

## ANALISIS MARKETING DIGITAL MELALUI SHOPEE DALAM PRESPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARI'AH

*ANALYSIS OF DIGITAL MARKETING THROUGH SHOPEE IN THE PERSPECTIVE OF  
SYARIAH ECONOMIC LAW*

Musthafa Syukur<sup>1</sup>, Amilia Mia Favouritha<sup>2</sup>

Universitas Nurul Jadid Paiton Probolinggo

Email: musthafa@gmail.com<sup>1</sup>, suryaadamfaqih@gmail.com<sup>2</sup>

### **Abstract**

*The online marketing of Compass Gazelle shoes conducted by Lasker Shoop and Khasisma.Shop23 stores received a rating below 3.0 out of 5 stars when compared to Compass Store Office, which promotes similar products. This is due to the fact that the items acquired by consumers, whether in terms of size, color, or material, do not match what was advertised on YouTube and Shopee. The key differentiator between Sharia-compliant and non-Sharia-compliant transactions is the contract (akad). In Islam, promotional activities use the akad salam, so if any of the conditions between the promotion and the product do not align, the akad salam becomes void. The research method used is qualitative research. Qualitative research involves exploring and understanding the meaning from a number of individuals or groups considered to have the capacity to address the social issue being studied. The research approach used is phenomenology. The phenomenological approach is used to understand phenomena and facts in real life and social interactions. The research findings indicate that the online marketing of original Compass Gazelle shoes by Lasker Shoop and Kharisma.Shop23 does not adhere to the principles of transactions from the perspective of Sharia economics due to the presence of elements of gharar (uncertainty) and riba (usury) in its marketing, rendering the ijab-qabul or akad salam in the transaction invalid. This has led to many disappointed customers. On the other hand, the marketing of Compass Gazelle shoes at Compass Store Office aligns with the principles of transactions from the perspective of Sharia economics, and the ijab-qabul or akad salam in the transaction process is valid. This leads to sustainable success.*

**Keywords:** Digital Marketing, Transaction Principles, Shopee

### **Abstrak**

Pemasaran online sepatu compas gazelle yang dilakukan oleh toko Lasker Shoop dan Khasisma.Shop23 mendapatkan penilaian dengan rating di bawah 3.0 dari 5 bintang dibandingkan dengan toko Compass Store Office yang mempromosikan produk serupa. Hal ini disebabkan karena barang yang di peroleh konsumen baik dari segi ukuran, warna, maupun bahannya tidak sesuai dengan yang dipromosikan diyoutube dan shopeenya. Akad menjadi pembeda antara transaksi syari'ah dan yang non syari'ah. Dalam islam aktifitas promosi menggunakan akad salam, sehingga jika ada salah satu persyaratan yang tidak sesuai antara promosi dan barang maka akad salamnya batal. Metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah kegiatan mengeksplorasi dan memahami makna dari sejumlah individu atau kelompok orang yang dianggap memiliki kapasitas dari permasalahan sosial yang akan diteliti. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan fenomenologi. Pendekatan fenomenologis ini digunakan untuk mengetahui gejala dan fakta dalam kehidupan yang nyata dan interaksi sosial. Hasil penelitian adalah pemasaran online sepatu compas gazelle original yang dipasarkan oleh toko Lasker Shoop, dan Kharisma.Shop23 kurang sesuai dengan prinsip-prinsip transaksi dalam prespektif ekonomi syari'ah karna terdapat unsur gharar dan riba dalam pemasarannya sehingga ijab-qabul atau akad salam dalam transaksinya batal. Hal ini yang menyebabkan banyaknya pelanggan yang kecewa. Sedangkan pemasarann sepatu compas gazelle pada toko Compass store Office sesuai dengan prinsip-prinsip transaksi dalam prespektif ekonomi syari'ah dan ijab-qobul atau akad salam dalam proses transaksinya sah. Dari situ akan mendatangkan kesuksesan yang berkelanjutan.

**Kata kunci:** Marketing Digital, Prinsip-Prinsip Transaksi, Shopee

## PENDAHULUAN

Salah satu fenomena mu'amalah dalam bidang ekonomi adalah transaksi jual beli yang menggunakan media elektronik<sup>1</sup>. Dalam era digital yang terus berkembang, pemasaran melalui *platform online* telah menjadi salah satu strategi yang dominan dalam mencapai audiens yang lebih luas. Salah satu *platform* yang paling populer dan berpengaruh adalah YouTube, yang tidak hanya memberikan wadah bagi konten hiburan, tetapi juga merupakan sarana penting dalam pemasaran digital. *Digital marketing* atau pemasaran *online* dapat menjangkau semua orang tanpa memandang jarak atau waktu, sehingga semakin memudahkan konsumen untuk membeli barang tanpa harus keluar rumah atau melakukan transaksi melalui sistem *online*<sup>2,3</sup>. Di tengah kompleksitas ekonomi global, perspektif ekonomi syaria'ah menjadi semakin penting sebagai panduan untuk praktik bisnis yang lebih etis dan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Perkembangan dan proses pemahaman nilai-nilai islam ini dirasa mulai bergeser apa lagi setelah masuknya era digitalisasi<sup>4</sup>.

Pesatnya kemajuan dalam bidang teknologi dan mudahnya akses internet untuk menjangkau semuanya membuat semua masyarakat bersaing dalam mempromosikan prodak jualannya di E-Commerce seperti Shopee, Lazada, Tokopedia, dan lain-lain. Sehingga banyak timbul unsur penipuan terutama dalam pemasaran *online*. Beberapa permasalahan yang dapat muncul dalam transaksi *online* adalah (a) kualitas barang yang dijual, hal ini karena pembeli tidak melihat secara langsung barang yang akan dibeli. Pembeli hanya melihat tampilan gambar yang akan dijual; (b) potensi penipuan yang sangat tinggi, dimana ketika pembeli sudah melakukan pembayaran namun barang tidak kunjung diantar kepada pembeli; (c) potensi gagal bayar dari pembeli, dimana ketika penjual sudah mengirimkan barang kepada pembeli namun pembayaran tidak kunjung dilakukan oleh pembeli<sup>5</sup>. Hal ini disebabkan oleh asas-asas mu'amalah yang ada dalam transaksi jual beli kurang diperhatikan masyarakat demi berlomba-lomba meraih keuntungan dalam memasarkan prodak.

