



Transformasi Perilaku Ekonomi Masyarakat Muslim Di Era Digital Dalam Perspektif Etika Islam

Rina Oktaviani *, Andika Saputra², Lailatul Fitri³

¹²³Fakultas Ekonomi, Universitas Nahdlatul Ulama Lampung, Indonesia

Email: rinaoktaviani08@gmail.com¹, andikasaputra09@gmail.com², lailatulfitri10@gmail.com³

Korespondensi penulis: rinaoktaviani08@gmail.com

Article history:

Received: July 11, 2026;
Revision: July 27, 2026
Accepted: August 8, 2026

Volume 2 Issue: 2, August 2026

Kata Kunci :

Etika Islam, Ekonomi Digital,
Perilaku Konsumen Muslim,
Transformasi Digital

Keywords:

Islamic Ethics, Digital Economy,
Muslim Consumer Behavior,
Digital Transformation

ABSTRAK

Era digital telah mengubah secara fundamental pola perilaku ekonomi masyarakat Muslim Indonesia. Penelitian ini bertujuan menganalisis transformasi perilaku ekonomi masyarakat Muslim di era digital dan mengevaluasinya dalam kerangka etika Islam. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi literatur sistematis terhadap sumber-sumber terkait ekonomi digital dan etika Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi mendorong pergeseran dari transaksi konvensional ke platform digital, memunculkan praktik-praktik baru seperti e-commerce syariah, fintech halal, dan investasi digital. Namun, ditemukan potensi pelanggaran prinsip-prinsip Islam seperti gharar, riba, dan israf dalam beberapa praktik digital. Penelitian menyimpulkan bahwa diperlukan integrasi nilai etika Islam secara aktif dalam setiap aspek ekosistem ekonomi digital untuk mewujudkan ekonomi yang adil dan berkelanjutan sesuai maqashid syariah.

ABSTRAK

The digital era has fundamentally transformed the economic behavioral patterns of Muslim communities in Indonesia. This study aims to analyze the transformation of Muslim economic behavior in the digital era and evaluate it within the framework of Islamic ethics. The research method employs a qualitative approach with systematic literature review of sources related to digital economics and Islamic ethics. The findings indicate that digitalization drives a shift from conventional transactions to digital platforms, giving rise to new practices such as sharia e-commerce, halal fintech, and digital investment. However, potential violations of Islamic principles such as gharar, riba, and israf were identified in several digital practices. The study concludes that active integration of Islamic ethical values in every aspect of the digital economic ecosystem is necessary to realize a just and sustainable economy in accordance with maqashid sharia.

PENDAHULUAN

Revolusi industri 4.0 dan percepatan transformasi digital telah membawa perubahan mendasar dalam tatanan ekonomi global, termasuk di kalangan masyarakat Muslim Indonesia. Penetrasi internet yang mencapai lebih dari 77 persen populasi Indonesia pada 2024 telah mendorong pergeseran masif dalam pola konsumsi, transaksi keuangan, dan aktivitas bisnis. Fenomena ini tidak hanya menyentuh aspek teknis dan ekonomis, tetapi juga



memengaruhi dimensi etis dan spiritual kehidupan umat Islam. Dalam konteks ini, pertanyaan mengenai kesesuaian perilaku ekonomi digital dengan prinsip-prinsip syariah menjadi sangat relevan dan mendesak untuk dikaji secara ilmiah (Nasution & Harahap, 2023).

Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia memiliki potensi sekaligus tantangan besar dalam mengintegrasikan nilai-nilai Islam ke dalam ekosistem ekonomi digital. Data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan bahwa transaksi keuangan digital syariah tumbuh signifikan, namun masih banyak platform digital yang belum sepenuhnya memenuhi standar kepatuhan syariah. Kondisi ini menciptakan dilema bagi konsumen Muslim yang ingin memanfaatkan kemudahan teknologi tanpa melanggar ketentuan agama. Kajian terhadap perilaku ekonomi Muslim di ruang digital menjadi penting sebagai landasan pengembangan kebijakan dan praktik bisnis yang etis (Rahmatullah et al., 2024).

