Maliki Interdisciplinary Journal (MIJ) eISSN: 3024-8140
Volume 4, Issue November, 2026 pp. 1436-1443 http://urj.uin-malang.ac.id/index.php/mij/index

Penyelesaian sengketa e-commerce berbasis syariah: analisis hukum ekonomi syariah

Yiswa Octavianty
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang;
e-mail: yiswaocta@gmail.com

Kata Kunci:
E-commerce, Sengketa,Hukum Ekonomi Syariah, Penyelesaian Sengketa

Keywords:

E-commerce, Disputes, Sharia Economic Law, Dispute Resolution

A B S T R A K

Dalam jurnal ini, kita akan melihat bahwa Revolusi Industri 4.0 telah mendorong pertumbuhan e-commerce di Indonesia, termasuk platform yang berbasis syariah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat Muslim. E-commerce syariah menawarkan kemudahan transaksi tanpa tatap muka, namun juga berpotensi menimbulkan sengketa akibat ketidaksesuaian barang, pelanggaran akad, dan kesalahan dalam pemenuhan hak dan kewajiban. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran hukum ekonomi syariah dalam penyelesaian sengketa e-commerce berbasis syariah. Dengan pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini mengkaji literatur terkait dan menemukan bahwa prinsip-prinsip syariah, seperti keadilan, transparansi, dan larangan riba serta gharar, menjadi landasan penting dalam penyelesaian sengketa. E-commerce syariah harus mematuhi syarat-syarat tertentu, seperti kejelasan spesifikasi barang dan waktu penyerahan, untuk menghindari konflik. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai penerapan hukum syariah dalam konteks digital dan kontribusinya terhadap pengembangan e-commerce berbasis syariah yang lebih terpercaya di Indonesia.

A B S T R A C T

In this journal, we will see that the Industrial Revolution 4.0 has driven the growth of e-commerce in Indonesia, including sharia-based platforms to meet the needs of the Muslim community. Sharia e-commerce offers easy transactions without face-to-face contact, but also has the potential to cause disputes due to incompatibility of goods, breach of contract, and errors in fulfilling rights and obligations. This research aims to analyze the role of sharia economic law in resolving sharia-based e-commerce disputes. Using a descriptive qualitative approach, this research examines related literature and finds that sharia principles, such as justice, transparency, and the prohibition of usury and gharar, are an important basis for resolving disputes. Sharia e-commerce must comply with certain conditions, such as clarity of product specifications and delivery times, to avoid conflicts. It is hoped that the results of this research will provide insight into the application of sharia law in a digital context and its contribution to the development of more trusted sharia-based e-commerce in Indonesia.

Pendahuluan

Revolusi Industri 4.0 telah menjadi fenomena global, termasuk di Indonesia. Negara berkembang di kawasan asia tenggara ini tengah berupaya meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan kemajuan teknologinya ditengah persaingan global yang semakin ketat. Seiring berjalannya waktu, revolusi digital telah banyak menghasilkan inovasi-inovasi di bidang teknologi, salah satu bentuk dari inovasi digital yang telah masuk ke indonesia adalah perusahaan-perusahaan platfrom digital yang menyediakan jasa transaksi jual-beli online (e-commerce) berbasis syariah, yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat Muslim. E-commerce sendiri adalah model bisnis modern yang tidak

This is an open access article under the CC BY-NC-SA license.
Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

melibatkan kehadiran fisik para pelaku usaha (non-face) dan tidak memerlukan tanda tangan asli (non-sign). Hal ini menjadikan jarak bukan lagi kendala dalam menjalankan bisnis. Dengan demikian, pelaku usaha dapat melakukan transaksi tanpa perlu bertatap muka secara langsung yang menjadikan model bisnis ini lebih praktis dan mudah dijalankan.(Rahmad Dwi Robiansah, 2021). E-commerce berbasis syariah hadir sebagai solusi bagi umat Islam untuk melakukan transaksi secara daring dengan tetap mematuhi prinsip-prinsip ekonomi Islam. Prinsip tersebut mencakup keadilan, transparansi, serta larangan terhadap unsur riba (bunga), dan gharar (ketidakpastian).(Latifah et al., 2024). Meski demikian, sebagaimana sistem lainnya, e-commerce berbasis syariah juga tidak terlepas dari potensi munculnya sengketa. Sengketa dalam e-commerce berbasis syariah dapat timbul akibat berbagai factor. Seperti ketidaksesuaian barang, pelanggaran akad, atau kesalahan dalam pemenuhan hak dan kewajiban antara penjual dan pembeli.(Arafah, 2018)

