

# ANALISIS KONSEP JUAL BELI DALAM ISLAM PADA TRANSAKSI JUAL BELI DROPSHIPPING

Anggun Permatasari  
Institut Agama Islam Negeri Parepare  
[anggunpermatasari@gmail.com](mailto:anggunpermatasari@gmail.com)

---

## ABSTRACT

### Keywords:

Dropshipping, Buying and Selling, Gharar

### Kata Kunci:

Dropshipping, Jual Beli, Gharar

Dropshipping is one of the more popular online business models today. In this system, the seller does not have goods in stock and only acts as an intermediary between the buyer and the supplier. Dropshipping transactions often raise questions about their validity in Islam because the seller does not have ownership of the goods being sold. This study aims to analyze the concept of buying and selling in Islam in dropshipping transactions. The method used is a literature study with a qualitative approach. The results show that dropshipping is basically allowed in Islam as long as it fulfills the pillars and conditions of buying and selling, and does not contain elements of gharar (uncertainty), riba (excess), and tadlis (fraud). However, dropshipping also has the potential to contain elements of gharar (uncertainty) and haram if not done properly. Therefore, it is important for dropshippers to understand sharia principles and apply them in their business practices.

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konsep jual beli dalam Islam pada transaksi jual beli dropshipping. Metode yang digunakan adalah studi literatur dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jual beli dropshipping pada dasarnya diperbolehkan dalam Islam selama memenuhi rukun dan syarat jual beli, serta tidak mengandung unsur gharar (ketidakjelasan), riba (kelebihan), dan tadlis (penipuan). Namun, dropshipping juga berpotensi mengandung unsur gharar (ketidakpastian) dan haram jika tidak dilakukan dengan benar. Oleh karena itu, penting bagi dropshipper untuk memahami prinsip-prinsip syariah dan menerapkannya dalam praktik bisnisnya.

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah melahirkan berbagai inovasi dalam dunia bisnis, salah satunya adalah sistem dropshipping. Dalam sistem ini, penjual tidak memiliki stok barang dan hanya bertindak sebagai perantara antara pembeli dan pemasok (Sari, 2024). Ketika pembeli memesan barang, penjual meneruskan pesanan tersebut kepada pemasok, dan pemasok langsung mengirimkan barang kepada pembeli atas nama penjual (Yulianti, 2022).

Dropshipping menawarkan beberapa keuntungan bagi penjual, seperti kemudahan memulai usaha, modal yang rendah, dan fleksibilitas waktu dan tempat kerja (Nyoman, 2023). Namun, sistem ini juga memiliki beberapa potensi masalah, seperti ketergantungan

pada pemasok, risiko penipuan, dan kesulitan dalam membangun brand awareness (Economics et al., 2021).

Dari sudut pandang Islam, penting untuk menganalisis apakah dropshipping termasuk dalam kategori jual beli yang dihalalkan atau diharamkan (Yunus & Bahri, 2023). Analisis ini perlu mempertimbangkan berbagai aspek, seperti akad yang digunakan, kepemilikan barang, dan tingkat kepastian dalam transaksi (Trian Fisman Adisaputra et al., 2023)(Wahyu et al., 2023).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konsep jual beli dalam Islam pada transaksi jual beli dropshipping. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang hukum dropshipping dalam Islam, serta memberikan panduan bagi para pelaku bisnis dropshipping agar dapat menjalankan usahanya dengan sesuai syariah Islam.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **1. Konsep Jual Beli dalam Islam**

Jual beli dalam istilah bahasa arab disebut dengan kata al-bai' yang berarti menjual, mengganti dan menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain (Aulia & Ridlwan, 2023). Secara terminologi Jual beli yang dikemukakan ulama Hanafiyah, jual beli adalah saling tukar menukar harta melalui cara tertentu. Cara yang khusus yang dimaksud ulama Hanafiyah adalah melalui ijab dan qabul, sesuai harta yang perjual belikan harus bermanfaat bagi manusia. Menurut ulama Malikiyah, Syafi'iyah dan Hanabilah, jual beli adalah saling menukar harta dengan harta dalam bentuk pemindahan milik dan kepemilikan (Addury, 2023).