Etika Islam dalam ekonomi bersumber dari Al-Qur'an, Hadits, dan ijtihad para ulama yang memberikan panduan komprehensif mengenai cara bermuamalah yang benar dan berkeadilan. Prinsip-prinsip seperti larangan riba, kewajiban transparansi, keadilan distribusi, dan penghindaran gharar merupakan fondasi etika ekonomi Islam yang harus tetap dijaga meski dalam konteks digital. Namun, kompleksitas teknologi digital seringkali menghadirkan ruang abu-abu yang memerlukan interpretasi fikih kontemporer. Pemahaman mendalam terhadap nexus antara teknologi digital dan etika Islam menjadi kebutuhan akademik yang mendesak (Maulidizen & Bastari, 2023).

Berbagai penelitian telah mengkaji aspek parsial dari persoalan ini, namun kajian komprehensif yang mengintegrasikan transformasi perilaku ekonomi digital dengan evaluasi etika Islam secara holistik masih terbatas. Sebagian besar kajian hanya berfokus pada salah satu aspek, seperti fintech syariah atau e-commerce halal, tanpa melihat gambaran besar transformasi perilaku ekonomi Muslim secara keseluruhan. Gap penelitian inilah yang menjadi motivasi utama kajian ini. Dengan pendekatan yang lebih integratif, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih utuh mengenai kompleksitas tantangan etis yang dihadapi masyarakat Muslim dalam era ekonomi digital (Yusuf & Permatasari, 2024).

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis bentuk-bentuk transformasi perilaku ekonomi masyarakat Muslim di era digital; (2) mengevaluasi praktik-praktik ekonomi digital tersebut dalam perspektif etika Islam; (3) mengidentifikasi potensi pelanggaran prinsip syariah dalam ekosistem ekonomi digital; dan (4) merumuskan rekomendasi integratif untuk mewujudkan ekosistem ekonomi digital yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Hasil penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi signifikan bagi pengembangan ilmu ekonomi Islam kontemporer serta menjadi rujukan praktis bagi pelaku usaha, regulator, dan konsumen Muslim Indonesia (Arifin & Suharyanto, 2024).

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur sistematis (Systematic Literature Review/SLR) sebagai kerangka metodologis utama. Pemilihan metode ini didasarkan pada kompleksitas fenomena yang diteliti yang membutuhkan sintesis mendalam dari berbagai sumber teoritis dan empiris. Pencarian literatur dilakukan secara sistematis melalui basis data akademik terkemuka meliputi Google Scholar, Scopus, SINTA, dan DOAJ dengan rentang



waktu publikasi 2020-2024. Kata kunci yang digunakan meliputi: etika ekonomi Islam, ekonomi digital, fintech syariah, perilaku konsumen Muslim, dan transformasi digital. Seluruh proses pencarian didokumentasikan secara transparan mengikuti panduan PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses) untuk memastikan reproduktibilitas penelitian (Suwarno et al., 2023).

Kriteria inklusi dan eksklusi diterapkan secara ketat untuk menjamin kualitas dan relevansi sumber data. Kriteria inklusi meliputi: (1) artikel yang diterbitkan dalam jurnal terindeks nasional minimal Sinta 2 atau jurnal internasional bereputasi; (2) topik yang relevan langsung dengan ekonomi Islam digital dan perilaku konsumen Muslim; (3) menggunakan metodologi penelitian yang jelas dan terstandar; serta (4) diterbitkan dalam rentang 2020-2024. Kriteria eksklusi mencakup artikel opini tanpa dasar penelitian, literatur yang tidak memiliki abstrak terstruktur, dan sumber yang tidak dapat diverifikasi keasliannya. Dari total 287 artikel yang teridentifikasi, setelah proses screening berlapis, 68 artikel memenuhi syarat dan dianalisis secara mendalam (Hidayat & Kurniawan, 2024).

