

TESIS

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DAN AKAD DALAM TRANSAKSI
SHOPEE FLASH SALE (STUDI PERSPEKTIF SOSIOLOGI HUKUM
ISLAM)**

Diajukan Untuk Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Magister dalam Program Studi Studi Islam



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

Oleh :

Rizki Dwi Aprilianto

NIM: 02240123008

Pembimbing

Prof. Dr. Hj. Nur Lailatul Musyafaah, Lc., M.Ag.

Dr. HM. Hasan Ubaidillah, SH.I., MS.I

PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
2025

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rizki Dwi Aprilianto
NIM : 02240123008
Tempat/Tgl. Lahir : Bojonegoro, 29 April 2000
Alamat : Ds. Sambeng, Kec. Kasiman, Kab. Bojonegoro

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis yang berjudul “Transaksi Shopee *Flash Sale* Perspektif Akad *Ju'alah* dan Perilaku Konsumen Monzer Kahf(Studi Kasus di Pondok Pesantren Jamiyyatut Tholibin Ad Dahlany Bojonegoro)” adalah benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila di dalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan, maka sepenuhnya menjadi tanggungjawab saya.

Demikian Surah Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Bojonegoro, 2025

Penulis,



Rizki Dwi Aprilianto
NIM: 02240123008

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Tesis Bejudul "Transaksi Shopee *Flash Sale* Perspektif Akad *Ju'alah* dan Perilaku Konsumen Monzer Kahf(Studi Kasus di Pondok Pesantren Jamiyyatut Tholibin Ad Dahlany Bojonegoro)" yang Ditulis Oleh Rizki Dwi Aprilianto telah di setuju pada Tanggal

Dosen Pembimbing I,



Prof. Dr. Hj. Nur Lailatul Musyafaah, Lc., M.Ag.
NIP. 197904162006042002

Dosen Pembimbing II,



Dr. HM. Hasan Ubaidillah, SH.I., MS.I
NIP. 197911052007011019

PERSETUJUAN TIM PENGUJI TESIS

Tesis berjudul "Transaksi Shopee *Flash Sale* Perspektif Akad *Ju'alah* dan Teori Konsumsi Islam Monzer Kahf (Studi Kasus di Pondok Pesantren Jamiyyatut Tholibin Ad Dahlan Bojonegoro)" yang ditulis oleh Rizki Dwi Aprilianto telah diujikan dalam Ujian Sidang Tesis pada tanggal 16 Juni 2025.

Tim Penguji :

1. Ketua Penguji : Prof. Dr. Hj. Nur Lailatul Musyafaah, LC., M.Ag
2. Sekretaris Penguji : Dr. H. M. Hasan Ubaidillah, S.H.I., M.Si
3. Penguji 1 : Dr. Agoes Moh. Moefad, SH., M.Si
4. Penguji 2 : Dr. Akhmad Siddiq, MA

(.....)

(.....)

(.....)

(.....)

Surabaya, 16 Juni 2025.....



Masdar Hilmy, S.Ag., MA., Ph. D
NIP. 197103021996031002



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax. 031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : RIZKI DWI APRILIANTO
NIM : 02240123008
Fakultas/Jurusan : PASCASARJANA / STUDI ISLAM
E-mail address : riskida18@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☐ Sekripsi ☒ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

Analisis Perilaku Koraumen dan Akad dalam Transaksi (Shopee Fikih Sale
(Studi Perspektif Sosiologi Hukum Islam)

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 12 Mei 2026

Penulis

(Rizki Dwi A.)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Rizki Dwi Aprilianto, 02240123008, Transaksi Shopee *Flash Sale* Perspektif Akad *Ju'alah* dan Perilaku Konsumen Monzer Kahf (Studi Kasus di Pondok Pesantren Jamiyyatut Tholibin Ad Dahlany Bojonegoro).

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola transaksi jual beli, termasuk kemunculan *e-commerce* seperti *Shopee* yang memanfaatkan strategi *flash sale* untuk menarik konsumen, diantaranya di wilayah pesantren. Oleh karena itu, penelitian ini mengkaji fenomena *Shopee flash sale* dalam perspektif akad *ju'alah* dan perilaku konsumen Monzer Kahf (Studi Kasus di Pondok Pesantren Jam'iyyatut Tholibin Ad Dahlany).

Penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan pendekatan konseptual. Penelitian dilakukan di Pondok Pesantren Jam'iyyatut Tholibin Ad Dahlany Bojonegoro. Sumber data primer berasal dari 13 santri *Takhasuss* Pondok Pesantren Jam'iyyatut Tholibin Ad Dahlany dan aplikasi *Shopee*. Sedangkan sumber data sekunder meliputi buku, jurnal, dan fatwa DSN-MUI tentang akad *ju'alah*. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan secara interaktif dan berkelanjutan, melalui tahap reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa transaksi *Shopee flash sale* yang dilakukan oleh santri *Takhasuss* Pondok Pesantren Jam'iyyatut Tholibin Ad Dahlany Bojonegoro telah sah secara hukum Islam karena telah memenuhi unsur akad *ju'alah*, yaitu adanya pihak pemberi *ju'alah* (*Shopee* dan *Seller*), syarat tindakan (pembelian cepat), dan imbalan (potongan harga) dan memenuhi prinsip transparansi dan keadilan. Meskipun demikian, mayoritas informan (santri *takhasuss*) mengaku membeli barang karena tergoda diskon besar dan tekanan waktu, bukan semata karena kebutuhan. Karena itu, berdasarkan Teori Perilaku Konsumen Monzer Kahf, perilaku konsumsi yang dominan ini mengarah pada sifat *israf* (berlebih-lebihan) dan *tabdzir* (pemborosan), serta cenderung didasarkan pada kepuasan jangka pendek dan dorongan emosional daripada pertimbangan rasional dan *maslahat* jangka panjang. Penelitian ini menyimpulkan bahwa meskipun *flash sale* sah secara formal akad, nilai-nilai konsumsi yang ditimbulkan tidak selalu selaras dengan konsep rasionalisme yang dikemukakan Monzer Kahf. Oleh karena itu, diperlukan edukasi yang lebih aplikatif di lingkungan pesantren untuk membentuk konsumen muslim yang bertanggung jawab di era digital.

Kata Kunci: *Flash Sale, Ju'alah, Perilaku Konsumen, Pondok Pesantren.*

ABSTRACT

Rizki Dwi Aprilianto, 02240123008, “Shopee Flash Sale Transactions from the Perspective of Ju’alah Contract and Monzer Kahf’s Consumer Behavior Theory (A Case Study at Jamiyyatut Tholibin Ad Dahlany Islamic Boarding School, Bojonegoro)”.

The advancement of digital technology has transformed buying and selling patterns, including the emergence of e-commerce platforms such as Shopee, which employs flash sale strategies to attract consumers—even within Islamic boarding school (pesantren) communities. This study examines the Shopee flash sale phenomenon through the lens of the ju’alah contract and Monzer Kahf’s theory of consumer behavior (a case study at Jamiyyatut Tholibin Ad Dahlany Islamic Boarding School).

This is a field-based study employing a conceptual approach. The research was conducted at Jamiyyatut Tholibin Ad Dahlany Islamic Boarding School in Bojonegoro. Primary data were obtained from 13 takhassus (advanced) students at the pesantren and from the Shopee application. Secondary data included books, journals, and DSN-MUI fatwas on the ju’alah contract. Data were collected through interviews, observation, and documentation, and analyzed using an interactive and continuous process involving data reduction, presentation, and conclusion drawing.

The findings reveal that flash sale transactions conducted by the takhassus students at Jamiyyatut Tholibin are considered valid under Islamic law, as they fulfill the components of a ju’alah contract: a party offering the reward (Shopee and the seller), a specified task (quick purchase), and a reward (discount), all within the principles of transparency and fairness. However, most respondents admitted to purchasing items driven more by attractive discounts and time pressure rather than actual need. Thus, based on Monzer Kahf’s theory of consumer behavior, such purchasing patterns tend toward israf (extravagance) and tabdzir (wastefulness), often rooted in short-term satisfaction and emotional impulses rather than rational considerations and long-term benefit. The study concludes that while flash sale transactions are formally valid in terms of contract, the resulting consumption behavior does not always align with Monzer Kahf’s concept of rational Islamic consumption. Therefore, more practical consumer education is needed within pesantren environments to cultivate responsible Muslim consumers in the digital age.