Dalam menghadapi sengketa tersebut, pendekatan hukum ekonomi syariah memiliki peran penting untuk memberikan solusi yang adil dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Hukum ekonomi syariah sebagai bagian dari hukum Islam, tidak hanya mengatur aspek-aspek teknis transaksi, tetapi juga menawarkan mekanisme penyelesaian sengketa yang didasarkan pada nilai-nilai keadilan, musyawarah, dan perdamaian.(Helmy Syamsuri, Abdul Wahab, 2024) Oleh karena itu, penting untuk menganalisis bagaimana hukum ekonomi syariah diterapkan dalam menyelesaikan sengketa yang terjadi dalam e-commerce berbasis syariah. Pembuatan jurnal ini bertujuan untuk mengkaji peran hukum ekonomi syariah dalam menyelesaikan sengketa pada e-commerce berbasis syariah. Dengan memahami mekanisme dan efektivitas pendekatan ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam mengembangkan sistem e-commerce berbasis syariah yang lebih terpercaya dan memenuhi kebutuhan masyarakat muslim secara menyeluruh.

Pembahasan

Apa Itu E-commerce?

Menurut David Baum, E-commerce adalah sistem yang memanfaatkan teknologi, aplikasi, dan proses bisnis untuk menjalin hubungan antara perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi digital. Aktivitas ini mencakup jual beli barang, jasa, serta informasi yang dilakukan secara online. Dengan kata lain, e-commerce merupakan proses transaksi antara dua pihak, baik individu maupun organisasi, yang menggunakan internet sebagai sarana utama untuk bertukar barang atau jasa (Commerce-net dan NetReady).(Ii, 2018). Pasar e-commerce di Indonesia diperkirakan akan tumbuh hingga mencapai USD 55-65 miliar pada tahun 2022 (Jayabuana, 2018). Proyeksi ini mencerminkan potensi besar e-commerce di Indonesia yang masih sangat menjanjikan dan memiliki peluang untuk terus berkembang. Peningkatan jumlah pengguna dan penyedia layanan e-commerce mendorong perusahaan untuk terus berinovasi, termasuk menghadirkan layanan berbasis syariah seperti Tokopedia Salam, Shopee Berkah, dan Lazada Amanah. Besarnya populasi Muslim di Indonesia menjadi salah satu alasan perusahaan e-commerce optimis terhadap peluang layanan ini. Layanan e-commerce syariah tidak hanya menawarkan produk seperti halal food dan busana

muslim, tetapi juga menyediakan fitur pembayaran zakat, infak, dan sedekah melalui kerja sama dengan lembaga nasional seperti Baznas dan perbankan syariah di Indonesia.

Beberapa penelitian sebelumnya telah mengkaji prospek e-commerce. Savrul et al (2014) menyatakan bahwa e-commerce berpotensi mendukung pertumbuhan UMKM. Sementara itu, Nejadirani et al. (2011) menyimpulkan bahwa e-commerce memiliki prospek yang cukup baik karena menawarkan sejumlah keuntungan, seperti pengurangan biaya transaksi, iklan, dan promosi, serta mempercepat interaksi antara penjual dan pembeli. Selain itu, e-commerce juga membantu mengatasi kendala transportasi, menekan biaya pengiriman, dan menghilangkan batasan geografis maupun waktu. Bagi masyarakat yang menggunakan layanan ini, e-commerce memberikan dampak positif berupa peningkatan pendapatan, sebagaimana diungkapkan oleh Situmeang (2018).(Pratami et al., 2022)

Jenis-Jenis E-commerce

E-commerce mencakup berbagai jenis transaksi dalam penerapan sistemnya. Beberapa jenis e-commerce yang umum dilakukan di Indonesia saat ini adalah sebagai berikut:

a. Classifieds atau Daftar Iklan Baris

Classified atau daftar iklan baris adalah bentuk paling sederhana dari e-commerce. Model bisnis ini menyediakan platform bagi produsen untuk memamerkan barang dagangannya, sementara konsumen yang tertarik dapat langsung berhubungan dengan produsen. Transaksi dilakukan secara mandiri oleh kedua belah pihak berdasarkan kesepakatan mereka, tanpa campur tangan perusahaan e-commerce. Perusahaan e-commerce yang menggunakan model ini, seperti Berniaga dan OLX, biasanya mendapatkan keuntungan dari iklan premium yang terpasang di situs mereka. Produk yang dipasarkan umumnya berupa barang bekas.

