

No. Daftar FPEB:165/UN40.A7.D1/P1/2019

***SHARIA COMPLIANCE : PERSPEKTIF KONSUMEN DALAM  
PRAKTIK E-COMMERCE***

(Studi Pada Konsumen Mahasiswa di Universitas Pendidikan Indonesia)

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Persyarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada  
Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam



Oleh:

**Muhammad Ilyas Candra Herawan**

**NIM 1301666**

**PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM**

**FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

**2019**

***SHARIA COMPLIANCE : PERSPEKTIF KONSUMEN DALAM  
PRAKTIK E-COMMERCE***

(Studi Pada Konsumen Mahasiswa di Universitas Pendidikan Indonesia)

Oleh:

Muhammad Ilyas Candra Herawan

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
pada Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam

© Muhammad Ilyas Candra Herawan 2019

Universitas Pendidikan Indonesia

Mei 2019

Hak cipta dilindungi undang-undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,  
dengan dicetak ulang, *diphotocopy*, atau cara lainnya tanpa izin penulis

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : ***Sharia Compliance* : Perspektif Konsumen Dalam Praktik *E-commerce* (Studi Pada Konsumen Mahasiswa Di Universitas Pendidikan Indonesia)**

Penyusun : Muhammad Ilyas Candra Herawan

NIM : 1301666

Program Studi : Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam

Bandung, Mei 2019

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,

**Dr. Arim, S.E., M.Si. Ak.**  
NIP. 196903272001121002

**Dr. Juliana, S.Pd., M.E.Sy**  
NIP. 920171219870710101

Mengetahui:  
Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam

**Dr. A. Jajang W. Mahri, M.Si.**  
NIP. 19641203 199302 1 001

Muhammad Ilyas Candra Herawan (1301666).“ *Sharia Compiace : Perspektif Konsumen Dalam Praktik E-commerce (Studi Pada Konsumen Mahasiswa Di Universitas Pendidikan Indonesia)*”, dibawah bimbingan Dr. Arim, S.E., M.Si. Ak. dan Dr. Juliana, S.Pd., M.E.Sy.

## ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh permasalahan yang sering terjadi dalam transaksi jual beli *online*, dimana di dalam praktiknya masih ditemukan pelanggaran terhadap prinsip-prinsip *mu'amalah* dalam Islam seperti penipuan, ketidaksesuaian barang, ketidaksesuaian waktu penerimaan barang, serta ketidaksesuaian antara harga dengan kualitas. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan implementasi *Sharia Compiace* dalam perspektif konsumen di kalangan mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif, populasinya merupakan mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia, penelitian menggunakan sample 100 responden yang mewakili setiap fakultas yang ada di Universitas Pendidikan Indonesia, dengan teknik pengambilan sampel dengan cara *non-probability sampling*. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa pemahaman konsumen dikalangan mahasiswa UPI termasuk dalam kategori baik, dilihat dari kesesuaian jual beli *online* dengan rukun dan syarat jual beli *salam*. Penelitian ini memiliki implikasi penting bagi para pelaku jual beli *online*, karena Islam telah mengatur seluruh kegiatan manusia dan jual beli *online* termasuk didalamnya. Sehingga dalam praktiknya jual beli *online* bukan hanya memperoleh profit bagi penjual dan kemudahan dalam bertransaksi bagi kedua belah pihak, tetapi juga untuk mendapatkan keberkahan dan pahala dari aktivitas jual beli yang sesuai dengan prinsip kaidah islam.

**Kata Kunci:** *Sharia Compiace, Bai' As-Salam, E-Commerce*

Muhammad Ilyas Candra Herawan (1301666).“ *Sharia Compliance : Consumer Perspective in E-commerce (Study of Students Consumers at Indonesia University of Education )*”, supervised by Dr. Arim, S.E., M.Si. Ak. and Dr. Juliana, S.Pd., M.E.Sy.

