

EKSPLORASI PENERAPAN REGULASI SYARIAH DALAM OPERASIONAL START UP *E-COMMERCE* SYARIAH

Oleh:

Hawa Gazani¹

Syahroni Wahyu Pratama²

Linawati³

Putri Leni Asyari⁴

Nanda Alfia⁵

Universitas Trunojoyo Madura

Alamat: JL. Raya Telang, Perumahan Telang Inda, Telang, Kec. Kamal, Kabupaten
Bangkalan, Jawa Timur (69162).

Korespondensi Penulis: hawa.gazani@trunojoyo.ac.id, ronneyleax@gmail.com,
watilinal23564@gmail.com, putrileni1203@gmail.com, nandaalfiyah849@gmail.com.

Abstract. *The development of the digital economy has spurred the emergence of various Sharia-compliant E-commerce startups striving to provide transaction services in accordance with Islamic principles. However, the implementation of Sharia regulations in digital business operations still faces challenges in terms of legal compliance, contractual compliance, and oversight mechanisms. This study aims to explore how Sharia regulations are applied in the operational practices of Sharia-compliant E-commerce startups, by examining aspects of sales contracts, information transparency, payment systems, and dispute resolution mechanisms. The method used is a literature review, examining various regulations, fatwas, and previous research related to Sharia economic law and E-commerce practices. The results of this exploration indicate that the implementation of Sharia regulations requires an integration of compliance with laws and fatwas from the National Sharia Council (DSN-MUI), along with technological innovation that upholds the principles of justice, honesty, and public welfare. These findings are expected to serve as a reference for Sharia-compliant startup developers,*

EKSPLORASI PENERAPAN REGULASI SYARIAH DALAM OPERASIONAL START UP *E-COMMERCE* SYARIAH

regulators, and academics in formulating operational strategies that are both Sharia-compliant and competitive in the digital era.

Keywords: *Sharia Regulation, Start-up, Sharia E-commerce, Islamic Economic Law, Digitalization.*

Abstrak. Perkembangan ekonomi digital mendorong lahirnya berbagai start up *E-commerce* syariah yang berusaha menghadirkan layanan transaksi sesuai prinsip-prinsip Islam. Dengan semakin maraknya penggunaan internet, semakin marak pula perdagangan secara elektronik (*e-commerce*). Namun, implementasi regulasi syariah dalam operasional bisnis digital masih menghadapi tantangan baik dari sisi kepatuhan hukum, kesesuaian akad, maupun mekanisme pengawasan. Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi bagaimana regulasi syariah diterapkan dalam praktik operasional start up *E-commerce* syariah, dengan meninjau aspek akad jual beli, transparansi informasi, sistem pembayaran, serta mekanisme penyelesaian sengketa. Metode yang digunakan adalah studi literatur dengan menelaah berbagai regulasi, fatwa, dan penelitian terdahulu terkait hukum ekonomi syariah dan praktik *e-commerce*. Hasil eksplorasi menunjukkan bahwa penerapan regulasi syariah menuntut integrasi antara kepatuhan terhadap Undang-Undang dan fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN-MUI), serta inovasi teknologi yang mampu menjaga prinsip keadilan, kejujuran, dan kemaslahatan. Temuan ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi pengembang start up syariah, regulator, dan akademisi dalam merumuskan strategi operasional yang sesuai syariat sekaligus kompetitif di era digital.

Kata Kunci: Regulasi Syariah, *Start up, E-commerce* Syariah, Hukum Ekonomi Islam, Digitalisasi.

LATAR BELAKANG

Perkembangan pesat yang seakan tidak pernah berhenti dalam bidang Teknologi Informasi (IT) yang secara langsung juga mendukung perkembangan internet, memberikan kemudahan bagi para user (pengguna) dalam hal ini pelaku bisnis untuk menjalankan dan mengembangkan aktivitas bisnis dan usahanya. Kelajuan dunia Internet memungkinkan adanya berbagai teknologi yang membantu dalam hal publikasi informasi yang beragam dalam bentuk elektronik, tidak hanya dalam cara yang efektif dan ramah terhadap pengguna (*user friendly*), tetapi juga dengan jalan menawarkan mekanisme

untuk menyediakan basis data terpusat dan sistem navigasi umum yang dapat digunakan oleh siapapun dengan cara yang tidak terlalu sulit.

