smartphone*, bertambahnya pengguna jejaring sosial, serta pertumbuhan infrastruktur internet.<sup>2</sup>

Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi terjadi pada hampir semua aspek kehidupan manusia. Perkembangan IPTEK membawa manusia menuju level revolusi industri yang disebut sebagai revolusi 4.0. revolusi 4.0 menjadikan semua lebih mudah dengan adanya internet. Pemanfaatan internet mendorong pertumbuhan sumber-sumber ekonomi baru yang dikenal sebagai ekonomi digital yang mana hal tersebut mampu mendeskripsikan bagaimana internet mengubah cara manusia melakukan bisnis. Informasi pada ekonomi lama berbentuk fisik, sedangkan informasi pada era ekonomi digital berbentuk digital. Banyak yang meyakini bahwa revolusi industri 4.0 mampu meningkatkan perekonomian dan kualitas pada sendisendi kehidupan secara signifikan. Dalam revolusi industri 4.0 menerapkan dan mengandalkan adanya konsep otomatisasi yang dikerjakan oleh mesin tanpa memerlukan lagi tenaga manusia dalam pengaplikasiannya. Hal ini merupakan hal yang vital dan dibutuhkan oleh para pelaku usaha/industri dalam rangka efisiensi waktu, tenaga kerja, dan biaya.<sup>3</sup>

Munculnya ekonomi digital ini menghasilkan layanan keunggulan yang inovatif, di antaranya cara transaksi bisnis yang lebih baik, baik layanan transfer maupun model bisnisnya, sehingga perusahaan sekarang ini didorong untuk bisa menyesuaikan diri agar dapat mendominasi bisnis di masa kini dan masa depan. Ini dibuktikan dengan munculnya toko-toko *online* (baik itu *marketplaces* maupun *platform online*) yang mulai merajalela di berbagai belahan dunia.<sup>4</sup>

Bentuk jual-beli mengalami perkembangan sesuai dengan perkembangan masyarakat dan perubahan sosial. Masyarakat primitive dalam melakukan jual beli mengambil bentuk tukar menukar barang yang tidak sejenis atau barter. Pada perkembangan selanjutnya sistem barter ini mulai ditinggalkan karena manusia mulai mengenal uang sebagai alat tukar-menukar. Kita mengenal dua cara yang dilakukan dalam jual beli, yaitu secara konvensional dan secara modern. Cara konvensional atau offline ini dilakukan dengan saling bertemunya pembeli dan penjual dan baik keduanya dapat melakukan akad secara langsung. Cara modern atau lebih dikenal dengan sistem *online*, secara garis besar dapat diartikan sebagai jual beli barang dan jasa melalui media elektronik, khususnya melalui internet atau secara *online*.<sup>5</sup>

Namun seiring dengan perkembangan teknologi dalam melakukan transaksi yang semakin berkembang ini, ternyata turut pula menimbulkan berbagai permasalahan. Beberapa permasalahan yang dapat muncul dalam transaksi *online* misalnya kualitas barang yang dijual, potensi penipuan dan potensi gagal bayar dari pembeli.

---

<sup>2</sup>Niken Lestari, "Membangun Pasar Ekonomi Digital Perspektif Syariah", *LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, Vol.1 No.2, (2018), h. 80–81.

<sup>3</sup>Tata Ridho Nugroho, Nur Ainayah, and Dindya Nirmala, "Pelatihan Dan Pengembangan Usaha Ekonomi Mikro Di Desa Karangdiyeng Kecamatan Kutorejo Kabupaten Mojokerto", *Abdimas Nusantara: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol.1 No.2 (2020), h. 100–101.

<sup>4</sup>Yanis Ulul Az'mi, "Perpajakan Di Era Ekonomi Digital: Indonesia, India Dan Inggris", *JIAFE (Jurnal Ilmiah Akuntansi Fakultas Ekonomi)*, 4.2 (2019), h. 215.

<sup>5</sup>Safira Dhea Fitriani and others, "Digitalisasi Ekonomi Syariah Penerapan Hukum-Hukum Islam Dalam Jual Beli Online", *Jurnal Ekonomi Syariah*, 6.1 (2021), h. 52.

