

# EFEKTIVITAS AKAD ISTISHNA DALAM TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE MELALUI PLATFORM DIGITAL

**Muh. Fadhil Nugraha**  
*Institut Agama Islam Negeri Parepare*  
[Mfdhil543@gmail.com](mailto:Mfdhil543@gmail.com)

---

## ABSTRAK

Transaksi jual beli online telah menjadi salah satu aspek yang tak terpisahkan dari kehidupan modern saat ini. Dalam konteks ini, akad istishna, suatu bentuk perjanjian jual beli di mana penjual akan memproduksi atau memperoleh barang sesuai dengan spesifikasi yang ditentukan oleh pembeli, menjadi semakin relevan. Namun, masih terdapat kebutuhan untuk memahami lebih lanjut mengenai efektivitas akad istishna dalam transaksi jual beli online dan faktor-faktor yang mempengaruhinya.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat efektivitas akad istishna dalam transaksi jual beli online dan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhinya. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menyelidiki pengaruh akad istishna terhadap kepuasan konsumen dalam transaksi jual beli online.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan mengumpulkan data melalui studi literatur dan wawancara dengan pihak terkait. Analisis data dilakukan melalui teknik content analysis untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas akad istishna dalam transaksi jual beli online.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai efektivitas akad istishna dalam transaksi jual beli online. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan panduan dan rekomendasi bagi para pelaku transaksi dalam meningkatkan efektivitas akad istishna, sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen dalam transaksi jual beli online.

Kata kunci: akad istishna, transaksi jual beli online, efektivitas, faktor-faktor, kepuasan konsumen.

## PENDAHULUAN

Pertumbuhan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat telah mengubah cara kita berinteraksi dan melakukan transaksi. Transaksi jual beli online menjadi semakin populer dan mendominasi pasar global. Dalam konteks ini, akad istishna, yang merupakan suatu bentuk perjanjian jual beli di mana penjual akan memproduksi atau memperoleh barang sesuai dengan spesifikasi yang ditentukan oleh pembeli, menjadi relevan dalam memfasilitasi transaksi jual beli online (Pekerti et al., 2021).

Istishna adalah salah satu jenis akad dalam hukum Islam yang digunakan dalam transaksi jual beli, di mana barang dipesan sesuai spesifikasi tertentu dan kemudian diproduksi. Dalam era digital, transaksi jual beli online melalui platform digital telah menjadi tren utama dalam perdagangan. Seiring dengan perkembangan teknologi dan preferensi konsumen, semakin banyak pelaku usaha dan konsumen yang mengadopsi model bisnis

ini. Namun, meskipun akad istishna memiliki potensi untuk meningkatkan efisiensi dan kemudahan dalam transaksi jual beli online, masih terdapat beberapa permasalahan yang perlu diteliti lebih lanjut. Salah satu permasalahan yang muncul adalah mengenai efektivitas akad istishna dalam transaksi jual beli online. Efektivitas akad istishna berkaitan dengan sejauh mana akad tersebut dapat memberikan manfaat dan memenuhi kebutuhan para pelaku transaksi. Ada beberapa dampak negatif terkait dengan efektivitas penggunaan akad istishna dalam transaksi online melalui platform digital, salah satunya barang yang dibuat tidak sesuai dengan kriteria pesanan pelanggan. Potensi perbedaan interpretasi dan implementasi akad istishna oleh berbagai pihak yang terlibat dalam transaksi, seperti penjual, pembeli, dan platform digital, yang dapat mengakibatkan ketidaksesuaian antara harapan dan kenyataan. Selain itu, terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas akad istishna dalam transaksi jual beli online. Faktor-faktor seperti kepercayaan antara penjual dan pembeli, kualitas produk yang dihasilkan atau diperoleh, serta kepuasan konsumen menjadi hal yang penting dalam memahami efektivitas akad istishna dalam transaksi jual beli online (Aliakbari et al., 2021).

Dalam era digital yang semakin maju, transaksi jual beli online telah menjadi fenomena yang signifikan dalam kegiatan perdagangan global. Dalam konteks ini, akad istishna, yang merupakan suatu bentuk perjanjian jual beli di mana penjual akan memproduksi atau memperoleh barang sesuai dengan spesifikasi yang ditentukan oleh pembeli, menjadi relevan untuk diteliti dalam hal efektivitasnya dalam transaksi jual beli online. Selain itu, akad istishna juga memberikan keuntungan bagi pembeli dalam hal pengawasan proses produksi. Dalam transaksi ini, pembeli dapat memantau perkembangan barang yang mereka pesan dan terlibat langsung dalam proses produksi. Hal ini memberikan kepercayaan kepada pembeli mengenai kualitas dan kemajuan barang yang mereka beli. Namun demikian, terdapat juga beberapa kekurangan dalam penggunaan akad istishna dalam transaksi jual beli online (Theodoridis & Kraemer, n.d.). Salah satunya adalah waktu produksi yang memakan waktu yang cukup lama. Karena barang dibuat sesuai pesanan, waktu yang diperlukan untuk produksi bisa lebih lama dibandingkan dengan transaksi jual beli konvensional. Pembeli perlu memiliki kesabaran dalam menunggu barang yang mereka pesan sampai tiba di tangan mereka. Efektivitas akad istishna dalam transaksi jual beli online melalui platform digital menjadi penting karena berkaitan dengan kemampuannya dalam memberikan manfaat dan memenuhi kebutuhan para pelaku transaksi (Putra, 2019). Oleh karena itu, penelitian tentang efektivitas akad istishna dalam transaksi jual beli online melalui platform digital memiliki relevansi dan kebutuhan yang signifikan. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah "Bagaimana efektivitas akad istishna dalam transaksi jual beli online dan apa saja faktor-faktor yang mempengaruhinya?".

