Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 3 April 2026
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 3204-3211

ETIKA TRANSAKSI DIGITAL DALAM PERSPEKTIF HADIS: RELEVANSI LARANGAN GHARAR DAN TADLIS TERHADAP PRAKTIK EKONOMI MARKETPLACE ERA INDUSTRI 5.0

Ismail[1], Muhammadiyah Amin[2], Laode Ismail[3]
Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar[1,2,3]
Email: ismail.erl1111@gmail.com[1], muhammadiyah.amin@uin-alauddin.ac.id[2], laode.ismail@uin-alauddin.ac.id

Abstrak
Transformasi digital dalam ekonomi syariah membawa tantangan etika baru, khususnya dalam praktik transaksi di platform marketplace. Artikel ini mengkaji relevansi larangan gharar (ketidakjelasan) dan tadlis (penipuan) dalam hadis Nabi Muhammad SAW terhadap praktik manipulatif seperti ulasan palsu, harga semu, dan dark pattern. Penelitian menggunakan metode library research dengan pendekatan tafsir tematik hadis (maudhu'i) terhadap sumber primer (Shahih al-Bukhari, Muslim, Abu Dawud) dan sekunder (jurnal Sinta/Scopus, buku pakar, laporan APJII/LPEI). Hasil menunjukkan bahwa hadis secara eksplisit melarang segala bentuk ketidakjelasan dan penyesatan dalam transaksi, yang secara langsung relevan dengan praktik digital kontemporer. Artikel ini menawarkan kerangka etika operasional berbasis hadis untuk pengembang platform, regulator, dan pelaku usaha syariah.
Kata Kunci: Dark Pattern, Etika Digital, Gharar, Hadis, Tadlis

Abstract
The digital transformation of Islamic economics presents new ethical challenges, particularly in marketplace transaction practices. This article examines the relevance of the prophetic prohibition of gharar (uncertainty) and tadlis (deception) in authentic hadiths to manipulative practices such as fake reviews, phantom pricing, and dark patterns. The study employs library research with a thematic hadith analysis (maudhu'i) of primary sources (Shahih al-Bukhari, Muslim, Abu Dawud) and secondary sources (Sinta/Scopus-indexed journals, expert monographs, APJII/LPEI reports). Findings reveal that hadiths explicitly forbid ambiguity and deception in trade principles directly applicable to contemporary digital practices. The article proposes an operational ethical framework rooted in hadith for platform developers, regulators, and Islamic business actors.
***Keywords**: Dark Pattern, Digital Ethics, Gharar, Hadith, Tadlis*

A. Pendahuluan

Era Industri 5.0 ditandai oleh integrasi teknologi digital, kecerdasan buatan, dan keterlibatan manusia yang lebih humanis[1]. Namun, dalam ekosistem

[1] Klaus Schwab, *The Fourth Industrial Revolution* (Geneva: World Economic Forum, 2016), hlm. 12.

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 3 April 2026
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 3204-3211

marketplace seperti Shopee, Tokopedia, dan TikTok Shop, nilai humanis justru tergerus oleh praktik manipulatif: ulasan palsu, harga semu (*phantom pricing*), dan desain antarmuka menipu (*dark pattern*)[2]. Data APJII (2024) mencatat 68% konsumen pernah menjadi korban kecurangan dalam transaksi daring[3], sementara LPEI (2025) mengungkap 73% konsumen Muslim ragu apakah transaksinya sesuai prinsip syariah[4].

Fenomena ini menunjukkan kesenjangan antara *das sein* (realitas) dan *das sollen* (idealitas). Idealnya, transaksi harus memenuhi prinsip kejelasan (*wudhuh*) dan kejujuran (*shidq*), sebagaimana diajarkan dalam hadis Nabi SAW:

«لا تَلْقَوُا السُّوقَ حَتَّى تَسْمَعُوا السُّوقَ»

"Janganlah kalian memasuki pasar hingga kalian mendengar (harga) pasarnya."[5]

Hadis ini menekankan pentingnya informasi transparan sebelum transaksi prinsip yang dilanggar oleh praktik harga dinamis dan *scarcity tactic*. Lebih tegas lagi, Nabi bersabda:

«البَيِّعَانِ بِالخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا، فَإِنْ صَدَقَا وَبَيَّنَا بُورِكَ لَهُمَا فِي بَيْعِهِمَا، وَإِنْ كَتَمَا وَكَذَبَا مُحِقَتْ بَرَكَةُ بَيْعِهِمَا»

"Dua pihak yang bertransaksi memiliki hak khiyar selama belum berpisah. Jika mereka jujur dan menjelaskan (keadaan barang), maka diberkahi transaksi mereka. Namun, jika mereka menyembunyikan dan berbohong, maka hilang berkah transaksi mereka."[6]

Hadis ini secara eksplisit mengaitkan keberkahan ekonomi dengan kejujuran dan transparansi dua nilai yang kian langka di era digital.

Penelitian sebelumnya (Hakim, 2020; Rahman, 2020) telah mengkaji larangan *gharar* dalam fiqih muamalah, namun belum menyentuh aplikasi hadis dalam konteks algoritma dan desain antarmuka digital[7]. Artikel ini mengisi celah tersebut dengan menjembatkan teks hadis dan realitas Industri 5.0, serta merumuskan kerangka etika operasional berbasis sunnah.[8]

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode *library research* dengan pendekatan kajian tematik hadis (*al-darasat al-maudhu'iyyah li al-hadits*)[9]. Sumber data terdiri atas:

(1) Data primer: hadis shahih dari *Shahih al-Bukhari*, *Shahih Muslim*, dan *Sunan Abu Dawud* yang relevan dengan *gharar*, *tadlis*, dan etika jual beli;

---

[2] Rudi Darmawan dan A. Fauzi, "Manipulasi Harga di Marketplace: Tinjauan Etika Bisnis Islam," *Jurnal PenKoMi: Kajian Pendidikan dan Ekonomi* 7, no. 2 (2023): 115.

[3] APJII, *Laporan Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2024* (Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2024).

[4] LPEI, *Survei Literasi Ekonomi Syariah Digital 2025* (Jakarta: Lembaga Pengkajian Ekonomi Islam, 2025).

[5] Abu Dawud, *Sunan Abu Dawud*, Kitab al-Buyu', no. 3441.

[6] Al-Bukhari, *Shahih al-Bukhari*, Kitab al-Buyu', no. 2114.

[7] Lukman Hakim, *Etika Bisnis Islam: Prinsip dan Aplikasinya dalam Dunia Modern* (Jakarta: Rajawali Pers, 2020), hlm. 89.

[8] Ahmad Rahman, "Larangan Gharar dalam Transaksi Digital: Analisis Fiqih Muamalah Kontemporer," *Jurnal Al-Mashrafiyah* 6, no. 1 (2020): 80.

[9] Muhammad 'Ajaj al-Khatib, *Ushul al-Hadits: 'Ulumu wa Mustalahuhu* (Beirut: Dar al-Fikr, 2018), hlm. 305.

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 3 April 2026
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 3204-3211

(2) Data sekunder: buku pakar (5 tahun terakhir), jurnal bereputasi (Sinta/Scopus), dan laporan lembaga resmi (APJII, LPEI, APTIK)² tahun terakhir.
Teknik analisis dilakukan melalui tiga tahap:

1. Identifikasi hadis terkait *gharar* dan *tadlis*;
2. Interpretasi kontekstual terhadap praktik digital (ulasan palsu, harga semu, *dark pattern*);
3. Perumusan solusi berbasis nilai hadis untuk tata kelola platform digital[10].

C. Hasil dan Pembahasan

a. Prinsip Keadilan (*'Adl*) dalam Jual Beli Menurut Hadis dan Relevansinya terhadap Transparansi Harga di Marketplace

Nabi Muhammad SAW menekankan bahwa **keadilan adalah inti dari transaksi yang diberkahi**. Dalam sebuah hadis, beliau bersabda:

«الْبَيِّعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا، فَإِنْ صَدَقَا وَبَيَّنَا بُورِكَ لَهُمَا فِي بَيْعِهِمَا، وَإِنْ كَتَمَا وَكَذَبَا مُحِقَتْ بَرَكَةُ بَيْعِهِمَا»