## ABSTRACT

*This research is backed by the rapid development of technology that makes it easier for people to do buying and selling activities. People can easily choose goods and transact only with smartphones that are connected to the Internet. But from the facilities offered, online trading is not separated from violations that are not in accordance with the principles of the rulings in Islam such as fraud, inconsistency of goods, inconsistency of the receipt of goods, and Mismatch between price and quality. The purpose of this study is to know and describe the implementation of sharia compliance in the perspective of consumers among students of the University of Indonesia education. As for the method used in this research is quantitative descriptive, the population is a student of Indonesian University of Education, research using sample 100 respondents representing every faculty in the university Indonesian education, with sampling techniques in a non-probability sampling manner. Based on the research done, it is known that consumer understanding among UPI students belongs to the good category, judging by the online buying and selling literature with the pillars and the terms of buying and selling greetings. This research has important implications for online buying and selling people, because Islam has arranged all human activities and online buying and selling including them. So in practice online buying and selling is not only profit for the seller and ease of transaction for both parties, but also to get the blessing and reward of buying and selling activities in accordance with the principles of Islamic rules.*

**Keyword :** *Sharia Compliance, Bai' As-Salam, E-Commerce*

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	4
ABSTRACT .....	5
KATA PENGANTAR .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
UCAPAN TERIMA KASIH.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
DAFTAR ISI.....	6
DAFTAR TABEL.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
DAFTAR GAMBAR .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB I PENDAHULUAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.1. Latar Belakang Masalah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.2. Rumusan Masalah Penulisan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.3. Pertanyaan Masalah Penulisan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.4. Tujuan Penulisan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5. Manfaat Penulisan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB II TELAAH PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN TEORITIS .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1. Telaah Pustaka.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.1. Jual Beli dalam Islam.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2. Konsep <i>Bai' as-salam</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.3. Konsep <i>E-commerce</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.4. <i>Sharia Compliance</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.5. Etika Bisnis Islam .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2. Penelitian Terdahulu.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3. Pendekatan Masalah Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB III OBJEK, METODE DAN DESAIN PENELITIAN	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>defined.</b>	
3.1. Objek Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2. Metode Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3. Desain Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3.1. Definisi Operasional Variabel .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3.2. Populasi dan Sampel Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3.3. Instrumentasi dan Teknik Pengumpulan Data	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>defined.</b>	
3.4. Teknik Analisis Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4.1. Perhitungan Statistika Deskriptif .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4.2. Penentuan Kriteria Interpretasi Skor.	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>defined.</b>	
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

4.1.1	Sejarah Universitas Pendidikan Indonesia	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.2	Profil Universitas Pendidikan Indonesia	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.3	Visi dan Misi Universitas Pendidikan Indonesia	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2	Gambaran Umum Responden.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan dalam Satu Bulan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran dalam Satu Bulan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Belanja Online	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.6.	Karakteristik Mahasiswa Berdasarkan Media Transaksi Belanja Online.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.7.	Karakteristik Mahasiswa Berdasarkan Aplikasi Transaksi Belanja Online.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.8.	Karakteristik Mahasiswa Berdasarkan Jenis Barang yang Dicari dalam Belanja <i>Online</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3	Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.1	Gambaran Indikator Rukun Jual Beli	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.2	Gambaran Indikator Syarat Jual Beli	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.3	Gambaran Indikator Rukun dan Syarat Jual Beli	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI .....</b>		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.1	Simpulan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.2	Implikasi dan Rekomendasi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>8</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## DAFTAR PUSTAKA