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis tingkat efektivitas akad istishna dalam transaksi jual beli online, mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat efektivitas akad istishna, menyelidiki pengaruh akad istishna terhadap kepuasan konsumen, serta memberikan rekomendasi untuk meningkatkan efektivitas akad istishna dalam transaksi jual beli online melalui platform digital. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pemahaman yang lebih mendalam tentang akad istishna dalam konteks transaksi jual beli online. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan panduan dan rekomendasi bagi para pelaku transaksi, baik pembeli maupun penjual, dalam meningkatkan efektivitas transaksi jual beli online menggunakan akad istishna. Dengan demikian, penelitian ini memiliki relevansi dan potensi untuk memberikan kontribusi dalam pengembangan transaksi jual beli online yang lebih efektif dan memuaskan.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **1. Konsep Akad**

Dalam melakukan transaksi mu'amalah hal yang paling penting untuk diingat adalah akad (perjanjian). Akad adalah salah satu cara untuk memperoleh harta menurut syariat Islam dalam kehidupan sehari-hari. Akad adalah suatu hal yang di Ridhai Allah SWT, untuk itu harus ditegakkan isinya. Akad berasal dari bahasa Arab al-'aqd yang artinya perikatan, perjanjian dan pemufakatan. Pertalian ijab (pernyataan melakukan ikatan) dan Kabul (pernyataan menerima ikatan), sesuai dengan kehendak syar'iat yang berpengaruh pada obyek perikatan. Semua perikatan (transaksi) yang dilakukan oleh dua belah pihak atau lebih, tidak boleh menyimpang dan harus sejalan dengan kehendak syar'iat. Tidak boleh ada kesepakatan untuk menipu orang lain, transaksi barang-barang yang haram dan kesepakatan untuk membunuh seseorang.

### **2. Penjualan online melalui platform digital**

Perkembangan zaman saat ini sangat cepat dan kompleks, sehingga mempengaruhi kebutuhan hidup manusia. Perkembangan teknologi di bidang komunikasi menjadikan manusia bisa berkomunikasi dengan mudah meskipun secara jarak jauh, seperti jual beli. Saat ini, jual beli bisa dilakukan dari jarak jauh tanpa harus melihat bahkan tanpa mengenal satu sama lain sebelumnya. Lahirnya situs-situs di internet yang menyediakan ruang untuk melakukan kegiatan jual beli, menjadikan transaksi tersebut lebih mudah meskipun tanpa harus melihat secara riil atas objek apa yang akan dibelinya. Situs tersebut menyediakan macam-macam barang, mulai dari barang elektronik, pakaian, makanan atau pun yang lainnya dengan konsep kenyamanan, aman kepercayaan dan tentu saja dengan biaya murah.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis studi kasus. Metode kualitatif dipakai saat permasalahan masih remang-remang, belum jelas. Penelitian dengan studi kasus merupakan pendekatan kualitatif, dimana peneliti melakukan eksplorasi dalam kehidupan nyata melalui berbagai kasus dengan mengumpulkan data secara detail dan mendalam dengan melibatkan berbagai sumber informasi seperti pengamatan, wawancara, bahan audiovisual, dokumen serta mengumpulkan dari berbagai jenis laporan. Hasil informasi tersebut dilaporkan secara deskripsi dan menjadi pendekatan yang bagus, sehingga dapat diidentifikasi dengan jelas dan mampu memberikan pemahaman mendalam terkait kasus atau melakukan perbandingan kasus tersebut. Obyek yang diteliti dalam penelitian yang dilakukan yaitu akad Istishna, akad yang biasa digunakan saat melakukan transaksi jual beli secara online, menggunakan sistem pre order atau pesanan. Informan yang digunakan dalam penelitian ini merupakan informan yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu. Pemilihan informan dimaksudkan agar mendapatkan hasil yang kredibel mengenai implementasi akad istishna dalam transaksi jual beli online melalui platform digital.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Konsep akad**

Dalam melakukan transaksi mu'amalah hal yang paling penting untuk diingat adalah akad (perjanjian). Akad adalah salah satu cara untuk memperoleh harta menurut syariat Islam dalam kehidupan sehari-hari. Akad adalah suatu hal yang di Ridhai Allah SWT, untuk itu harus ditegakkan isinya. Akad berasal dari bahasa Arab al-'aqd yang artinya perikatan, perjanjian dan pemufakatan. Pertalian ijab (pernyataan melakukan ikatan) dan