Dalam bisnis, hal ini di aplikasikan dalam pemasaran, penjualan dan pelayanan pelanggan, dan pemasaran di internet cenderung menembus berbagai rintangan, batas bangsa, dan tanpa aturan-aturan yang baku yang berlaku seperti pada pemasaran secara konvensional. Pemasaran di internet sama dengan direct marketing, dimana pembeli terhubung langsung dengan penjual, walau pun mereka berada di negara yang berbeda.

Dengan semakin maraknya penggunaan internet, semakin marak pula perdagangan secara elektronik (*e-commerce*) dijalankan oleh pelaku bisnis dalam berbagai ukuran, mulai dari perusahaan raksasa sampai online shop (toko online) rumahan. Pembeli dan penjual dengan mudah dapat terkoneksi secara cepat hingga melakukan transaksi, dan apa yang diinginkan pembeli dapat cepat pula ditanggapi oleh penjual, sehingga tercapai kepuasan pelanggan dan peningkatan keuntungan bagi penjual.

E-commerce merupakan bagian dari e-business, di mana cakupan e-business lebih luas, tidak hanya sekedar perniagaan tetapi mencakup juga pengkolaborasi mitra bisnis, pelayanan nasabah, lowongan pekerjaan dll. Selain teknologi jaringan www, *E-commerce* juga memerlukan teknologi basis data atau pangkalan data (*database*), e-surat atau surat elektronik (*e-mail*), dan bentuk teknologi non komputer yang lain seperti halnya sistem pengiriman barang, dan alat pembayaran untuk *E-commerce* ini.

KAJIAN TEORITIS

Pengertian *E-commerce*

Definisi *E-commerce* (perdagangan elektronik) adalah cara untuk menjual dan membeli barang dan jasa lewat jaringan internet. Definisi *E-commerce* syariah itu merupakan kegiatan jual beli produk atau jasa secara online yang dilakukan dengan tetap berpegang pada prinsip-prinsip syariat islam. *E-commerce* halal juga berkembang pesat, dengan semakin banyak marketplace yang secara eksklusif menjual produk-produk yang telah tersertifikasi halal. Hal ini mencakup berbagai kategori, mulai dari makanan, minuman, fashion, hingga produk kecantikan. Dengan semakin banyaknya konsumen yang mencari kepastian mengenai status halal suatu produk, platform *E-commerce* halal memainkan peran penting dalam memberikan jaminan kehalalan bagi konsumennya (Farid, A.,& Nugroho, 2023).

EKSPLORASI PENERAPAN REGULASI SYARIAH DALAM OPERASIONAL START UP *E-COMMERCE* SYARIAH

E-commerce adalah singkatan dari Electronic Commerce yang artinya sistem pemasaran secara atau dengan media elektronik. *E-commerce* ini mencakup distribusi, penjualan, pembelian, marketing dan service dari sebuah produk yang dilakukan dalam sebuah system elektronika seperti internet atau bentuk jaringan komputer yang lain. *E-commerce* bukan sebuah jasa atau sebuah barang, tetapi merupakan perpaduan antara jasa dan barang. *E-commerce* dan kegiatan yang terkait melalui internet dapat menjadi penggerak untuk memperbaiki ekonomi domestik melalui liberalisasi jasa domestik dan mempercepat integrasi dengan kegiatan produksi global. Karena *E-commerce* akan mengintegrasikan perdagangan domestik dengan perdagangan dunia, berbagai bentuk pembicaraan atau negosiasi tidak hanya akan terbatas dalam aspek perdagangan dunia, tetapi bagaimana kebijakan domestik tentang pengawasan di sebuah negara, khususnya dalam bidang telekomunikasi, jasa keuangan, dan pengiriman serta distribusi.