**El-Iqtishady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah**  
**Volume 4 Nomor 1 Juni 2022**  
**Halaman 88-95**

Islam memiliki prinsip-prinsip yang harus diperhatikan dalam jual beli, baik jual beli secara langsung (*offline*) ataupun jual beli yang dilakukan dengan cara *online*. Prinsip-prinsip tersebut adalah keadilan dan transaksi yang jujur, memenuhi perjanjian dan melaksanakan kewajiban antara penjual dan pembeli, memenuhi semua akad yang telah disepakati bersama, halal dan haram dalam transaksi jual beli harus jelas, dan pemasaran yang bebar dan penentuan harga yang wajar.<sup>6</sup> Dengan demikian, kajian ini terfokus kepada digitalisasi ekonomi syariah dalam transaksi modern.

## **B. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan berdasarkan studi pustaka dengan berbagai referensi jurnal dan buku serta beberapa artikel terbaik dan terupdate. Penelitian Pustaka (*library research*) yaitu Penelitian dilaksanakan dengan mengumpulkan data dan landasan teoritis dengan mempelajari buku, karya ilmiah, hasil penelitian terdahulu, jurnal-jurnal terkait, artikel-artikel yang terkait serta sumber-sumber yang terkait dengan penelitian sesuai dengan penelitian yang diteliti. Setelah semua data telah diperoleh berhasil dikumpulkan selama proses penelitian baik data primer dan data sekunder dianalisis secara kualitatif kemudian disajikan secara deskriptif yaitu menjelaskan, menguraikan, menggambarkan permasalahan yang berkaitan dengan pasar digital syariah dalam transaksi bisnis modern.

## **C. HASIL PENELITIAN**

### **1. Ekonomi Digital dan Digitalisasi Ekonomi Syariah**

Istilah ekonomi digital diciptakan oleh Don Tapscott pada tahun 1995 dengan definisi bahwa sebuah sosiopolitik dan sistem ekonomi yang memiliki karakteristik sebagai sebuah ruang intilijen, meliputi informasi, berbagai akses instrument informasi dan pemrosesan informasi.<sup>7</sup>

Ekonomi digital merupakan salah satu tren peluang bisnis ke depan. Oleh karena itu, mulai sekarang pemerintah harus mempersiapkan instrumen yang diperlukan agar tidak ketinggalan dalam memanfaatkan kesempatan tersebut. Ekonomi digital adalah suatu hal yang kompleks dan merupakan fenomena yang baru muncul terkait dengan aspek-aspek ekonomi mikro, ekonomi makro, dan teori organisasi dan administrasi. Ekonomi digital akan menjelaskan perkembangan dan pertumbuhan ekonomi beberapa dekade yang akan datang.<sup>8</sup>

Adapun konsep lainnya yang diperkenalkan oleh Zimmerman dalam Safira<sup>9</sup> dengan konsep yang seringkali digunakan untuk menjelaskan dampak global (keseluruhan) dari adanya teknologi informasi dan komunikasi terhadap ekonomi.

---

<sup>6</sup>Muhammad Deni Putra, 'Jual Beli OnLine Berbasis Media Sosial Dalam Perspektif Ekonomi Islam', *ILTIZAM: Ournal of Shariah Economic Research*, Vol.3 No.1 (2019), h. 83.

<sup>7</sup>Meithiana Indrasari, 'Orasi Ilmiah: Ekonomi Digital, Peran Kampus Dan Pencapaian Target Sustainable Development Goals', 2017.

<sup>8</sup>Niken Lestari, "Membangun Pasar Ekonomi Digital Perspektif Syariah", *LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, Vol.1 No.2 (Juni 2018), h. 82.

<sup>9</sup>Fitriani, Safira Dhea, dkk, "Digitalisasi Ekonomi Syariah Penerapan Hukum-Hukum Islam Dalam Jual Beli Online", *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 6 No.1 (2021), h. 55.

**El-Iqtishady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah**  
**Volume 4 Nomor 1 Juni 2022**  
**Halaman 88-95**

Konsep ini juga dapat memberikan penjelasan mengenai dampak dari adanya inovasi teknologi terhadap ekonomi digital dengan lingkup ekonomi mikro maupun makro. Dalam keseluruhan sistem penjualannya, tentu saja ekonomi digital amat sangat bergantung pada teknologi digital yang ada.

Pesatnya perkembangan ekonomi digital di Indonesia selain disebabkan oleh pesatnya perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dan juga tidak terlepas dari meningkatnya penetrasi penggunaan internet. Jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya.

Perkembangan teknologi saat ini akan mempengaruhi bidang-bidang lain termasuk bidang ekonomi. Para pelaku ekonomi seperti pemilik Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sekarang tidak hanya dapat menghasilkan suatu produk saja, namun juga harus beradaptasi dan menerapkan perkembangan teknologi ke kegiatan ekonominya.