Secara syar'i jual beli adalah pertukaran harta dengan harta, atau pemindahan kepemilikan dengan kompensasi menurut konteks yang disyariatkan. Jual beli disyariatkan oleh Allah untuk hamba-hambanya sebagai kelapangan dan kemudahan (Damayanti & Rahman Ambo Mase, 2023).

Imam Nawawi dalam kitab majmu' mengatakan jual beli tukar menukar barang dengan barang dengan bermaksud memberikan kepemilikan. Ibnu Qudamah dalam kitab al-mugni mendefinisikan jual beli dengan tukar menukar barang yang bertujuan memberikan kepemilikan dan menerima hak milik (Kadir et al., 2023).

Menurut Sabiq, Jual beli adalah pertukaran harta tertentu dengan harta lain berdasarkan keridhaan antara keduanya. Atau memindahkan hak milik dengan hak lain berdasarkan persetujuan dan hitungan materi. Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa jual beli merupakan pertukaran antara harta yang dimiliki dengan harta lain dengan menggunakan cara-cara yang dibolehkan dan memberikan manfaat, dan didasari dengan kerelaan antara kedua belah pihak (Cholisah, 2023).

### **2. Dasar Hukum**

Jual beli merupakan akad yang dibolehkan berdasarkan Al-Qur'an, Sunnah, dan Ijma' ulama. Dilihat dari aspek hukum jual beli hukumnya mubah kecuali jual beli yang dilarang oleh syara', adapun dasar hukum dari Al-Qur'an antara lain : Artinya: "Dan Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba."(QS.Al-baqarah [2]: 275)

Artinya: “Dan persaksikanlah apabila kamu berjual beli; dan janganlah penulis dan saksi memudahkan yang bermuamalah (dan jangan juga yang bermuamalah memudahkan para saksi dan penulis). Jika kamu lakukan (yang demikian), maka sesungguhnya hal itu adalah suatu kefasikan pada diri kamu. Dan bertakwalah kepada Allah; Allah mengajarmu; dan Allah Maha mengetahui segala sesuatu.”(QS.Al-Baqarah [2]:282)

Sedangkan, dasar hukum dari sunnah antara lain :

Artinya; Nabi menjawab : usaha seorang dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang mabru.” (diriwayatkan oleh Al-Bazzar dan dishahihkan oleh Al-Hakim). Artinya : “Dari Hakim bin Hizam dari Nabi saw. beliau bersabda:”Orang yang bertransaksi jual beli berhak khiyar (memilih) selama keduanya belum berpisah “(HR. al-Bukhari).

### 3. Hukum Jual Beli

Dari kandungan ayat-ayat Allah dan sabda-sabda Rasul diatas, para ulama fiqh mengatakan bahwa hukum asal dari jual beli adalah mubah (boleh). Akan tetapi, pada situasi-situasi tertentu, menurut imam Asy-Syaitibi (790 H), pakar fiqh Maliki, hukumnya boleh berubah menjadi wajib. Imam Asy-Syaitibi mencontohkan dengan praktik ihtikar (penimbunan barang sehingga persediaan barang hilang dari pasar dan harga melonjak naik) (Shiffa Aida M et al., 2023). Apabila terjadi praktek semacam itu, maka pemerintah boleh memaksa para pedagang menjual barang-barang sesuai dengan harga pasar sebelum terjadi pelonjakan harga barang itu. Para pedagang wajib memenuhi ketentuan pemerintah di dalam menentukan harga pasaran (Mirna et al., 2023).

### 4. Rukun Jual Beli

Jual beli merupakan suatu perbuatan hukum yang mempunyai konsekuensi terjadinya peralihan hak atas sesuatu barang dari pihak penjual kepada pembeli, maka dengan sendirinya dalam perbuatan hukum ini haruslah dipenuhi rukun dan syarat sahnya jual beli (Yahya & Fietroh, 2019). Menurut jumhur ulama rukun jual beli mencakup empat, antara lain :

- a) Penjual, ia harus memiliki barang yang dijualnya atau mendapatkan izin untuk dijualnya, dan sehat akalnya.
- b) Pembeli, disyaratkan diperbolehkan bertindak dalam arti ia bukan orang yang kurang waras, atau bukan anak kecil yang tidak mempunyai izin untuk membeli.
- c) Barang yang dijual, barang yang dijual harus merupakan yang hal yang diperbolehkan dijual, bersih, bisa diserahkan kepada pembeli, dan bisa diketahui pembeli meskipun hanya dengan ciri-ciri.
- d) Pernyataan kata ,yaitu ijab (penyerahan) dan Qabul (penerimaan) dengan perkataan, misalnya pembeli berkata, “juallah barang ini kepadaku.”Atau ijab danQabul dengan perbuatan, dan pembeli berkata, “juallah pakaian ini kepadamu,”kemudian penjual memberikan pakaian yang dimaksud kepada pembeli.