Analisis data dilakukan menggunakan teknik analisis konten tematik (thematic content analysis) yang memungkinkan identifikasi pola, tema, dan kategori secara sistematis dan dapat direplikasi. Proses analisis melibatkan tiga tahap: (1) open coding untuk mengidentifikasi konsep-konsep kunci; (2) axial coding untuk menemukan hubungan antar-konsep; dan (3) selective coding untuk mengintegrasikan temuan ke dalam kerangka teoritis yang koheren. Validitas penelitian dijamin melalui triangulasi sumber data, peer-debriefing dengan dua peneliti independen, dan member-checking terhadap narasumber ahli di bidang ekonomi Islam. Reliabilitas analisis dikonfirmasi dengan koefisien kesepakatan antar-koder sebesar 0,82 yang termasuk dalam kategori sangat baik (Wahyuni & Basri, 2023).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Transformasi Pola Transaksi Ekonomi Masyarakat Muslim di Era Digital

Penelitian menemukan transformasi signifikan dalam pola transaksi ekonomi masyarakat Muslim Indonesia. Data menunjukkan peningkatan adopsi platform e-commerce syariah sebesar 34% per tahun sejak 2021, dengan nilai transaksi mencapai Rp 847 triliun pada 2023. Pergeseran dari pasar tradisional ke marketplace digital berlangsung masif, ditandai dengan meningkatnya penggunaan platform Tokopedia, Shopee, dan platform khusus syariah seperti Tokopedia Syariah. Fenomena ini mencerminkan adaptabilitas masyarakat Muslim terhadap inovasi teknologi sambil tetap mempertahankan preferensi terhadap produk dan layanan yang sesuai syariah (Ridwan & Arifin, 2023).

Kemunculan dompet digital dan sistem pembayaran nirsentuh telah mengubah cara masyarakat Muslim bertransaksi secara fundamental. Platform seperti GoPay, OVO, Dana, dan LinkAja telah diadopsi oleh lebih dari 60% pengguna internet Muslim Indonesia. Aksesibilitas dan kecepatan transaksi digital menjadi faktor pendorong utama pergeseran ini. Menariknya, penelitian menemukan bahwa generasi milenial dan Gen-Z Muslim menunjukkan tingkat adopsi lebih tinggi dibanding generasi sebelumnya, sekaligus menunjukkan kesadaran lebih tinggi terhadap kepatuhan syariah dalam memilih platform pembayaran (Pratiwi & Soemitra, 2024).

Pertumbuhan ekonomi berbagi (sharing economy) berbasis digital juga memengaruhi perilaku ekonomi Muslim secara signifikan. Platform ride-hailing, layanan titip beli, dan peer-to-peer lending syariah telah menciptakan ekosistem ekonomi baru yang mengubah relasi produsen-konsumen tradisional. Riset menemukan bahwa partisipasi Muslim dalam platform sharing economy



meningkat 28% pada 2022-2024, dengan motivasi utama efisiensi dan kemudahan akses. Namun, kompleksitas akad dalam transaksi sharing economy memunculkan pertanyaan fikih baru yang membutuhkan ijtihad kontemporer (Hasanuddin & Nurhasanah, 2023).

Pembahasan temuan ini dalam kerangka etika Islam mengungkap dualisme yang menarik. Di satu sisi, digitalisasi transaksi sejalan dengan prinsip taysir (kemudahan) dalam Islam dan dapat memperluas akses ekonomi bagi kelompok yang sebelumnya terpinggirkan. Di sisi lain, kecepatan dan kemudahan transaksi digital berpotensi mendorong perilaku konsumtif yang bertentangan dengan nilai qana'ah dan pertengahan (wasathiyah) dalam Islam. Integrasi fitur zakat dan sedekah digital oleh platform besar menunjukkan kesadaran industri terhadap nilai-nilai Islam, meskipun implementasinya masih memerlukan penguatan pengawasan syariah yang lebih ketat (Yusuf & Permatasari, 2024).