### **Buku :**

- Abdurrahman, H. d. (2014). *Bisnis Dan Muamalah Kontemporer*. Bogor: AL Azhar Freshzone.
- Antonio, M. (2011). *Bisnis dan Kewirausahaan*. Jakarta: Tazkia Publising.
- (2014). *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Alhabshi, S. (1993). *Management ethics from Islamic perspective*. Bradford: University of Bradford.
- Arifin, Z. (2011). *Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Arikunto, S. (2013). *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ascarya. (2011). *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Asnawi, H. F. (2004). *Transaksi E-commerce dan As-Salam*. Yogyakarta: MSI UII.
- (2004). *Transaksi Bisnis E-commerce Prespektif Islam*. Yogyakarta: MSI UII.
- As-Sabatin, Y. (2011). *Bisnis Islami & Kritik atas Praktik Bisnis ala Kapitalis*. Bogor: Al Azhar Press.
- Ath-Thayyar, A. b. (2014). *Ensiklopedia Fiqh Muamalah dalam Pandangan Empat Madzhab*. Yogyakarta: Maktabah Al-Hanif.
- Botha, J. (2004). *Manging e-Commerce*. Republik of South Africa: Paarl Print.
- Dahlan, A. A. (1996). *Ensiklopedi Hukum Islam*. Jakarta: PT Ichtiar Baru Van Hoeven.
- Djakfar, M. (2008). *Etika Bisnis Islam*. Malang: UIN Malang Press.
- Djamil, F. (2013). *Penerapan Hukum Perjanjian dalam Transaksi di Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Djuwaini, D. (2008). *Pengantar Fiqh Muamalah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harahap, S. (2010). *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Salemba Empat.
- Haroen, N. (2007). *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Gaya Media Pratama.
- I, L. G., & Sutanto, E. M. (2017). Pengaruh Motivasi Kerja Dan Loyalitas Karyawan Terhadap Kinerja Karyawan Di CV Hartono Flash Surabaya. *Agora*, 5(3), 2.



- Juliana. (2017). *Peran SyariahPreneur dalam Mewujudkan Kesejahteraan Masyarakat : Studi pada Bisnis Properti di Wilayah Bandung Raya*. Jakarta: SPS UIN Syarif Hidayatullah, Disertasi.
- Kazmier L J. (2005). *Statistik Untuk Bisnis*. Jakarta: Erlangga.
- Malhotra, N. (2007). *Marketing Research: an Applied Orientation*, Pearson Education, inc. New Jersey.
- Mardani. (2012). *Fiqh Ekonomi Syariah: Fiqh Muamalah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Misbahuddin. (2012). *E-commerce dan Hukum Islam*. Makassar: Alauddin University Press.
- Morissan. (2012). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Muhammad, S. A.-a. (2010). *Fiqh Empat Mahzab*. Bandung: Hasmini.
- Nugroho, A. (2006). *E-commerce Memahami Pandangan Modern Didunia Maya*. Bandung.
- Pasaribu, C., & Suhwardi, K. L. (1996). *Hukum Perjanjian dalam Islam*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Purbo, O. W., & Wahyudi, A. A. (2001). *Mengenal E-commerce*. Jakarta: PT. Elex Komputindo.
- Rasjid, S. (2010). *Fiqh Islam*. Bandung: Sinar baru Algensindo.
- Ri, D. A. (2010). *Al - Qur'an*. Bandung: Cv Diponogoro
- Rozalinda. (2016). *Fikih Ekonomi Syariah*. jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Sabiq, S. (2009). *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Cakrawala Publishing.
- Saprida. (2016). *Akad Salam Dalam Transaksi Jual Beli*. *Jurnal Ilmu Syariah Fai Universitas Ibn Khaldun Bogor*, 4, 1-10.
- Shiddieqy, T. M. (1999). *Pengantar Fiqh Muamalah*. Semarang: Pustaka Rizki Putra.
- Shihab, M. (2011). *Bisnis sukses dunia akhirat*. Ciputat: Lentera Hati.
- Singarimbun M, & Effendi S. (1989). *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: LP3ES
- Siregar, S. (2011). *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- (2010). Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- (2013). Metode Penelitian Manajemen. Bandung: Alfabeta.
- Suhendi, H. H. (2001). *Fiqh Muamalah*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Suparni, N. (2009). Cyberspace problematika dan antisipasi pengaturannya. Jakarta: Sinar Grafika.
- Suryani, & Hendryadi. (2015). Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Schemerhorn. (2008). Management.
- Syaodin, S. N. (2007). Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Taqiyyudin, A. B. (1995). *Kifayatul Akhyar Fii Halli Ghayatil Ikhtisar, alih bahasa Syarifudin Anwar dan Misbah Mustofa*. Surabaya: CV Bina Iman.
- Turban, E., King, D., Lee, J. K., Liang, T.-P., & Turban, D. C. (2002). *Electronic Commerce A Managerial Perspective*. Spinger.
- Vohrah, B., & Aun, W. M. (2010). *The Commercial Law of Malaysia*. Kuala Lumpur, Malaysia: Longman.
- Whitely, D. (2000). *E-commerce Strategy Technologies and Application*. UK: McGraw-Hill.
- Yahya, S. S. (2015). *Fikih Sunnah Sayyid Sabiq*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar.
- Zaidan, A. K. (2008). *Pengantar Studi Syariah*. Jakarta: Robbani Press.
- Zuhaili, W. (2010). *Fiqh Imam Syafi'i*. Jakarta: Almahira.
- Zulham. (2013). *Hukum Perlindungan Konsumen* . Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