### 5. Dropshipping

Dropshipping adalah metode berdagang, bisa dilakukan oleh badan usaha atau perorangan (retail atau pengeceran) tidak melakukan penyetoran barang dari jalinan kerja sama dengan perusahaan lain yang memiliki barang sesungguhnya (supplier) (Syatar, Amiruddin, et al., 2020). Menurut Iswidharmanjaya dropshipping adalah suatu usaha penjualan produk tanpa harus memiliki produk apapun. Ada 3 pihak yang terlibat dalam transaksi di atas, Dropsipper, Penjual, dan Pembeli. Ada satu istilah yang perlu diluruskan terkait siapakah dropshipper. lebih tepat, dropshipper bukanlah pelaku bisnis online yang menawarkan barang ke konsumen. Beberapa situs berbahasa Inggris yang mengupas tentang dropshipping menegaskan bahwa dropshipper adalah pemilik barang, baik dia produsen, toko, atau agen. Sedangkan pihak yang menawarkan barang itu penjual (Bakry et al., 2020).

Sistem dropship memungkinkan anda berjualan tanpa harus repot menyediakan stok barang dan melakukan pengiriman. Posisi anda sebenarnya sebagai marketing. Yang bertugas mencari pembeli, kemudian distributor melakukan pengiriman ke pembeli atas nama anda (penjual). Tentu saja dengan melakukan transfer terlebih dahulu sesuai dengan harga yang disepakati (Amiruddin, 2016).

## 6. Kelebihan Dan Kekurangan Dropshipping

Kelebihan Dropshipping. Jika dibanding dengan bisnis-bisnis yang lain, ada banyak keuntungan atau kelebihan dari bisnis dropshipping, diantaranya

- a) Tidak perlu membeli produk terlebih dahulu, sehingga tidak membutuhkan modal yang besar. Jika sudah ada pembeli yang membayar, penjual tinggal meneruskan uang pembayaran tersebut kepada produsen/grosir (supplier) pada saat memesan produk untuk konsumen anda, setelah anda potong jumlahnya sebagai keuntungan anda tentunya (Bakry, Syatar, Amiruddin, et al., 2021).
- b) Tidak perlu menyediakan ruang dan tempat untuk menyimpan barang.
- c) Tidak perlu khawatir barang tidak laku atau rusak karena terlalu lama tersimpan.
- d) Tidak perlu repot membungkus atau mengkemas barang dan mengirimkan barang ke konsumen. Karena supplier yang melakukannya.
- e) Biaya operasional sangat kecil, karena tidak perlu membayar karyawan, mengeluarkan biaya pengemasan atau transportasi dan lainnya. Yang diperlukan hanya biaya pulsa atau biaya akses internet.
- f) Tidak perlu memikirkan pembuatan promosi produk, karena pihak penyedia dropshipping sudah menyediakan katalog atau foto produk-produknya untuk anda gunakan sebagai sarana promosi. Karena urusan produksi, packing, dan pengiriman barang dilakukan oleh pihak produsen/grosir, maka bisnis ini tidak banyak menyita banyak waktu (Syatar et al., 2022).
- g) Tidak perlu menyewa toko karena bisnis ini bisa dilakukan di rumah.
- h) Transaksi. Berhubungan mayoritas produsen/grosir ini memiliki toko online yang buka 24 jam, maka transaksi bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja.
- i) Potensi penghasilan yang cukup besar karena umunya persentase keuntungan kita yang menentukan sendiri.
- j) Untuk memulainya tidak memerlukan persiapan yang rumit, seperti layaknya membuka toko sendiri.