Kabul (pernyataan menerima ikatan), sesuai dengan kehendak syar'iat yang berpengaruh pada obyek perikatan. Semua perikatan (transaksi) yang dilakukan oleh dua belah pihak atau lebih, tidak boleh menyimpang dan harus sejalan dengan kehendak sya'riat. Tidak boleh ada kesepakatan untuk menipu orang lain, transaksi barang-barang yang haram dan kesepakatan untuk membunuh seseorang. Mustafa az-Zar'qa menyatakan, tindakan berupa perkataan yang bersifat akad terjadi, bila dua atau beberapa pihak mengikatkan diri untuk melakukan sesuatu perjanjian. Akad Istishna adalah akad jual beli dalam bentuk pemesanan pembuatan barang tertentu dengan kriteria dan persyaratan tertentu yang disepakati antara pembeli dan penjual. Istishna merupakan akad yang halal dan sah sesuai dengan aturan umum mengenai kebolehan kontrak selama tidak bertentangan dengan aturan syariah. Dalam akad Istishna, pembeli menugaskan penjual untuk menyediakan barang pesanan sesuai spesifikasi yang disyaratkan dengan cara pembayaran dimuka atau tangguh. Pada lap.oran keuangan penjual, hal yang diungkap tidak hanya terbatas pada metode akuntansi, tetapi juga rincian piutang berdasarkan quantity, quality, dan tempo waktu

Kontrak istishna" memberikan kemudahan bagi manusia dalam memenuhi kebutuhannya. Misalnya istishna pengadaan instalasi listrik, industry pesawat, kapal laut, dan semacamnya. Akad istishna digunakan banyaak di zaman ini. Ia menyebar luas, tidak hanya pada industri ringan, seperti perusahaan peralatan kebutuhan rumah tangga (mebel untuk fasilitas ruang tamu maupun kamar tidur).

Skema atau alur istishna" sebagai berikut:

1. Pembeli dan penjual menyepakati akad istisna"
2. Barang diserahkan kepada pembeli
3. Pembayaran dilakukan oleh pembeli

Bentuk akad istishna pada saat jual beli online dapat dibagi menjadi dua, yaitu:

### **Istishna langsung**

Istishna langsung adalah bentuk akad istishna di mana pembeli memesan barang langsung kepada penjual. Penjual kemudian memesan barang tersebut kepada produsen. Setelah barang selesai diproduksi, penjual menyerahkan barang tersebut kepada pembeli.

Berikut adalah contoh akad istishna langsung pada saat jual beli online:

Alur transaksi:

1. Pembeli melihat dan memilih barang yang diinginkan di toko online.
2. Pembeli melakukan pemesanan barang dan melakukan pembayaran.
3. Toko online memesan barang tersebut kepada produsen.
4. Produsen memproduksi barang sesuai dengan pesanan pembeli.
5. Toko online mengirimkan barang tersebut kepada pembeli.

### **Istishna paralel**

Istishna paralel adalah bentuk akad istishna di mana pembeli memesan barang kepada penjual. Penjual kemudian memesan barang tersebut kepada produsen secara paralel. Setelah barang selesai diproduksi, penjual menyerahkan barang tersebut kepada pembeli.

Berikut adalah contoh akad istishna paralel pada saat jual beli online:

Alur transaksi:

1. Pembeli melihat dan memilih barang yang diinginkan di toko online.
2. Pembeli melakukan pemesanan barang dan melakukan pembayaran.
3. Toko online memesan barang tersebut kepada produsen A dan produsen B secara paralel.
4. Produsen A dan produsen B memproduksi barang sesuai dengan pesanan pembeli.
5. Toko online mengirimkan barang tersebut kepada pembeli.

Dalam kedua bentuk akad istishna tersebut, pembeli harus memberikan spesifikasi barang yang diinginkan kepada penjual. Spesifikasi barang tersebut harus mencakup hal-hal berikut:

1. Jenis barang
2. Kualitas barang
3. Kuantitas barang
4. Waktu penyerahan barang
5. Harga barang

Pembeli juga harus melakukan pembayaran kepada penjual sesuai dengan kesepakatan. Pembayaran tersebut dapat dilakukan secara tunai, secara kredit, maupun cash on delivery (cod). Pada saat barang diterima, pembeli harus memeriksa barang tersebut untuk memastikan bahwa barang tersebut sesuai dengan spesifikasi yang telah disepakati. Jika barang tersebut tidak sesuai, pembeli dapat menolak untuk menerima barang tersebut.

Adapun tips untuk menghindari penipuan dalam jual beli online dengan akad istishna:

1. Pilihlah toko online yang terpercaya.  
Toko online yang terpercaya biasanya memiliki reputasi yang baik dan memiliki sistem keamanan yang ketat.
2. Perhatikan spesifikasi barang yang ditawarkan.  
Pastikan spesifikasi barang tersebut sesuai dengan kebutuhan Anda.
3. Periksa barang saat diterima.  
Periksa barang saat diterima untuk memastikan bahwa barang tersebut sesuai dengan spesifikasi yang telah disepakati.

