

**PANDANGAN EKONOMI ISLAM TERHADAP MINAT BELI
MASYARAKAT MELALUI *ONLINE SHOP*
(Studi Kasus di Desa Karya Mulya Sari Kecamatan Candipuro
Kabupaten Lampung Selatan)**

Mega Arum Sirvana
Mahasiswa STIS Darusy Syafa'ah Lampung Tengah, Indonesia
Email: megaarumsirvana@gmail.com

Abstrak

Pada era modernisasi saat ini, masyarakat cenderung menyukai hal-hal yang instan dan praktis karena semakin berkembangnya teknologi masa kini. Oleh karena itu, hal ini yang mendorong masyarakat untuk lebih memilih belanja melalui online shop. Penelitian ini membahas Bagaimana Pandangan Ekonomi Islam terhadap Minat beli melalui Online Shop. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pandangan Ekonomi Islam terhadap minat beli di Online Shop, menjelaskan dampak online shop terhadap perekonomian masyarakat, dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli masyarakat melalui online shop. Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif lapangan dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa, observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik yang digunakan untuk menganalisis yaitu pengambilan data, reduksi data, sajian data, dan pengambilan kesimpulan. Penelitian ini menunjukkan bahwa online shop memiliki dampak yang signifikan terhadap perekonomian masyarakat. Dari perspektif ekonomi islam, online shop dapat menjadi sarana yang efektif untuk meningkatkan perekonomian masyarakat dengan mempermudah akses belanja, menawarkan harga yang lebih murah, dan meningkatkan kesempatan berusaha. Namun, penelitian ini juga menemukan bahwa online shop juga memiliki dampak negatif, seperti pemborosan dan penurunan penjualan pada UMKM offline. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli masyarakat Desa Karya Mulya Sari melalui online shop adalah kemudahan akses, harga yang kompetitif, kepercayaan, dan kualitas layanan. Oleh karena itu, pelaku online shop perlu memperhatikan faktor-faktor tersebut untuk meningkatkan minat beli masyarakat dan meminimalkan dampak negatif

Keyword: *Ekonomi islam, minat beli, online shop*

A. Pendahuluan

Muamalah dalam Islam mencakup berbagai aktivitas sosial dan ekonomi yang dilakukan oleh umat manusia, yang meliputi jual beli, sewa menyewa, dan kegiatan transaksi lainnya. Dalam konteks jual beli, Islam mengajarkan bahwa segala bentuk transaksi harus dilakukan dengan prinsip keadilan, kejujuran, dan transparansi. Transaksi yang dilakukan secara adil tidak hanya membawa manfaat bagi kedua belah pihak tetapi juga mendatangkan keberkahan bagi umat Islam secara keseluruhan.

Berdagang, sebagai salah satu bentuk muamalah yang sangat dianjurkan dalam Islam, memiliki banyak ketentuan yang harus dipenuhi, agar sesuai dengan hukum syariat dan tidak merugikan pihak manapun.¹

Seiring berjalannya waktu, kita menyaksikan adanya perubahan besar dalam dunia perdagangan akibat pesatnya perkembangan teknologi. Perubahan ini dimulai dari teknologi informasi yang memungkinkan kita untuk mengakses pasar global tanpa terbatas ruang dan waktu. Salah satu bentuk perubahan terbesar dalam aktivitas ekonomi ini adalah munculnya e-commerce atau perdagangan secara elektronik. Sebelumnya, transaksi jual beli dilakukan secara langsung, di pasar atau toko fisik, di mana ada interaksi langsung antara penjual dan pembeli. Kini, berkat kemajuan teknologi, transaksi jual beli dapat dilakukan secara online, di mana pembeli dan penjual dapat berinteraksi tanpa harus bertatap muka.