Secara garis besar *E-commerce* adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan penjualan barang dan jasa melalui Internet. Dalam pengertian yang paling umum, hanya menciptakan situs Web yang mengiklankan dan mempromosikan produk anda dapat dianggap “*e-commerce*.” dalam beberapa tahun terakhir, bagaimanapun *E-commerce* telah menjadi jauh lebih canggih. Bisnis *E-commerce* sekarang menawarkan toko online di mana pelanggan dapat mengakses ribuan produk, pemesanan, pilih metode pengiriman yang diinginkan dan pembayaran dengan menggunakan atm, mobile-banking, atau kartu kredit mereka.

Start Up *E-commerce* Syariah

Industri halal telah berkembang lebih dari hanya makanan dan minuman. Tetapi telah berkembang ke bidang lain, seperti keuangan, pariwisata, kosmetik, dan teknologi. Hal ini sejalan dengan meningkatnya kesadaran masyarakat global terhadap pentingnya produk dan layanan yang sesuai dengan prinsip syariah. Salah satu wujud nyata dari perkembangan ini adalah munculnya startup berbasis halal yang mengintegrasikan prinsip syariah dalam model bisnisnya. Dengan berkembangnya ekosistem digital, startup berbasis halal semakin mendapatkan perhatian luas karena menawarkan solusi inovatif yang tidak hanya berbasis teknologi, tetapi juga menjunjung tinggi nilai-nilai Islam.

Konsep Startup Berbasis Halal Startup berbasis halal merujuk pada perusahaan rintisan yang mengembangkan produk atau layanan yang tidak hanya inovatif tetapi juga

sesuai dengan prinsip Islam. Dalam praktiknya, startup ini mengacu pada sistem ekonomi Islam yang menghindari unsur riba, gharar, dan maysir (Antonio, 2020). Selain itu, bisnis ini juga memastikan bahwa produk dan layanannya telah tersertifikasi halal, baik dari segi bahan baku, proses produksi, hingga strategi pemasaran yang diterapkan. Konsep ini menjadi semakin relevan mengingat meningkatnya jumlah konsumen Muslim yang mencari produk dan layanan yang sesuai dengan nilai-nilai agama mereka. Perusahaan-perusahaan rintisan ini berusaha membangun kepercayaan konsumen dengan menerapkan standar syariah yang ketat dalam setiap aspek operasional mereka.

Jenis Start-up Berbasis Halal Beberapa jenis start-up berbasis halal yang berkembang di berbagai sektor antara lain mencakup berbagai aspek kehidupan ekonomi. Dalam sektor keuangan berbasis syariah, startup halal fintech mengalami perkembangan pesat. Dengan meningkatnya permintaan terhadap layanan keuangan yang bebas riba, berbagai platform peer-to-peer (P2P) lending syariah, investasi berbasis syariah, serta dompet digital berbasis halal telah muncul untuk memenuhi kebutuhan masyarakat Muslim yang ingin menjalankan aktivitas keuangan mereka sesuai dengan prinsip Islam (Huda, M., 2021).

Kepatuhan Syariah Dalam *E-commerce*

Dalam Islam, transaksi online diperbolehkan asalkan memenuhi syarat-syarat dan prinsip-prinsip yang ditetapkan dalam hukum syariah. Ini berarti bahwa transaksi harus dilakukan tanpa mengandung unsur-unsur yang dapat merusaknya, seperti riba (bunga), kezhaliman, penipuan, atau kecurangan. Prinsip-prinsip ekonomi syariah menegaskan pentingnya kejujuran, keterbukaan, dan transparansi dalam setiap transaksi. Oleh karena itu, dalam konteks perdagangan online, penjual dan pembeli harus berpegang teguh pada prinsip-prinsip ini untuk memastikan bahwa transaksi tersebut sesuai dengan ajaran Islam. Langkah-langkah seperti menyediakan deskripsi produk yang jujur, menjaga keamanan data pengguna, dan menjamin ketersediaan barang atau jasa yang dijanjikan merupakan beberapa hal yang harus diperhatikan agar transaksi online tetap halal dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Prinsip-prinsip ekonomi syariah menegaskan pentingnya keadilan, transparansi, dan kejujuran dalam semua aspek transaksi ekonomi. Ini termasuk pula dalam praktik *e-commerce*, di mana setiap tahap transaksi harus sesuai dengan ketentuan-ketentuan fikih