Perkembangan teknologi digital memungkinkan para pelaku UMKM untuk memasarkan produknya secara online dan melakukan transaksi melalui sistem perbankan secara online pula. Media sosial merupakan suatu sarana digital marketing yang paling mudah untuk dimanfaatkan. Sebelum sebuah usaha memiliki situs, tidak jarang kita menemukan terutama di pasar seperti Indonesia bahwa mereka telah memulai memasuki ranah dunia maya melalui media sosial. Hal ini dapat menjadi stimulan perkembangan kewirausahaan dan keberlangsungan UMKM. Selain biaya yang murah dan tidak perlunya keahlian khusus dalam melakukan inisiasi awal, media sosial dianggap mampu untuk secara langsung meraih calon konsumen.<sup>10</sup>

Perekonomian syariah yang terdigitalisasi memungkinkan semua dalam bentuk dunia maya atau yang sering disebut dengan bisnis dunia maya seperti; *e-commerce*, *e-business*, *e-banking*, *e-payment*, *e-marketing*, *e-learning* meliputi berbagai aspek sebagai berikut:<sup>11</sup>

**1. Knowledge**

Pengetahuan dari sumber daya manusia merupakan hal terpenting dalam kelangsungan suatu perusahaan atau instansi dan merupakan aset dari perusahaan atau instansi.

**2. Digitization**

*Digitization* merupakan suatu proses transformasi informasi dari berbagai bentuk menjadi format digit “0” dan “1” (bilangan biner). Walaupun konsep tersebut sekilas nampak sederhana, namun keberadaannya telah menghasilkan suatu terobosan dan dampak perubahan yang sangat besar di dalam dunia transaksi bisnis.

**3. Virtualization**

Virtualisasi yang memungkinkan seseorang untuk memulai bisnisnya dengan perangkat sederhana (perangkat PC dengan koneksi data internet) dan dapat

---

<sup>10</sup>Mohamad Trio Febriantoro and Debby Arisandi, ‘Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean’, *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1.2 (2018), 62–76.

<sup>11</sup>Aan Ansori, ‘Digitalisasi Ekonomi Syariah’, *Islamiconomic: Jurnal Ekonomi Keuangan Dan Bisnis Islam*, 7.1 (2016), 1–18.

**El-Iqtishady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah**  
**Volume 4 Nomor 1 Juni 2022**  
**Halaman 88-95**

menjangkau seluruh calon pelanggan di dunia maya (internet), sudah dapat melakukan transaksi bisnisnya.

**4. *Molecularization***

Organisasi yang akan bertahan dalam era ekonomi digital adalah yang berhasil menerapkan bentuk molekul.

**5. *Internetworking***

*Internetworking* merupakan hal terpenting dalam melakukan transaksi bisnis baik secara elektronik maupun secara konvensional dengan ketemu muka dan melakukan transaksi bisnis, tidak ada perusahaan yang dapat bekerja sendiri tanpa menjalin kerja sama dengan pihak-pihak lain, demikian salah satu persyaratan untuk dapat berhasil di dunia maya.

**6. *Disintermediation***

Ciri khas lain dari arena ekonomi digital adalah kecenderungan berkurangnya mediator (broker) sebagai perantara terjadinya transaksi antara pemasok dan pelanggan.

**7. *Convergence***

Kunci sukses perusahaan dalam bisnis internet terletak pada tingkat kemampuan dan kualitas perusahaan dalam mengkonvergensi tiga sektor industri, yaitu: *computing*, *communications*, dan *content*.

**8. *Innovation***

Aktivitas di internet adalah bisnis 24 jam, bukan 8 jam seperti layaknya perusahaan-perusahaan di dunia nyata.

**9. *Prosumption***

Di dalam ekonomi digital batasan antara konsumen dan produsen yang selama ini terlihat jelas menjadi kabur.

**10. *Immediacy***

Di dunia maya (internet), pelanggan dihadapkan pada beragam perusahaan yang menawarkan produk atau jasa yang sama.

**11. *Globalization***

Esensi dari globalisasi adalah runtuhnya batas-batas ruang dan waktu (*time and space*). Pengetahuan atau *knowledge* sebagai sumber daya utama, tidak mengenal batasan geografis sehingga keberadaan entitas negara menjadi kurang relevan di dalam menjalankan konteks bisnis di dunia maya.

**12. *Discordance***

Ciri khas terakhir dalam ekonomi digital adalah terjadinya fenomena perubahan struktur sosial dan budaya sebagai dampak konsekuensi logis terjadinya perubahan sejumlah paradigma terkait dengan kehidupan sehari-hari.