Perkembangan *e-commerce* di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir ini menunjukkan fenomena yang luar biasa. Pada tahun 2015, jumlah pengguna internet di Indonesia hanya sekitar 55 juta orang, tetapi pada tahun 2022, jumlah ini meningkat pesat menjadi lebih dari 200 juta pengguna². Peningkatan ini sejalan dengan pertumbuhan penggunaan smartphone, yang menjadi alat utama untuk mengakses internet, terutama bagi kalangan menengah ke bawah. Dengan lebih dari 90% pengguna internet yang mengakses melalui perangkat mobile, hampir semua transaksi online kini dapat dilakukan melalui smartphone. Tidak hanya itu, sektor e-commerce juga mencatatkan nilai transaksi yang sangat besar. Pada tahun 2022, transaksi *e-commerce* di Indonesia diperkirakan mencapai lebih dari Rp 400 triliun, yang menunjukkan kontribusi sektor ini terhadap perekonomian digital dan perekonomian secara keseluruhan.

Kemajuan teknologi ini telah mendorong terbentuknya berbagai platform e-commerce yang memfasilitasi jual beli secara online, seperti Tokopedia, Bukalapak, Lazada, Shopee, hingga aplikasi social commerce seperti TikTok yang memungkinkan transaksi secara langsung di dalam

¹Fitria E, "*Konsep Muamalah dalam Perspektif Ekonomi Islam*", Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam(2017), h. 112-120

²Badan Pusat Statistik (BPS), "*Statistik Pengguna Internet Indonesia*"(2022). Retrieved from <https://www.bps.go.id> diakses 14 februari 2025

platform media sosial³. Semua ini menunjukkan betapa besarnya transformasi yang terjadi dalam pola konsumsi dan jual beli masyarakat Indonesia. Transaksi yang dulunya terjadi secara fisik kini bergeser menjadi transaksi digital yang lebih efisien, cepat, dan dapat diakses oleh siapa saja.

Namun, meskipun e-commerce memberikan berbagai kemudahan, transformasi ini juga membawa sejumlah tantangan, terutama terkait dengan pemahaman dan penerapan prinsip-prinsip ekonomi Islam dalam transaksi jual beli secara online. Dalam konteks ekonomi Islam, jual beli harus dilakukan dengan cara yang adil, transparan, dan bebas dari unsur-unsur yang dilarang seperti penipuan, ketidakjelasan harga, atau transaksi yang mengandung unsur riba. Masyarakat yang belum sepenuhnya paham mengenai prinsip-prinsip ini berisiko terlibat dalam transaksi yang tidak sesuai dengan syariat Islam. Oleh karena itu, penting untuk memperkenalkan dan mengedukasi masyarakat mengenai bagaimana melakukan transaksi online dengan cara yang sesuai dengan kaidah-kaidah ekonomi Islam.

Selain itu, *e-commerce* juga memberikan dampak sosial dan ekonomi yang cukup besar. Di satu sisi, e-commerce telah membuka peluang kerja baru, memperluas akses pasar, dan menciptakan efisiensi waktu dalam transaksi. Namun, di sisi lain, keberadaan e-commerce juga menyebabkan munculnya masalah baru. Salah satunya adalah meningkatnya maraknya penipuan online yang merugikan konsumen, ketimpangan dalam penguasaan pasar antara pelaku usaha besar dan kecil, serta berkurangnya interaksi sosial antar individu karena transaksi dilakukan secara digital tanpa adanya pertemuan langsung.⁴

Di Indonesia, fenomena ini tidak hanya terjadi di kota-kota besar, tetapi juga mulai menyebar ke desa-desa. Salah satunya adalah di Desa Karyamulyasari, Kecamatan Candipuro, Kabupaten Lampung Selatan. Di desa ini, perkembangan e-commerce menjadi fenomena yang menarik perhatian. Sebagian besar masyarakat di Desa Karyamulyasari sudah mulai melakukan transaksi jual beli melalui platform online, baik untuk kebutuhan

³Putra R. A. & Sulisty U. "*Transformasi Digital dan E-commerce di Indonesia: Peluang dan Tantangan*". Jurnal Manajemen dan Teknologi(2021), h. 45-60.