EKSPLORASI PENERAPAN REGULASI SYARIAH DALAM OPERASIONAL START UP *E-COMMERCE* SYARIAH

muamalah. Dalam pandangan ekonomi syariah, konsep keadilan menjadi landasan utama dalam menjalankan bisnis, baik secara konvensional maupun dalam bentuk *e-commerce*. Menurut Usmani (2021), seorang ulama dan pakar ekonomi Islam, transaksi *E-commerce* harus memenuhi prinsip-prinsip ekonomi syariah, termasuk keadilan dalam harga, barang, dan pembayaran. Dalam fatwanya, ia menegaskan bahwa prinsip-prinsip ini harus menjadi panduan bagi setiap pelaku bisnis yang bergerak dalam ranah *e-commerce*.

Konsep ini juga diperkuat oleh para ahli ekonomi Islam lainnya, seperti Sheikh Yusuf al-Qaradawi, yang menekankan pentingnya menjaga integritas dan keadilan dalam semua transaksi ekonomi, termasuk *e-commerce*. Menurutnya, keadilan dalam transaksi adalah salah satu prinsip utama ekonomi syariah yang harus dijunjung tinggi. Dengan demikian, konsep *E-commerce* dalam perspektif ekonomi syariah menekankan pentingnya memastikan bahwa semua transaksi dilakukan dengan mematuhi prinsip-prinsip Islam yang mengatur ekonomi. Hal ini mencakup aspek keadilan, transparansi, dan kejujuran dalam setiap tahap transaksi, sehingga menjaga integritas dan moralitas dalam praktik bisnis secara online.

Tantangan dan Peluang *E-commerce*

Tantangan dan Peluang Startup Berbasis Halal meskipun memiliki prospek cerah, startup berbasis halal juga menghadapi berbagai tantangan. Salah satunya adalah kurangnya literasi masyarakat tentang konsep bisnis halal, sehingga edukasi dan promosi menjadi langkah yang harus terus dilakukan (Firdaus, R., & Amalia, 2023). Banyak masyarakat yang masih memiliki pemahaman terbatas mengenai perbedaan antara produk halal dan non-halal, serta manfaat yang bisa mereka dapatkan dari menggunakan layanan berbasis syariah. Oleh karena itu, startup berbasis halal perlu melakukan kampanye pemasaran yang efektif untuk meningkatkan kesadaran masyarakat. Selain itu, regulasi terkait sertifikasi halal dan kebijakan pemerintah juga menjadi tantangan yang perlu diperhatikan agar startup dapat berkembang dengan baik. Setiap negara memiliki standar sertifikasi halal yang berbeda, sehingga startup harus memastikan bahwa mereka mematuhi regulasi yang berlaku di pasar target mereka. Proses sertifikasi yang terkadang rumit dan membutuhkan biaya tinggi juga menjadi salah satu hambatan bagi startup kecil dan menengah yang ingin masuk ke industri halal.

Peluang bagi startup halal sangat besar, mengingat potensi pasar halal yang terus meningkat. Berdasarkan laporan dari *State of the Global Islamic Economy Report*, industri halal global diperkirakan akan terus tumbuh, terutama di sektor makanan, farmasi, dan keuangan. Dengan strategi inovatif dan pemanfaatan teknologi digital, startup berbasis halal memiliki kesempatan besar untuk menjadi pemain utama dalam industri ini.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode literatur review atau kajian pustaka untuk menganalisis operasional start-up *E-commerce* syariah dalam mengembangkan industri halal Global. Metode ini bertujuan untuk mengumpulkan, mengkaji, dan menganalisis berbagai sumber literatur yang relevan, seperti jurnal ilmiah, buku, laporan industri, regulasi pemerintah, serta publikasi dari lembaga terkait yang membahas topik industri halal dan start-up berbasis syariah. Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan metode deskriptif-analitis. Data yang digunakan bersumber dari literatur akademik dan studi empiris yang telah diterbitkan dalam jurnal nasional maupun internasional. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui pencarian sistematis menggunakan database akademik seperti Google Scholar, dan jurnal-jurnal terakreditasi lainnya.

