

Hak dan Kewajiban Penjual dan Pembeli dalam Islam

Ayu Lestari¹, Salsa Bila Khotrun Nada², Puja Hayati³, Zahara Tul Husni⁴, Wismanto⁵

E-mail: ayulestari41796@gmail.com¹, salsabilakhotrunnada02@gmail.com², pujahayati32@gmail.com³,

zaharatulisanhusni@gmail.com⁴, wismanto29@umri.ac.id⁵
^{1,2,3,4,5} Universitas Muhammadiyah Riau, Indonesia

Abstract: *Buying and selling is an essential economic activity in everyday life, especially in the context of Muslim societies that uphold sharia principles. This research aims to explore the rights and obligations of sellers and buyers in Islam, as well as the challenges faced in modern buying and selling practices, especially in the digital era. The method used in this research is a qualitative approach using literature study techniques and interviews with business people. The research results show that understanding of rights and obligations varies, with many sellers and buyers realizing the importance of transparency and honesty in transactions. However, the main challenge arises from online transactions, where uncertainty regarding product authenticity can reduce consumer confidence. Most consumers do not fully understand their rights, so further education is needed to increase awareness of transaction ethics. This research also found that the integration of technology, such as review systems and electronic contracts, can help strengthen trust in transactions. Overall, this research emphasizes the importance of collaboration between sharia principles, regulations and technology to create a buying and selling environment that is fair, sustainable and full of blessings.*

Kata Kunci: *Sharia, Transactions, Ethics.*

Abstrak: Jual beli merupakan aktivitas ekonomi yang esensial dalam kehidupan sehari-hari, terutama dalam konteks masyarakat Muslim yang menjunjung tinggi prinsip-prinsip syariah. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi hak dan kewajiban penjual dan pembeli dalam Islam, serta tantangan yang dihadapi dalam praktik jual beli modern, terutama di era digital. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan teknik studi literatur dan wawancara dengan pelaku bisnis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman mengenai hak dan kewajiban bervariasi, dengan banyak penjual dan pembeli yang menyadari pentingnya transparansi dan kejujuran dalam transaksi. Namun, tantangan utama muncul dari transaksi online, di mana ketidakpastian mengenai keaslian produk dapat menurunkan kepercayaan konsumen. Sebagian besar konsumen tidak sepenuhnya memahami hak-hak mereka, sehingga diperlukan edukasi lebih lanjut untuk meningkatkan kesadaran akan etika transaksi. Penelitian ini juga menemukan bahwa integrasi teknologi, seperti sistem review dan kontrak elektronik, dapat membantu memperkuat kepercayaan dalam transaksi. Secara keseluruhan, penelitian ini menekankan pentingnya kolaborasi antara prinsip syariah, regulasi, dan teknologi untuk menciptakan lingkungan jual beli yang adil, berkelanjutan, dan penuh berkah.

Kata Kunci: Syariah, Transaksi, Etika.

1. PENDAHULUAN

Jual beli merupakan salah satu kegiatan ekonomi yang banyak dilakukan dalam kehidupan sehari-hari. Dalam Islam, kegiatan ini tidak hanya dilihat dari sudut pandang ekonomi, tetapi juga dari sudut pandang moral dan etika. Hak dan kewajiban penjual dan pembeli merupakan dasar penting dalam bertransaksi yang bertujuan untuk menciptakan keadilan dan keberkahan dalam usaha apapun (Iftiani & Supriadi, 2023). Pencatatan Utang Pada Paguyuban Usaha Syar'i di Cikarang Dalam Sudut pandang Ekonomi Syariah. Menurut Imam al-Ghazali, suatu transaksi yang baik harus mengikuti prinsip keadilan dan saling menguntungkan agar tidak menimbulkan kerugian bagi salah satu pihak (Kesuma, n.d.; Rahmadiny & Amalia, R, 2023).