⁴Andayani A, "*Dampak Ekonomi Digital Terhadap Masyarakat Desa di Indonesia*". Jurnal Ekonomi dan Pembangunan(2022),h. 75-90.

sehari-hari seperti barang dapur, kebutuhan anak, hingga barang-barang rumah tangga. Keberadaan online shop juga dimanfaatkan oleh beberapa warga desa yang memulai usaha dengan menawarkan barang atau jasa melalui platform media sosial seperti WhatsApp dan Facebook.

Fenomena ini menimbulkan sejumlah pertanyaan penting, terutama terkait dengan dampak ekonomi Islam terhadap pola transaksi yang berkembang di desa tersebut. Masyarakat Desa Karya Mulya Sari, meskipun sudah terbiasa bertransaksi secara online, masih belum sepenuhnya menyadari prinsip-prinsip ekonomi Islam yang harus diterapkan dalam jual beli. Sebagai contoh, masih ada beberapa masyarakat yang memiliki keluhan terhadap online shop, seperti membeli 3 barang yang datang hanya 2, membeli baju berwarna merah tua yang datang berwarna merah muda, ketidaksesuaian produk dengan deskripsi, seperti buah-buahan dan sayuran di gambar terlihat bagus dan segar akan tetapi ketika sampai ada yang rusak dan busuk. Selain itu, beberapa konsumen juga mengeluhkan biaya pengiriman yang mahal, kurangnya informasi produk, dan keamanan transaksi online serta privasi data pribadi.⁵

Dalam konteks ini, penting untuk dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai pandangan masyarakat terhadap transaksi jual beli secara online dari perspektif ekonomi Islam. Penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat beli masyarakat Desa Karya Mulya Sari melalui platform e-commerce dan bagaimana dampaknya terhadap perekonomian desa tersebut. Penelitian ini juga akan mencoba mengeksplorasi sejauh mana masyarakat desa memahami prinsip-prinsip ekonomi Islam dalam bertransaksi online, serta mengidentifikasi potensi permasalahan yang mungkin timbul, seperti penipuan atau ketidakadilan dalam transaksi.

Dengan pemahaman yang lebih mendalam mengenai ekonomi Islam dalam transaksi e-commerce, diharapkan masyarakat dapat melakukan transaksi yang lebih aman, adil, dan sesuai dengan syariat. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi pada

⁵Hasil *presurvei* dengan beberapa masyarakat Desa Karya Mulya Sari pada tanggal 10 februari 2025

pengembangan teori ekonomi Islam, terutama dalam konteks e-commerce yang semakin berkembang.

Berdasarkan masalah-masalah di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Minat Beli Masyarakat Melalui Online Shop (Studi Kasus di Desa Karya Mulya Sari Kecamatan Candipuro Kabupten Lampung Selatan)”.

B. Metode Penelitian

Pada penelitian yang akan dilakukan, penulis menggunakan penelitian lapangan (*field reseacrch*) yaitu penelitian yang dilakukan di kakah atau medan terjadinya gejala.⁶ Penelitian ini dilakukan di Desa Karya Mulya Sari Kecamatan Candipuro Kabupten Lampung Selatan, dengan argumentasi lokasi tersebut memenuhi persyaratan sebagai lokasi penelitian untuk memperoleh data, informasi, dan dokumentasi yang dibutuhkan. Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian, yaitu dengan menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Berdasarkan penelitian di atas maka analisis data dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif lapangan dan bersifat deskriptif yaitu penelitian yang dilakukan memiliki pemahaman awal mengenai situasi masalah yang dihadapi. Peneliti menggunakan metode berfikir insuktif dalam menganalisa data.