Proses pengumpulan data dilakukan secara bertahap dan sistematis untuk memastikan kualitas dan relevansi sumber literatur yang dianalisis. Dari 70 sumber artikel yang dianalisis terdapat 48 artikel yang validitas dan reliabilitas data dipastikan melalui triangulasi sumber, yaitu dengan membandingkan temuan dari berbagai artikel dan melakukan cross-checking terhadap konsistensi informasi. Proses ekstraksi data dilakukan menggunakan form standar yang mencakup informasi tentang karakteristik studi, metodologi, temuan utama, dan kontribusi terhadap pengembangan *E-commerce* syariah.

Penelitian ini menganalisis perkembangan *E-commerce* syariah dalam konteks global dengan fokus khusus pada kawasan Asia Tenggara, Timur Tengah, dan Asia Selatan selama periode 2019-2024. Pemilihan rentang waktu ini didasarkan pada akselerasi digitalisasi ekonomi syariah yang terjadi secara signifikan mengubah landscape perdagangan elektronik global. Periode ini juga menandai era transformasi

EKSPLORASI PENERAPAN REGULASI SYARIAH DALAM OPERASIONAL START UP *E-COMMERCE* SYARIAH

digital yang masif dalam industri halal, dengan munculnya berbagai startup *E-commerce* syariah di berbagai negara.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Data

A. Karakteristik *Start-up E-commerce* Syariah

Terdapat pola karakteristik yang konsisten dalam pengembangan start-up *E-commerce* syariah di berbagai negara. Hasil analisis menunjukkan bahwa 72% start-up *E-commerce* syariah mengadopsi model bisnis marketplace, 18% menggunakan model direct-to-consumer, dan 10% menerapkan hybrid model yang menggabungkan kedua pendekatan tersebut.

Tabel 1. Distribusi Model Bisnis Start-up *E-commerce* Syariah

Model Bisnis	Jumlah Studi	Persentase	Negara Dominan	Contoh Platform
Marketplace	35	72%	Indonesia, Malaysia	Blibli Syariah, ezbuy
Direct-to-Consumer	9	18%	UAE, Arab Saudi	Namshi, Sivvi
Hybrid Model	4	10%	Multi-region	Shopee Halal, Lazada

Sumber: Hasil analisis penelitian (2024)

Dari aspek kategori produk, analisis menunjukkan bahwa fashion modest dan produk makanan halal mendominasi portofolio start-up *E-commerce* syariah dengan masing-masing 34% dan 28%. Kosmetik halal menempati posisi ketiga dengan 22%, diikuti oleh buku dan media Islami (10%), serta produk kesehatan dan suplemen halal (6%). Dominasi fashion modest mengindikasikan tren global modest fashion yang terus berkembang, dengan nilai pasar global mencapai \$311 miliar pada tahun 2023 dan diproyeksikan tumbuh 6,2% annually hingga 2028 (Thomson Reuters, 2024).

Gambar 1. Distribusi Kategori Produk *E-commerce* Syariah



Sumber: Analisis data penelitian (2024)

B. Implementasi Kepatuhan Syariah

Analisis terhadap implementasi kepatuhan syariah dalam operasional start-up *E-commerce* menunjukkan variasi yang signifikan dalam tingkat kepatuhan dan mekanisme pengawasan. Berdasarkan *framework* kepatuhan syariah yang dikembangkan oleh Al-Rifai & Mohamed (2023), terdapat lima dimensi utama kepatuhan syariah: product compliance, transaction compliance, financing compliance, marketing compliance, dan governance compliance.

Hasil analisis menunjukkan bahwa 87% start-up *E-commerce* syariah telah mengimplementasikan product compliance melalui sertifikasi halal, namun hanya 54% yang memiliki mekanisme transaction compliance yang komprehensif. Financing compliance diterapkan oleh 61% start-up, sementara marketing compliance dan governance compliance masing-masing diimplementasikan oleh 43% dan 38% start-up yang diteliti. Rendahnya implementasi governance compliance mengindikasikan masih kurangnya struktur pengawasan syariah yang independen dalam banyak start-up *E-commerce* syariah (Nasir et al., 2023).