Jual beli via internet yaitu “(sebuah akad jual beli yang dilakukan dengan menggunakan sarana elektronik (internet) baik berupa barang maupun jasa)”. Atau jual beli via internet adalah akad yang disepakati dengan menentukan ciri-ciri tertentu dengan membayar harganya terlebih dahulu sedangkan barangnya diserahkan kemudian”. Dapat disimpulkan bahwa jual beli via internet adalah jual beli yang terjadi di media elektronik, yang mana transaksinya tidak mengharuskan penjual dan pembeli bertemu secara langsung, dengan menentukan ciri-ciri, jenis barang, sedangkan barangnya dibayar terlebih dahulu baru diserahkan barangnya.

Karakteristik bisnis online, yaitu:

- a. Terjadinya transaksi antara dua belah pihak;

- b. Adanya pertukaran barang, jasa, atau informasi;
- c. Internet merupakan media utama dalam proses atau mekanisme akad tersebut.

Dari karakteristik diatas, dapat dibedakan bisnis online dengan bisnis offline yaitu proses transaksi (akad) dan media utama dalam proses tersebut. Akad merupakan unsur yang penting dalam bisnis,. Secara umum, bisnis dalam islam menjelaskan adanya transaksi yang bersifat fisik, dengan menghadirkan benda tersebut ketika transaksi, atau tanpa benda secara fisik namun harus dengan syarat benda harus dijelaskan secara konkret, seperti dalam transaksi istishna (Afifah, 2019).

## **2. Penjualan online melalui platform digital**

Perkembangan zaman saat ini sangat cepat dan kompleks, sehingga mempengaruhi kebutuhan hidup manusia. Perkembangan teknologi di bidang komunikasi menjadikan manusia bisa berkomunikasi dengan mudah meskipun secara jarak jauh, seperti jual beli. Saat ini, jual beli bisa dilakukan dari jarak jauh tanpa harus melihat bahkan tanpa mengenal satu sama lain sebelumnya. Lahirnya situs-situs di internet yang menyediakan ruang untuk melakukan kegiatan jual beli, menjadikan transaksi tersebut lebih mudah meskipun tanpa harus melihat secara riil atas objek apa yang akan dibelinya. Situs tersebut menyediakan macam-macam barang, mulai dari barang elektronik, pakaian, makanan atau pun yang lainnya dengan konsep kenyamanan, aman kepercayaan dan tentu saja dengan biaya murah. Dengan adanya internet, mengelola bisnis menjadi lebih mudah, karena bisa diakses dimana saja dan kapan saja. Bisnis melalui internet bisa dilakukan dengan melalui beberapa cara, di antaranya;

1. Melalui media sosial seperti, Facebook, Instagram, dan Twitter.
2. Melalui Personal Website atau blog pribadi khusus untuk merek dagangnya sendiri.
3. Melalui On line Shop seperti Lazada, Mataharimall.com, Zalora, La Zada, Bukalapak.com, blibli.com, Tokopedia, Elevania dan lainnya.

Dalam transaksi jual beli online, pembeli dapat melihat barang atau jasa yang ditawarkan pada layar monitor, namun obyek tersebut tidak bisa seketika diperoleh karena harus menunggu dikirim oleh pihak penjual. Lamanya masa pengiriman tergantung dari lokasi (tempat tinggal atau kantor) pembeli dan pemilihan jasa kurir dalam pengiriman. Disamping itu pembeli tidak dapat langsung memeriksa kondisi barang yang akan ia beli, apakah sesuai dengan spesifikasi yang telah dicantumkan di toko online nya, apakah ada cacatnya atau tidak.

Penjualan online merupakan salah satu jenis transaksi yang menggunakan platform digital untuk penjualannya, dan saat ini sebagian besar produk dipasarkan melalui jejaring sosial seperti Facebook, Twitter, BBM dan Instagram. Saat ini, belanja online menjadi salah satu jenis transaksi jual beli yang paling banyak digunakan. tren belanja daring atau belanja online sangat digandrungi oleh seluruh lapisan masyarakat di Indonesia. Tua maupun muda sama-sama menyukai aktivitas belanja yang dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun ini. Mereka sebagai kelompok individu yang umumnya lebih cakap terhadap perkembangan teknologi pastinya sangat merasakan dampak dari kemudahan belanja secara online ini. Selain itu, ada beberapa alasan masyarakat menyukai jual beli online diantaranya:

1. Jual beli online sangat mudah dan efektif digunakan di zaman sekarang.

Teknologi e-commerce telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini membuat proses jual beli online menjadi lebih mudah dan efisien.

Misalnya, pembeli dapat dengan mudah menemukan produk yang mereka inginkan, membandingkan harga, dan melakukan pembayaran.

2. Banyak promo voucher dan cashback yang ditawarkan.

Hal ini merupakan salah satu cara yang efektif untuk menarik pembeli dan meningkatkan penjualan. Promo dan diskon dapat membuat pembeli merasa lebih hemat dan puas dengan pembelian mereka.