### **Jurnal :**

- A. H. A. Mokhtar, T. A., & E-Alam, M. S. (2013). Bai As-*Salam* and E-Commerce: A Comparative Analysis from Sharia Perspective. *Proceedings of the 2nd Applied International Business* .
- Abidin, Z. (2013). Akad Derivatif dalam transaksi Muamalah Kontemporer.
- Arif, M. N. (2013). Penjualan on-line berbasis media sosial dalam perspektif ekonomi Islam. *jurnal wacan hukum islam dan kemanusiaan*, volume 13, no 1, 33-48.

- Aryono, D. (2008). Evaluasi Perspektif *E-commerce* Bagi Usaha Kecil Menengah di Daerah Istimewa Yogyakarta.
- Aslianur, M. (2016). Pemahaman Dan Penerapan Akad Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional.
- Azam, A. (2015). Investigation of Psychological Dimension of Trust on e-Loyalty. *Journal of Islamic Marketing*.
- Fathoni, N. (2013, Mei). Konsep Jual Beli Dalam Fatwa Dsn-Mui. *Economica*, 4.1
- Fadhli, A. (2016). Tinjauan Hukum Islam Terhadap Penerapan Akad As-Salam Dalam Transaksi E-Commerce. *Jurnal Pemikiran Hukum Islam*.
- Hassanah, H. (2015). Analisis Huku, Tentang Perbuatan Melawan Hukum Dalam Transaksi Bisnis Secara *Online* (E-Commerce) Berdasarkan Burgerlijke Wetboek dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik. *Wawasan Hukum*, 50.
- Hediana, R., & Aly, A. D. (2015). Transaksi Jual Beli *Online* Perspektif Ekonomi Islam.
- Humaemah, R. (2015). Analisis Hukum Islam Terhadap Masalah Perlindungan Konsumen Yang Terjadi Atas Jual Beli E-Commerce. *Jurnal Ekonomi Islam*.
- Iwannudin. (2014). *Bisnis Maya dalam Perspektif Hukum Islam*.
- Juliana, & Moslem, H. (2017). Analisis *Sharia Compliance* Bisnis Islam Sentra Industri Peci.
- Juliana, & Qudsi, F. S. (2017). Studi Deskriptif *Sharia Compliance* Produk Murabahah.
- Juliana, Dewi, A. A., & Marlina, R. (2016). Telaah Pemikiran Ekonomi Menurut Ibnu Qayyim. *Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 4 No. 1 Hal 80-92.
- Juliana, J., Ropi, M., Udin, S., & Husnul, K. (2017). Syariapreneur: The New Paradigm of Islamic-Based Entrepreneurship. *1st International Conference on Islamic Economics, Business, and Philanthropy (ICIEBP 2017)*, 668-672.
- Krisharyawan, Y. (2015). Tinjauan Hukum Mengenai Transaksi Jual-Beli Melalui Situs Belanja *Online* (*Online Shop*) Menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. *Privat Law*, 143.
- Lingga, A. B., Hidayat, A. R., & Bayuni, E. M. (2016). Analisis Penerapan Akad *Salam* Dalam Jual Beli Sepatu Sistem *Online* pada Pusat Grosir Gedebage Bandung. *Keuangan dan Perbankan Syariah*, 2.