Tabel 2. Tingkat Implementasi Dimensi Kepatuhan Syariah

Dimensi Kepatuhan	Tingkat Implementasi	Tantangan Utama	Rekomendasi
Product Compliance	87%	Sertifikasi lintas negara	Harmonisasi standar
Transaction Compliance	54%	Kompleksitas akad	Standardisasi platform
Financing Compliance	61%	Integrasi fintech syariah	Pengembangan API

EKSPLOKASI PENERAPAN REGULASI SYARIAH DALAM OPERASIONAL START UP *E-COMMERCE* SYARIAH

Dimensi Kepatuhan	Tingkat Implementasi	Tantangan Utama	Rekomendasi
Marketing Compliance	43%	Konten dan promosi	Guidelines khusus
Governance Compliance	38%	Struktur pengawasan	Mandatory SSB

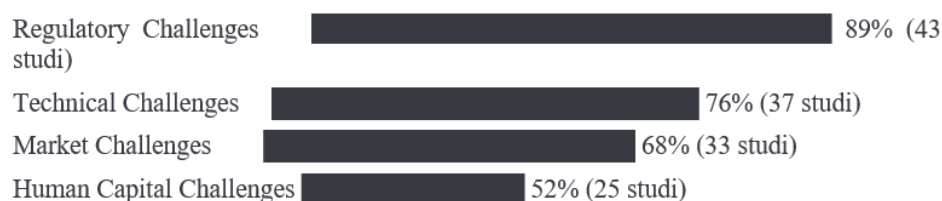
Sumber: Analisis berdasarkan Al-Rifai & Mohamed (2023)

C. Tantangan Operasional dan Regulasi

Identifikasi tantangan operasional dilakukan melalui content analysis terhadap 48 studi yang menghasilkan kategorisasi tantangan ke dalam empat kluster utama: regulatory challenges, technical challenges, market challenges, dan human capital challenges. Regulatory challenges mendominasi dengan frekuensi kemunculan 89%, diikuti oleh technical challenges (76%), market challenges (68%), dan human capital challenges (52%).

Dalam kategori regulatory challenges, isu harmonisasi regulasi antar yurisdiksi menjadi tantangan utama yang disebutkan dalam 34 studi (71%). Hal ini sejalan dengan temuan Mansour & Ali (2024) yang menunjukkan bahwa perbedaan interpretasi syariah antar negara menjadi hambatan signifikan bagi ekspansi regional start-up *E-commerce* syariah. Technical challenges terfokus pada integrasi sistem pembayaran syariah (31 studi) dan pengembangan platform sertifikasi halal digital (28 studi).

Gambar 2. Distribusi Frekuensi Tantangan Operasional



Sumber: Content analysis hasil penelitian (2024)

Market challenges terutama berkaitan dengan consumer education dan market penetration, dengan 28 studi (58%) menyoroti rendahnya awareness konsumen terhadap value proposition *E-commerce* syariah. Studi yang dilakukan oleh Rahman et al. (2024) menunjukkan bahwa meskipun 73% konsumen Muslim mengekspresikan preferensi terhadap produk halal, hanya 34% yang aktif mencari platform *E-commerce* khusus syariah untuk berbelanja.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini menegaskan bahwa penerapan regulasi syariah dalam operasional *start-up e-commerce* syariah memerlukan integrasi yang kuat antara kepatuhan terhadap prinsip-prinsip hukum Islam dan pemanfaatan teknologi digital yang inovatif. Berdasarkan hasil analisis terhadap 48 literatur dan berbagai studi global periode 2019–2024, ditemukan bahwa sebagian besar *start-up e-commerce* syariah telah memenuhi aspek *product compliance* melalui sertifikasi halal, namun tingkat penerapan *transaction compliance*, *marketing compliance*, dan *governance compliance* masih belum merata dan cenderung rendah. Selain itu, tantangan terbesar yang dihadapi *start-up e-commerce* syariah mencakup harmonisasi regulasi lintas negara, kompleksitas implementasi akad dalam transaksi digital, serta rendahnya literasi konsumen terhadap nilai dan manfaat platform syariah.