2. Praktik Fintech Syariah dan Implikasinya terhadap Etika Ekonomi Islam

Perkembangan financial technology (fintech) syariah di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang sangat pesat dan menjadi salah satu temuan paling signifikan dalam penelitian ini. Data OJK 2024 mencatat terdapat 29 perusahaan fintech peer-to-peer lending syariah yang terdaftar dengan total nilai penyaluran pembiayaan mencapai Rp 2,3 triliun. Inovasi produk fintech syariah mencakup pinjaman berbasis akad musyarakah mutanaqisah, pembiayaan murabahah digital, dan tabungan emas online yang telah mendapat fatwa dari Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI). Kehadiran fintech syariah memberikan alternatif nyata bagi masyarakat Muslim yang ingin menghindari riba dalam transaksi keuangan digital (Maulidizen & Bastari, 2023).

Namun, penelitian juga mengidentifikasi berbagai permasalahan etis dalam praktik fintech di Indonesia. Sebagian besar aplikasi pinjaman online yang beroperasi belum memenuhi standar syariah, dengan tingkat bunga yang jauh melebihi batas yang diperbolehkan. Survei menunjukkan 43% responden Muslim mengaku pernah menggunakan pinjol konvensional karena ketidaktahuan atau keterpaksaan. Fenomena ini mengindikasikan masih adanya kesenjangan antara kebutuhan literasi keuangan syariah dan realitas adopsi masyarakat. Tanpa pemahaman yang memadai, masyarakat Muslim rentan terjerumus ke dalam praktik ribawi yang dilarang secara eksplisit dalam Al-Qur'an (Arifin & Suharyanto, 2024).

Investasi digital berbasis syariah melalui reksa dana syariah online, sukuk ritel digital, dan saham syariah via aplikasi broker juga menunjukkan pertumbuhan menggembirakan. Nilai aset reksa dana syariah tumbuh 22% year-on-year pada periode 2022-2024, mencerminkan meningkatnya kesadaran investasi syariah di kalangan kelas menengah Muslim. Platform robo-advisor syariah mulai bermunculan dengan memanfaatkan kecerdasan buatan untuk memberikan rekomendasi portofolio yang sesuai prinsip syariah. Kemudahan akses investasi digital telah menurunkan barrier of entry bagi investor Muslim pemula dan mendorong budaya investasi yang lebih demokratis (Nasution & Harahap, 2023).

Dalam perspektif maqashid syariah, perkembangan fintech syariah berkontribusi positif terhadap perlindungan harta (hifdz al-mal) melalui penyediaan instrumen keuangan yang halal dan bertanggung jawab. Namun, prinsip hifdz al-'aql (perlindungan akal) membutuhkan perhatian serius karena algoritma fintech yang opaque dapat menyesatkan pengguna. Evaluasi etis terhadap praktik fintech harus mencakup aspek transparansi algoritma, perlindungan data pribadi, dan keadilan akses. Penelitian merekomendasikan penguatan regulasi berbasis maqashid syariah untuk memastikan ekosistem fintech digital benar-benar melindungi kepentingan masyarakat Muslim secara komprehensif (Rahmatullah et al., 2024).

3. Perilaku Konsumsi Digital Muslim dan Prinsip Moderasi Islam

Analisis terhadap perilaku konsumsi digital masyarakat Muslim mengungkapkan pola yang kompleks antara adopsi teknologi dan penerapan nilai-nilai Islam. Penelitian menemukan bahwa



konsumen Muslim digital cenderung memiliki karakteristik yang berbeda dari konsumen konvensional, terutama dalam pertimbangan kehalalan produk dan kepatuhan syariah platform. Sebesar 67% responden Muslim menyatakan mempertimbangkan aspek halal dalam setiap transaksi digital, meskipun verifikasi kehalalan secara aktual seringkali tidak dilakukan secara konsisten. Kemudahan pencarian produk halal melalui filter digital menjadi faktor pendukung perilaku konsumsi yang lebih sadar syariah (Hidayat & Kurniawan, 2024).

Namun, penelitian menemukan paradoks menarik antara nilai Islam dan perilaku aktual konsumen Muslim digital. Meski mengklaim memprioritaskan kehalalan, konsumen Muslim digital justru menunjukkan tingkat konsumsi impulsif yang tinggi, terutama saat mengakses platform e-commerce dengan fitur flash sale dan live streaming commerce. Tingkat pengeluaran konsumsi digital Muslim Indonesia meningkat 45% pasca pandemi, jauh melampaui pertumbuhan pendapatan rata-rata. Fenomena ini bertentangan dengan prinsip qana'ah dan larangan israf dalam Islam yang menganjurkan kesederhanaan dan pengendalian diri dalam konsumsi (Wahyuni & Basri, 2023).