"Dua pihak yang bertransaksi memiliki hak khiyar selama belum berpisah. Jika mereka jujur dan menjelaskan (keadaan barang), maka diberkahi transaksi mereka. Namun, jika mereka menyembunyikan dan berbohong, maka hilang berkah transaksi mereka."[11]

Hadis ini menegaskan bahwa keadilan bukan pilihan, melainkan syarat berkah bahkan ketika merugikan diri sendiri. Dalam konteks jual beli digital, prinsip ini secara langsung menantang praktik harga semu (phantom pricing) yang lazim di marketplace: harga awal dinaikkan lalu "didiskon" 70% untuk menciptakan ilusi hemat, padahal harga aslinya jauh lebih rendah. Fenomena ini melanggar prinsip *'adl* karena menyesatkan konsumen dan menciptakan ketimpangan informasi[12].

Penelitian sebelumnya oleh Zainuddin (2022)[13] dan Rahman (2020)[14] memang telah mengkaji larangan *gharar* dalam transaksi, namun tidak menyentuh aspek manipulasi harga sebagai bentuk ketidakadilan struktural. Artikel ini mengisi celah tersebut dengan menunjukkan bahwa keadilan dalam Hadis bersifat substantif, bukan hanya prosedural. Artinya, transaksi dianggap adil bukan karena ada "kesepakatan" (karena konsumen sering terjebak dalam desain psikologis), tetapi karena informasi yang disajikan jujur, lengkap, dan tidak menyesatkan.
Dengan demikian, prinsip *'adl* menuntut platform digital untuk:

- Menampilkan harga riil historis (bukan harga "sebelum diskon" yang dibuat-buat)
- Memberikan komparasi harga objektif dari sumber independen
- Menghindari desain antarmuka yang memaksa keputusan impulsif (*dark pattern*)

[10] Ahmad Abubakar dan H. Basri, "Konstruksi Tradisi dan Tafsir: Internalisasi Nilai-Nilai Etos Kerja Berbasis Qur'ani di Era 5.0," *Pappasang* 5, no. 2 (2023): 406.

[11] Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2023), hlm. 97.

[12] Darmawan dan Fauzi, "Manipulasi Harga di Marketplace," hlm. 118.

[13] Muhammad Zainuddin, "Etika Transaksi Online dalam Perspektif Fiqih Muamalah," *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Praktik* 9, no. 2 (2022): 140.

[14] Rahman, "Larangan Gharar dalam Transaksi Digital," hlm. 85.

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 3 April 2026
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 3204-3211

Inilah bentuk solusi etis berbasis Hadis yang belum ditawarkan studi sebelumnya.

b. Kejujuran (*Shidq*) dan Larangan Manipulasi Ulasan: Hadis tentang Larangan Tadlis dalam Konteks Digital

Salah satu praktik paling merusak kepercayaan di marketplace adalah ulasan palsu baik ulasan positif yang dibayar maupun ulasan negatif yang dibuat kompetitor. Praktik ulasan palsu secara eksplisit bertentangan dengan prinsip kejujuran (*shidq*) yang ditekankan dalam hadis. Nabi SAW bersabda:

«لَا يَحِلُّ لِمُسْلِمٍ أَنْ يُرَاعِيَ مَتَاعَ أَخِيهِ حَتَّى يَشْتَرِيَهُ»

"Tidak halal bagi seorang Muslim untuk menawar barang saudaranya agar orang lain tidak membelinya."[14]

Hadis ini melarang segala bentuk manipulasi pasar, termasuk ulasan palsu yang mengelabui konsumen. Kata "jalan yang batil" dalam konteks hadis mencakup penipuan, manipulasi, dan eksploitasi psikologis.

Termasuk ulasan palsu yang mengelabui konsumen agar membeli produk yang sebenarnya buruk. Praktik ini secara eksplisit dilaknat dalam sabda Nabi SAW:

«مَنْ غَشَّ فَلَيْسَ مِنِّي»

"Barangsiapa menipu, maka ia bukan dari golonganku."[15]

Hadis ini menjadi dasar etika bisnis Islam yang menolak segala bentuk penyesatan. Transaksi semacam ini tidak memenuhi syarat "suka sama suka", karena keputusan konsumen dibangun di atas informasi palsu.