C. Pembahasan

Bisnis Digital merupakan konsep bisnis yang melibatkan teknologi internet dalam melakukan aktivitasnya, baik dalam melakukan marketing, aktivitas bisnis, dan berinteraksi dengan pelanggan. Adapun konsep bisnis digital meliputi : *Pertama*, *E-commerce* (perdagangan elektronik). *Kedua*, *digital marketing* (pemasaran digital). *Ketiga*, analitik bisnis. *Keempat*, Tranformasi Digital (proses merubah proses bisnis).⁷ Namun ada yang berpendapat, bisnis digital cakupanya lebih luas, seperti : *e-banking* (layanan

⁶M.Iqbal Hasan, “*pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*,”(Jakarta:Ghalia Indonesia, 2002), h. 11.

⁷Kumara Adji Kusuma, *Pengantar Bisnis Digital dalam Perspektif Islam*, Sidoarjo : Umsida Press, 2023, h. 10-11.

perbankan), *e-payment* (layanan pembayaran), *e-learning* (layanan belajar) dan lain sebagainya.⁸

Rukun Jual Beli menurut islam adalah adanya penjual, pembeli, barang yang di jual dan Ucapan ijab qabul. Dalam Islam berbisnis melalui online diperbolehkan selagi tidak terdapat kezaliman, monopoli, serta unsur-unsur riba, dan juga penipuan. Karena dalam alqur'an sudah dijelaskan tentang bahaya riba seperti yang terdapat didalam Alquran QS. Al. Baqarah /2: 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ آلَ رَبْوًا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ

Terjemahnya :“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”.

Maksud dari ayat di atas melalui jalan perdagangan inilah, pintu-pintu rezeki akan dapat dibuka sehingga karunia Allah terpancar daripadanya. Jual beli merupakan sesuatu yang diperbolehkan, dengan catatan selama dilakukan dengan benar sesuai dengan tuntunan ajaran Islam.

Akad adalah kesepakatan (ikatan) antara kedua belah pihak yang melakukan transaksi jual beli, akad ini dikatakan sebagai inti dari transaksi jual beli, karena tanpa adanya akad tersebut jual beli tidak mungkin terjadi dan sah transaksinya, dengan terbentuknya akad maka kerelaan mengikutinya, memang kerelaan tidak dapat dilihat dengan indra, karena ia berhubungan dengan hati, namun dengan terjadinya akad itu melambangkan bahwa kedua belah pihak telah rela dalam melakukan jual beli. Dalam membedakan bisnis online dengan bisnis offline yaitu proses transaksi (akad) dan media utama dalam proses tersebut. Akad merupakan

⁸Teguh Permana dan Andriani Puspitaningsih, *Studi Ekonomi Digital di Indonesia*, Jurnal Simki Economic, Vol. 4 Issu 2 tahun 2021, hal 162

unsur penting dalam suatu bisnis. Secara umum, bisnis dalam Islam menjelaskan adanya transaksi yang bersifat fisik, dengan menghadirkan benda tersebut ketika transaksi, atau tanpa menghadirkan benda yang dipesan, tetapi dengan ketentuan harus dinyatakan sifat benda secara konkret, baik diserahkan langsung atau diserahkan kemudian sampai batas waktu tertentu, seperti dalam transaksi as-salam dan transaksi al-istishna.

Salam yang dinamakan juga dengan salaf adalah jual beli sesuatu dalam tanggungan yang dideskripsikan, dengan harga yang dibayarkan di muka. Fuqaha menamakannya dengan bai'ul-mahawij (jual beli orang-orang yang membutuhkan) karena ini adalah jual beli tidak nyata yang dituntut oleh kebutuhan masing-masing dari kedua orang yang berjual beli. Transaksi as-salam merupakan bentuk transaksi dengan sistem pembayaran secara tunai/disegerakan tetapi penyerahan barang ditangguhkan. Sedang transaksi al-istishna merupakan bentuk transaksi dengan sistem pembayaran secara disegerakan atau secara ditangguhkan sesuai kesepakatan dan penyerahan barang yang ditangguhkan.