**2. *Bisnis Online dalam Perspektif Ekonomi Syariah***

Sebagaimana yang diketahui ada empat rukun akad, yaitu: a) ada pihak-pihak yang berakad; b) shighah atau ijab qabul; c) *Al-ma'qud alaih* atau objek akad; d) tujuan pokok akad tersebut dilakukan. Pihak-pihak yang berakad dalam penjualan *online* telah jelas, yaitu ada yang bertindak sebagai penjual dan ada yang bertindak sebagai pembeli. Shighah dalam penjualan *online* biasanya berupa syarat dan kondisi yang harus disetujui oleh konsumen. Syarat dan kondisi (*term*

**El-Iqtishady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah**  
**Volume 4 Nomor 1 Juni 2022**  
**Halaman 88-95**

*and conditions*) yang harus disetujui dapat dipahami sebagai sebuah *shighah* yang harus dipahami baik oleh produsen maupun oleh konsumen.<sup>12</sup>

Dalam hal penjualan *online* bentuk *shighah* yang dilakukan adalah dengan cara tulisan. Contohnya apabila kita membeli suatu program melalui telepon pintar (*smartphone*) akan ada pilihan bahwa konsumen telah membaca dan menyetujui aturan dan perjanjian yang dibuat. Syarat dan kondisi yang disetujui ini merupakan *shighah* yang harus dipahami baik oleh produsen maupun konsumen pada penjualan *online*. Begitu pula apabila kita melakukan transaksi dengan menggunakan media sosial, penjual harus menulis syarat dan kondisi apa saja yang terdapat dalam transaksi tersebut, sehingga terjadi keterbukaan antara penjual dan pembeli.

Mayoritas ulama Muslim sepakat bahwa selain kata, penawaran dan penerimaan terjadi dalam bentuk tulisan atau perilaku (dikenal sebagai *mu'atah*), di mana tidak penjual atau pembeli mengungkapkan penawaran dan penerimaan atau hanya satu pihak mengatakan tawaran itu dan yang lainnya menerima melalui tindakan.

Melakukan jual beli online yang di mana produsen dan konsumen tidak bisa bertemu langsung dan tidak bisa melakukan akad secara langsung pula. Maka akad akan dilakukan melalui media massa juga dengan menyepakati beberapa hal di mana hal tersebut tidak menyudutkan ataupun merugikan pihak manapun serta kedua belah pihak saling menyetujuinya. Tak jarang apabila penjual dan pembeli berada pada jarak jauh yang di mana harus membutuhkan biaya kirim barang tambahan. Untuk hal ini juga perlu untuk disepakati bersama dikarenakan biaya pengiriman di setiap daerah berbeda-beda tergantung jarak tempuhnya

Berbagai pemaparan yang cukup jelas diatas mengenai bisnis *online*, ternyata masih cukup banyak tantangan ataupun persoalan yang dihadapi untuk mewujudkan bisnis *online* yang islami. Untuk menjawab tantangan dan persoalan tersebut, ditawarkan solusi agar bisnis *online* lebih baik lagi melalui skema berikut:<sup>13</sup>

### **1. Mencapai *Falah***

Untuk melakukan bisnis *online* perspektif syariah salah satunya harus menghindari riba. Tantangan bagi bisnis *online* Islam dalam usahanya menghindari riba dan akan memilih pembayaran dan sistem perbankan yang sesuai syariah. Hal ini penting karena operasional dasar bisnis *online* adalah sistem pembayaran perbankan. Dalam sistem kita saat ini, sebagian besar perdagangan domestik dan internasional menggunakan sistem keuangan konvensional yang dikonotasikan dan terkait dengan riba.

### **2. Memaksimalkan Laba**

Faktor kenyamanan merupakan salah satu hal yang dinilai mudah untuk *browsing* atau mencari informasi melalui *online* lebih mudah daripada belanja secara tradisional. Melalui *online*, konsumen dapat dengan mudah mencari katalog produk. Tetapi, misal jika konsumen melihat hanya untuk untk satu produk di toko secara tradisional untuk melihat secara fisik barangnya akan terasa

---

<sup>12</sup>Syaikh Shahih bin Fauzan bin Abdullah Al-Fausan, *Ringkasan Fikih Lengkap* (Jakarta: PT. Darul Falah, 2008), h. 488.

<sup>13</sup>Lestari, p. 94.