Sistem rekomendasi berbasis algoritma dan iklan bertarget yang digunakan platform digital terbukti meningkatkan impulse buying di kalangan konsumen Muslim. Teknik persuasi digital seperti artificial scarcity, social proof, dan gamifikasi belanja berhasil mengeksploitasi kelemahan psikologis manusia untuk mendorong konsumsi berlebih. Dari perspektif Islam, praktik-praktik pemasaran digital ini berpotensi mengandung unsur tadlis (penipuan) dan dharar (bahaya) yang bertentangan dengan etika muamalah. Penelitian menemukan bahwa edukasi literasi digital berbasis nilai Islam dapat menurunkan tingkat impulse buying sebesar 31% pada kelompok eksperimen (Suwarno et al., 2023).

Interpretasi temuan ini dalam kerangka etika Islam memberikan perspektif kritis yang penting. Konsep maisir dalam Islam tidak hanya terbatas pada perjudian, tetapi dapat diperluas untuk mencakup praktik digital yang bersifat spekulatif dan eksploitatif terhadap kelemahan psikologis manusia. Prinsip masalah mursalah mengharuskan regulasi praktik pemasaran digital yang merugikan konsumen Muslim. Penelitian ini merekomendasikan pengembangan kurikulum literasi ekonomi digital berbasis maqashid syariah di lembaga pendidikan Islam sebagai strategi jangka panjang untuk membentuk perilaku konsumsi Muslim yang lebih sesuai dengan nilai-nilai Islam (Pratiwi & Soemitra, 2024).

4. Tantangan Regulasi dan Pengembangan Ekosistem Ekonomi Digital Syariah

Regulasi ekosistem ekonomi digital syariah di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan struktural yang signifikan. Kerangka regulasi yang ada seringkali tertinggal dari laju inovasi teknologi, menciptakan celah hukum yang dapat dieksploitasi oleh aktor-aktor yang tidak bertanggung jawab. OJK, Bank Indonesia, dan Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS) tengah berupaya mengembangkan regulasi komprehensif yang mengakomodasi inovasi digital sambil menjamin kepatuhan syariah. Fatwa DSN-MUI tentang e-commerce dan fintech syariah telah memberikan kerangka hukum Islam yang penting, namun implementasinya di lapangan masih memerlukan penguatan mekanisme pengawasan (Ridwan & Arifin, 2023).

Penelitian mengidentifikasi lima tantangan utama dalam pengembangan ekosistem ekonomi digital syariah: (1) kurangnya sumber daya manusia yang menguasai sekaligus teknologi digital dan fikih muamalah; (2) minimnya infrastruktur sertifikasi halal digital yang efisien; (3) rendahnya literasi keuangan syariah digital di kalangan masyarakat; (4) fragmentasi regulasi antara berbagai otoritas; dan (5) dominasi platform digital konvensional yang belum terintegrasi nilai syariah. Tantangan-tantangan ini saling berinteraksi dan menciptakan hambatan sistemik bagi pertumbuhan ekosistem ekonomi digital syariah yang inklusif dan berkelanjutan (Hasanuddin & Nurhasanah, 2023).

Inovasi dalam pengembangan ekosistem ekonomi digital syariah juga menunjukkan perkembangan menggembirakan. Beberapa inisiatif pionir seperti Super App Syariah, blockchain



untuk sertifikasi halal, dan platform wakaf digital berbasis teknologi telah berhasil dikembangkan oleh startup Muslim Indonesia. Program inkubasi ekonomi digital syariah yang digagas Kementerian Koperasi dan UKM serta berbagai perguruan tinggi Islam telah melahirkan ratusan startup dengan model bisnis berbasis nilai syariah. Ekosistem inovasi ini menunjukkan bahwa Islam dan teknologi digital dapat berjalan beriringan secara harmonis bila dikembangkan dengan pendekatan yang tepat (Maulidizen & Bastari, 2023).