Menurut hampir semua informan seperti Eka Rahmawati, Sittatul Atiqoh, Hasanatul Badriyah dan Yuswati Hestiana yang menyatakan bahwa jual beli online sepertinya sah-sah saja atau diperbolehkan selama barang dan akad yang digunakan jelas.

Berdasarkan hasil informasi di atas, bahwa jual beli online itu sah-sah saja selama adanya barang dan kejelasan dari pihak yang menjual, dalam Islam ketika membeli suatu barang itu harus jelas akadnya dan akad yang digunakan itu akad salam⁹. Praktik jual beli online itu sah-sah saja selama barangnya jelas dan jangan sampai menimbulkan ketidak jelasan atau adanya unsur gharar¹⁰. Selain itu, jual beli online diperbolehkan selama tidak adanya riba dalam proses transaksi dan tidak merugikan antara pihak penjual dan pihak pembeli¹¹. "Menurut saya sah karena berbelanja lewat online sama dengan berbelanja secara offline akan tetapi berbelanja online itu melalui internet, apalagi jaman sekarang itu jamannya internet yang

⁹ Hasil wawancara dengan Eka Rahmawati pada tanggal 27 april 2025

¹⁰ Hasil wawancara dengan Sittatul Atiqoh pada tanggal 27 april 2025

¹¹ Hasil wawancara dengan Hasanatul Badriyah pada tanggal 27 april 2025

dimana pengguna internet setiap tahunnya mengalami peningkatan otomatis gaya hidup seseorang akan berubah dengan adanya internet tersebut”¹²

Sebagaimana hukum dasar dari muamalah menurut Islam. Bisnis Online dihukumkan lubah (dibolehkan) selama tidak mengandung unsur-unsur yang dapat merusaknya seperti riba, kezhaliman, penipuan, kecurangan, dan sejenisnya.

Salah satu fenomena mu'amalah dalam bidang ekonomi saat ini adalah transaksi jual beli yang menggunakan media elektronik. Berkembangnya teknologi internet saat ini menjadikan para pebisnis yang dengan mudah memasarkan barang dagangannya. Tren belanja online mulai diminati karena proses keputusan belanja online tidak serumit keputusan dalam pembelian offline.

Hal ini sesuai dengan yang di sampaikan oleh Kurniawan (2023) dalam skripsinya yang berjudul “*Dampak E-Commerce terhadap Pertumbuhan UMKM dalam Perspektif Islam*”, bahwa adanya E-commerce membuka peluang usaha baru bagi UMKM Muslim, tetapi juga menimbulkan tantangan seperti persaingan harga dan ketergantungan pada platform digital.

Oleh karena itu, penting bagi para pedagang online untuk membangun reputasi yang baik dengan menyediakan produk berkualitas, memberikan deskripsi yang akurat, dan menawarkan pelayanan pelanggan yang responsif. Pastikan untuk mempromosikan produk secara jujur dan transparan, serta mematuhi kebijakan privasi dan keamanan data pelanggan. Dengan demikian, kamu dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan dan membangun hubungan jangka panjang yang positif.

D. Simpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa *online shop* memiliki dampak yang signifikan terhadap perekonomian masyarakat. Dari perspektif ekonomi islam, online shop dapat menjadi sarana yang efektif untuk meningkatkan perekonomian masyarakat dengan mempermudah akses belanja, menawarkan harga yang lebih murah, dan meningkatkan kesempatan berusaha. Namun, penelitian ini juga menemukan bahwa online shop juga

¹²Hasil wawancara dengan Yuswati Hestiana pada tanggal 27 april 2025

memiliki dampak negatif, seperti pemborosan dan penurunan penjualan pada UMKM offline.