Salah satu *E-Commerce* yang paling banyak diminati oleh masyarakat indonesia dan merupakan situs belanja *online* paling murah adalah Shopee. Seperti pemasaran *online* yang dilakukan oleh toko Lasker Shoop. Toko *online* ini mempromosikan prodak yang serupa dengan prodak yang di buat di CV Harapan Jaya Utama yang bertempat di Jl. Raya Sapan KM.2 No.55, Tegalluar, Kec. Bojongsoang, Kabupaten Bandung, Jawa Barat yaitu sepatu compas gazelle. Pemasar *online* paling banyak pada prodak sepatu compas gazelle ini adalah dalam situs belanja *online* *Shopee* sekitar lebih dari 100 toko yang mempromosikan prodak yang sama, dibandingkan Tokopedia yang sekitar 80 toko dengan

<sup>1</sup> Muhammad Deni Putra, 'Jual Beli On-Line Berbasis Media Sosial Dalam Perspektif Ekonomi Islam', 3.1 (2019), 83–103.

<sup>2</sup> Ananda Mega Pratiwi and Abdur Rohman, 'Penerapan Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Omset Dengan Pendekatan Analisis Swot Perspektif Marketing Syariah Pada Toko Fihadaessie Surabaya', *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 6.1 (2023), 881–98.

<sup>3</sup> Edo Segara Gustanto, 'Digital Marketing Dalam Perspektif Hukum Islam : Pendekatan Maqashid Shariah Index', *Tamaddun Journal of Islamic Studies*, 1(1) (2022), 70–79.

<sup>4</sup> Adzkiyah Mubarakah, 'Market Religion and Religion Marketplace in Digital World', 2023, 15–26.

<sup>5</sup> Putra.

prodak yang sama<sup>6</sup>. Salah satunya adalah toko Lasker Shoop yang bertempat di kabupaten Tangerang yang mempromosikan prodaknya lewat aplikasi Shopee dengan memaparkan bentuk dan sifat-sifat yang hampir sama dengan promosi dalam konten youtube yang juga mempromosikan prodak ini dengan berkunjung langsung ke tempat prodaknya dibuat. Toko ini mempromosikan sepatu compass gazelle secara *online* dengan harga yang cukup murah dan juga memberikan diskon sebesar 57% dari harga yang di tetapkan sebelumnya yaitu Rp 300.000,00 menjadi Rp 130.000,00. Tapi yang menjadi permasalahan iyalah dalam toko Lasker Shoop ini dari 1,6 ribu prodak yang terjual hanya mendapatkan 1.9 dari 5 bintang dirating penilaian pembeli dan dari 501 penilai sekitar 333 memberikan komentar buruk untuk prodak yang dipasarkan ini. Begitu pulang dengan toko Kharisma.Shop23 yang terletak pada kabupaten Tangerang. Produk yang dipasarkan hampir sama hanya saja produk yang terjual lebih sedikit dari pada prodak dari Lasker Shoop yaitu sekitar 831 yang terjual dengan rating penilaian 2,4 dari 5 bintang dengan penilai sebanyak 384<sup>7</sup>. Disini sekitar 161 pelanggan memberikan komentar buruk pada pemasaran dan prodak dari toko ini. Harga juga lebih murah yaitu Rp 345.000 menjadi Rp130.000 dengan diskon 40%. problem yang ada yaitu barang yang didapat bukan barang yang dipesan, ukurannya juga tidak sesuai dengan pesanan, bahan yang di gunakan juga tidak sesuai dengan yang di paparkan, dan lain-lain. Problem diatas bisa berdampak buruk untuk pemasaran dan pembeli, seperti hilangnya kepercayaan pembeli, prodak tidak akan laku sehingga menyebabkan kerugian, pembeli rugi dan kecewa, dan lain-lain.

Kedua toko ini sangat jauh bedanya dengan toko Compass Store Office yang bertempat di kabupaten Bogor. Prodak yang dipasarkan sama dengan toko Lasker Shop dan Kharisma Shop23. Total prodak sepatu yang terjual yaitu 1,8 ribu dengan rating penilaian 4,9 dari 5 bintang. Toko ini memberikan harga yang cukup mahal yaitu Rp 490.000 - Rp 505.000 tanpa memberikan diskon apapun. Sekitar 1,1 ribu penilai memberikan 5 bintang untuk penilaian prodak dalam toko ini. Sehingga toko ini dipercaya sehingga kesuksesan terus mengalir dalam toko tersebut.



**gambar:** sepatu online yang dipromosikan oleh toko lasker shop dalam aplikasi shopee<sup>8</sup>

<sup>6</sup> <https://www.tokopedia.com/search?St=shop&q=sepatu%20compass%20gazelle>

<sup>7</sup> [Jual Sepatu pria Compass Gazelle Low Retrograde Black White / Black Gum / Cappucinno / White Red / Cream / White Blue | Shopee Indonesia](#)

<sup>8</sup> [Jual \[ORIGINAL\] Compass Gazelle Hi Black White / Cream / White Blue / Whitered / Cream / Black Gum BRAND NEW | Shopee Indonesia, :, #tirtalokal : SEPATU COMPASS - YouTube](#)

Pembahasan akan pemasaran digital dalam prespektif Ekonomi Syari'ah sudah lumrah dibahas dimana-mana. Bisa di lihat dari atrikel tentang jual beli online yang dipublikasikan pada tahun 2022. Menurut Zulkifli dalam penelitiannya yang berjudul tentang *jual beli online dalam prespektif hukum islam* dalam artikel ini, peneliti menunjukkan bahwa jual beli online termasuk aspek muamalah yang pada prinsipnya mubah (boleh), kecuali ada indikator yang mengharamkannya. Transaksi jual beli online menjadi haram kalau di dalamnya terdapat unsur-unsur haram, seperti riba, gharar (penipuan), bahaya, ketidakjelasan, merugikan hak orang lain, pemaksaan, dan barang atau jasa yang menjadi objek transaksi adalah benda najis, bukan yang halal, seperti khamr, bangkai, babi, narkoba, judi online, dan sebagainya. Kemudian peneliti yang lain yang juga mengambil proyek material yang sama pada tahun 2019 Muhammad Deni Putra melakukan penelitian dengan judul artikel "*jual beli online berbasis media sosial dalam prespektif ekonomi islam*", peneliti juga memaparkan bahwa dalam sudut pandang fiqih jual beli on-line diperbolehkan dalam islam sesuai dengan kaedah fiqih "*al-ashl fi mu'amalah al-ibahah, illa idza ma dalla al-dalil ala khilafih*", asalkan didalam prosesnya tidak terjadi unsur-unsur yang bertentangan dengan islam seperti penipuan, ketidak jelasan dan riba.