3. Barang yang ditawarkan lebih beragam dan bervariasi.

Ketika seseorang mencari sebuah barang melalui search engine di gawainya, maka akan muncul barang yang dicarinya dengan bermacam-macam variasi, harga, kualitas, dan yang lainnya. Hal ini tentu saja memudahkan calon pembeli.

4. Jual beli online saat ini sudah sangat aman karena adanya fitur cash on delivery (cod).

Pembeli dapat melihat dan memeriksa barang sebelum membayar. Hal ini membuat pembeli dapat memastikan bahwa barang yang dibeli sesuai dengan deskripsi yang diberikan oleh penjual. Jika barang yang diterima tidak sesuai, pembeli dapat menolak untuk membayar.

5. Hemat waktu dan tenaga

Masyarakat modern yang sibuk seringkali tidak memiliki waktu dan tenaga untuk berbelanja secara konvensional. Jual beli online dapat menjadi solusi yang tepat untuk mereka, karena mereka dapat berbelanja dengan mudah dan cepat, tanpa perlu keluar rumah.

Transaksi secara online merupakan transaksi pesanan dalam model bisnis era global yang tanpa bertatap muka langsung, dengan hanya melakukan transfer data lewat dunia maya (data interchange) via internet antara kedua belah pihak yaitu penjual dan pembeli.

Bisnis online dikenal juga dengan istilah e-business atau ecommerce. e-business atau e-commerce adalah semua bentuk transaksi komersial, yang menyangkut organisasi dan transmisi data yang digeneralisasikan dalam bentuk teks, suara, dan gambar secara lengkap. Selain itu, terdapat beberapa pengertian lain tentang ebusiness atau e-commerce, di antaranya:

- a. E-business merupakan praktik pengelolaan dan pelaksanaan proses bisnis utama seperti perancangan produk, pengelolaan pasokan bahan baku, manufaktur, penjualan, pemenuhan pesanan, dan penyediaan servis melalui penggunaan teknologi komunikasi, komputer, dan data yang telah terkomputerisasi dengan hanya melakukan transfer data lewat dunia maya (data interchange) melalui internet antara kedua belah pihak (penjual dan pembeli).
- b. E-business adalah semua hal yang berkaitan dengan kegiatan bisnis antar sesama organisasi atau antara organisasi dan konsumen, yang dilakukan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi (Information Communication Technology).
- c. Penggunaan internet dan teknologi digital lainnya untuk komunikasi, koordinasi, dan manajemen organisasi.

Berdasarkan pengertian di atas diketahui bahwa jual beli online adalah transaksi jual beli antara penjual dan pembeli terhadap produk suatu barang dengan menggunakan media internet sebagai alat komunikasinya

## SIMPULAN

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai efektivitas akad istishna dalam transaksi jual beli online. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan panduan dan rekomendasi bagi para pelaku transaksi dalam meningkatkan efektivitas akad istishna, sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen dalam transaksi jual beli online.

## REFERENSI

- Afifah, N. (2019). ANALISIS HUKUM ISLAM TERHADAP JUAL BELI terpancar dari padanya . Jual beli merupakan sesuatu yang *ب م ك ر ر* yang sepadan dan melalui cara tertentu . Jual beli telah. *Jurnal Hukum Bisnis Islam*, 09(01), 137.
- Aliakbari, F., Parvin, N., Heidari, M., & Haghani, F. (2021). Efektivitas Marketplace Shopee sebagai Marketplace Belanja Online yang Paling Disukai Mahasiswa. *Journal of Education and Technology*, 1(1), 24–29.
- Pekerti, R. D., Faridah, E., Hikmatyar, M., & Rudiana, I. F. (2021). Implementasi Akad Istishna (PSAK Syariah 104) dalam Transaksi Jual Beli Online. *AKTSAR: Jurnal Akuntansi Syariah*, 4(1), 19. <https://doi.org/10.21043/aktsar.v4i1.8562>
- Putra, M. D. (2019). Jual Beli on-Line Berbasis Media Sosial Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *ILTIZAM Journal of Shariah Economic Research*, 3(1), 83. <https://doi.org/10.30631/iltizam.v3i1.288>
- Theodoridis, T., & Kraemer, J. (n.d.). *No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title*.
- Abbas, A., & Frihatni, A. A. (2020). The social role of Islamic banks in Indonesia during the pandemic of COVID-19: Reflection of Market Share. *European Journal of Islamic Finance*, (16).
- Abbas, A., & Frihatni, A. A. (2023). Gender diversity and firm performances suffering from financial distress: evidence from Indonesia. *Journal of Capital Markets Studies*, 7(1), 91-107.
- Abbas, A., & Hannani, H. (2021). An Analysis of Accounting Practices for Zakat, Infaq, and Sadaqah in Lembaga Amil Zakat, Infaq and Sadaqah Nahdatul Ulama (LAZISNU) Parepare, Indonesia: Standardization and Proposed Solutions. *Islamic Banking and Finance Review*, 8(2), 36-54.
- Abbas, A., Triani, N., Syahrir, S. N., & Frihatni, A. A. (2021). Do Environmental Compliances Reduce Agricultural Profitability? An Inference from Indonesia. In *E3S Web of Conferences* (Vol. 316, p. 04006). EDP Sciences.
- Addury, M. M. (2023). Do financing models in Islamic bank affect profitability? Evidence from Indonesia and Malaysia. *Journal of Islamic Economics Lariba*, 9(1), 79-96.
- Addury, M. M., & Pangestu, D. R. (2023). Interactive marketing and relationship quality in Islamic banking: A Parepare case study. *Asian Journal of Islamic Management (AJIM)*, 83-95.
- Addury, M. M., & Ramadhani, A. K. P. (2024). The Influence Of Financing Model And Credit Risk On Financial Stability (Study Of Islamic Rural Banks In Java Island). *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 10(3), 427-444.