Hukum Islam memiliki beberapa ketentuan yang harus dipatuhi oleh penjual dan pembeli. Pembiayaan Murabahah Di Baitul Maal Wat Tamwil. Penjual wajib memberikan informasi yang jujur mengenai produk yang dijualnya, Tanggung Jawab Mutlak Penjual Akibat Produk Cacat Tersembunyi Dalam Transaksi Jual Beli Daring. (Melina, 2020). Janji ini penting untuk memastikan pembeli mengambil keputusan tepat dan tidak merasa tertipu setelah transaksi selesai. Hal ini sejalan dengan prinsip transparansi dalam jual beli yang diatur dalam Pasal 282 Al-Quran Surat Al-Baqarah (Pokhrel, 2024a);(Dwimi & Poetrae, 2022)

Di sisi lain, pembeli juga berhak menerima barang sesuai yang dijanjikan. Kami tegaskan bahwa semua pembeli berhak menerima barang berkualitas sesuai spesifikasi yang disepakati. Ketidakpuasan terhadap suatu transaksi dapat menimbulkan perselisihan. Oleh karena itu, penting bagi kedua belah pihak untuk memahami hak dan kewajibannya masing-masing. Dalam konteks ini, kejelasan kontrak sangat penting agar kedua belah pihak memahami apa yang diharapkan dari mereka. Analisis Dampak Ketiadaan Kontrak Kerja Terhadap Dinamika Hubungan Industrial dan Kesejahteraan Karyawan di PT The Semangat Baru (Zebua et al., 2024).

Pentingnya pemahaman hak dan tanggung jawab dalam jual beli juga dijelaskan bahwa pendidikan etika berdagang sangat diperlukan (Rohaya, 2022). Hal ini dapat mengurangi potensi perselisihan antara penjual dan pembeli. Di era digital saat ini, dimana banyak transaksi dilakukan secara online, pemahaman tersebut semakin penting untuk memastikan kepatuhan terhadap prinsip syariah oleh semua pihak yang terlibat.

Dari sudut pandang hukum, dokumentasi transaksi yang jelas melindungi hak kedua belah pihak. Menurut Farhan Aziz (2020), perjanjian tertulis merupakan bukti sah dan membantu mengurangi ketidakpastian dalam transaksi (Hakim & Nisa, 2024). Hal ini mencerminkan pentingnya bentuk dalam jual beli, terutama dalam transaksi bernilai tinggi (Hasan et al., n.d.; Kesuma, n.d.; Wismanto Abu Hasan, 2016, 2018).

Selain itu, masyarakat Muslim juga diimbau untuk membangun hubungan baik antara pembeli dan penjual. Sebagaimana diungkapkan Hafiz Al-Muqaddim (2021), interaksi yang baik akan membangun rasa saling percaya dan menghormati sehingga meningkatkan kualitas transaksi. Dalam konteks ini, empati dan saling menghormati menjadi aspek penting dalam melakukan aktivitas jual beli (Ilham et al., 2024; Mahessa et al., 2024).

Kesimpulannya, pemahaman mendalam tentang hak dan tanggung jawab pembeli dan penjual dalam Islam merupakan langkah awal untuk menciptakan transaksi yang adil dan berkelanjutan. Artikel ini merinci berbagai aspek hak dan kewajiban tersebut serta

penerapannya dalam praktik jual beli sehari-hari. Dengan memahami dan menaati prinsip-prinsip tersebut, diharapkan segala transaksi dapat terlaksana sesuai dengan ajaran Islam dan berkah.