Kemudian peneliti yang lain yang juga mengambil proyek material yang sama pada tahun 2022 oleh Suci Hartini, Muhammad Iqbal Fasa, Dan Suharto melakukan penelitian dengan judul artikel *digital marketing dalam prespektif ekonomi syari'ah* yang dalam penelitiannya menunjukkan bahwa. Pemasaran adalah kegiatan di mana penjual menawarkan produk yang dapat dibeli oleh konsumen. Sedangkan pemasaran Islam adalah proses dan strategi (Kebijaksanaan) pemenuhan kebutuhan melalui produk dan layanan halal (*tayyibat*) dengan kesepakatan dan kesejahteraan bersama (Falah dari kedua belah pihak yaitu pembeli dan penjual untuk tujuan mencapai kesejahteraan material dan spiritual dalam dunia dan di akhira. Dalam pemasaran digital berspektif Islam, maka seluruh kegiatan yang berhubungan dengan teknologi tersebut harus berlandaskan hukum syariah. Seperti halnya dalam kegiatan digital tidak diperbolehkan mengandung riba (bunga), kegiatan di dunia maya tidak mengandung maisir (judi), kegiatan yang menyangkut pembuatan dan/atau penjualan produk haram dilarang, dan larangan dalam kegiatan mengandung unsur gharar (ketidakpastian).

Beberapa penelitian tersebut membuktikan bahwa keberhasilan dalam jual beli online bisa kita dapatkan dengan cara menghindari hal-hal diatas dan menerapkan strategi pemasaran online dengan berpedoman pada asas mu'amalah dalam ekonomi syari'ah dengan bertujuan untuk bermanfaat bagi sesama dan menambah saudara serta mengeratkan tali silaturahmi antar sesama makhluk. Fokus pembahasan pada penulisan adalah menganalisis ketidaksesuaian pemasaran prodak sepatu compass gazelle dalam asas mu'amalah online Lasker Shoop, Kharisma.Shop23 dan Compass Store Office untuk pemasaran agar kedepannya menjadi lebih baik dan sesuai dengan asas mu'amalah dalam ekonomi syari'ah sehingga mendatangkan kesuksesan yang berkelanjutan antar keduanya.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Marketing Digital

American Marketing Association (AMA) menjelaskan bahwa digital marketing merupakan institusi, proses, dan aktivitas yang difasilitasi oleh teknologi berbasis digital dalam mengkomunikasikan, menciptakan, dan memberikan atau menginformasikan nilai-nilai kepada pelanggan dan pihak yang berkepentingan dalam suatu perusahaan dengan menggunakan perangkat yang terhubung ke internet seperti media sosial dengan tujuan supaya dapat berkomunikasi dengan calon pembeli melalui jaringan komunikasi online<sup>9</sup>.

Definisi pemasaran itu sendiri menurut Kotler (2018) adalah Proses di mana perusahaan melibatkan pelanggan, membangun hubungan baik dengan pelanggan, dan menciptakan nilai untuk pelanggan<sup>10</sup>. Sehingga mendapatkan nilai atau umpan balik yang baik dari pelanggan dalam rangka untuk meningkatkan profit dan ekuitas pelanggan. Pengertian pemasaran adalah sebagai usaha untuk menyediakan dan menyampaikan barang dan jasa yang tepat kepada orang yang tepat pada tempat dan waktu serta harga yang tepat dengan promosi dan komunikasi yang tepat. Pemasaran disini lebih kepada kegiatan yang mengarahkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran. Ada empat komponen yang tercakup di dalam bauran pemasaran yaitu: produk, price, place, dan promosi. Dengan empat komponen ini menjadi dasar penting dari pemasaran<sup>11 12</sup>.

Jadi dapat disimpulkan yaitu Digital marketing atau pemasaran digital adalah penggunaan teknologi digital untuk menciptakan komunikasi yang lebih terarah dan terintegrasi yang membantu para pebisnis untuk memperoleh dan mempertahankan customer serta membangun hubungan yang lebih dalam dengan mereka serta memenuhi kebutuhan mereka melalui proses pertukaran yang interaksinya menggunakan jaringan komunikasi online<sup>13</sup>. Pemasaran online melibatkan penggunaan Internet untuk memasarkan dan menjual barang atau jasa. pemasaran online bisa dilakukan dalam media sosial, E-Commerce, dan marketplace. Pemasaran online menggunakan kekuatan E-Commerce untuk menjual dan memasarkan produk. E-commerce mengacu pada pasar mana pun di Internet. E-commerce mendukung penjualan, pembelian, dan transaksi produk atau layanan melalui Internet. Pemasaran online adalah bagian dari E-Commerce<sup>14</sup>.

<sup>9</sup> Tati Handayani, Pusporini, and Anggi Angga Resti, 'Analisis Strategi Digital Marketing Usaha Mie Menurut Perspektif Ekonomi Islam', 6.1 (2023), 209–20.

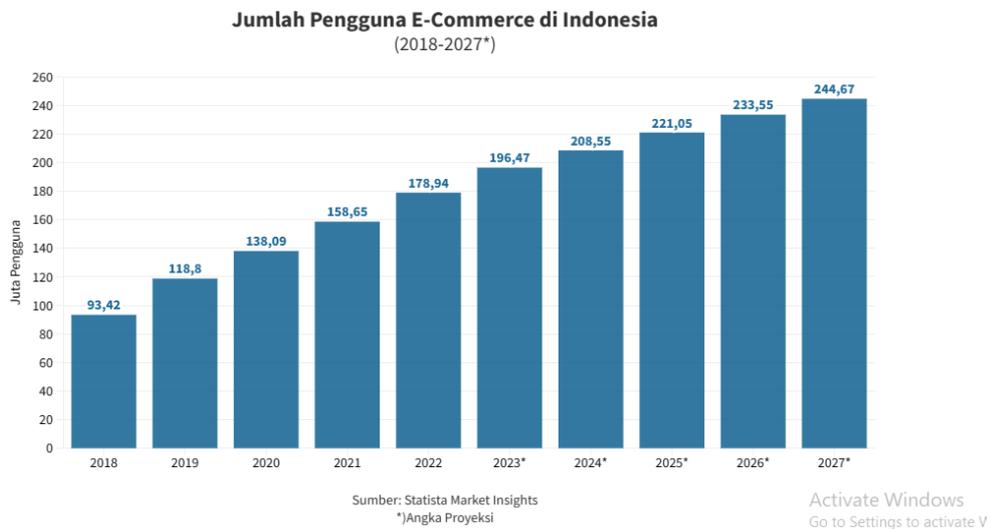
<sup>10</sup> Novi Tri Hariyanti and Alexander Wirapraja, 'PENGARUH INFLUENCER MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN DIGITAL ERA MODEREN ( SEBUAH STUDI LITERATUR )', 15.1 (2018), 133–46.