b. Marketplace C2C (Costumer to Cosmtumers)

Perusahaan e-commerce dengan model bisnis marketplace C2C menyediakan platform untuk mempromosikan barang dagangan penjual dan menawarkan layanan pembayaran online. Salah satu fitur utama dari model ini adalah penggunaan layanan *Escrow* atau rekening pihak ketiga, yang berfungsi sebagai perantara antara penjual, pembeli, dan perusahaan e-commerce. Escrow berfungsi untuk memastikan keamanan dalam transaksi. Dalam prosesnya, pembeli mentransfer dana ke rekening Escrow, sementara penjual mengirimkan barang. Setelah pembeli mengonfirmasi bahwa barang telah diterima, dana tersebut akan disalurkan kepada penjual. Jika terjadi masalah dengan barang, dana dapat dikembalikan kepada pembeli. Model bisnis ini digunakan oleh perusahaan seperti Tokopedia, Shopee, dan Lamido.

c. Sosial Media Shop

Model bisnis e-commerce berbasis social media shop berkembang pesat seiring meningkatnya popularitas platform seperti Facebook, Instagram, dan Twitter. Perusahaan e-commerce memanfaatkan potensi ini dengan mengintegrasikan bisnis mereka ke media sosial, yang awalnya dimulai dari fitur *fanpage* di Facebook. *Fanpage* memungkinkan pengguna seperti perusahaan atau komunitas untuk mempromosikan

produk dan jasa secara langsung kepada audiensnya. Media sosial kini menjadi salah satu pilar utama dalam pertumbuhan bisnis e-commerce dengan Facebook sebagai pelopor. Namun, persaingan semakin terbuka dengan hadirnya platform populer lainnya seperti Instagram dan Twitter yang juga mulai digunakan untuk mendukung aktivitas e-commerce.(Ii, 2018)

Karakteristik E-commerce

Transaksi e-commerce memiliki sejumlah karakteristik khusus yang membedakannya dari transaksi konvensional, antara lain:

a. Memperluas Pasar, E-commerce memungkinkan bisnis menjangkau pasar yang lebih luas dibandingkan sistem tradisional yang terbatas pada lokasi tertentu.
b. Biaya Terkendali, Tanpa memerlukan kehadiran fisik, perusahaan dapat menjalin transaksi dengan konsumen dari berbagai lokasi, sehingga mengurangi biaya operasional.
c. Efisien, Dengan sistem tanpa kertas (paperless), distribusi dilakukan secara digital, yang menghemat waktu pengiriman serta biaya seperti kertas, prangko, dan kebutuhan administrasi lainnya.
d. Efektif, E-commerce memudahkan konsumen untuk mengakses informasi dan melakukan transaksi kapan saja dengan cepat dan praktis.(Ii, 2018)

Prinsip Dasar Jual Beli Dalam Islam

Dalam ajaran Islam, aktivitas jual beli sangat dianjurkan, bahkan Rasulullah menyebutkan bahwa sebagian besar pintu rezeki yaitu sembilan dari sepuluh berasal dari perdagangan. Hal ini menegaskan bahwa perdagangan merupakan salah satu cara utama untuk mendapatkan rezeki. Namun, jual beli hanya diperbolehkan jika sesuai dengan syariat Islam (Desy Safira, 2020). Islam memberikan perhatian besar terhadap keabsahan akad jual beli, termasuk dalam transaksi online. Oleh karena itu, prinsip-prinsip muamalah ditetapkan untuk memastikan adanya keadilan, mencegah kecurangan, dan menjamin kepatuhan terhadap aturan Syariah. Beberapa prinsip dasar dalam jual beli menurut islam:

1. **Transaksi yang transparan dan bebas riba**: Proses jual beli harus dilakukan dengan jujur dan adil. Penjual dan pembeli perlu memahami secara jelas tentang produk, harga, serta kesepakatan yang disetujui bersama, tanpa melibatkan riba, yaitu keuntungan berlebihan atau bunga yang tidak sesuai dengan keadilan.
2. **Bebas dari gharar (ketidakpastian)**: Transaksi harus dilakukan secara jelas dan bebas dari ketidakpastian yang dapat memicu konflik. Semua informasi terkait barang atau jasa yang diperjualbelikan harus disampaikan secara rinci dan transparan.
3. **Barang yang halal**: Produk yang diperjualbelikan harus memenuhi syarat halal, baik dari segi sifat atau zat barangnya (seperti makanan dan minuman) maupun cara barang tersebut diperoleh atau diproduksi.(Khairiyah, 2024)

E-commerce dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah

Dalam praktiknya, e-commerce sering disamakan dengan transaksi *as-salam* dalam hukum Islam. *As-salam* adalah istilah dalam bahasa Arab yang berarti "penyerahan."

Transaksi ini dilakukan dengan sistem pembayaran yang dilakukan di muka atau secara tunai, sementara barang yang diperjualbelikan akan diserahkan di kemudian hari. Transaksi ini diperbolehkan dalam Islam dan memiliki landasan hukum yang tertuang dalam Al-Qur'an, yaitu dalam Surah Al-Baqarah ayat 282 yang berbunyi: *"Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya."*

Ayat ini mengajarkan pentingnya mencatat transaksi yang dilakukan untuk mencegah sengketa di kemudian hari. Dalam transaksi *as-salam*, prinsip ini diterapkan karena pada dasarnya *as-salam* adalah utang yang harus dicatat dan dipatuhi oleh kedua belah pihak. E-commerce sendiri adalah sistem bisnis yang melibatkan teknologi, aplikasi, dan proses elektronik untuk mempertemukan perusahaan, konsumen, dan komunitas. Sistem ini memungkinkan perdagangan barang, jasa, atau informasi dilakukan secara daring tanpa batasan jarak. Dengan internet, produk dapat dipasarkan secara global melalui situs web, yang dapat diakses oleh orang-orang dari seluruh dunia untuk melakukan transaksi secara online. Namun, perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik menjadi aspek penting yang harus diperhatikan. Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 29 Tahun 2006 menegaskan perlunya sistem pengamanan untuk memberikan kepastian hukum dan melindungi para pihak yang terlibat dalam transaksi elektronik. Selain itu, Pasal 18 UU Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) menyatakan bahwa kontrak elektronik mengikat para pihak yang bertransaksi, asalkan memenuhi unsur-unsur perjanjian, seperti adanya penawaran dan penerimaan yang dilakukan melalui data elektronik. Teknologi informasi telah membuka peluang bisnis tanpa batas dengan memperkenalkan konsep *marketplace* global. Teknologi ini mengubah pola interaksi masyarakat, terutama dalam aspek bisnis, ekonomi, dan sosial. Oleh karena itu, transaksi elektronik diakui sebagai perjanjian yang sah asalkan memenuhi syarat perjanjian menurut Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPer) yaitu: kesepakatan antara pihak-pihak yang terlibat, kecakapan hukum para pihak, objek yang jelas, dan tujuan yang halal.

Dalam konteks syariah, *as-salam* juga memiliki syarat tertentu yang harus dipenuhi menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, yaitu:

1. Kualitas dan kuantitas barang harus jelas, misalnya melalui ukuran, berat, atau volume.
2. Spesifikasi barang harus diketahui secara lengkap oleh kedua pihak.
3. Waktu dan tempat penyerahan barang harus disepakati secara jelas.
4. Pembayaran harus dilakukan di muka sesuai kesepakatan.

Meskipun *as-salam* dan e-commerce memiliki kemiripan dalam hal penyerahan barang yang ditangguhkan, ada perbedaan mendasar dalam sistem pembayarannya. Dalam *as-salam*, pembayaran dilakukan langsung di antara kedua pihak, sedangkan dalam e-commerce, pembayaran dilakukan melalui pihak ketiga, seperti bank atau penyedia layanan transfer uang, yang bertindak sebagai perantara.(Rahmad Dwi Robiansah, 2021)

Potensi Sengketa dalam E-commerce Syariah

E-commerce atau perdagangan elektronik, merujuk pada transaksi bisnis yang dilakukan melalui internet. Model bisnis ini telah mengubah cara operasional

perusahaan di seluruh dunia, memungkinkan interaksi langsung antara penjual dan pembeli tanpa harus bertemu secara fisik. Dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, e-commerce semakin berkembang. Namun, kemajuan ini juga membawa tantangan hukum yang khas, terutama terkait dengan sengketa yang mungkin timbul dalam konteks e-commerce berbasis syariah.