- Mahmudah, N. A. (2012). Pengawasan Terhadap Bisnis Syariah Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam*, 2.
- M. A. Suhaimi, M. J., & Abdullah, K. (2013). Conceptualizing Trust-Based *Online* Beharviour Model for Muslim Consumer. Conference on Information and Communication Technology for the Muslim World.
- M. K., Yunizar, & Harsanto, B. (2016). Shari'ah Compliant *E-commerce* Model And Consumer Trust. *Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah (Jurnal of Islamic Economics)* Volume 8 (2), 243-245.
- Mohammed Bashir Ribadu, W. N., & Rahman, W. A. (2017). An Integrated Approach Towards *Sharia Compliace E-commerce* t.
- Muhammad, M. R., & Muhammad, M. (2013). Building Trust in E-Commerce: A Proposed Shari'ah Compliant Model . *Journal Of Internet Banking and Commerce*.
- Mujaitun, S. (2013, September). Jual Beli Dalam Perspektif Islam : *Salam* Dan Istisna'. *Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 13(2).
- Mustofa, I. (2012). Transaksi Elektronik (E-commerce) dalam Perspektif Fikih. *Jurnal Hukum Islam*, 1-24.
- Muttaqin, A. (2009). Transaksi *E-commerce* Dalam Tinjauan Hukum Islam. 3.
- Muwardi. (2008). Transaksi *E-commerce* Dan Bai' As-*Salam*. Hukum Islam.
- Muzakkir. (2016). Implementasi Asas Taradin Dalam Bisnis *Online*. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah dan Ahwal Syahsiyah*.
- Napitupulu, R. M. (2015). Pandangan Islam Terhadap Jual Beli *Online*.
- Nawatmi, S. (2010). Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam. *Fokus Ekonomi*, 9(1), 50-58.
- Nugroho, A. (2006). *E-commerce* Memahami Pandangan Modern Didunia Maya. Bandung.
- Purbo, O. W., & Wahyudi, A. A. (t.thn.). Mengenal E-commerce.
- Putri, R. O., Wibawa, B. M., & Laksamana, T. (2017). Idenditifikasi Permasalahan Komplain pada *E-commerce* Menggunakan Metode Fishbone. *Jurnal Sains Dan Seni Its*.
- Ribadu, M. B., & Rahman, W. N. (2016). A Generic Framework for E-Commerce.
- Salim, M. (2017). Jual Beli Secara Online Menurut Pandangan Hukum Islam. 6, 1-16.

- Siswadi. (2013, Agustus). Jual Beli Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ummul Qura*, 3.
- Sjadeini, S. R. (2001). *E-commerce* dalam Perspektif Hukum. *Jurnal Keadilan*.
- Soenjoto, A. R. (2015). *E-commerce* Dalam Perspektif Islam. *Islamic Economics*.
- Susanti, N. D. (2017). Analisis Akad *As-Salam* Dalam Sistem Jual Beli Online.
- Syafruddin. (2015). *E-commerce* Dalam Tinjauan Fiqh.
- T. Amboala, A. A., & Othman, R. (2015). Development Method for Shariah Compliant *E-commerce* Payment Processing. *International Journal of Computer Theory and Engineering*.
- Tahrir, H. u. (1965). The Most Important Basis that the State is built upon: The Principle of Adherence to the Shariah Rule is one of the Most Important .
- Wariati, A. (2014). *E-commerce* Dalam Perspektif Perlindungan Konsumen. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*.
- Wulandari, D. N., Santoso, B., & Athar, H. S. (2016). Etika Bisnis *E-commerce* Berdasarkan Maqashid Syariah Pada Marketplace Bukalapak.Com.
- Wulandari, F. M. (2015, Desember). Jual Beli Online Yang Aman Dan Syar'i (Studi Terhadap Pandangan Pelaku Bisnis Online Di Kalangan Mahasiswa Dan Alumni Fakultas Syari'ah Hukum Uin Sunan Kalijaga). *Az Zarka*.