<sup>11</sup> Hajar Swara Prihatta, 'PEMASARAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM', *Maliah Jurnal Hukum Bisnis Islam*, 8 (2018), 96–124.

<sup>12</sup> Hendra Saputra and M. Robby Kaharudin, 'ANALISIS STRATEGI PEMASARAN KERIPIK TEMPE PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM', 2.November (2021), 143–62.

<sup>13</sup> Yodi Pratama and others, *PRINSIP DASAR MANAJEMEN PEMASARAN (Analisis Dan Strategi Di Era Digital)*, 2023.

<sup>14</sup> Irwilda Mahliza, Ali Husein, and Tony Gunawan, 'Analisis Strategi Pemasaran Online', *Al-Sharf Ekonomi Islam*, 1.3 (2020), 250–64.



Sumber: DataIndonesia.id

Berdasarkan data Statista Market Insights, jumlah pengguna lokapasar daring atau e-commerce di Indonesia mencapai 178,94 juta orang pada 2022, jumlah tersebut meningkat 12,79% dibandingkan pada tahun sebelumnya yang sebanyak 158,65 juta pengguna. Melihat trennya, penggunaan E-Commerce di Indonesia terlampau terus meningkat, jumlahnya pun diproyeksikan mencapai 196,47 juta pengguna hingga akhir 2023. Tren kenaikan jumlah pengguna e-commerce diprediksi masih terus terjadi hingga tahun depan. Pada 2027, Statista memperkirakan jumlah pengguna E-Commerce di dalam negeri mencapai 224,67 juta orang. Adapun Bank Indonesia (BI) mencatat, nilai transaksi E-Commerce di Indonesia sebesar Rp 476,3 triliun pada 2022. Nilai ini didapatkan dari 3,49 miliar transaksi di E-Commerce sepanjang tahun ini. Nilai transaksi E-Commerce pada 2022 lebih tinggi 18,8% dari tahun sebelumnya yang sebesar Rp 401 triliun. Kendati, angka masih di bawah target bank sentral sebesar Rp 489 triliun<sup>15</sup>.

Pemasaran digital memiliki beberapa kelebihan yaitu bisa memberikan pelayanan yang baik dalam waktu yang panjang untuk konsumen mempelajari barang yang akan dibelinya, pemasaran dapat diakses 24 jam non stop kapan dan di mana saja, jarak antara pembeli dan penjual tidak lagi menjadi penghalang, dan yang terakhir hemat biaya pemasaran<sup>16</sup>. Kelebihan utama dari digital marketing adalah biaya yang terjangkau dan target pasar yang spesifik. Dengan digital marketing, budget yang dikeluarkan untuk biaya iklan jauh lebih murah dibandingkan dengan traditional marketing. Kekurangan dari digital marketing adalah target pasar haruslah akrab dengan penggunaan teknologi dan media sosial sehingga pesan iklan dapat sampai dengan tepat<sup>17</sup>.

Berdasarkan data statistik, Indonesia termasuk dalam sepuluh negara dengan pengguna internet terbesar di dunia. Pada tahun 2019 Indonesia berada di peringkat ke lima

<sup>15</sup> <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-ecommerce-ri-diproeksi-capai-19647-juta-pada-2023> Search - (dataindonesia.id)

<sup>16</sup> Sriayu Aritha Panggabean, 'DIGITAL MARKETING PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM', *Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 1.2 (2022), 526-35.

<sup>17</sup> Pratama and others.

dengan 143,26 juta pengguna internet. Namun, pada 2020 pengguna internet Indonesia mencapai 202 juta atau 73% dan menempati peringkat ke empat terbesar di dunia.

Salah satu penyebab naiknya pengguna internet di Indonesia yaitu disebabkan oleh banyaknya pengguna e-commerce. Global Web Index mencatat bahwa Indonesia memiliki tingkat pengguna e-commerce tertinggi di dunia. Laporan yang dirilis We Are Social pada April 2021 menyebutkan bahwa pengguna layanan e-commerce Indonesia mencapai 88,1% dalam beberapa terakhir untuk pembelian sebuah barang tertentu. Jumlah pengguna internet di Indonesia yang lebih dari 100 juta pengguna menjadi salah satu kekuatan pendorong pertumbuhan e-commerce. Rata-rata uang yang dikeluarkan orang Indonesia di situs belanja online adalah US\$ 228 per orang atau sekitar Rp. 3,19 juta per orang<sup>18</sup>.

### Kaidah-Kaidah Dalam Prinsip Transaksi

Terdapat beberapa kaidah fiqh yang mengatur tentang transaksi muamalah seperti jual beli. Setidaknya terdapat tiga kaidah yaitu<sup>19</sup>:

- a. Al-ashlu fl asy-yaa'I al ibahah artinya segala bentuk muamalah pada asalnya adalah mubah kecuali ada dalil yang melarang. Digital marketing adalah bentuk muamalah, maka hukumnya adalah mubah. bisnis boleh menggunakan E-commerce dan media sosial untuk memasarkan produk kita selama tidak melakukan hal-hal yang dilarang.
- b. Al-ghunn bil ghurm artinya segala sesuatu bentuk ibadah adalah haram kecuali ada dalil yang memerintah. Melakukan digital marketing tanpa unsur risiko maka perlu di pertanyakan dan dicurigai. semisal praktik riba yang tidak mengandung unsur risiko, karena nasabah harus membayar bunga dan tidak mengandung risiko, sehingga praktik digital marketing yang seperti ini patut dicurigai karena mengandung unsur haram.
- c. Ma la yatimmul wajib Illa bihi fahua wajibun artinya segala sesuatu yang menjadi penopang atau penunjang hal yang wajib, makal hal penopang dan penunjang berubah hukumnya menjadi wajib. Melakukan bisnis untuk bekerja itu hukumnya wajib bagi setiap muslim, karena apa-apa yang menunjang hal wajib maka hal tersebut wajib dilaksanakan. Maka berkeja untuk menopang kesejahteraan keluarga yang bagian dari sebuah ibadah hukumnya menjadi wajib.

### Prinsip-Prinsip Transaksi Dalam Prespektif Ekonomi Syari'ah

Bisnis online digital marketing sama seperti transaksi jual beli. Menurut Islam, ada empat rukun jual beli yang harus dipenuhi agar akad menjadi tidak batal yaitu<sup>20</sup>:

- a. Akad, harus adanya Ijab Kabul dengan proses serah terima barang antara penjual dan pembeli secara eksplisit dan implisit. akad yang digunakan dalam pesanan adalah akad salam. salam adalah menjual suatu barang yang penyerahannya ditunda, atau menjual suatu barang yang ciri-cirinya disebutkan dengan jelas dengan pembayaran modal

<sup>18</sup> Suci Hartini and others, 'Volume 5 Nomor 1, Tahun 2022 DIGITAL MARKETING DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM', 5 (2022), 197–206.