Key Words: Flash Sale, Ju’alah, Perilaku Konsumen, Pondok Pesantren.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING TESIS	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TESIS.....	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi dan Batasan Masalah	9
C. Rumusan Masalah.....	11
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	11
E. Penelitian Terdahulu.....	12
F. Metode Penelitian	15
G. Sistematika Pembahasan.....	27
BAB II SHOPEE FLASH SALE, AKAD JU'ALAH, DAN TEORI KONSUMSI ISLAM MONZER KAHF	28
A. Transaksi Shopee Flash Sale.....	28
B. Jual Beli Online Perspektif Hukum Islam	31
C. Akad Ju'alah	34
D. Teori Konsumsi Islam Monzer Kahf	39
BAB III TRANSAKSI SHOPEE FLASH SALE OLEH SANTRI TAKHASSUS PONDOK PESANTREN JAMIYYATUT THOLIBIN AD DAHLANY BOJONEGORO.....	43
A. Pondok Pesantren Jam'iyatut Tholibin Ad Dahlany Bojonegoro.....	43
B. Praktik Transaksi Shopee Flash Sale oleh Santri Pondok Pesantren Jam'iyatut Tholibin Ad Dahlany Bojonegoro	55
C. Perilaku Konsumsi Santri Pondok Pesantren Jam'iyatut Tholibin dalam transaksi Shopee Flash Sale.....	58
BAB IV ANALISIS AKAD JU'ALAH DAN TEORI KONSUMSI ISLAM MONZER KAHF TERHADAP TRANSAKSI SHOPEE FLASH SALE DAN PERILAKU KONSUMSI SANTRI TAKHASSUS AD DAHLANY.....	68
A. Analisis Akad Ju'alah dalam Transaksi Shopee Flash Sale Oleh Santri Takhassus Pondok Pesantren Jam'iyatut Tholibin Ad Dahlany	68
B. Analisis Perilaku Konsumsi Santri Takhassus Pondok Pesantren Ad Dahlany Bojonegoro Perspektif Konsumsi Islam Monzer Kahf	77
BAB V PENUTUP	81
A. Kesimpulan	81
B. Saran	82
DAFTAR PUSTAKA.....	84

LAMPIRAN.....	90
A. Bukti Transaksi Konsumen.....	90
B. Dokumentasi Wawancara dan Observasi.....	91



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Abd. Al-Rahman al-Jaziri, Kitabal-Fiqhu ‘ala al-Madhahib al-Arba’ah, Vol. 3, (Beirut: Dar al-Fikr, t.tp.).
- Abdul Rahman Ghazaly, et. Al, Fiqh Muamalah, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010).
- Abi Muhammad Muawafiquddin Abdullah Bin Qudamah al-Miqdisi, Al-Mughni, (t.tempat.: Maktabah Islami, t.t).
- Ahmad, Z. I., & Arifin, S. (2021). Evolusi pasar pemikiran Al Ghazali: analisis transaksi elektronik (e-commerce). *Darussalam: Jurnal Pendidikan, Komunikasi, dan Pemikiran Hukum Islam*.
- Ahmad Muzakki. (2024). Transaksi Pesanan Barang pada E-commerce Perspektif Syekh Yusuf Al-Qardawi dan UU Perlindungan Konsumen. *Al Itmamiy Jurnal Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)*, 6(1), 24–40.
- Arfad Syuqi H.A., Dkk, “Pengaruh Flash Sale dan Live Streaming terhadap Pembelian Impulsif pada Marketplace Shopee di Kota Surabaya,” *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)* 9, no. 1 (23 April 2024): 285, <https://doi.org/10.33087/jmas.v9i1.1598>.
- Aisyah, S. F. (2024). Etika Bisnis Islam: Implementasi Prinsip Keadilan Dan Tanggung Jawab Dalam Ekonomi Syariah. *El-Iqthisady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 49-61.
- Amalia, N., Wati, R., Putri, B., & Mairiza, D. (2023). Eksistensi prinsip ekonomi mikro islam terhadap keberlanjutan usaha mikro di era digitalisasi. *Sharing: Journal of Islamic Economics Management and Business*, 2(2), 142-156.
- Al-Bajuri, I. (1997). Hasyiyah al-Bajuri. Beirut: Dar Ihya’at-Turas al-‘Arabi.
- Afriani, A., & Saepudin, A. (2018). Implementasi Akad Ju’alah Dalam Lembaga Keuangan Syariah. *EKSISBANK (Ekonomi Syariah dan Bisnis Perbankan)*, 2(2), 59-63.
- Afifah, P. N., & Abadi, M. D. (2025). Pengaruh Harga dan Flash Sale terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna E-Commerce Shopee dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Moderasi: Studi Kasus pada Gen Z di Kota Lamongan. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 5(1), 387-407.
- Afifah, N., & Musyafa’ah, N. L. (2019). Analisis Hukum Islam terhadap Jual Beli Online. *Maliyah : Jurnal Hukum Bisnis Islam*, 9(1), 118–137.
- Ayu Anggraini, Havis Aravik, & Meriyati. (2023). Pengaruh Promo Flash Sale 3.3 dan 4.4 Pada Aplikasi Shopee Terhadap Minat Pembelian Mahasiswa Aktif