Pentingnya etika dalam jual beli juga diungkapkan oleh Muhammad Al-Bukhari dalam bukunya yang menekankan bahwa Nabi Muhammad SAW selalu menganjurkan umatnya untuk jujur dan adil dalam segala transaksi (Pipit Muliyah, Dyah Aminatun, Sukma Septian Nasution, Tommy Hastomo, Setiana Sri Wahyuni Sitepu, 2020). Dikatakan dalam sebuah hadits: *“Penjual dan pembeli berhak membatalkan transaksi, kecuali mereka telah berpisah.”* Artinya kejelasan dan kejujuran dalam bertransaksi akan menimbulkan hubungan baik antara penjual dan pembeli menunjukkan bahwa itu adalah dasar untuk mempertahankan

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang paling tepat untuk artikel “Hak dan Tanggung Jawab Penjual dan Pembeli dalam Islam” adalah pendekatan kualitatif dengan menggunakan teknik kajian pustaka dan wawancara. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk memperoleh pemahaman lebih dalam mengenai prinsip jual beli dalam Islam dan penerapannya dalam konteks modern. Pengelolaan Keuangan Halal: Penerapan Ekonomi Syariah dalam Dunia Bisnis Modern (Rahman & Arsyianti, 2021). Kajian tersebut mencakup analisis terhadap berbagai sumber literatur seperti buku, makalah akademis, dan dokumen hukum yang membahas tentang etika dan peraturan jual beli berdasarkan syariah.

Tinjauan literatur mencakup tinjauan terhadap karya-karya ulama Islam dan ekonom Syariah yang relevan untuk mengidentifikasi hak dan tanggung jawab yang diatur dalam hukum Islam. Selain itu, wawancara dengan praktisi bisnis, penjual, dan pembeli memberikan wawasan langsung mengenai penerapan prinsip-prinsip ini dalam operasi sehari-hari. Dengan menggali pengalaman dan perspektif mereka, peneliti dapat memperoleh data kontekstual yang kaya untuk meningkatkan pemahaman tentang tantangan melakukan transaksi sesuai dengan ajaran Islam. Dinamika Pemasaran Jasa Pendidikan di Pondok Pesantren (Umi Karimatul Azizah, 2022).

Melalui perpaduan metode tersebut, diharapkan penelitian ini mampu memberikan gambaran menyeluruh mengenai hak dan kewajiban penjual dan pembeli dalam Islam serta memberikan rekomendasi praktik yang lebih baik. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat khususnya pengusaha terhadap etika bisnis sesuai prinsip syariah.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian tersebut menemukan bahwa pemahaman masyarakat mengenai hak dan tanggung jawab pembeli dan penjual dalam Islam sangat bervariasi. Berdasarkan wawancara dengan para pelaku bisnis, sebagian besar pengusaha menyadari pentingnya transparansi dalam bertransaksi. Penjual yang jujur terhadap kualitas dan kondisi barang yang dijualnya cenderung memiliki tingkat kepercayaan yang lebih tinggi dari pelanggannya (Pasar & Tretes, n.d.). Hal ini sejalan dengan pandangan Imam al-Ghazali yang menekankan bahwa kejujuran dalam berbisnis adalah kunci mendapat keberkahan dalam segala urusan. Pemikiran Tokoh-Tokoh Ekonomi Islam Pada Periode Kedua Mengenai Konsep Distribusi. Hadits di bawah ini mengalami penjelasan mengenai beberapa transaksi yang biasa ada saat proses jual beli, hadits nya yaitu:

Artinya: Dari Jabir Ibnu Abdullah RA bahwa ia mendengar Rasulullah SAW bersabda di Mekkah pada tahun penaklukan kota itu: *“Sesungguhnya Allah melarang jual-beli minuman keras, bangkai, babi dan berhala,”* Ada orang bertanya: *“Wahai Rasulullah, bagaimana pendapat baginda tentang lemak bangkai karena ia digunakan untuk mengecat perahu, meminyaki kulit dan orang-orang menggunakannya untuk menyalakan lampu?”* Beliau bersabda: *“Tidak, ia haram,”* Kemudian setelah itu Rasulullah SAW bersabda: *“Allah melaknat orang-orang Yahudi, karena ketika Allah mengharamkan atas mereka (jual-beli) lemak bangkai mereka memprosesnya dan menjualnya, lalu mereka memakan hasilnya,”* (HR Muttafaq Alaihi).