<sup>19</sup> Afief Al Ashfahany and others, 'Peningkatan Pemahaman Prinsip-Prinsip Syriah Dalam Bisnis Online Digital Marketing', 3 (2021).

<sup>20</sup> Afief El Ashfahany and others, 'Meningkatkan Pemahaman Prinsip-Prinsip Syari'ah Dalam Bisnis Online Digital Marketing', 3 (2006), 1–9 <<https://doi.org/10.1002/0471667196.ess2935.pub2>>.

terlebih dahulu, sedangkan barangnya diserahkan dikemudian hari. Rukun dalam salam yaitu:

- 1) aqid yakni para pihak yang melakukan akad. Dalam perjanjian salam, pihak penjual disebut dengan muslim ilaih (orang yang disertai) dan pihak pembeli disebut muslim atau pihak yang menyerahkan.
  - 2) objek jual beli salam, yaitu harga dan barang yang dipesan. Barang yang dijadikan sebagai objek jual beli disebut dengan muslim fh. Barang yang dipesan harus jelas ciri-cirinya dan waktu penyerahannya. Harga dalam jual beli salam harus jelas serta diserahkan waktu akad.
  - 3) shighat berupa ijab dan qabul. Ijab berarti pernyataan melakukan ikatan dan qabul memiliki arti pernyataan penerimaan ikatan. Shighat disyaratkan harus sesuai dengan kehendak syari'at yang berpengaruh pada objek perikatan, artinya bahwa tidak diperbolehkannya suatu perikatan yang dilakukan oleh kedua pihak atau lebih tidak sejalan dengan kehendak syara'.
- b. Subjek pelaku, harus adanya pihak penjual dan pembeli, harus ada kejelasan antara penjual dan pembeli.
- c. Objek barang, harus ada barang yang jelas dan dapat dipindahkan kepemilikan kepada orang lain.
- d. Harga, harus ada harga yang jelas dan disesuaikan dengan semestinya.

Dalam aktivitas ekonomi halal, implementasi keadilan dalam fiqh muamalat melarang adanya unsur MAGHRIB, yaitu Maysir, Gharar, Haram, Riba, dan Bathil<sup>21</sup>.

a. Maysir

Masyir Menurut bahasa maysir berarti gampang/mudah. Maysir satu makna dengan qimar secara harfiah artinya judi (spekulasi). Secara istilah maysir berarti mendapat keuntungan tanpa bekerja keras. Maysir dikenal dengan judi karena dalam praktiknya seseorang dapat memperoleh keuntungan dengan cara mudah. Islam mengajarkan tentang bagaimana usaha dan bekerja keras. Larangan terhadap maysir sendiri sudah jelas ada dalam Q.S Al- Baqarah (219)<sup>22</sup>

﴿يَسْأَلُونَكَ عَنِ الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ قُلْ فِيهِمَا إِثْمٌ كَبِيرٌ وَمَنْفَعٌ لِلنَّاسِ وَإِثْمُهُمَا أَكْبَرُ مِنْ نَفْعِهِمَا وَيَسْأَلُونَكَ مَاذَا يُنْفِقُونَ قُلِ الْعَفْوَ كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ آيَاتِهِ لَعَلَّكُمْ تَتَّقُونَ ۝ ۲۱۹﴾

Artinya: Mereka bertanya kepadamu tentang khamar dan judi. Katakanlah: "Pada keduanya terdapat dosa yang besar dan beberapa manfaat bagi manusia, tetapi dosa keduanya lebih besar dari manfaatnya". Dan mereka bertanya kepadamu apa yang mereka nafkahkan. Katakanlah: "Yang lebih dari keperluan". Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepadamu supaya kamu berfikir,

Dari ayat tersebut diatas jelas bahwasanya maysir/qimar di larang karena lebih banyak mudharat-nya dari pada manfaatnya. Saat ini, instrument investasi yang

<sup>21</sup> Maharani Dewi and Muhammad Yusuf, 'Implementasi Prinsip-Prinsip Muamalah Dalam Aktivitas Ekonomi Halal', *Hukum Ekonomi Syariah*, 3.1 (2020), 131–44.

<sup>22</sup> [Surat Al-Baqarah Halaman 22 | Tafsiq.com](#)

ditawarkan oleh investor tidak sedikit yang mengandung spekulasi. Keuntungan yang didapat dalam menjalankan aktivitas ekonominya sangat mengandalkan spekulasi dimana keputusan seseorang dalam membeli dan menjual sahamnya didasari oleh perkiraan naik atau turun harga saham yang diperdagangkan.

b. Gharar

Gharar adalah istilah dalam hukum Islam yang artinya keraguan, tipuan, atau tindakan dengan tujuan merugikan orang lain. Gharar berupa akad yang mengandung unsur penipuan karena tidak adanya kepastian, baik mengenai ada atau tidaknya objek akad, besar kecilnya jumlah, maupun kemampuan menyerahkan objek yang disebutkan di dalam akad tersebut.

Gharar menurut Imam an-Nawawi merupakan unsur akad yang dilarang dalam syariat Islam, sedangkan menurut Wahbah az-Zuhaili (1985:435) gharar memiliki makna sesuatu yang pada lahirnya menarik, tetapi tercela secara terselubung. Gharar juga dikatakan sebagai transaksi yang dilakukan namun masih belum jelas barangnya atau tidak berada dalam kuasanya. Dapat dikatakan bahwa konsep gharar bermakna ketidakpastian dan ketidakjelasan sesuatu transaksi yang dilaksanakan. Islam melarang adanya aktivitas ekonomi yang mengandung unsur gharar, dalam Q.S An-Nisa (29)<sup>23</sup>

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا  
أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ٢٩

*Artinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.*

Dari ayat ini jelas, larangan terhadap jual beli yang tidak benar dengan mengandung unsur gharar.

c. Haram

Aktivitas ekonomi yang dijalankan apabila objek yang diperjualbelikan haram, maka transaksinya menjadi tidak sah. Misalnya jual beli khamr, dan lain-lain. Dalam Ushul fiqh, muamalah menetapkan standar dalam penentuan halal dan haram dalam aktivitas ekonomi, semuanya kegiatan muamalah di perbolehkan kecuali yang jelas dilarang Allah Swt. Menurut Muhammad (2006) mengemukakan bisnis yang diharamkan antara lain produksi dan perdagangan alkohol, obat terlarang, bisnis patung, bisnis barang-barang haram, bisnis pelacuran, bersifat gharar (tidak pasti) dan menggunakan bisnis bagi hasil yang dilarang.

d. Riba

Riba juga diharamkan karena terkait pada suatu tambahan yang berlipat ganda, tertuang dalam QS. Ali Imran (130)<sup>24</sup>

<sup>23</sup> [Surat An-Nisa' Halaman 3 | Tafsiq.com](#)

<sup>24</sup> [Surat Ali Imran Halaman 13 | Tafsiq.com](#)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ١٣٠

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda] dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan.