### **Internet :**

- Accurate Business Center. (2018, September 13). *Accurate Business Center*. Diambil kembali dari 5 Produk Paling Laris di *e-commerce* Yang Dapat Dijadikan Ladang Uang: <https://solusiaccurate.com/2018/09/13/5-produk-paling-laris-di-e-commerce-yang-dapat-di-jadikan-ladang-uang>
- Amalia, M. (2017, April Jumat). news.detik.com. Diambil kembali dari news.detik.com: <https://news.detik.com/berita/d-3474703/terlibat-penipuan-jual-beli-online-mahasiswa-ini-ditangkap-polisi>
- Antika, A. (2016, November 14). Diambil kembali dari detiknas.go.id: <http://www.detiknas.go.id/2016/11/14/tahukah-kamu-apa-itu-marketpace-dan-marketplace/>
- Agustina, V. (2018, Maret 28). *Bisnis E-commerce Halal Indonesia Jadi Contoh Dunia*. Diambil Kembali Dari Muslim Obsession: <https://Muslimobsession.Com/Bisnis-E-Commerce-Halal-Indonesia-Jadi-Contoh-Dunia/>

- APJII. (2016). Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. Diambil kembali dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia: <https://apjii.or.id/content/read/39/264/Survei-Internet-APJII-2016>
- APJII. (2017). Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. Diambil kembali dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia: <https://apjii.or.id/content/read/39/264/Survei-Internet-APJII-2017>
- Berdesa. (2016, April 4). *Berdesa*. Diambil Kembali Dari Beda Transaksi Di *E-commerce* Dan Sosial Media, Toko Online Laris Dan Terhindar Dari Penipuan: <Http://Www.Berdesa.Com/Toko-Online-Laris-Aman/>
- Center, P. R. (2015). 10 Countries With the Largest Muslim Populations. Diambil kembali dari [www.pewforum.org](http://www.pewforum.org): [http://www.pewforum.org/2015/04/02/muslims/pf\\_15-04-02\\_projectionstables74/](http://www.pewforum.org/2015/04/02/muslims/pf_15-04-02_projectionstables74/)
- Eldine, A. (2009). Etika bisnis islam. [www.uik-bogor.ac.id](http://www.uik-bogor.ac.id)
- Fadhli, A. (2016, Juni). Tinjauan Hukum Islam Terhadap Penerapan Akad *As-Salam* Dalam Transaksi E-Commerce. *Jurnal Pemikiran Hukum Islam*, *Xv*, 1-19. Doi:<Http://Dx.Doi.Org/10.21093/Mj.V15i1.589>
- Fauzan, S. S.-F. (2011, Februari 13). *Jual Beli yang Dilarang dalam Islam*. Diambil kembali dari [www.almanhaj.or.id](http://www.almanhaj.or.id): <https://almanhaj.or.id/2979-jual-beli-yang-dilarang-dalam-islam.html>
- Hadits.Id. (2019). *Hadist*. Dipetik Januari 24, 2019, Dari <https://Www.Hadits.Id/Hadits/Majah/1836>
- Hutauruk, A. (2018, Agustus 8). *Apa Yang Memengaruhi Kepercayaan Konsumen Pada E-Commerce*. Diambil Kembali Dari Dewina Journal: <https://Www.Google.Com/Amp/Dewina-Journal.Foutap.Com/Kepercayaan-Konsumen-Pada-E-Commerce/Amp/>
- Kompas.Com. (2016, Oktober Senin). *Kompas.Com*. Diambil Kembali Dari Kompas.Com: <Http://Tekno.Kompas.Com/Read/2016/10/24/15064727/2016.Pengguna.Internet.Di.Indonesia.Capai.132.Juta>.
- Lihin. (2017, Oktober). *Pengertian Syariah; Etimologi Dan Terminologi*. Diambil Kembali Dari <Http://Www.Referensimakalah.Com/2012/08/Pengertian-Syariah-Etimologidan.Html>
- Mamad, J. (2019, Januari 10). *Center Klik*. Diambil Kembali Dari 10 Toko Online Terbaik Dan Populer Di Indonesia: <https://Www.Centerklik.Com/10-Toko-Online-Terbaik-Dan-Populer-Di-Indonesia/>