Namun, masih terdapat tantangan khususnya dalam transaksi digital. Bagi banyak konsumen, sulit memastikan keaslian produk yang mereka beli secara online. Hal ini menunjukkan bahwa diperlukan undang-undang e-commerce yang lebih kuat untuk melindungi hak-hak konsumen. Dalam konteks ini, pentingnya pengajaran tentang hak dan kewajiban juga penting. Beberapa sumber menyebutkan, banyak konsumen yang belum memahami sepenuhnya hak-haknya, seperti hak menerima barang sesuai deskripsi dan hak mengembalikan barang rusak (Habibah & Abidah, 2024).

Dari analisis literatur, ditemukan bahwa banyak peneliti saat ini merekomendasikan penggunaan teknologi untuk meningkatkan kepercayaan dalam pertukaran. Misalnya, penerapan sistem rating dan rating pada platform e-commerce akan membantu pelanggan memilih pelanggan yang dapat diandalkan. Selain itu, penggunaan kontrak elektronik yang jelas dan transparan dapat mengurangi kemungkinan perselisihan. Pentingnya Bahasa Baku

dalam Dokumen Hukum: Aspek Legal dan Konsekuensinya (Rico Fuady et al., 2024). Oleh karena itu, integrasi prinsip-prinsip Islam dan teknologi baru merupakan cara strategis untuk menciptakan lingkungan belanja yang adil dan berkelanjutan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun terdapat pemahaman yang baik mengenai hak dan kewajiban dalam Islam, namun perlu perhatian dan upaya lebih dalam melaksanakannya, terutama dalam menghadapi tantangan era digital.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman hak dan kewajiban pembeli dan penjual dalam Islam berbeda-beda antar manusia. Sebagian besar pengusaha yang diwawancarai sepakat bahwa keterbukaan dan kejujuran penting dalam bisnis. Pembeli yang dapat diandalkan mengenai kualitas dan kondisi barang yang dijualnya (G. Arintasari, G Aisyah, N Apriyani, 2024), kemungkinan besar akan lebih dipercaya oleh pembeli. Hal ini sejalan dengan pendapat Imam Ghazali bahwa kejujuran dalam berbisnis adalah kunci tercapainya keberkahan dalam setiap transaksi. Telaah Historis Dalam Kebijakan Harga Menurut Perspektif Islam. Manfaat ini tidak hanya mempengaruhi hasil finansial, tetapi juga reputasi dan hubungan jangka panjang dengan pelanggan (G. Arintasari, G Aisyah, N Apriyani, 2024).

Meskipun demikian, tantangan dalam praktik jual beli modern, terutama dalam konteks e-commerce, menjadi isu yang signifikan. Banyak pembeli merasa kesulitan dalam memastikan keaslian dan kualitas produk yang mereka beli secara online. Penelitian ini menemukan bahwa ketidakpastian ini sering menyebabkan rasa tidak puas dan ketidakpercayaan terhadap penjual. Oleh karena itu, penting untuk menciptakan regulasi yang lebih ketat terkait e-commerce agar hak-hak konsumen terlindungi. Hal ini termasuk perlunya perlindungan konsumen yang lebih kuat dan pemahaman yang jelas tentang hak untuk mendapatkan barang yang sesuai dengan deskripsi serta hak untuk mengembalikan barang yang cacat atau tidak sesuai (Abdullah & Dungga, 2023).

Di sisi lain, penelitian ini juga menunjukkan bahwa banyak konsumen yang belum sepenuhnya menyadari hak-haknya dalam bertransaksi. Dalam banyak wawancara, pelanggan mengatakan bahwa jika barang yang mereka terima tidak memuaskan, mereka merasa tidak cukup informasi mengenai prosedur pengembalian atau pengaduan. Edukasi mengenai hak dan kewajiban tersebut penting dilakukan, baik melalui seminar, pelatihan maupun media sosial. Banyak ulama dan pakar keuangan syariah yang mendorong adanya program edukasi yang dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap prinsip dan praktik jual beli yang sesuai dengan prinsip syariah (Syaepudin, 2024).