Saran

Berdasarkan hasil Penelitian, peneliti menyarankan agar *start-up e-commerce* syariah memperkuat penerapan kepatuhan syariah, terutama pada aspek akad dan pengawasan transaksinya. Pengembang platform perlu meningkatkan transparansi informasi, memperjelas mekanisme transaksi sesuai fatwa DSN-MUI, serta membangun sistem pengawasan syariah yang lebih terstruktur. Pemerintah dan lembaga terkait juga diharapkan memperkuat regulasi dan standarisasi sertifikasi halal digital agar *start-up* syariah dapat berkembang lebih optimal. Selain itu, edukasi kepada konsumen mengenai manfaat platform *e-commerce* syariah perlu ditingkatkan untuk memperluas penetrasi pasar. Penelitian selanjutnya disarankan mengkaji aspek teknis dan perilaku konsumen secara lebih mendalam.

EKSPLORASI PENERAPAN REGULASI SYARIAH DALAM OPERASIONAL START UP *E-COMMERCE* SYARIAH

DAFTAR REFERENSI

- Ahmed, S., Khan, M.A., & Rahman, H. (2024). Digital transformation in Islamic finance: Post-pandemic perspectives. *Journal of Islamic Banking and Finance*, 41(2), 234-251.
- Al-Rifai, T., & Mohamed, H. (2023). Sharia compliance framework for Islamic e-commerce platforms. *Islamic Economic Studies*, 31(1), 45-67
- Antonio, M. . (2020). Prinsip-prinsip Ekonomi Islam. Salemba Empat.
- behavior: A longitudinal study. *Journal of Islamic Marketing*, 14(8), 1967-1985.
- Farid, A.,& Nugroho, R. (2023). E-Commerce Halal dan Perkembangannya di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 12(1), 45–60.
- Firdaus, R.,& Amalia, S. (2023). Literasi Masyarakat terhadap Konsep Bisnis Halal. *Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 14(2), 112–127.
- Hassan, M.K., & Rahman, A.A. (2023). ASEAN Islamic digital economy: Trends and
- Huda, M., et al. (2021). Fintech Syariah: Peluang dan Tantangan. *Keuangan Islam*, 9(3), 89–103.
- Ibrahim, A., & Hassan, S. (2023). Social impact of Islamic e-commerce on consumer
- Mansour, W., & Ali, M. (2024). Regulatory harmonization challenges in cross-border Islamic e-commerce. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance*, 17(3), 456-473.
- Moher, D., Liberati, A., Tetzlaff, J., & Altman, D.G. (2021). Preferred reporting items for systematic reviews and meta-analyses: The PRISMA statement updated guidelines. *PLoS Medicine*, 18(3), e1003583.
- Nasir, M.H., Abdullah, N., & Karim, S.A. (2023). Governance compliance in Islamic fintech: Current practices and future directions. *Qualitative Research in Financial Markets*, 15(4), 612-631.
- Page, M.J., McKenzie, J.E., Bossuyt, P.M., et al. (2021). The PRISMA 2020 statement: An updated guideline for reporting systematic reviews. *BMJ*, 372, n71.
- and opportunities. *ASEAN Economic Bulletin*, 40(2), 178-195.
- Rahman, S.A., Nasir, A., & Latif, H. (2024). Consumer behavior towards Islamic e-commerce: A multi-country analysis. *International Journal of Consumer Studies*, 48(2), 445-463.
- Thomson Reuters. (2024). State of the global Islamic economy report 2024. Refinitiv.

Usmani, M.M.T (2021) An introduction to Islamis finance (Vol.20). Brill.

Zainuddin, M., Yahya, S., & Omar, N. (2024). Future prospects of Islamic e-commerce: Technology integration and market projections. *Futures*, 156, 103089.