Riba juga menunjukkan betapa kerasnya Allah dalam mengharamkan riba. QS. Al Baqarah (278-279)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُّؤْمِنِينَ ٢٧٨ فَإِن لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَإِن تُبْتُمْ فَلَكُمْ رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ ٢٧٩

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman. Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. Dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak menganiaya dan tidak (pula) dianiaya.

Dari beberapa ayat di atas jelaslah bahwa riba sangatlah dilarang karena riba salah satu dari tujuh dosa besar yang telah ditetapkan oleh Rasulullah SAW. Dalam sebuah hadits: Dari Abi Hurairah ra berkata bahwa Rasulullah SAW bersabda, "Jauhilah dari kalian tujuh hal yang mencelakakan". Para sahabat bertanya, "Apa saja ya Rasulullah?". "Syirik kepada Allah, sihir, membunuh nyawa yang diharamkan Allah kecuali dengan hak, makan riba, makan harta anak yatim, lari dari peperangan dan menuduh zina." (HR. Muttafaq alaihi).

Riba dibagi menjadi 2 macam yaitu riba fadl dan riba nasi'ah. riba fadl adalah riba yang berlaku dalam jual beli yang didefinisikan oleh para ulama fikih kelebihan suatu harga jenis yang diperjualbelikan dengan ukuran syara'(timbangan atau ukuran tertentu). Riba nasi'ah adalah kelebihan atas piutang yang diberikan orang berutang kepada pemilik modal ketika waktu yang telah disepakati jatuh tempo<sup>25</sup>.

#### e. Kebebasan dan Kebolehan

Dalam muamalah pada dasarnya, setiap persyaratan perjanjian (transaksi) hukumnya dihalalkan. Di antara dalil yang menunjukkan kaidahnya pada Q.S Al-Isra (34)<sup>26</sup>

وَلَا تَقْرُبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ وَأَوْفُوا بِالْعَهْدِ إِنَّ الْعَهْدَ كَانَ مَسْئُولًا ٣٤

Artinya: Dan janganlah kamu mendekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih baik (bermanfaat) sampai ia dewasa dan penuhilah janji; sesungguhnya janji itu pasti diminta pertanggung jawaban.

<sup>25</sup> Hariman Surya Siregar dan Koko Khoerudin, *Fikih Mu'amalah Teori Dan Implementasi*, 2019.

<sup>26</sup> [Surat Al-Isra' Halaman 4 | Tafsiro.com](#)

Dan Sabda Nabi Muhammad SAW: Berdamai dengan sesama muslimin itu diperbolehkan kecuali perdamaian yang menghalalkan suatu yang haram atau mengharamkan suatu yang halal. Dan kaum Muslimin harus memenuhi syarat-syarat yang telah mereka sepakati kecuali syarat yang mengharamkan suatu yang halal atau menghalalkan suatu yang haram (HR. Bukhari). Dari ayat di atas menjelaskan bahwasanya kebebasan dan kebolehan dalam setiap perjanjian yang sudah disepakati dalam hal aktivitas ekonomi dibolehkan sesuai dengan Al Quran dan Hadist. Kaidah ini memberikan keseimbangan dalam berkreasi, berinovasi, bertransaksi namun memiliki batas dan tidak bertentang pada ajaran agama.

f. Kemashlahatan

Prinsip kemaslahatan bertitik tolak dari kaidah dalam berperilaku bahwa mengambil manfaat dan meninggalkan kemudaratan atau mendatangkan suatu kebaikan/faedahnya. Dalam hukum Islam kemaslahatan memiliki peranan penting karena dianggap sebagai tujuan akhir dari syariat Islam. Dalam aktivitas ekonomi saat ini, mengedapankan kemaslahatan sangat efektif untuk mensyiarkan pesan-pesan Allah Swt dalam hal bermuamalah sehingga menghasilkan aktivitas ekonomi halal bagi umat Islam. Dalam konsep Islam, yang dikatakan manusia yang terbaik adalah manusia yang mampu memberikan manfaat kepada orang banyak. Hal ini juga sebagai bukti bahwasannya islam adalah agama yang memberikan rahmatnya bagi alam semesta. Bila di kaitkan dengan aktivitas ekonomi, saat kita menjalankan bisnis dalam penyediaan berbagai kebutuhan umat manusia tidak serta merta untuk mencari keuntungan semata, namun kita dituntut untuk membantu orang lain dalam memenuhi kebutuhannya.

g. Ta'awun (Tolong menolong)

Ta'awun Prinsip ini memiliki arti saling membantu antar sesama manusia yang diarahkan sesuai prinsip tauhid, terutama dalam peningkatan kebaikan dan ketakwaan. Sebagai makhluk sosial, manusia tidak dapat memenuhi kebutuhan hidupnya sendiri namun membutuhkan bantuan orang lain. Pada hakikatnya semua makhluk adalah yang lemah. Islam menekankan untuk senantiasa tolong menolong tidak peduli apa suku, ras, dan agama seseorang. Rasulullah SAW mencontohkan bagaimana membantu orang yang membutuhkan pertolongan tanpa melihat latar belakang suku, ras, maupun agamanya. Misalnya kisah kebaikan Rasulullah kepada wanita buta Yahudi yang pada setiap hari selalu mencaci maki Rasulullah. Tolong menolong merupakan kebiasaan mulia yang di bangun sebagai bentuk kepedulian terhadap sesama manusia, Q.S Al-Maidah (2) <sup>27</sup>

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحِلُّوا شَعِيرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا الْفَلَأِنَ وَلَا ءَأَمِينَ اللَّيْتِ  
الْحَرَامَ يَبْتِغُونَ فَضْلًا مِنْ رَبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ أَنْ تَكُونَ  
صَدُوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَنْ تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ  
وَالْعُدْوَانِ وَأَنْفُوا لِلَّهِ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ٢

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syi'ar-syi'ar Allah, dan jangan melanggar kehormatan bulan-bulan haram, jangan (mengganggu)

<sup>27</sup> [Surat Al-Ma'idah Halaman 1 | Tafsir.com](#)

*binatang-binatang had-ya, dan binatang-binatang qalaa-id, dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitullah sedang mereka mencari kurnia dan keridhaan dari Tuhannya dan apabila kamu telah menyelesaikan ibadah haji, maka bolehlah berburu. Dan janganlah sekali-kali kebencian(mu) kepada sesuatu kaum karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat aniaya (kepada mereka). Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.*