**El-Iqtishady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah**  
**Volume 4 Nomor 1 Juni 2022**  
**Halaman 88-95**

sulit dan memakan waktu. Konsumen lebih peduli tentang atribut situs web terkait dengan resiko yang dirasakan, misal: keamanan informasi dan keandalan perusahaan daripada terkait dengan kenyamanan yang dirasakan yang mendasari pentingnya mengurangi ketidakpastian belanja *online* dan resiko.

### **3. Peran Pemerintah**

Cita-cita pemerintah yang ingin menempatkan Indonesia sebagai Negara Ekonomi Digital terbesar di Asia Tenggara pada 2020 tentunya sistem perekonomian digital yang telah ada mulai harus diperbaiki, tentunya mengimbau kepada pemerintah untuk mempersiapkan industri ini. Tidak ada yang salah dengan fokus pemerintah untuk mengembangkan industri padat karya. Sebab, mayoritas sumber daya manusia Indonesia sekarang adalah lulusan SD-SMP dan SMA-SMK. Pemerintah tetap harus mempersiapkan industri berbasis teknologi informasi yang salah satu turunan bisnisnya adalah ekonomi digital. Ini penting sebab peluang bisnisnya besar dan akan menjadi tren ke depan.

### **D. Kesimpulan**

Hal yang mendasar dan melandasi digitalisasi ekonomi syariah hanya ada pada metode dan aturan main dari ajaran agama Islam dalam melakukan transaksi yang *syar'i* menurut ajaran agama Islam, karena semua urusan didunia sudah ada aturannya dalam kitab suci umat Islam.

Transaksi *online* dibolehkan menurut Islam berdasarkan prinsip-prinsip yang ada dalam perdagangan menurut Islam, khususnya dianalogikan dengan prinsip transaksi *as-salam*, kecuali pada barang/jasa yang tidak boleh untuk diperdagangkan sesuai syariat Islam. Bisnis *online* sama seperti bisnis *offline* seperti biasanya. Ada yang halal ada yang haram, ada yang legal ada yang ilegal. Hukum dasar bisnis *online* sama seperti akad jual beli dan akad *as-salam*, ini diperbolehkan dalam Islam.

**El-Iqtishady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah**  
**Volume 4 Nomor 1 Juni 2022**  
**Halaman 88-95**

**DAFTAR PUSTAKA**

**Buku:**

- Al-Fausan, Syaikh Shahih bin Fauzan bin Abdullah, *Ringkasan Fikih Lengkap* (Jakarta: PT. Darul Falah, 2008)
- Indrasari, Meithiana, 'Orasi Ilmiah: Ekonomi Digital, Peran Kampus Dan Pencapaian Target Sustainable Development Goals', 2017.

**Jurnal:**

- Ansori, Aan, 'Digitalisasi Ekonomi Syariah', *Islamiconomic: Jurnal Ekonomi Keuangan Dan Bisnis Islam*, Vol 7. No.1 (2016).
- Az'mi, Yanis Ulul, 'Perpajakan Di Era Ekonomi Digital: Indonesia, India Dan Inggris', *JIAFE (Jurnal Ilmiah Akuntansi Fakultas Ekonomi)*, Vol.4. No.2 (2019).
- Febriyantoro, Mohamad Trio, and Debby Arisandi, 'Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean', *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, Vol. 1 No.2 (2018).
- Fitriani, Safira Dhea, Margi Rizki Satriana M, Titin Retnosari, and Nur Rohmawati, 'Digitalisasi Ekonomi Syariah Penerapan Hukum-Hukum Islam Dalam Jual Beli Online', *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 6 No.1 (2021).
- Lestari, Niken, 'Membangun Pasar Ekonomi Digital Perspektif Syariah', *LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, Vol.1 No.2 (Juni 2018).
- Nasution, Robby Darwis, 'Pengaruh Kesenjangan Digital Terhadap Pembangunan Pedesaan (Rural Development)', *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, Vol. 20 No.1 (2016).
- Nugroho, Tata Ridho, Nur Ainiyah, and Dindya Nirmala, 'Pelatihan Dan Pengembangan Usaha Ekonomi Mikro Di Desa Karangdiyeng Kecamatan Kutorejo Kabupaten Mojokerto', *Abdimas Nusantara: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol. 1 No.2 (2020).
- Putra, Muhammad Deni, 'Jual Beli OnLine Berbasis Media Sosial Dalam Perspektif Ekonomi Islam', *ILTIZAM: Ournal of Shariah Economic Research*, Vol. 3 No.1 (2019).