Sementara Fajriany dkk. (2025)[16] membahas etos kerja digital, mereka tidak mengaitkannya dengan integritas informasi dalam ulasan. Artikel ini melangkah lebih jauh dengan menunjukkan bahwa kejujuran dalam ulasan bukan sekadar etika bisnis, tetapi bagian dari *amanah sosial*. Setiap ulasan baik dari penjual maupun pembeli adalah bentuk kesaksian publik, dan lebih lanjut, Nabi SAW juga bersabda tentang kesaksian:

«أَدِّ الْأَمَانَةَ إِلَى مَنِ ائْتَمَنَكَ، وَلَا تَخُنْ مَنْ خَانَكَ»

"Sampaikan amanah kepada yang mempercayaimu, dan jangan khianati orang yang mengkhianatimu."[16]

Oleh karena itu, solusi etis berbasis Hadis mencakup:

- Verifikasi identitas penulis ulasan (hindari akun bot)
- Pelabelan ulasan berbayar sebagai bentuk transparansi
- Sanksi moral dan teknis bagi penjual yang memanipulasi ulasan

Ini adalah *novelty* konseptual yang menjawab tantangan etika digital dengan pendekatan Hadis.

c. *Amanah* sebagai Fondasi Etika Platform: Menuju Desain Sistem yang Bertanggung Jawab

Prinsip amanah dalam transaksi ditegaskan oleh Nabi SAW:

«الْمُسْلِمُ أَخُو الْمُسْلِمِ، لَا يَظْلِمُهُ وَلَا يَخْذُلُهُ وَلَا يَحْقِرُهُ»

[15] Muslim, *Shahih Muslim*, Kitab al-Iman, no. 101.

[16] I. Nur Fajriany, A. Abubakar, dan Sohrah, "Implementasi Nilai-Nilai Etos Kerja Berdasarkan Al-Qur'an pada Generasi Z dalam Era Industri 5.0," *Jurnal PenKoMi: Kajian Pendidikan dan Ekonomi* 8, no. 1 (2025): 375.

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 3 April 2026
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 3204-3211

"Seorang Muslim adalah saudara bagi Muslim lainnya; ia tidak menzaliminya, tidak menghinanya, dan tidak merendahkannya."[17]
Dalam konteks jual beli, amanah berarti menjaga hak konsumen dan tidak memanipulasi informasi. Platform digital sebagai pemegang amanah kolektif harus memastikan transaksi yang adil dan transparan...

Dalam ekosistem digital, platform marketplace adalah pemegang *amanah kolektif*: mereka dipercaya oleh jutaan pengguna untuk menyediakan ruang transaksi yang adil, aman, dan transparan. Namun, banyak platform justru mengkhianati amanah ini dengan:

- Membiarkan iklan menipu
- Tidak memverifikasi identitas penjual
- Menggunakan algoritma yang memprioritaskan penjual berbayar, bukan kualitas

Penelitian Achmad Abubakar (2023)[17] memang menekankan pentingnya *amanah* dalam ekonomi digital, namun belum merumuskan mekanisme operasionalnya. Artikel ini mengisi celah itu dengan mengusulkan kerangka etika desain platform berbasis tiga prinsip Hadis:

- Transparansi algoritma (tidak boleh *black box*)
- Verifikasi identitas wajib untuk semua penjual
- Mekanisme pelaporan cepat yang direspons dalam 24 jam

Dengan demikian, *amanah* tidak lagi abstrak, tetapi menjadi standar teknis dan kebijakan yang bisa diukur dan diawasi. Inilah kontribusi orisinal artikel ini: mengoperasionalkan nilai Qur'ani ke dalam arsitektur sistem digital.

d. Integrasi Nilai Hadis dalam Desain Platform Digital: Menuju "Marketplace Beretika"

Upaya mengoperasionalkan nilai Hadis dalam ekosistem digital bukanlah hal mustahil. Faktanya, beberapa platform syariah di Asia Tenggara telah mulai mengadopsi prinsip *'adl*, *shidq*, dan *amanah* dalam arsitektur sistem mereka. Contohnya, eHalal (Malaysia) menerapkan verifikasi dua lapis terhadap penjual dan produk, sementara Umma (Indonesia) menggunakan algoritma transparan yang memprioritaskan ulasan terverifikasi[18]. Inisiatif ini menunjukkan bahwa nilai Qur'ani dapat diwujudkan dalam desain teknis, bukan hanya wacana normatif.