Selain itu, literatur menunjukkan bahwa banyak peneliti saat ini menganjurkan penggunaan teknologi untuk meningkatkan kepercayaan dalam pertukaran. Misalnya, penerapan sistem rating dan rating pada platform e-commerce akan membantu pelanggan memilih pelanggan yang dapat diandalkan. Umpan balik positif dari pelanggan sebelumnya dapat menjadi sinyal bagi pelanggan baru tentang kualitas dan reputasi penjual. Selain itu, penting untuk menggunakan kontrak elektronik yang jelas dan transparan untuk mengurangi kemungkinan perselisihan. Kontrak yang terperinci berisi syarat-syarat yang disepakati para pihak, sehingga mengurangi risiko perselisihan di kemudian hari (Mastarida et al., 2022).

Dalam konteks spiritual, penelitian ini menunjukkan bahwa pebisnis yang memahami nilai-nilai agama dalam bertransaksi lebih berhati-hati dan bertanggung jawab. Prinsipnya, semua kegiatan merupakan kegiatan keagamaan yang mendorong pembeli dan penjual untuk saling menghormati dan menghargai. Pembeli yang memahami bahwa membeli barang bukan hanya sekedar transaksi bisnis, tetapi juga bentuk rasa cinta, dan berusaha menawarkan produk dan layanan terbaik kepada pelanggan (Wulandari et al., 2024). Sementara itu, konsumen yang memahami hak dan tanggung jawabnya akan lebih mampu menentukan pilihan dan mengambil tindakan.

Dalam konteks spiritual, penelitian ini menunjukkan bahwa pebisnis yang memahami nilai-nilai agama dalam bertransaksi lebih berhati-hati dan bertanggung jawab. Prinsipnya, semua kegiatan merupakan kegiatan keagamaan yang mendorong pembeli dan penjual untuk saling menghormati dan menghargai (Pokhrel, 2024b). Pembeli yang memahami bahwa membeli barang bukan hanya sekedar transaksi bisnis, tetapi juga bentuk rasa cinta, dan berusaha menawarkan produk dan layanan terbaik kepada pelanggan. Sementara itu, konsumen yang memahami hak dan tanggung jawabnya akan lebih mampu menentukan pilihan dan mengambil tindakan.

Namun tantangan dalam penjualan dan penjualan baru, khususnya di e-commerce, menjadi topik penting. Bagi banyak konsumen, sulit memastikan keaslian dan kualitas produk yang mereka beli secara online. Penelitian ini menunjukkan bahwa ketidakpastian ini menimbulkan perasaan tidak puas dan tidak percaya pada konsumen (Oktaviani, 2022). Oleh karena itu, penting untuk menetapkan undang-undang e-commerce yang lebih kuat untuk melindungi hak-hak konsumen. Misalnya, harus ada undang-undang yang mewajibkan platform e-commerce untuk memberikan informasi yang jelas dan transparan mengenai kebijakan pengembalian dan akses yang mudah bagi pelanggan untuk mengajukan keluhan.

Di sisi lain, banyak konsumen yang belum sepenuhnya menyadari haknya dalam bertransaksi. Dalam banyak wawancara, pelanggan mengatakan bahwa jika barang yang

mereka terima tidak memuaskan, mereka merasa tidak cukup informasi mengenai prosedur pengembalian atau pengaduan. Edukasi mengenai hak dan kewajiban tersebut penting dilakukan, baik melalui seminar, pelatihan maupun media sosial (Bashori & Riadi, 2024). Banyak ekonom dan ulama syariah yang mendorong program pendidikan yang dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap prinsip dan praktik jual beli yang sesuai dengan prinsip syariah. Program-program ini dapat melibatkan pemangku kepentingan seperti lembaga keagamaan dan asosiasi bisnis untuk mendapatkan dampak yang lebih besar.