Sengketa dalam e-commerce berbasis syariah dapat bervariasi, mulai dari masalah transaksi seperti barang atau jasa yang tidak sesuai dengan deskripsi yang diberikan, hingga pelanggaran hak kekayaan intelektual seperti pencurian hak cipta atau merek dagang. Salah satu tantangan utama dalam menangani sengketa ini adalah adanya potensi konflik antara hukum nasional yang berlaku di negara penjual dan pembeli. Dalam e-commerce lintas batas, sengketa sering kali melibatkan isu yurisdiksi yang berlaku dan pemilihan hukum yang tepat. Contohnya, ketika platform e-commerce dari satu negara menjual produk ke konsumen di negara lain, perbedaan hukum yang mengatur konsumen di kedua negara tersebut bisa menimbulkan ketidaksesuaian.

Selain itu, e-commerce berbasis syariah juga menghadirkan tantangan terkait dengan keamanan dan privasi data. Dalam transaksi online, informasi sensitif seperti rincian pembayaran dan data pribadi sering kali dikirimkan melalui internet, yang meningkatkan risiko penyalahgunaan data oleh pihak yang tidak berwenang. Oleh karena itu, dibutuhkan kerangka hukum yang tegas untuk melindungi privasi konsumen dan menetapkan tanggung jawab bagi pelaku bisnis dalam menjaga keamanan data pelanggan.

Selain itu, dalam e-commerce berbasis syariah, pembuktian sengketa sering kali lebih kompleks dibandingkan dengan transaksi bisnis konvensional. Sebagian besar transaksi e-commerce melibatkan komunikasi dan pertukaran informasi melalui platform digital, yang membuat bukti elektronik rentan untuk dimanipulasi atau dipalsukan. Secara keseluruhan, e-commerce dan sengketa yang timbul di dalamnya mencerminkan kompleksitas dan dinamika dunia bisnis digital modern. Dengan pemahaman yang mendalam tentang tantangan hukum ini, para pemangku kepentingan dapat bekerja sama untuk merancang solusi yang lebih efektif dan efisien dalam menyelesaikan sengketa e-commerce di masa depan.(Mikraj, 2024)

Prinsip Syariah dalam Menyelesaikan Sengketa E-commerce Berbasis Syariah

Prinsip syariah pada dasarnya merupakan aturan yang berlandaskan hukum Islam, yang menekankan pada aspek keadilan dan kejujuran dalam setiap transaksi. Prinsip ini sangat menekankan etika dalam bertransaksi, yaitu dengan menghindari segala bentuk kecurangan dan spekulasi dalam transaksi keuangan. Menurut Umam & Utomo (2016), dalam lembaga keuangan, akad yang mengikuti prinsip syariah melarang transaksi yang mengandung ketidakjelasan, seperti gharar, perjudian, riba, serta perdagangan komoditas yang diharamkan. Penerapan akad-akad yang sesuai dengan prinsip syariah dalam transaksi ekonomi, terutama pada layanan e-commerce berbasis syariah, harus menjadi fokus utama bagi semua pihak. Langkah ini penting untuk memastikan bahwa setiap aktivitas ekonomi yang dilakukan dapat menghasilkan nilai keberkahan. Berdasarkan hal tersebut, e-commerce syariah terus berusaha untuk memenuhi kebutuhan ini.

Penerapan akad yang berlandaskan prinsip syariah mencerminkan kepatuhan terhadap nilai-nilai Islam dan merupakan bentuk ketaatan terhadap perintah serta larangan Allah. Dengan adanya kelompok masyarakat yang sangat peduli terhadap nilai-nilai syariah dalam setiap transaksi ekonominya, layanan e-commerce berbasis syariah memiliki peluang besar untuk berkembang. Kelompok masyarakat ini merupakan kelompok yang berpotensi besar, mengingat jumlah populasi Muslim di Indonesia sangat besar. Kondisi ini menjadikan penerapan akad berdasarkan prinsip syariah memiliki dampak yang signifikan terhadap prospek e-commerce syariah..(Pratami et al., 2022)

Kesimpulan dan saran

Kesimpulan

Dapat disimpulkan dari jurnal ini bahwa e-commerce berbasis syariah di Indonesia merupakan respons terhadap kebutuhan masyarakat Muslim dalam melakukan transaksi secara daring dengan tetap mematuhi prinsip-prinsip ekonomi Islam. Meskipun menawarkan kemudahan dan efisiensi, e-commerce syariah juga tidak terlepas dari potensi sengketa, yang dapat muncul akibat ketidaksesuaian barang, pelanggaran akad, dan kesalahan dalam pemenuhan hak dan kewajiban antara penjual dan pembeli.Hukum ekonomi syariah memiliki peran penting dalam penyelesaian sengketa ini, dengan menawarkan mekanisme yang berlandaskan pada nilai-nilai keadilan, musyawarah, dan perdamaian.