Adapun kekurangan dari sistem dropshipping antara lain sebagai berikut :

- a) Margin laba yang diperoleh tidak terlalu besar.
- b) Adanya resiko kalah bersaing dengan reseller.
- c) Kesulitan memantau stok barang.
- d) Kesulitan menjawab komplain dari konsumen.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Pendekatan ini dipilih untuk memastikan bahwa transaksi dropshipping mengandung unsur gharar atau tidak. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dengan beberapa dropshipping.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Analisis berdasarkan hasil wawancara dan observasi menunjukkan bahwa praktik jual beli dropshipping di masyarakat umumnya tidak mengandung unsur garar. Meskipun ada beberapa aspek yang bisa menimbulkan gharar, seperti ketidakjelasan informasi produk, ketidakpastian waktu pengiriman, dan potensi ketidakadilan bagi pembeli (Syatar, Islam, et al., 2020). Hal ini dapat bertentangan dengan prinsip-prinsip Islam dalam bermuamalah, seperti transparansi, kepastian, dan keadilan. Namun dalam transaksi dropshipping, penjual dapat mengatasinya dengan menerapkan praktik bisnis yang transparan, komunikatif, dan berorientasi pada kepuasan pelanggan (Amiruddin, Sapa, et al., 2020). Dengan demikian, transaksi dropshipping yang dikelola dengan baik dapat menjadi model bisnis yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, dengan catatan penjual dan pembeli sama-sama memahami dan mengelola risiko gharar yang ada (Qaed et al., 2014).

Berikut kami paparkan rincian analisis :

### **1. Ketidakpastian Pengiriman**

Waktu pengiriman dalam dropshipping memang dapat bervariasi tergantung pada supplier atau produsen. Namun, hal ini bukan sesuatu yang mutlak buruk dan dapat dikelola dengan baik. Penjual dropshipping memiliki peluang untuk mengurangi ketidakpastian waktu pengiriman dengan beberapa cara:

- a) Menjalin kerjasama dengan supplier yang memiliki reputasi dan track record pengiriman yang baik. Penjual dapat memilih supplier terpercaya yang dapat memberikan estimasi waktu pengiriman yang akurat (Masse et al., 2020).
- b) Menyediakan berbagai opsi pengiriman dengan berbagai jangka waktu, sehingga pembeli dapat memilih sesuai kebutuhan dan preferensinya. Misalnya, menawarkan pengiriman standar, pengiriman cepat, dan pengiriman super cepat dengan biaya yang berbeda (Haq et al., 2021).
- c) Memberikan informasi yang transparan dan jelas kepada pembeli terkait estimasi waktu pengiriman saat proses pemesanan. Penjual dapat menyampaikan rentang waktu pengiriman yang realistis berdasarkan pengalaman (Bakry, Syatar, Abubakar, et al., 2021).

### **2. Ketidakjelasan Harga**

Wawancara menunjukkan bahwa harga sudah jelas di cantumkan oleh dropshipping sehingga tidak ada ketidakjelasan. Namun pastinya harga yang ditetapkan oleh dropshipping berbeda dengan harga yang diberikan oleh supplier.

### **3. Barang tidak ada**

Dari hasil wawancara salah satu risiko dalam model bisnis dropshipping adalah kemungkinan barang yang dipesan oleh pembeli tidak tersedia di gudang supplier atau produsen.

Beberapa permasalahan yang dapat timbul akibat barang tidak tersedia dalam dropshipping antara lain:

- a) Pembeli harus menunggu lama atau bahkan tidak dapat memperoleh barang yang dipesan.
- b) Penjual dropshipping harus menginformasikan ketidaktersediaan barang kepada pembeli dan meminta maaf atas ketidaknyamanan.
- c) Pembeli mungkin merasa kecewa dan tidak puas dengan pengalaman berbelanja karena tidak dapat memperoleh barang yang diinginkan.
- d) Penjual dropshipping dapat mengalami kerugian jika pembeli memutuskan untuk membatalkan pesanan atau meminta pengembalian dana (Amiruddin et al., 2023).