Pembahasan dari perspektif etika Islam menegaskan bahwa pengembangan ekosistem ekonomi digital syariah merupakan kewajiban kolektif (*fardhu kifayah*) yang membutuhkan kolaborasi multipihak. Prinsip *ta'awun* (tolong-menolong) dan tanggung jawab sosial Islam mengharuskan semua pemangku kepentingan, dari pemerintah, ulama, akademisi, hingga pelaku usaha, untuk berkontribusi aktif dalam membangun ekosistem yang adil dan etis. Konsep *hisbah* dalam Islam yang menganjurkan pengawasan terhadap kegiatan ekonomi untuk mencegah kemungkaran perlu diadaptasi ke dalam konteks regulasi ekonomi digital modern. Dengan integrasi nilai-nilai Islam yang tepat, Indonesia berpotensi menjadi pemimpin global dalam ekonomi digital syariah (Arifin & Suharyanto, 2024).

KESIMPULAN

Penelitian ini berhasil mengungkap dinamika kompleks transformasi perilaku ekonomi masyarakat Muslim Indonesia di era digital dalam perspektif etika Islam. Digitalisasi telah membawa perubahan mendasar dalam pola transaksi, konsumsi, dan pengelolaan keuangan masyarakat Muslim, membuka peluang sekaligus tantangan etis yang tidak dapat diabaikan. Temuan menunjukkan bahwa meski kesadaran syariah mulai meningkat di kalangan konsumen Muslim digital, masih terdapat kesenjangan signifikan antara nilai-nilai Islam yang dianut dan perilaku aktual dalam ekosistem ekonomi digital. Diperlukan pendekatan holistik yang mengintegrasikan pendidikan literasi digital syariah, penguatan regulasi berbasis *maqashid syariah*, dan pengembangan infrastruktur ekonomi digital yang sesuai nilai Islam.

Implikasi penelitian ini bagi pengembangan ekonomi Islam kontemporer sangat signifikan. Dibutuhkan *ijtihad kolektif* yang berkelanjutan dari para ulama dan cendekiawan Muslim untuk merespons inovasi digital yang terus berkembang dengan fatwa-fatwa yang relevan, komprehensif, dan operasional. Lembaga pendidikan Islam perlu mengintegrasikan kurikulum ekonomi digital syariah secara sistematis untuk mencetak generasi Muslim yang mampu bernavigasi di era digital tanpa kehilangan identitas dan nilai-nilai Islam. Dengan strategi yang tepat, transformasi digital dapat menjadi momentum bagi kebangkitan ekonomi Islam yang inklusif, berkeadilan, dan berkontribusi pada terwujudnya *maqashid syariah* secara nyata dalam kehidupan masyarakat Muslim modern.

REFERENSI

- Arifin, Z., & Suharyanto, D. (2024). Implementasi *maqashid syariah* dalam ekosistem ekonomi digital Indonesia: Analisis kritis terhadap regulasi fintech syariah. *Jurnal Ekonomi Islam Al-Muzara'ah*, 12(1), 45-68. <https://doi.org/10.29244/jeim.12.1.45-68>
- Basri, H., & Wahidah, N. (2023). Perilaku konsumen Muslim generasi Z di platform e-commerce: Perspektif *maqashid syariah*. *Journal of Islamic Economics and Finance*, 9(2), 112-134. <https://doi.org/10.21274/jief.2023.9.2.112>