Singkatnya, materi tersebut adalah hukum asal bekerja atau berdagang dalam bentuk bisnis digital marketing adalah mubah, akan tetapi tetap harus memperhatikan hal-hal yang dilarang dalam seperti riba, maysir, gharar dan lain-lain<sup>28</sup>. Dalam konteks maqasyid syariah atau tujuan syariah diturunkan adalah bahwa tujuan terpenting agama diturunkan kepada umat manusia adalah untuk memelihara harta. Maka Islam sangat menganjurkan agar harta yang diperoleh dari segala macam caranya terutama dari sisi pemasaran harus berupa harta yang halal<sup>29</sup>. Islam melarang keras melakukan penipuan atau pencurian, Islam telah mengatur secara spesifik bagaimana hukuman yang diberikan kepada orang-orang yang melakukan penipuan (gharar) dan pencurian. Dalam kaitannya dengan digital marketing, Apakah pemasaran secara digital dilakukan dengan cara mencuri (mencuri data dengan hacker) atau melakukan penipuan dalam produk yang dijual. Jika tidak, maka pemasaran secara digital sah untuk dilakukan dalam pandangan Islam<sup>30</sup>.

## METODE

Metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah kegiatan mengeksplorasi dan memahami makna dari sejumlah individu atau kelompok orang yang dianggap memiliki kapasitas dari permasalahan sosial yang akan diteliti. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan bertujuan untuk mengkaji dan mengetahui secara akurat terkait masalah yang sebenarnya terjadi saat melakukan penelitian terhadap pemasaran sepatu dishopee. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan fenomenologi. Pendekatan fenomenologis ini digunakan untuk mengetahui gejala dan fakta dalam kehidupan yang nyata dan interaksi sosial. fenomena merupakan sesuatu yang muncul dalam kesadaran peneliti dengan menggunakan cara tertentu menjadi tampak dan nyata. Dengan pendekatan ini, peneliti mencoba memahami gambaran fenomena partisipan yang diteliti dengan menggunakan logika serta teori-teori yang sesuai untuk melihat bagaimana para pemasar online dalam yang disesuaikan dengan asas mu'amah prespektif ekonomi syari'ah<sup>31</sup>.

<sup>28</sup> Afief Al Ashfahany and others.

<sup>29</sup> Gustanto.

<sup>30</sup> Panggabean.

<sup>31</sup> Supriadi Muslimin A. Muh. Syaifuddin, Ruslang, Hasriani, 'Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Transaksi Shopee Paylater', 4 (2022), 109–20 <<https://doi.org/10.37146/ajie.V4i2.176>>.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pemasaran Online Sepatu Compas Gazelle Melalui Shopee Dalam Prespektif Ekonomi Syari'ah

Dari sini peneliti menemukan problem pada toko pemasaran online sepatu compas gazelle yang di lakukan oleh toko Lasker Shoop, toko Kharisma.Shop23 dan Compass Store Office yang kurang sesuai dan yang sesuai dengan prinsip-prinsip mu'amalah dalam prespektif ekonomi syari'ah.

**Tabel Ukuran Analisis Pemasaran Online Sepatu Compas Gazelle Original Pada Shopee Dalam Prinsip-Prinsip Transaksi Prespektif Ekonomi Syari'ah**

No	Nilai-Nilai Ekonomi Syari'ah	Nama toko	Setuju	Tidak Setuju	Keterangan
1.	Maysir	Lasker Shoop	-	V	Kedua belah pihak sama sama mudah
		Kharisma.Shop23	-	V	Kedua belah pihak sama sama mudah
		<u>Compass Store Office</u>	-	V	Kedua belah pihak sama sama mudah
2.	Gharar	Lasker Shoop	V	-	Barang yang di promosikan tidak sama dengan yang di peroleh pembeli
		Kharisma.Shop23	V	-	Barang yang di promosikan tidak sama dengan yang di peroleh pembeli
		<u>Compass Store Office</u>	-	V	Barang yang di promosikan sama persis dengan yang di peroleh pembeli
3.	Haram	Lasker Shoop	-	V	Semua bahan yang digunakan tidak terdapat unsur haram
		Kharisma.Shop23	-	V	Semua bahan yang digunakan tidak terdapat unsur haram
		<u>Compass Store Office</u>	-	V	Semua bahan yang digunakan tidak terdapat unsur haram
4.	Riba	Lasker shoop	V	-	Pendapatan penjual (untung) tidak sama dengan barang yang didapat pembeli (rugi)
		Kharisma.Shop23	V	-	Pendapatan penjual (untung) tidak sama dengan barang yang didapat pembeli (rugi)
		<u>Compass Store Office</u>	-	V	Pendapatan penjual (untung) setimpal dengan barang yang didapat

					pembeli (untung)
5.	Kebebasan dan kebolehan	Lasker Shoop	V	-	Penjual dan pembeli mempunyai haknya masing-masing (menilai)
		Kharisma.Shop23	V	-	Penjual dan pembeli mempunyai haknya masing-masing (menilai)
		Compass Store Office	V	-	Penjual dan pembeli mempunyai haknya masing-masing (menilai)
6.	Kemaslahatan	Lasker Shoop	V	-	Barang dapat digunakan sesuai dengan manfaatnya
		Kharisma.Shop23	V	-	Barang dapat digunakan sesuai dengan manfaatnya
		Compass Store Office	V	-	Barang dapat digunakan sesuai dengan manfaatnya
7.	Ta'awwun (tolong menolong)	Lasker Shoop	V	-	Adanya unsur ta'awwun antar penjual dan pembeli
		Kharisma.Shop23	V	-	Adanya unsur ta'awwun antar penjual dan pembeli
		Compass Store Office	V	-	Adanya unsur ta'awwun antar penjual dan pembeli
8.	Akad Salam (Pesanan)	Lasker Shoop	-	V	Sifat-sifat dengan barang tidak sesuai, ijab-qobulnya batal
		Kharisma.Shop23	-	V	Sifat-sifat dengan barang tidak sesuai, ijab-qobulnya batal
		Compass Store Office	V	-	Sifat-sifat dengan barang sesuai, ijab-qobulnya sah

Dapat disimpulkan bahwasanya pemasaran online sepatu compas gazelle original yang dipasarkan oleh toko Lasker Shoop, dan Kharisma.Shop23 kurang sesuai dengan prinsip-prinsip transaksi dalam prespektif ekonomi syari'ah karna terdapat unsur gharar dan riba dalam pemasarannya sehingga ijab-qabul atau akad salam dalam transaksinya batal. hal ini yang menyebabkan banyaknya pelanggan yang kecewa. Sedangkan pemasarann sepatu compas gazelle pada toko Compass store Office sesuai dengan prinsip-prinsip transaksi dalam prespektif ekonomi syari'ah dan ijab-qobul atau akad salam dalam proses transaksinya sah. Dari situ akan mendatangkan kesuksesan yang berkelanjutan.