- Minatpedia. (2019, Januari 2). *Minatpedia*. Diambil Kembali Dari 8 Aplikasi Belanja Online Paling Diminati Saat Ini, Di Indonesia: [https://www.Minatpedia.Com/2019/01/8-Aplikasi-Belanja-Online-Paling.Html](https://www.minatpedia.com/2019/01/8-Aplikasi-Belanja-Online-Paling.Html)
- Melani, A. (2016, Mei 15). *Liputan 6*. Diambil Kembali Dari Ekonomi Bisnis: [https://www.Liputan6.Com/Bisnis/Read/2506987/Alasan-Pengeluaran-Wanita-Lebih-Besar-Ketimbang-Pria](https://www.liputan6.com/Bisnis/Read/2506987/Alasan-Pengeluaran-Wanita-Lebih-Besar-Ketimbang-Pria)
- kompas.com. (2016, oktober senin). kompas.com. Diambil kembali dari kompas.com: <http://tekno.kompas.com/read/2016/10/24/15064727/2016.pengguna.internet.di.indonesia.capai.132.juta>.
- Tashandra, N. (2018, Maret 22). *Kompas.Com*. Diambil Kembali Dari Lifestyle: [https://Lifestyle.Kompas.Com/Read/2018/03/22/155001820/80-Persen-Konsumen-Belanja-Online-Orang-Muda-Dan-Wanita](https://lifestyle.kompas.com/Read/2018/03/22/155001820/80-Persen-Konsumen-Belanja-Online-Orang-Muda-Dan-Wanita)
- Tempo.Co. (2017, Februari 19). *Tempo.Co*. Diambil Kembali Dari Mensos: Belanja Online Sumbang Sifat Konsumtif Masyarakat: [https://Nasional.Tempo.Co/Read/848126/Mensos-Belanja-Online-Sumbang-Sifat-Konsumtif-Masyarakat/Full&View=Ok](https://nasional.tempo.co/Read/848126/Mensos-Belanja-Online-Sumbang-Sifat-Konsumtif-Masyarakat/Full&View=Ok)
- Universitas Pendidikan Indonesia. (2017). *Universitas Pendidikan Indonesia*. Dipetik 03 19, 2019, Dari Tentang Upi: [http://www.Upi.Edu/Tentang/Sejarah](http://www.upi.edu/Tentang/Sejarah)
- Sasongko, J. P. (2016, Februari 22). Polisi Tangkap Kelompok Penipu Jual Beli *Online*. Diambil kembali dari [www.cnnindonesia.com](http://www.cnnindonesia.com): <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20160222161552-12-112638/polisi-tangkap-kelompok-penipu-jual-beli-online>
- Setyowati, R. (2012, Oktober 5). *Kompas.Com*. Diambil Kembali Dari Prospek Belanja Online: [https://Tekno.Kompas.Com/Read/2012/10/05/02371027/Prospek.Belanja.Quotonlinequot](https://tekno.kompas.com/Read/2012/10/05/02371027/Prospek.Belanja.Quotonlinequot)
- Windiarti, N. (2015, November 5). *Unnes.Ac.Id*. Diambil Kembali Dari Onine Shop Mempengaruhi Pola Pikir Mahasiswa Dalam Berperilaku Konsumtif: [http://Blog.Unnes.Ac.Id/Novita3011/?P=15](http://blog.unnes.ac.id/Novita3011/?P=15)
- Zaenudin, A. (2017, Agustus 18). *Tirto.Id*. Diambil Kembali Dari Bisnis: [https://Tirto.Id/Profil-Konsumen-Belanja-Online-Di-Indonesia-Cueg](https://tirto.id/Profil-Konsumen-Belanja-Online-Di-Indonesia-Cueg)