- Aminah, S., Hannani, H., Marhani, M., Dahlan, M., Jalil, A., & Haramain, M. (2022). Countering radicalism through increasing peaceful da'wah to Indonesian students. *The Seybold Report Journal*, 17(7), 664-673.
- Amiruddin, M. M. (2016). Khiyār (hak untuk memilih) dalam Transaksi On-Line: Studi Komparasi antara Lazada, Zalara dan Blibli. *Falah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(1), 47-62.
- Amiruddin, M. M., & Syatar, A. (2021). Economic democracy: examining the law enforcement of business competition in indonesia. *WSEAS Transactions on Business and Economics*, 18, 1255-1262.
- Amiruddin, M. M., Alshahrani, S. H., Dwijendra, N. K., Al-Hawary, S. I. S., Jalil, A. T., Muda, I., ... & Sunarsi, D. (2023). Religious behaviours and commitment among Muslim healthcare workers in Malaysia. *HTS Teologiese Studies/Theological Studies*, 79(1).
- Astuti, A. R. T. (2024). Islamic Work Ethics, Employee Response, and Job Satisfaction: An Exploration of Indonesian Islamic Banking Employees. *Manajemen Ide dan Inspirasi*, 11(1), 59-72.
- Astuti, A. R. T. (2024). Meta-Analysis of Children's Moral Education in the Digital Era: A Bibliometric Analysis (1977-2021). *Khizanah al-Hikmah: Jurnal Ilmu Perpustakaan, Informasi, dan Kearsipan*, 12(1), 172-182.
- Bahri Soi, A., Putra, A. P., Zubair, M. K., Yusup, A. M., & Megandani, A. Promoting Religious-Friendly Tourism for Developing Religious Harmony: A Study of Tourist Gaze. *Heritage of Nusantara: International Journal of Religious Literature and Heritage*, 12, 91-117.
- Bakry, M., Masse, R. A., Arake, L., Amiruddin, M. M., & Syatar, A. (2021). How to attract millennials? Indonesian sharia banking opportunities. *WSEAS Transactions on Business and Economics*, 18, 376-385.
- Bakry, M., Masse, R. A., Arake, L., Amiruddin, M. M., & Syatar, A. (2021). How to attract millennials? Indonesian sharia banking opportunities. *WSEAS Transactions on Business and Economics*, 18, 376-385.
- BEDONG, M. A. R., & ZUBAIR, M. K. (2022). The Assesesment of Maqashid Sharia on Islamic Bank-An Evidence from Indonesia. *Journal of Positive School Psychology*, 508-515.
- Fikri, F., Bahri, A., & Budiman, B. (2017). Islamic Inheritance Legislation Toward The National Law: The Analysis Of Justice Values In Bacukiki Parepare Society. In *Al-Risalah: Forum Kajian Hukum dan Sosial Kemasyarakatan* (Vol. 17, No. 01, pp. 45-60).
- Firman, F., Hannani, H., & Haramain, M. (2022). Developing the Indonesian student's personality through recognizing local culture and literature: A brief study of Bugis pappaseng. *Journal of Positive School Psychology*, 6(8), 6509-6519.
- Firman, F., Sudirman, L., Said, Z., Hannani, H., & Rusdi, M. A. (2023). Implementasi Keputusan Dirjen Bimas Islam Nomor 379 Tahun 2018 Dalam Pembentukan Keluarga Sakinah (Studi Di Kua Kecamatan Barru Kabupaten Barru). *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 8507-8517.
- Frihatni, A. A. (2020). The Existence of Modern Mini Markets amidst Traditional Retail Market. *International Journal of Science, Technology & Management*, 1(3), 244-250.
- Frihatni, A. A., & Abbas, A. (2021). Earnings Response Coefficient, Sharia Online Trading System, and Firm Value: An Inference from Indonesia. *International Journal of Finance & Banking Studies*, 10(4), 88-98.
- Frihatni, A. A., Habbe, A. H., Rasyid, S., & Nagu, N. (2023). The impact of Islamic banks' resilience and culture on market share: Evidence from Muslim countries in MENA and ASEAN. *International Journal of Innovative Research and Scientific Studies*, 6(4), 1041-