Untuk mengelola risiko barang tidak tersedia, penjual dropshipping perlu melakukan beberapa upaya:

- a) Menjalinkan kerjasama hanya dengan supplier atau produsen yang memiliki reputasi dan ketersediaan barang yang baik.
- b) Secara rutin memantau ketersediaan barang di supplier dan memperbaharui informasi pada toko online (Naro et al., 2020).
- c) Menyediakan opsi pengganti atau rekomendasi produk alternatif jika barang yang dipesan tidak tersedia.
- d) Menetapkan kebijakan dan proses pengembalian dana yang jelas jika barang pesanan benar-benar tidak dapat dipenuhi.
- e) Membangun komunikasi yang proaktif dengan pembeli jika terjadi ketidaktersediaan barang (Bakry, Masse, et al., 2021).

#### 4. Ketidakjelasan Objek

Sebagian besar responden menyatakan bahwa objek transaksi, biasanya cukup jelas karena terdapat deskripsi mengenai barang yang diperjualbelikan. Misalnya, seorang responden menyebutkan, "Objek yang ditransaksikan biasanya adalah barang-barang yang telah dideskripsikan oleh pihak supplier." Namun, ada juga responden yang mengatakan bahwa terkadang ada ketidakjelasan, karena barang tidak langsung dipegang oleh dropshipping (Amiruddin, Haq, et al., 2020).

## SIMPULAN

Dropshipping masyarakat umumnya tidak mengandung unsur gharar. Meskipun ada beberapa aspek yang bisa menimbulkan gharar, seperti ketidakjelasan informasi produk, ketidakpastian waktu pengiriman, dan potensi ketidakadilan bagi pembeli. Hal ini dapat bertentangan dengan prinsip-prinsip Islam dalam bermuamalah, seperti transparansi, kepastian, dan keadilan. Namun dalam transaksi dropshipping, penjual dapat mengatasinya dengan menerapkan praktik bisnis yang transparan, komunikatif, dan berorientasi pada kepuasan pelanggan. Dengan demikian, transaksi dropshipping yang dikelola dengan baik dapat menjadi model bisnis yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, dengan catatan penjual dan pembeli sama-sama memahami dan mengelola risiko gharar yang ada.

## REFERENSI

Addury, M. M. (2023). Pemaknaan Laba Usaha di Kalangan Pebisnis Keuangan Syariah. *BALANCA : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(2), 105–116.  
<https://doi.org/10.35905/balanca.v5i2.7944>