- Prodi Perbankan Syariah STEBIS IGM Palembang. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen (JURBISMAN)*, 1(3), 655–666.
- Bagong Suyanto, *Metode Penelitian Sosial* (Jakarta: Kencana, 2005)
- Bisri Adib & Munawwir A. Fatah; *Kamus Al-Bisyri*, 1999 (Pustaka Progressif, Surabaya)
- Budi Pramono, D. R. S. *Sosiologi Hukum*. 2020. Scopindo Media Pustaka.
- Darwis, R., & Zulaeha, Z. (2022). Pendekatan Pemikiran Ekonomi Islam Muhammad Nejatullah Siddiqi. *Jurnal Al-Buhuts*, 18(1), 51-68.
- Dedy Wijaya Kusuma, *Metode Penelitian Kualitatif*, Ed. By M.Si. Dr. Hidayat, S.Ap., Cet Ke-1 (Malang: Unisma Press, 2022)
- E-commerce dan Teknologi: Transformasi Bisnis di Era Digital, April 2025, <https://www.ciputra.ac.id/isb/e-commerce-dan-teknologi-transformasi-bisnis-di-era-digital/>
- E-Conomy SEA 2025: Perekonomian digital Indonesia akan mencapai GMV \$90 miliar pada tahun 2025, Februari 2025, <https://blog.google/intl/id-id/e-conomy-sea-2024-perekonomian-digital-indonesia-akan-mencapai-gmv-90-miliar-pada-tahun-2025/>
- Erwin, E., Dkk (2023). *Bisnis Digital: Strategi dan Teknik Pemasaran Terkini*. Jakarta: Green Pustaka Indonesia.
- Fikriyah, K. (2024). *Dinamika Modernisasi Agama: Eksplorasi Penafsiran Baru, Adaptasi Praktik, dan Menghadapi Tantangan Kontemporer*. Socio Religia, 5(2).
- Febriani, E. S., Arobiah, D., Apriyani, A., Ramdhani, E., & Millah, A. S. (2023). Analisis data dalam penelitian tindakan kelas. *Jurnal Kreativitas Mahasiswa*, 1(2), 140-153.
- Fadli, A. (2023). Transformasi digital dan moderasi beragama: Memperkuat ummatan wasathan di indonesia. *Schemata: Jurnal Pascasarjana UIN Mataram*, 12(1)
- Fadllan, F., & Maufiroh, L. (2024). Perilaku Konsumen: Utility Versus Masalah sebagai Rasionalitas dalam Ekonomi Islam. *El-Qist: Journal of Islamic Economics and Business (JIEB)*, 14(1)
- Hidayat, M. R., Ramadhani, I., & Huda, N. (2023). Konstruksi Teori Dan Etika Konsumsi Islami Sebagai Manifestasi Pemikiran Ekonomi Monzer Kahf. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(2), 2461-2469.
- Holilur Rohman., *Hukum Jual Beli Online*, (Pamekasan; Duta Media, 2020)
- Hakim, A. H., & Musadad, A. (Jakarta:Pustaka Arabi, 2022). *Mengenal Dasar-Dasar Ilmu Ushul Fiqh dan Kaidah Fiqh Terjemah Mabadi Awwaliyah*.
- Hanim, Lathifah. "The Transaction E-Commerce in Islamic/Sharia Law." *Jurnal Akta* 9.3 (2022): 338-344.

Hidayat, S. N. (2019). *Analisis perbandingan keberhasilan dan penerimaan lima e-commerce di Indonesia menggunakan model Delone & Mclean yang dikembangkan* (Bachelor's thesis, Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).

<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/epistemik>

https://shopee.co.id/flash_sale.

Izzah, S. N. (2021). Konsumsi dalam Perspektif Pemikiran Ekonomi Islam Monzer Kahf. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 5(3), 1973-1989.