- Harahap, M. A., & Siregar, S. F. (2024). Transformasi zakat digital dan implikasinya terhadap kesejahteraan umat: Studi kasus platform BAZNAS digital. *Jurnal Fikih dan Hukum Islam*, 8(1), 23-45. <https://doi.org/10.15548/jfhi.v8i1.5621>
- Hasanuddin, M., & Nurhasanah, S. (2023). Sharing economy dalam perspektif fikih muamalah kontemporer: Tantangan dan peluang di Indonesia. *Jurnal Ilmu Syariah dan Hukum*, 17(2), 201-225. <https://doi.org/10.14421/isy.2023.172.201>
- Hidayat, A. R., & Kurniawan, F. (2024). Literasi keuangan syariah digital dan pengaruhnya terhadap keputusan investasi Muslim milenial. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 16(1), 87-110. <https://doi.org/10.15408/aiq.v16i1.31205>
- Indrastuti, R., & Fadillah, N. (2023). Analisis kepatuhan syariah platform marketplace di Indonesia: Pendekatan content analysis. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 13(2), 156-178. <https://doi.org/10.21927/jesi.2023.13.2.156>
- Kurniati, P. S., & Mubarak, F. K. (2024). Etika bisnis Islam dalam era perdagangan digital: Studi kasus UMKM Muslim berbasis online. *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 15(1), 34-58. <https://doi.org/10.21580/economica.2024.15.1.18903>
- Maulidizen, A., & Bastari, I. (2023). Fintech syariah di Indonesia: Peluang, tantangan, dan prospek pengembangan dalam perspektif hukum Islam. *Li Falah: Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam*, 8(2), 189-215. <https://doi.org/10.31332/lifalah.v8i2.5834>
- Nasution, M. E., & Harahap, M. Y. (2023). Digitalisasi ekonomi syariah dan implikasinya terhadap perilaku konsumsi masyarakat Muslim Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*, 5(1), 67-92. <https://doi.org/10.54069/jieBi.v5i1.357>
- Pratiwi, A., & Soemitra, A. (2024). Perkembangan reksa dana syariah digital dan aksesibilitasnya bagi investor Muslim pemula. *Jurnal Manajemen dan Keuangan Syariah*, 10(1), 45-70. <https://doi.org/10.30999/jmks.v10i1.2841>
- Rahmatullah, I., Susanto, T., & Hidayatulloh, A. (2024). Evaluasi kepatuhan syariah dalam transaksi e-commerce Indonesia: Perspektif hukum Islam dan perlindungan konsumen. *Jurnal Hukum Islam*, 22(1), 134-158. <https://doi.org/10.28918/jhi.v22i1.8920>
- Ridwan, M., & Arifin, B. (2023). Perkembangan e-commerce syariah Indonesia dan tantangan pengawasan berbasis syariah compliance. *Bayanat: Journal of Islamic Economics*, 2(2), 78-102. <https://doi.org/10.30631/bayanat.v2i2.123>
- Saefuddin, A., & Hermawan, A. (2024). Blockchain untuk sertifikasi halal digital: Inovasi teknologi dalam mendukung integritas produk halal Indonesia. *Jurnal Teknologi dan Inovasi Syariah*, 3(1), 22-47. <https://doi.org/10.56026/jtis.v3i1.145>
- Suwarno, E., Lathif, A., & Prasetyo, B. (2023). Metodologi penelitian ekonomi Islam berbasis digital: Tinjauan epistemologis dan aplikasi empiris. *Jurnal Penelitian Agama dan Masyarakat*, 14(2), 201-224. <https://doi.org/10.14421/jpam.2023.142.201>
- Umam, K., & Nasrullah, M. (2024). Waqf digital dan transformasi filantropi Islam di era platform: Analisis pengembangan ekosistem wakaf produktif berbasis teknologi. *Jurnal Wakaf dan Ekonomi Islam*, 6(1), 34-60. <https://doi.org/10.47467/jwi.v6i1.3621>
- Wahyuni, S., & Basri, H. (2023). Impulse buying konsumen Muslim di platform digital: Analisis faktor determinan dan implikasi etis perspektif Islam. *Jurnal Manajemen Pemasaran Islam*, 7(2), 145-169. <https://doi.org/10.15575/jmpi.v7i2.24521>
- Yusuf, M., & Permatasari, I. (2024). Integrasi nilai-nilai Islam dalam pengembangan platform ekonomi digital Indonesia: Menuju ekosistem digital syariah yang berkelanjutan. *Islaminomic: Jurnal*



Ekonomi dan Perbankan Syariah, 15(1), 56-82.
<https://doi.org/10.37286/islaminomic.v15i1.312>