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli masyarakat Desa Karya Mulya Sari melalui online shop adalah kemudahan akses, harga yang kompetitif, kepercayaan, dan kualitas layanan. Oleh karena itu, pelaku online shop perlu memperhatikan faktor-faktor tersebut untuk meningkatkan minat beli masyarakat dan meminimalkan dampak negatif. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ekonomi islam dan praktik bisnis online shop yang lebih baik, serta meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan perekonomian

Daftar Pustaka

- Andayani A,2022, *Dampak Ekonomi Digital Terhadap Masyarakat Desa di Indonesia*, Jurnal Ekonomi dan Pembangunan,10(1).
- Badan Pusat Statistik (BPS),2022,*Statistik Pengguna Internet Indonesia*, Retrieved from <https://www.bps.go.id>.
- Badan Pusat Statistik,2023, *Statistik Perdagangan Digital Indonesia*, Jakarta: BPS.
- Bank Indonesia,2022, *Laporan Perkembangan E-Commerce di Indonesia*,Jakarta: BI.
- Dedi Riswandi,Jurnal Econetica Vol.1 No.1 Mei 2019 p-ISSN: 2685-1016 1 Transaksi On-line (E-Commerce) : Peluang Dan Tantangan Dalam Perspektif Ekonomi Islam".diakses 15 februari 2025
- Dr. M. Syafii Antonio,2020,*Ekonomi Islam dan Perdagangan Online*,Penerbit :Erlangga.
- Fitria E,2017,*Konsep Muamalah dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, 6(2).
- Haris Herdiansyah.2013,*Wawancara,Observasi,Dan Fokus Group Sebagai Instrumen Panggilan Data Kualitatif*,Jakarta:PT RajaGrafindo Persada.
- IASII,*Lanskap Keamanan Siber Indonesia*", <https://iasii.id> diakses 16 februari 2025

- Jurnal Masharif al-Syaria. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*. dari DOI: <https://doi.org/10.30651/jms.v9i4.23753> diakses 15 februari 2025
- Kartini Kartono, 1996, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, Bandung: CV Mundur Maju.
- Kementrian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, *Didominasi Penjualan Produk Lokal, Harbolnas 2024 Mampu Cetak Transaksi Sebesar Rp 312 T*, <https://www.ekon.go.id> diakses 15 februari 2025
- Ketua STIS Darusy Syafa'ah Lampung Tengah, 2023, *Pedoman Penulisan Proposal Dan Skripsi S-1*, penerbit : STIS Darusy Syafa'ah Lampung Tengah
- Kominfo, 2023, *Maraknya Penipuan Online di Indonesia*, Jakarta: Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- Lexy J Moleong, 2009, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, Edisi Revisi.
- Muhammad Nasir, 2023, *Pandangan Islam Tentang Riba Dalam Transaksi Keuangan*.
- Nanda Bella Fidanty Syahnaz, Wahyono / *Management Analysis Journal*, <http://maj.unnes.ac.id/>
- Nur Khasanah, 2020, *Prinsip-Prinsip Jual Beli Online dalam Islam dan Penerapannya pada Hijup.com*, *Jurnal Dinamika Ekonomi dan Bisnis*.
- Putra R. A. & Sulisty U, 2021, *Transformasi Digital dan E-commerce di Indonesia: Peluang dan Tantangan*, *Jurnal Manajemen dan Teknologi*, 9(3).
- Statista, "E-commerce worldwide-statistics & facts", dari <https://www.statista.com>, diakses 15 februari 2025
- UNDP, 2023, *Digital Economy and Social Impacts in Rural Areas*. New York: UNDP.
- We Are Social, 2023, *Digital Report 2023: Indonesia*, Retrieved from <https://wearesocial.com>.
- Yufi Cantika,
(<https://www.gramedia.com/literasi/pengertian/muamalah/?srsltid=AfmB>

OopPCjx8BLZSKQ8KmE9dCxS9Ne2cbJxkEH6SBg3QaTMDmwyF4XK)
diakses 13/02/2025