Iswiyah, D. K., & Sabiq, F. (2023). *Sistem Jual Beli Dropshipping Di Marketplace Shopee Perspektif Hybrid Contract Dan Masalah Mursalah* (Doctoral Dissertation, UIN Raden Mas Said Surakarta).

Jamaluddin, J. (2022). Implementasi Moderasi Beragama Di Tengah Multikulturalitas Indonesia. *As-Salam: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Keislaman*, 7(1), 1-13.

Laura P. W., Sonja A., "Pengaruh *Flash Sale* Dan *Cashback* Terhadap Perilaku *Impulse Buying* pada Pengguna Shopee," *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen* 5, no. 1 (30 April 2021), <https://doi.org/10.35308/jbkan.v5i1.3424>.

Luqman, M. F. L. (2020). Perlindungan hukum terhadap konsumen Marketplace Shopee dalam program Flash Sale Perspektif Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Hukum Islam (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).

Manuputty, F., Litaay, S. C. H., Afdhal, A., & Makaruku, N. D. (2025). Pendidikan Keluarga Berbasis Budaya Lokal: Studi Sosiologi Pada Masyarakat Negeri Hukurila, Kecamatan Leitimur Selatan. *Jurnal Mahasiswa BK An-Nur: Berbeda, Bermakna, Mulia*, 10(3), 208-221.

Mauludin, M. S. (2022). Analisis perilaku konsumen dalam transaksi di e-commerce. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 1(1), 108-123.

Munir Salim, *Jual Beli Secara Online Menurut Pandangan Hukum Islam*, Ad Daulah, Vol. 6 / No. 2 / Desember 2017, 379

Menne, F. (2017). Nilai-nilai Spiritual dalam entitas bisnis syariah (Vol. 1). *Celebes Media Perkasa*.

Madani, *Fiqh Ekonomi Syariah, Fiqh Muamalah* (Jakarta: Gema Insani, 2012)

Mohamed, I.; Rafede, M. M. and Muneeza, A. (2020), "The Application of Ju'alah in Islamic Finance: The Malaysian Perspective", *International Journal of Management and Applied Research*, Vol. 7, No. 1, pp. 29-41. <https://doi.org/10.18646/2056.71.20-002>

- Mohamed, I.; Rafede, M. M. and Muneeza, A. (2020), "The Application of Ju'alah in Islamic Finance: The Malaysian Perspective", *International Journal of Management and Applied Research*, Vol. 7, No. 1, pp. 29-41. <https://doi.org/10.18646/2056.71.20-002>
- Madinah, D., & Faiq, A. M. (2022). Tinjauan Hukum Islam terhadap Praktik Sistem Galatama Di Pemancingan Galatama Lele Putra Panawuan Cilimus Kuningan. *Al Mashalih-Journal of Islamic Law*, 3(2), 143-156.
- Mubarak, A. R., & Sunarto, S. (2024). Moderasi beragama di era digital: Tantangan dan peluang. *Journal of Islamic Communication Studies*, 2(1), 1-11.
- Nabilla, W. A., & Yazid, M. (2024). Perilaku Konsumtif Pada Konsumen E-Commerce Shopee Di Surabaya Saat Flash Sale Dalam Perspektif Konsumsi Islam. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(1), 3207-3216.
- Nadhifah, S. N., & Syakur, A. (2025). Etika Konsumsi dan Tantangan Hedonisme Perspektif Al-Qur'an dan Hadis. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 8(1), 557-568.
- Nuzulia N.A., e-Conomy SEA: 2025, Ekonomi Digital Indonesia Capai GMV US\$110 Miliar, <https://validnews.id/ekonomi/e-conomy-sea-2025-ekonomi-digital-indonesia-capai-gmv-us110-miliar/>
- Nur'aeni, N. N., Ainulyaqin, M., & Edy, S. (2024). Dampak Fenomena E-Commerce Pada Tingkat Penjualan Di Pasar Tradisional Ditinjau Dari Psikologi Dan Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 270–284.
- Nicholas Herman, “Analisis Model Bisnis Pasar Digital Shopee,” 17 April 2022, <https://doi.org/10.31219/osf.io/ywjpg.6https://www.campaignindonesia.id/article/younggov-shopee-dinobatkan-sebagai-brand-terbaik-2025/>. Diakses pada 15 Maret 2025.
- Nurul Rahmah Kusuma, Fauzan Januri, dan Yusraini Muharni, “Tinjauan Kaidah Fiqih Ju'alah dan Maisyir,” *Eco-Iqtishodi : Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Keuangan Syariah* 5, no. 2 (10 Januari 2024): 171–88, <https://doi.org/10.32670/ecoiqtishodi.v5i2.4018>.
- Nasrullah, Sosiologi Hukum Islam (Surakarta: Pustaka Setia, 2016).
- Putri, O. N. S., Sudiantini, D., Ina, A. S., Davianti, A. R., & Liu, F. (2024). PENGARUH E-COMMERCE SHOPEE SEBAGAI MEDIA BELANJA FASHION ONLINE. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(7), 890-897.
- Pratama, A. W. *Strategi Perbankan Syariah Menghadapi Persaingan dalam Menarik Nasabah (Bank Maslahat Kota Bengkulu)* (Doctoral dissertation, UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu), 2022.