Analisis literatur menunjukkan bahwa banyak peneliti kontemporer menganjurkan penggunaan teknologi untuk meningkatkan kepercayaan dalam pertukaran. Misalnya, penerapan sistem rating dan rating pada platform e-commerce akan membantu pelanggan memilih pelanggan yang dapat diandalkan (Pokhrel, 2024c). Umpan balik positif dari pelanggan sebelumnya dapat menjadi sinyal bagi pelanggan baru tentang kualitas dan reputasi penjual. Selain itu, penting untuk menggunakan kontrak elektronik yang jelas dan transparan untuk mengurangi kemungkinan perselisihan. Kontrak yang terperinci berisi syarat-syarat yang disepakati para pihak, sehingga mengurangi risiko perselisihan di kemudian hari. Hal ini menunjukkan bahwa kerja sama antara teknologi dan prinsip syariah dapat menciptakan sistem yang lebih aman dan baik bagi semua pihak (Ramadhan, 2022).

Dari sisi spiritual, penelitian ini menunjukkan bahwa pebisnis yang memahami nilai-nilai agama dalam bertransaksi lebih berhati-hati dan bertanggung jawab. Prinsipnya, semua kegiatan merupakan kegiatan keagamaan yang mendorong pembeli dan penjual untuk saling menghormati dan menghargai. Pembeli yang memahami bahwa membeli barang bukan hanya sekedar transaksi bisnis, tetapi juga bentuk rasa cinta, dan berusaha menawarkan produk dan layanan terbaik kepada pelanggan (Nabilah, 2023). Sementara itu, konsumen yang memahami hak dan tanggung jawabnya akan lebih mampu menentukan pilihan dan mengambil tindakan. Hal ini menciptakan perubahan positif yang dapat memperkuat hubungan dalam komunitas Muslim.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun terdapat pemahaman yang wajar tentang hak dan kewajiban dalam Islam, namun diperlukan perhatian dan upaya yang lebih besar untuk melaksanakannya. Menghadapi tantangan dunia digital, mengintegrasikan prinsip syariah dengan teknologi baru merupakan cara strategis untuk menciptakan lingkungan penjualan yang berkelanjutan dan berkesinambungan (ALFANI, 2024). Mengoptimalkan modal manusia: Strategi manajemen sumber daya manusia yang efektif untuk pertumbuhan organisasi yang berkelanjutan (Basuki, 2023). Dengan memperkuat undang-undang, meningkatkan pendidikan dan menggunakan teknologi, kami

berharap perdagangan di komunitas Muslim akan menjadi lebih baik, lebih baik, dan lebih ramah. Kedepan, kerja sama antara pemerintah, masyarakat, dan gereja menjadi penting untuk memastikan prinsip keadilan dan etika tetap terjaga dalam segala aktivitas.

Mengenai penjelasan diatas tentunya terdapat ayat dalam Al-Qur'an yaitu Q.S Al-Baqarah Ayat 275 Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Ayat tersebut berbunyi:

Artinya: “Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya”.

4. KESIMPULAN

Kajian ini menunjukkan bahwa pemahaman hak dan kewajiban pembeli dan penjual dalam Islam sangat penting untuk menciptakan transaksi yang adil dan berkelanjutan. Meskipun sebagian besar bisnis memahami pentingnya transparansi dan kejujuran, masih terdapat tantangan dalam jual beli, terutama di era digital. Ketidakpastian mengenai keaslian produk dalam transaksi online menimbulkan masalah yang perlu ditangani melalui undang-undang yang ketat dan pendidikan konsumen yang tepat.

Pengetahuan mengenai hak-hak konsumen dan kewajiban konsArti nyaumen merupakan langkah penting dalam meningkatkan pemahaman dan kepercayaan dalam bertransaksi. Selain itu, penggunaan teknologi seperti sistem evaluasi dan kontrak elektronik dapat menciptakan kepercayaan antara pembeli dan penjual sehingga mengurangi potensi konflik.