Prinsip-prinsip syariah, seperti transparansi, larangan riba, dan penghindaran gharar, harus diterapkan dalam setiap transaksi untuk memastikan keabsahan dan keadilan. Selain itu, pentingnya mencatat transaksi dan memenuhi syarat-syarat tertentu dalam akad, seperti kejelasan spesifikasi barang dan waktu penyerahan, menjadi kunci untuk mencegah sengketa. Dalam konteks e-commerce, tantangan hukum yang dihadapi, termasuk masalah keamanan data dan pembuktian sengketa, memerlukan perhatian khusus. Oleh karena itu, kolaborasi antara pelaku usaha, regulator, dan masyarakat sangat penting untuk menciptakan kerangka hukum yang efektif dan efisien. Dengan demikian, pengembangan e-commerce berbasis syariah yang lebih terpercaya dan berkelanjutan dapat tercapai, memberikan manfaat yang lebih besar bagi masyarakat Muslim di Indonesia.

Saran

Sebagai langkah untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi dalam e-commerce berbasis syariah, disarankan agar pelaku usaha dan konsumen meningkatkan pemahaman mereka tentang prinsip-prinsip syariah yang berlaku dalam transaksi daring. Edukasi yang berkelanjutan dapat dilakukan melalui seminar, workshop, dan penyuluhan yang melibatkan ahli hukum syariah dan praktisi e-commerce. Selain itu, penting untuk mengembangkan kerangka hukum yang jelas dan komprehensif yang mengatur e-commerce syariah, termasuk mekanisme penyelesaian sengketa yang sesuai dengan prinsip syariah. Penerapan sistem keamanan data yang kuat juga harus menjadi prioritas untuk melindungi privasi konsumen dan mencegah potensi pelanggaran. Kolaborasi antara pelaku usaha, regulator, dan lembaga keuangan syariah

sangat diperlukan untuk menciptakan ekosistem yang sehat dan berkelanjutan. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan e-commerce berbasis syariah dapat berkembang dengan baik dan memberikan manfaat yang optimal bagi masyarakat.

Daftar pustaka

Arafah, K. N. (2018). *Penyelesaian Sengketa E-Commerce*.

Helmy Syamsuri, Abdul Wahab, S. D. S. (2024). Perspektif Sumber Hukum Sistem Ekonomi Islam : *Jurnal Ilmiah Dan Bisnis Kewirausahaan*, *13*(2), 180–189.

Ii, B. A. B. (2018). *931312417_Bab2*. *8*(1), 35–36.

Khairiyah, N. (2024). E-COMMERCE DALAM PERSPEKTIF SYARIAH: BAGAIMANA ISLAM MENYIKAPI TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE? *FiTIA:JURNAL STUDI ISLAM*. https://stitbima.ac.id/blog/e-commerce-dalam-perspektif-syariah-bagaimana-islam-menyikapi-transaksi-jual-beli-online/

Latifah, S. N., Wahidah, E. Y., & Amany, A. (2024). Analisis Hukum Islam Terhadap Implementasi Bisnis Syariah pada Platform E-Commerce. *Quranomic: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, *3*(2), 44–51.

Mikraj, A. L. (2024). *Al mikraj*. *4*(2), 554–566.

Pratami, A., Rahman, A., & Hadi, M. (2022). Prospek E-Commerce Syariah pada Masa Pandemi Covid-19 Prospects of Sharia E-Commerce during the Covid-19 Pandemic. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis : Jurnal Program Studi Akuntansi*, *8*(1), 29–40. https://doi.org/10.31289/jab.v8i1.5950

Rahmad Dwi Robiansah. (2021). *Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi e-Commerce JualBeli Emas Berdasarkan Perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun1999 dan Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus Pada PT. Tamsia Global Sharia)* (Issue July).