- Hamid, A., & Husain, S. (2022). Application Of Statement Of Financial Accounting Standards (Psak) No. 109 To The National Amil Zakat Agency (Baznas) Of Sidenreng Rappang Regency. *IFAR*, 6-16.
- Hanafi, S. M., Markarma, A., & Megandani, A. (2022). Sharia Financial Literature In Promoting Religious Moderation In Indonesia. *Jurnal Lektur Keagamaan*, 20(2), 413-444.
- Hannani, H. (2021). Requestioning Pregnant Women Again Out of Wedlock in Bugis Community in the Modern Era: Perspective of Human Rights and Islamic Law.
- Hannani, H. A. A. K. H., & Zulfahmi, A. R. Tracing the Rules of Sexual Abnormality in the Islamic Jurisprudence. *Mazahibuna: Jurnal Perbandingan Mazhab*, 5, 1-17.
- Hannani, H., Haq, I., Amiruddin, M. M., & Haramain, M. (2023). Zakat for Mama Biang in Maluku, Indonesia: Ulama Opinion on Fīṣabīlillāh in the Perspective of Islamic Legal Anthropology. *Samarah: Jurnal Hukum Keluarga dan Hukum Islam*, 7(2), 830-847.
- Hannani, H., Ismail, M., Rusdi, M. A., & Tamsil, T. (2022). INTELLECTUAL TREASURES OF ULAMA MANDAR TRACING THE DYNAMICS OF ISLAM NUSANTARA IN LAND OF MANDAR. *Al-Qalam*, 28(1), 89-101.
- Hannani, H., Sukri, I. F., & Hasim, H. (2022). Analisis Fiqhul Biah terhadap Kewenangan Otonomi Daerah dalam Kebijakan Reklamasi Pasca Tambang: Tinjauan Hukum Islam. *DIKTUM*, 260-277.
- Haq, I., Muliati, M., Amiruddin, M. M., Maddolangeng, N. M., & Hammad, H. A. A. K. (2022). I'adah al-Nadzr (Reconsideration): A Critical Comparative Study between Indonesian Law and Saudi Arabian Law Perspectives (Fiqh Murafaâ€™™ at). *Al-Istinbath: Jurnal Hukum Islam*, 7(2 November), 311-328.
- Haramain, M., Hannani, H., Aminah, S., Thahir, A., Muliati, M., & Jufri, M. (2022). The contestation of religious radicalism discourses by Indonesian Muslim netizens. *The Seybold Report Journal*, 17(7), 674-782.
- Herman, S., Basri, R., & Said, Z. (2024). Implications of Infertility in Building Household Integrity From an Islamic Legal Perspective (Study in Parepare City). *International Journal of Health, Economics, and Social Sciences (IJHESS)*, 6(1), 1-4.
- Idris, M., Soi, A. B., & Yaumi, M. (2024). Local Civilization and Hadīth Traditions: Exploring Luqman Al-Hakims Conception of “Sparkling Pearls” in Latoa and its Relevance for Islamic Ethos Development. *Journal of Islamic Thought and Civilization*, 14(1), 209-230.
- Jamaluddin, S., & BN, A. M. T. (2024). Examining the Istinbat Systems of the Indonesian Ulema Council (MUI), Nahdlatul Ulama (NU), and Muhammadiyah. *MARITAL\_HKI*, 115-130.
- Jubba, H., Awang, J., Qodir, Z., Hannani, & Pabbajah, M. (2022). The contestation between conservative and moderate Muslims in promoting Islamic moderatism in Indonesia. *Cogent Social Sciences*, 8(1), 2116162.
- Kamil, M. I., Syatar, A., & Amiruddin, M. M. (2021). Caliphate; is it Theological Inevitability or Sociological Experimentation?. *Jurnal Ushuluddin*, 29(1), 60-70.
- Muchsin, A. (2023). Actualization of Symbolic Values in the Marriage Series Mandar Customs in Polewali Mandar Regency (Perspective of Muhammad Syahrur's Hudud Theory). *International Journal of Health, Economics, and Social Sciences (IJHESS)*, 5(4), 383-388.
- Muchsin, A., & Basri, R. (2023). The Impact of Divorce Due to Forced Marriage in Campalagian District, Polewali Mandar Regency. *International Journal of Health, Economics, and Social Sciences (IJHESS)*, 5(4), 389-392.