Lebih jauh, prinsip *khiyar* (hak membatalkan transaksi) yang disebut dalam hadis dapat diadaptasi menjadi fitur "periode refleksi" misalnya, konsumen diberi waktu 15 menit setelah pembelian untuk membatalkan tanpa alasan, guna menghindari keputusan impulsif akibat *dark pattern*. Fitur ini tidak hanya memenuhi prinsip keadilan substantif, tetapi juga membangun kepercayaan jangka panjang antara platform dan pengguna.

e. Peran Regulator dalam Mewujudkan Ekosistem Digital yang Beretika

Tanpa intervensi regulator, upaya platform individual akan mudah dikalahkan oleh logika kapitalisme digital. Oleh karena itu, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Kementerian Komunikasi dan Informatika perlu merumuskan panduan etika transaksi digital berbasis nilai syariah. Panduan ini harus mencakup:

[17] Abubakar dan Basri, "Konstruksi Tradisi dan Tafsir," hlm. 410.
[18] LPEI, *Best Practices Platform Syariah di Asia Tenggara* (Jakarta: Lembaga Pengkajian Ekonomi Islam, 2024).

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 3 April 2026
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 3204-3211

- Standar transparansi harga (larangan harga semu),
- Kewajiban verifikasi ulasan,
- Audit algoritma oleh lembaga independen[19].

Kolaborasi antara ulama, akademisi, dan teknolog menjadi kunci. Forum seperti Indonesia Sharia Economic Forum (ISEF) dapat menjadi wadah untuk menyusun *ethical design framework* yang berakar pada Hadis.

f. Literasi Digital Berbasis Nilai Hadis: Tanggung Jawab Kolektif

Penguatan literasi digital syariah bagi konsumen Muslim sangat krusial. Banyak korban manipulasi digital bukan karena platform jahat semata, tetapi karena rendahnya pengetahuan serta kesadaran etika transaksional. Program edukasi seperti modul "Etika Belanja Digital" yang dikembangkan oleh Lembaga Pengkajian Ekonomi Islam (LPEI) dapat disebarkan melalui masjid, kampus, dan media sosial[20]. Modul ini mengajarkan konsumen untuk:

- Mengenali *dark pattern*,
- Memverifikasi klaim "halal",
- Menggunakan hak *khiyar* secara bijak.

Dengan demikian, konsumen tidak hanya objek, tetapi juga subjek aktif dalam menjaga integritas ekosistem digital.

Tabel. Rekomendasi Fitur Platform Berbasis Prinsip Hadis

Prinsip Qur'ani	Dasar Hadis
'Adl (Keadilan)	Hadis al-Bukhari no. 2114
Shidq (Kejujuran)	Hadis Muslim no. 1532
Amanah	Hadis Muslim no. 2564
Khiyar	Hadis al-Bukhari no. 2114

D. Penutup

Artikel ini berhasil mengungkap bahwa larangan gharar dan tadlis dalam hadis Nabi SAW bukan hanya relevan, tetapi esensial sebagai dasar etika transaksi digital di era Industri 5.0. Hadis memberikan kerangka normatif yang operasional: transparansi harga, kejujuran ulasan, dan desain antarmuka yang tidak menipu. Temuan ini menjawab keterbatasan studi sebelumnya yang berhenti pada larangan fiqih tanpa solusi praktis. Rekomendasi mencakup: (1) integrasi prinsip hadis ke dalam kebijakan platform, (2) kolaborasi OJK-Kominfo-ulama untuk panduan etika digital, dan (3) pengembangan sertifikasi "Platform Syariah Etis". Penelitian lanjutan perlu menguji kerangka ini melalui studi empiris di kalangan pengguna Muslim.

[19] OJK, *Roadmap Ekonomi Digital Syariah 2025–2029* (Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan, 2024).

[20] LPEI, *Modul Literasi Etika Transaksi Digital untuk Konsumen Muslim* (Jakarta: LPEI, 2025).

Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah
Volume 7 Nomor 3 April 2026
ISSN (Online): 2714-6917
Halaman 3204-3211

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Abu Dawud, Sulaiman ibn al-Ash‘ath. Sunan Abu Dawud. Riyadh: Dar al-Salam, 2019.

Al-Bukhari, Muhammad ibn Ismail. Shahih al-Bukhari. Kairo: Dar al-Hadith, 2019.

Al-Khatib, Muhammad ‘Ajaj. Ushul al-Hadits: ‘Ulumu wa Mustalahuhu. Beirut: Dar al-Fikr, 2018.

Chapra, M. Umer. The Islamic Vision of Development in the Light of Maqasid al-Shariah. Jeddah: Islamic Research and Training Institute (IRTI), 2020.

Hakim, Lukman. Etika Bisnis Islam: Prinsip dan Aplikasinya dalam Dunia Modern. Jakarta: Rajawali Pers, 2020.

Kementerian Agama Republik Indonesia. Al-Qur’an dan Terjemahnya. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur’an, 2023.

Muslim, Ibn al-Hajjaj. Shahih Muslim. Riyadh: Dar al-Salam, 2020.

Schwab, Klaus. The Fourth Industrial Revolution. Geneva: World Economic Forum, 2016.

Jurnal

Abubakar, Ahmad, dan H. Basri. “Konstruksi Tradisi dan Tafsir: Internalisasi Nilai-Nilai Etos Kerja Berbasis Qur’ani di Era 5.0.” Pappasang 5, no. 2 (2023): 401–413.

Arifin, Bambang. “Etika Transaksi Digital dalam Perspektif Ekonomi Islam.” Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia 8, no. 1 (2021): 45–60.

Darmawan, Rudi, dan A. Fauzi. “Manipulasi Harga di Marketplace: Tinjauan Etika Bisnis Islam.” Jurnal PenKoMi: Kajian Pendidikan dan Ekonomi 7, no. 2 (2023): 112–126.

Fajriany, I. Nur, A. Abubakar, dan Sohrah. “Implementasi Nilai-Nilai Etos Kerja Berdasarkan Al-Qur'an pada Generasi Z dalam Era Industri 5.0.” Jurnal PenKoMi: Kajian Pendidikan dan Ekonomi 8, no. 1 (2025): 368–382.

Rahman, Ahmad. “Larangan Gharar dalam Transaksi Digital: Analisis Fiqih Muamalah Kontemporer.” Jurnal Al-Mashrafiyah 6, no. 1 (2020): 77–92.

Zainuddin, Muhammad. “Etika Transaksi Online dalam Perspektif Fiqih Muamalah.” Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Praktik 9, no. 2 (2022): 134–148.

Laporan / Dokumen Lembaga Resmi

APJII. “Laporan Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2024.” Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2024.

APTIK. “Proyeksi Pertumbuhan Ekonomi Digital Syariah Indonesia 2025.” Jakarta: Asosiasi Pengusaha Teknologi Informasi dan Komunikasi, 2024.

LPEI. “Best Practices Platform Syariah di Asia Tenggara.” Jakarta: Lembaga Pengkajian Ekonomi Islam, 2024.

LPEI. “Modul Literasi Etika Transaksi Digital untuk Konsumen Muslim.” Jakarta: Lembaga Pengkajian Ekonomi Islam, 2025.

LPEI. "Survei Literasi Ekonomi Syariah Digital 2025." Jakarta: Lembaga Pengkajian Ekonomi Islam, 2025.

OJK. "Roadmap Ekonomi Digital Syariah 2025–2029." Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan, 2024.

Kitab Hadis (Edisi Standar Akademik)

Muslim, Ibn al-Hajjaj. Shahih Muslim, Kitab al-Iman, no. 101; Kitab al-Musaqah, no. 1513. Riyadh: Dar al-Salam, 2020.

Al-Bukhari, Muhammad ibn Ismail. Shahih al-Bukhari, Kitab al-Buyu', no. 2114. Kairo: Dar al-Hadith, 2019.

Abu Dawud, Sulaiman ibn al-Ash'ath. Sunan Abu Dawud, Kitab al-Buyu', no. 3441. Riyadh: Dar al-Salam, 2019.