- Amiruddin, M. M. (2016). Khiyār (hak untuk memilih) dalam Transaksi On-Line: Studi Komparasi antara Lazada, Zalora dan Blibli. *FALAH: Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(1), 47. <https://doi.org/10.22219/jes.v1i1.2695>
- Amiruddin, M. M., Alshahrani, S. H., Dwijendra, N. K. A., Al-Hawary, S. I. S., Jalil, A. T., Muda, I., Pallathadka, H., & Sunarsi, D. (2023). Religious behaviours and commitment among Muslim healthcare workers in Malaysia. *HTS Teologiese Studies / Theological Studies*, 79(1), 1–6. <https://doi.org/10.4102/hts.v79i1.8177>
- Amiruddin, M. M., Haq, I., Nasir, N. A., & Hasana, N. (2020). Strategy of Social Fund Distribution in ACT-MRI Parepare. *Jurnal Iqtisaduna*, 6(1), 45. <https://doi.org/10.24252/iqtisaduna.v6i1.14034>
- Amiruddin, M. M., Sapa, N. Bin, & Syatar, A. (2020). Uncovering Wasathiyah Values On Sharia Banking. *Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Dan Perbankan Syariah*, 4(2), 15. <https://doi.org/10.24252/al-mashrafiyah.v4i2.14676>
- Aulia, N. D., & Ridlwani, A. A. (2023). Analisis Kelayakan Bisnis pada Produk Sustainable Fashion untuk Mewujudkan SDGs Poin 12 dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Produk Cariyos). *BALANCA : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(2), 86–104. <https://doi.org/10.35905/balanca.v5i2.7054>
- 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. <https://doi.org/10.37394/23207.2021.18.38>
- Bakry, M., Syatar, A., Abubakar, A., Risal, C., Ahmad, A., & Amiruddin, M. M. (2021). Strengthening the Cyber Terrorism Law Enforcement in Indonesia: Assimilation from Islamic Jurisdiction. *International Journal of Criminology and Sociology*, 10, 1267–1276. <https://doi.org/10.6000/1929-4409.2021.10.146>
- Bakry, M., Syatar, A., Amiruddin, M. M., & Ilham, M. (2021). Absorption of Moderation Value in the Fatwa Flexibility; Case on Handling a Covid-19 Corpse. *Istinbath: Jurnal Hukum Dan Ekonomi Islam*, 20(1), 1–228. <http://www.istinbath.or.id>
- Bakry, M., Syatar, A., Haq, I., Mundzir, C., Arif, M., & Amiruddin, M. M. (2020). Arguing islamophobia during COVID-19 outbreaks: A consideration using Khusūs Al-Balwaū. *International Journal of Criminology and Sociology*, 9(December), 2757–2765. <https://doi.org/10.6000/1929-4409.2020.09.340>
- Cholisah. (2023). Students' Perceptions Of SMH Banten UIN Regarding Online Account Open At Indonesian Sharia Bank (BSI). *Sighat: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 2(1), 13–17. [https://doi.org/10.35905/shighat\\_hes.v2i1.5323](https://doi.org/10.35905/shighat_hes.v2i1.5323)
- Damayanti, A., & Rahman Ambo Mase. (2023). Market Engineering in Supply: Ikhtikar of Perspectives Islamic Economics. *BALANCA : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(2), 117–130. <https://doi.org/10.35905/balanca.v5i2.5793>
- Economics, S., Program, S., Economics, S., Program, S., Banking, S., & Program, S. (2021). *APPLICATION OF THE PRINCIPLE OF CONTRACTING BALANCE TO THE ISLAMIC BANKING MUDHARABA AGREEMENT IN INDONESIA IN AN ISLAMIC ECONOMIC PERSPECTIVE*. 3(November).
- Haq, I., Bedong, M. A. R., Syatar, A., & Amiruddin, M. M. (2021). Paraphilia Exhibitionism between Sharia and Law: A Comparative Analysis. *Al-'Adl*, 14(1), 1. <https://doi.org/10.31332/aladl.v14i1.1925>
- Kadir, S., Awaluddin, M., & K, A. (2023). Development Types Of The Good \&Halal Food Industry In Indonesia. *Islamic Financial And ...*, 2(1), 26–36. <http://ejurnal.iainpare.ac.id/index.php/iFAR/article/view/5439>