- Naro, W., Abubakar, A., Syatar, A., Amiruddin, M. M., & Pallawagau, B. (2021). HAVE ATTITUDES TOWARDS RELIGIOUSNESS SHIFTED DUE COVID 19 OUTBREAK? EVIDENCE FROM MOSLEM GENERATIONS IN MAKASSAR-INDONESIA. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 18(3).
- Naro, W., Abubakar, A., Yani, A., Amiruddin, M. M., & Syatar, A. (2020). Developing learning method on post-graduated program: A blended learning based on web-blog and print technology design. *Cypriot Journal of Educational Sciences*, 15(5), 1404-1421.
- Nasuka, M., Zubair, M. K., & Semaun, S. (2023). Core Service and Customer Satisfaction: The Role of Islamic Marketing Ethic in Sharia Banking. *International Journal of eBusiness and eGovernment Studies*, 15(2), 247-266.
- Nurfadhilah, N., & Alimuddin, A. A. (2024). Marketing strategies and halal labels on Non-Food Products in Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 11(2), 632-644.
- Putra, A. P., & Bahri S, A. (2021). Respons Pemerintah dan Pengusaha Lokal dalam Menangani Masalah “Zero-Dollar Tourist” Cina di Bali. *Jurnal Kajian Bali*, 11(2), 317-336.
- Rukiah, R., Frihatni, A. A., Abbas, A., & Uddin, M. N. (2024). The Prospect of Zakat Growth in Indonesia and its Effect on Economic Growth in Indonesia.
- SAIDY, E. N., Muhammad, A. M. R. I., FATTAH, S., & NURBAYANI, S. U. (2024). Determinants of Bank Credit Distribution in Supporting Regional Economic Growth in South Sulawesi Province. *Journal of Distribution Science*, 22(8), 17-27.
- Saleh, M. (2024). The Pattern of Education on Aqidah, Worship, The morals of the Santri Tassbeh Baitul Qur'an Islamic Boarding School, Pinrang Regency. *International Journal of Health, Economics, and Social Sciences (IJHESS)*, 6(2), 288-300.
- Sangaji, R., Amin, S., Muhammadun, M., Syarifuddin, S., & Usman, B. (2023). Tafsīr Al-Ahkām's Analysis of Demoralization in Cases of Sexual Harassment in Educational Institutions in Indonesia. *Samarah: Jurnal Hukum Keluarga dan Hukum Islam*, 7(2), 713-733.
- Semaun, S., Rasyid, S., & Musmulyadi, M. (2023). INFLUENCE OF SHARIA MARKETING CHARACTERISTICS ON CUSTOMERS'SAVING INTEREST AT INDONESIAN SHARIA BANK MAKASSAR BRANCH. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 16(2), 126-135.
- Shalihah, M. A. Damirah. (2023). Buying and selling broker; the management and islamic view. *KONOMIKA*, 8(1), 79-102.
- Soi, A. B., Putra, A. P., Zubair, M. K., Yusup, A. M., & Megandani, A. (2023). Promoting Religious-Friendly Tourism for Developing Religious Harmony: A Study of Tourist Gaze. *Heritage of Nusantara: International Journal of Religious Literature and Heritage*, 12(1), 91-117.
- Syarifuddin, A. D. I. (2022). Service Quality and Online Customer Rating on F&B Purchase Decisions. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 15(2), 133-141.
- Suhartina, S. (2023). Linguistic Analysis: Representation of Women in the Discourse of Presidential and Vice-Presidential Candidates in Political News. *KURIOSITAS*, 183-199.
- Suhartina, S., Halifah, S., & Frazila, A. F. (2024). Pengembangan Cerita Bergambar Berbasis Pendidikan Karakter untuk Pembelajaran Bahasa Indonesia di Madrasah Ibtidaiyyah. *DEIKTIS: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra*, 4(2), 142-152.
- Syatar, A., Abubakar, A., Amiruddin, M. M., Mundzir, C., & Bakry, M. (2022). Integrating Wasthiyah Paradigm to the Issuance of COVID-19 Fatwa; Indonesia Case. *Pena Justisia: Media Komunikasi Dan Kajian Hukum*, 20(1).
- Taufik, M., Suhartina, S., & Hasnani, H. (2022). Persepsi masyarakat terhadap kesetaraan

gender dalam keluarga. *SOSIOLOGI*, 51-66.

Talib, M. T., Hidayati, H., Musmulyadi, M., & Bahtiar, B. (2023). Assessment of effective communication on patient treatment identity card use at the center for lung health community Makassar City. *Jurnal Aisyah: Jurnal Ilmu Kesehatan*, 8(1), 553-560.

Tijjang, B., Junaidi, J., Nurfadhilah, N., & Putra, P. (2023). The role of brand love, trust, and commitment in fostering consumer satisfaction and loyalty. *FWU Journal of Social Sciences*, 17(1).

Yunus, M., Muhammadun, M., Mahsyar, M., & Abubakar, A. (2022). Apropriasi Tradisi Mappanre Temme menjelang Pernikahan pada Masyarakat Bugis (Studi Living Quran). *AL QUDS: Jurnal Studi Alquran dan Hadis*, 6(1), 363-384.

Zubair, M. K. (2023). Exploring The Maqashid Al Shariah Dimension to Evaluate The Management of Baytul Maal. *Russian Law Journal*, 11(3), 897-906.

Zubair, M. K., & Nasuka, M. (2023). Models of Ethical Marketing Force in Indonesian Islamic Bank. *Jurnal Minds: Manajemen Ide dan Inspirasi*, 10(2), 381-392.

Zuhri, A., Ramírez-Coronel, A. A., Al-Hawary, S. I., Dwijendra, N. K. A., Muda, I., Pallathadka, H., ... & Sunarsi, D. (2023). Evaluation of the role of Islamic lifestyle in communication skills of Muslim couples. *HTS Teologiese Studies/Theological Studies*, 79(1).

Basri, R., Saidah, S., & Suhartina, S. (2022). The Analysis of an Islamic Family Law to Saqinah Family of Expatriate Husband. *MARITAL\_HKI*, 1-11.