## KESIMPULAN

Pemasaran online prodak sepatu compas gazelle yng dilakukan oleh toko Lasker Shoop, dan Kharisma.Shop23 kurang sesuai dengan prinsip-prinsip transaksi dalam prespektif ekonomi syari'ah karna terdapat unsur gharar dan riba dalam pemasarannya sehingga ijab-qabul atau akad salam dalam transaksinya batal. solusi agar terciptanya transaksi yang sah dalam segala proses transaksinya harus mengikut prinsip-prinsip transaksi prespektif ekonomi syari'ah. seperti larangan maysir (mendapat keuntungan tanpa bekerja keras), gharar (penipuan), riba (keuntungan salah satu pihak), haram

(penggunaan bahannya), kebebasan dan kebolehan, kemaslahatan, dan ta'awwun antar keduanya. sehingga ijab qobul dalam transaksi melalui akad salamnya sah serta eratnya tali silaturahmi antar keduanya.

## DAFTAR PUSTAKA

- A. Muh. Syaifuddin, Ruslang, Hasriani, Supriadi Muslimin, 'Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Transaksi Shopee Paylater', 4 (2022), 109–20 <<https://doi.org/10.37146/ajie.V4i2.176>>
- Ashfahany, Afief Al, Azhar Alam, Zuli Wulandari, and Ikhwan Adriansyah, 'Peningkatan Pemahaman Prinsip-Prinsip Syariah Dalam Bisnis Online Digital Marketing', 3 (2021)
- Ashfahany, Afief El, Azhar Alam, Zuli Wulandari, and Ikhwan Adriansyah, 'Meningkatkan Pemahaman Prinsip-Prinsip Syari'ah Dalam Bisnis Online Digital Marketing', 3 (2006), 1–9 <<https://doi.org/10.1002/0471667196.ess2935.pub2>>
- Dewi, Maharani, and Muhammad Yusuf, 'Implementasi Prinsip-Prinsip Muamalah Dalam Aktivitas Ekonomi Halal', *Hukum Ekonomi Syariah*, 3.1 (2020), 131–44
- Gustanto, Edo Segara, 'Digital Marketing Dalam Perspektif Hukum Islam : Pendekatan Maqashid Shariah Index', *Tamaddun Journal of Islamic Studies*, 1(1) (2022), 70–79
- Handayani, Tati, Pusporini, and Anggi Angga Resti, 'Analisis Strategi Digital Marketing Usaha Mie Menurut Perspektif Ekonomi Islam', 6.1 (2023), 209–20
- Hariyanti, Novi Tri, and Alexander Wirapraja, 'Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen ( Sebuah Studi Literatur )', 15.1 (2018), 133–46
- Hartini, Suci, Ekonomi Syariah, Muhammad Iqbal Fasa, Ekonomi Syariah, and Ekonomi Syariah, 'Volume 5 Nomor 1, Tahun 2022 Digital Marketing Dalam Perspektif Ekonomi Islam', 5 (2022), 197–206
- Hendra Saputra, and M. Robby Kaharudin, 'Analisis Strategi Pemasaran Keripik Tempe Perspektif Ekonomi Islam', 2.November (2021), 143–62
- Mahliza, Irwilda, Ali Husein, and Tony Gunawan, 'Analisis Strategi Pemasaran Online', *Al-Sharf Ekonomi Islam*, 1.3 (2020), 250–64
- Mubarokah, Adzkiyah, 'Market Religion and Religion Marketplace in Digital World', 2023, 15–26
- Panggabean, Sriayu Aritha, 'Digital Marketing Perspektif Ekonomi Islam', *Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 1.2 (2022), 526–35
- Pratama, Yodi, Fachurazi, Indra Sani, Muhamad Abdullah, Henny Noviany, Sari Narulita, and others, *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran (Analisis Dan Strategi Di Era Digital)*, 2023
- Pratiwi, Ananda Mega, and Abdur Rohman, 'Penerapan Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Omset Dengan Pendekatan Analisis Swot Perspektif Marketing Syariah Pada Toko Fihadaessie Surabaya', *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 6.1 (2023), 881–98
- Prihatta, Hajar Swara, 'Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam', *Maliah Jurnal Hukum Bisnis Islam*, 8 (2018), 96–124

Putra, Muhammad Deni, 'Jual Beli On-Line Berbasis Media Sosial Dalam Perspektif Ekonomi Islam', 3.1 (2019), 83–103

Siregar, Hariman Surya, and Koko Khoerudin, *Fikih Mu'amalah Teori Dan Implementasi*, 2019

<https://www.tokopedia.com/search?st=shop&q=sepatu%20compass%20gazelle>

[Jual Sepatu pria Compass Gazelle Low Retrograde Black White / Black Gum / Cappucinno / White Red / Cream / White Blue | Shopee Indonesia](#)

Jual [ORIGINAL] Compass Gazelle Hi Black White / Cream / White Blue / Whitered / Cream / Black Gum BRAND NEW | Shopee Indonesia, :,

#tirtalokal : SEPATU COMPASS – YouTube

<https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-ecommerce-ri-diproyeksi-capai-19647-juta-pada-2023> Search - (dataindonesia.id)

[https://www.bing.com/search?q=al+baqoroh+275&gs\\_lcrp=EgZjaHJvbWUqCQgBEEUYQBjCAzIJCAAQRRhAGMIDMgkIARBFGEAYwgMyCQgCEEUYQBjCAzIJCAMQRRhAGMIDMgkIBBBFGEAYwgMyCQgFEEUYQBjCAzIJCAYQRRhAGMIDMgkIBxBFGGEAYwgPSAQ4xNTI0MTE1MTc4ajBqMagCCLACAQ&FORM=ANS PA1&PC=U531](https://www.bing.com/search?q=al+baqoroh+275&gs_lcrp=EgZjaHJvbWUqCQgBEEUYQBjCAzIJCAAQRRhAGMIDMgkIARBFGEAYwgMyCQgCEEUYQBjCAzIJCAMQRRhAGMIDMgkIBBBFGEAYwgMyCQgFEEUYQBjCAzIJCAYQRRhAGMIDMgkIBxBFGGEAYwgPSAQ4xNTI0MTE1MTc4ajBqMagCCLACAQ&FORM=ANS PA1&PC=U531)