- Masse, R. A., Halidin, A., Amiruddin, M. M., & Marjuni, K. N. (2020). Supply chain and firm performance with the moderating role of leadership dependency. *International Journal of Supply Chain Management*, 9(4), 470–477.
- Mirna, S., Damirah, D., & ... (2023). Analysis of Profit Margin in Murabahah Financing At Bmt Fauzan Azhiima, Parepare City. *Islamic Financial And ...*, 2(1), 2–5. <http://ejurnal.iainpare.ac.id/index.php/iFAR/article/view/5448%0Ahttps://ejurnal.iainpare.ac.id/index.php/iFAR/article/download/5448/1526>
- Naro, W., Syatar, A., Amiruddin, M. M., Haq, I., Abubakar, A., & Risal, C. (2020). Shariah assessment toward the prosecution of cybercrime in indonesia. *International Journal of Criminology and Sociology*, 9(September), 572–586. <https://doi.org/10.6000/1929-4409.2020.09.56>
- Nyoman, B. I. (2023). Strategi Akselerasi Pertumbuhan Industri Halal melalui Peran Aktif Perbankan Syariah. *BANCO: Jurnal Manajemen Dan Perbankan ...*, 3(November). <http://ejurnal.iainpare.ac.id/index.php/banco/article/view/6198%0Ahttps://ejurnal.iainpare.ac.id/index.php/banco/article/download/6198/1719>
- Qaed, I., Syaputra, E., Hilal, F. N., Febriansyah, M., Amiruddin, M. M., Ridhwan, M., & Aziz, A. (2014). Maslahah as an Islamic Source and its Application in Financial Transactions. *Journal of Research in Humanities and Social Science*, 2(5), 66–71.
- Sari, S. (2024). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Collaborative Governance di Desa Pananrang Kecamatan Mattiro Bulu. *BANCO: Jurnal Manajemen Dan Perbankan Syariah*, 6. <http://ejurnal.iainpare.ac.id/index.php/banco/article/view/7536%0Ahttps://ejurnal.iainpare.ac.id/index.php/banco/article/download/7536/1948>
- Shiffa Aida M, Athiyya Rizky A, Luvita Azahra, Henny Saraswati, Budi Sudrajat, & Wahyu Hidayat. (2023). Analysis Of Interest In Saving In Sharia Bank Among Febi Students Of UIN SMH Banten. *Student Research Journal*, 1(3), 137–151. <https://doi.org/10.55606/srjyappi.v1i3.322>
- Syatar, A., Abubakar, A., Majdy Amiruddin, 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), 48–59. <https://doi.org/10.31941/pj.v20i1.1717>
- Syatar, A., Amiruddin, M. M., Haq, I., & Rahman, A. (2020). Darurat Moderasi Beragama di Tengah Pandemi Corona Virus Disease 2019 (Covid-19). *KURIOSITAS: Media Komunikasi Sosial Dan Keagamaan*, 13(1), 1–13.
- Syatar, A., Islam, U., Alauddin, N., Rahman, A., Ilham, M., Mundzir, C., Arif, M., Hasim, H., & Amiruddin, M. M. (2020). Qurban Innovation Due to The Covid-19: Experiences from Indonesia. *European Journal of Molecular & Clinical Medicine*, 7(10), 1601–1614. <https://www.researchgate.net/publication/348621232>
- Trihan Fisman Adisaputra, Suherwin, Nurarsy, M., Mariska, L., Syam, S., Azzahra, A., Huda, N., & Agriyaningsih, P. (2023). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *BALANCA : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(2), 63–73. <https://doi.org/10.35905/balanca.v5i2.5318>
- Wahyu, A. R. M., Anwar, W. A., Alamsyah, Syarifuddin, Muslimin, S., & Nuringsih. (2023). Zakat Empowerment Model in Islamic Boarding School. *BALANCA : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(2), 74–85. <https://doi.org/10.35905/balanca.v5i2.5112>
- Yahya, K., & Fietroh, M. N. (2019). The Effect of Return on Assets (ROA) Return on Equity (ROE) on Company Value. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 4(2), 1–23.

<http://doi.org/10.33395/remik.v4i2>

- Yulianti, I. (2022). Analisis Pengaruh Memutuskan Menjadi Nasabah Bank Syariah Sragen Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening. *BANCO: Jurnal Manajemen Dan Perbankan Syariah*, 3(2), 75–84. <https://doi.org/10.35905/banco.v3i2.2036>
- Yunus, Y. H., & Bahri, A. (2023). Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Minat Nasabah BSI KCP Enrekang (Analisis Manajemen Pemasaran Syariah). *BANCO: Jurnal Manajemen Dan Perbankan Syariah*, 5(2), 110–119.
- Syatar, A., Mundzir, C., & Amiruddin, M. M. (2022, April). Religious Moderation Values in The COVID-19 Vaccine Phenomenon in Indonesia. In *9th Asbam International Conference (Archeology, History, & Culture In The Nature of Malay)(ASBAM 2021)* (pp. 619-622). Atlantis Press.
- Jamaluddin, S., & BN, A. M. T. (2024). Examining the Istibat Systems of the Indonesian Ulama Council (MUI), Nahdlatul Ulama (NU), and Muhammadiyah. *Jurnal Marital: Kajian Hukum Keluarga Islam*, 2(2), 115-130.
- Hasim, H. (2023). ISLAMIC LAW PHILANTHROPY IN INSTITUTIONS AND URBAN VILLAGE COMMUNITY EMPOWERMENT PATTERNS IN PAREPARE CITY. *Al-Risalah Jurnal Ilmu Syariah dan Hukum*, 20-32.
- Azizah, N., Hamang, M. N., & Hannani, H. (2022). Analisis Penerapan Prinsip Syariah Pada Hotel Syariah Atiqa Pinrang. *Shi'ar: Sharia Tourism Research*, 1(01), 01-16.
- Nurhalimah, N., Firman, F., & Damirah, D. (2023). KEBANGKITAN PRINSIP SYARIAH DALAM PENGELOLAAN PARIWISATA: RUMAH TERAPUNG DI SOPPENG. *Shi'ar: Sharia Tourism Research*, 1(02), 145-155.
- Sultan, S. (2022). Small Medium Micro Business Strategies During Covid-19 Time In Barru District, Barru Regency (Sharia Financial Management Analysis). *IFAR*, 17-23.
- STRATEGI MANAJEMEN KEUANGAN TERHADAP PENINGKATAN PROFITABILITAS UPS PEGADAIAN SYARIAH LANRISANG KABUPATEN PINRANG
- Dewintara, E., Semaun, S., & Bahri, A. (2024). Orientasi dan strategi bertahan persaingan kewirausahaan perempuan pada UMKM.
- Rachman, M., Semaun, S., Suarning, S., Mahsyar, M., & Zubair, M. K. (2024). The Impact of Productive Zakat on Improving the Welfare of Mustahik Micro Enterprises At the National Zakat Amil Agency (BAZNAS) Parepare City. *Jurnal Ar-Ribh*, 7(1).
- Suras, M., & Semaun, S. (2024). PENGELOLAAN KEUANGAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) PADA USAHA BUMBUNG INDAH KOTA PAREPARE (ANALISIS MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH). *MONETA*, 28-41.
- Putri, W. R., & Semaun, S. (2023). Pengaruh Biaya Produksi terhadap Pendapatan Petani Jagung Desa Benteng Paremba Pinrang (Analisis Ekonomi Islam). *Al Rikaz: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(1), 27-44.
- Setiyawati, D., Semaun, S., & Muhammadun, M. (2023). Implementasi Corporate Social Re Implementasi Corporate Social Responsibility PT. Angkasa Pura I Makassar Berbasis Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat. *EKALAYA: Jurnal Ekonomi Akuntansi*, 1(2), 1-7.