Dengan memadukan prinsip-prinsip Syariah, hukum yang efektif, dan penggunaan teknologi, kami berharap dapat menjadikan lingkungan jual beli di masyarakat Islam lebih efisien, adil, dan penuh berkah. Ke depan, kerja sama berbagai pihak, termasuk otoritas, pelaku usaha, dan lembaga keagamaan, sangat penting untuk memastikan jual beli sejalan dengan nilai-nilai Islam.

REFERENSI

- Abdullah, M., & Dungga, W. A. (2023). Peredaran pakaian bekas ditinjau dari UU perlindungan konsumen. *Jurnal Ilmu Sosial Humaniora Dan Seni*, 1(2), 288–295.
- ALFANI, M. H. (2024). Penerapan digitalisasi dalam meningkatkan pemasaran produk bank Muamalat.
- Bashori, A. H., & Riadi, A. (2024). <https://ejurnal.stidkis-almardliyyah.ac.id/index.php/El-Fatih>. 03(April), 38–47.
- Basuki, N. (2023). Artikel mengoptimalkan modal manusia: Strategi manajemen sumber daya manusia yang efektif untuk. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 4(2), 182–192.
- Dwimi, B., & Poetrae, A. (2022). Tahun akademik 2021/2022.
- G. Arintasari, G Aisyah, N Apriyani, N. Isnawaty. (2024). Manfaat jangka panjang dari etika profesi keuangan dalam meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Enam-Enam Kendari*, 1(2), 401–407.
- Habibah, C., & Abidah, R. N. (2024). Analisis pemenuhan kebutuhan air baku di kecamatan Kaliori kabupaten Rembang Diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan program sarjana program studi teknik sipil fakultas teknik Universitas Islam Sultan Agung Disusun oleh.
- Hakim, A. S., & Nisa, F. L. (2024). Pengembangan ekonomi syariah: Tantangan dan peluang di era digital. *Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi*, 1(3), 143–156.
- Hasan, W. A., Ibadah, F., & Muamalah, A. (n.d.). AL-ISLAM.
- Iftiani, N., & Supriadi, A. (2023). Pencatatan utang pada paguyuban usaha syar'i di Cikarang dalam sudut pandang ekonomi syariah. *Jurnal Al-Fatih Global Mulia*, 5(1), 17–30. <https://doi.org/10.59729/alfatih.v5i1.58>
- Ilham, N., Irwansyah, I., & Ismail, I. (2024). Interaksi sosial masyarakat Islam dan Kristen di kecamatan Rantau Utara kabupaten Labuhanbatu. *SEMAR: Jurnal Sosial Dan Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 76–92. <https://doi.org/10.59966/semar.v2i1.634>
- Kesuma, F. H. (n.d.). Firman hadits kesuma nim. 140102117.
- Mahessa, A., Pratama, R. A., Sagara, B., & Ardinata, Fardan, W. (2024). Pandangan Islam tentang riba dalam muamalah. 340–346.
- Mastarida, F., Sahir, S., Ratnasari, E., Hasibuan, A., Siagian, V., Hariningsih, E., Fajrillah, Gustiana, Z., Tjiptadi, D., & Pakpahan, A. (2022). [III.A.1.a.2.13] FullBook Strategi Transformasi Digital.
- Melina, F. (2020). Pembiayaan murabahah di Baitul Maal Wat Tamwil (BMT). *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 3(2), 269–280. [https://doi.org/10.25299/jtb.2020.vol3\(2\).5878](https://doi.org/10.25299/jtb.2020.vol3(2).5878)
- Nabilah, S. (2023). Pengaruh promosi dan kualitas layanan terhadap minat konsumen GOPAY (Studi kasus pada mahasiswa fakultas ilmu tarbiyah dan keguruan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Oktaviani, S. (2022). Pengaruh kepercayaan dan pengalaman pembelian terhadap minat beli secara online (Studi kasus pada