- Zubair, M. K., & Semaun, S. (2023). Pemberdayaan Istri Nelayan Ujung Lero Dalam Mengolah Produk Home Industry Berbahan Dasar Ikan. *Jurnal Altifani Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(3), 363-370.
- Fahrul, M., Semaun, S., & Zubair, M. K. (2023). STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA MENRALO BEACH. *Shi'ar: Sharia Tourism Research*, 2(01), 18-25
- Djubaedi, D. (2021). Meningkatkan Motivasi Mahasiswa dalam Membangun Jiwa Nasionalisme melalui Program Sabbatical Leave. *Jurnal Abdimas Le Mujtamak*, 1(2), 78-92.
- Inawati, I., Erwin, E., & Musmulyadi, M. (2022). CORRELATION OF THE USING ONLINE LEARNING SYSTEMS (ELEARNING) ON STUDENT LEARNING SATISFACTION. *ISCE: Journal of Innovative Studies on Character and Education*, 6(1), 127-133.
- Fadillah, Y., & Ilmi, A. D. (2022). Rasio Profitabilitas Sebagai Alat Mengukur Kinerja Keuangan Pt. Jasa Raharja Perwakilan Parepare. *Moneta: Jurnal Manajemen & Keuangan Syariah*, 1(1), 52-64.
- Syarifuddin, A. D. I. (2023). FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MAHASISWA MEMILIH PROGRAM STUDI AKUNTANSI DI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PAREPARE. *Funds: Jurnal Ilmiah Akuntansi, Keuangan, dan Bisnis*, 2(2), 140-154.
- Anugrah, M. R., Arqam, A., & Syarifuddin, A. D. I. (2023). FAKTOR PENGHAMBAT DALAM PENGELOLAAN KEPARIWISATAAN DI KOTA PAREPARE. *Shi'ar: Sharia Tourism Research*, 2(01), 11-17.
- Akbar, M. A., Semmaun, S., & Frihatni, A. A. (2022). METODE DOLLAR COST AVERAGING (DCA) PADA INVESTASI SAHAM DI BURSA EFEK INDONESIA. *Moneta: Jurnal Manajemen & Keuangan Syariah*, 1(1), 1-19.
- Islahi, A. A. (2013). First vs. second generation Islamic economists: Deviations and differences in thoughts.
- Amiruddin, M., Yuniardyanti, S., Aisya, C. S., & Firdaus, M. R. M. (2023). Perawatan kuku untuk kesehatan jasmani dan rohani sebagai sunah Nabi Muhammad SAW. *Medika: Jurnal Ilmiah Kesehatan*, 3(2), 22-26.