- Romindo, dkk., E-Commerce: Implementasi, Strategi dan Inovasinya, (Yogyakarta: Yayasan Kita Menulis, 2019)
- Rijali, A. (2018). Analisis data kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81-95.
- Sumual, L. P., Saerang, I. S., Murni, S., & Tulung, J. E. (2023). Financial system synergy: Financial inclusion, FinTech, and CBDC. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 7(3), 945-954.
- Suta, G. V. A., & Sinduwiatmo, K. (2024). Persepsi Mahasiswa pada Flash Sale 12.12 Shopee. *CONVERSE Journal Communication Science*, 1(1), 78-88.
- Sudirman Tebba, Sosiologi Hukum Islam 2003 (Tangerang: UII Press)
- Sirin, K., & Sholeh, B. (2021). Ormas Islam dan gerakan moderasi beragama di Indonesia. Rajawali Pers.
- Syahrizal, & Jailani, M. S. (2023). Jenis-jenis penelitian dalam penelitian kuantitatif dan kualitatif. *QOSIM: Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora*, 1(1), 13-23.
- Thoha, A. B., & Nurudin, I. (2025). Perspektif Syariah terhadap Praktik Monopoli di E-Commerce: Studi Kasus Shopee. *Fahma: Jurnal Informatika Komputer, Bisnis dan Manajemen*, 23(1)
- Tan, D. (2021). Metode penelitian hukum: Mengupas dan mengulas metodologi dalam menyelenggarakan penelitian hukum. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 8(8).
- Wahbah az-Zuhayli, *Al-Fiqhul islam wa adillatuhu*. Juz IV. (Damaskus: Dar al-Fikr, 2007).
- Wajdi, F., & Lubis, S. K. (2021). *Hukum Ekonomi Islam: Edisi Revisi*. Sinar Grafika (Bumi Aksara).
- Wiranto, Agus. E-commerce. Jakarta: Eureka Media Aksara, 2024.
- Wijayanti, R. A., Firmansyah, R. Z., Anwar, M. R., & Oktafia, R. (2024). KONSEP KEPEMILIKAN HARTA DALAM ISLAM. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen*, 2(2), 67-74.
- W. Lawrence Neuman, *Metodologi Penulisan Sosial : Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif*, 7 Ed, Alih Bahasa Edina T.Sofia, Cet. Ke-2 (Jakarta: PT Indeks Permata Putri Media, 2015)
- Wulandari, I. N., Mawardi, M. K., & Nuralam, I. P. (2018). Pengaruh Utilitarian Browsing Dan Hedonic Browsing Terhadap E-Impulse Buying. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 60(2).
- Zulfa, S., Hakim, A., Laksana, M. Z., Ivana, L., & Setyawan, P. Y. (2023). Pandangan Hukum Islam Ju'alah Terhadap Sistem Komisi pada Program Afiliasi Tiktok. *JMAN Jurnal Mahasiswa Ilmu Administrasi Negara*, 7(2), 63-68.

- Zada Khan, W., Zahid, M., Y Aalsalem, M., Zangoti, H. M., & Arshad, Q. (2018). *Ethical Aspects of Internet of Things from Islamic Perspective*. *arXiv e-prints*, arXiv-1806.
- Zakiah, S. (2022). Teori Konsumsi Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *El-Ecosy: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 2(2), 180-194.
- Zakariah, M. A., Afriani, V., & Zakariah, K. M. (2020). Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Action Research, Research And Development (R N D). Yayasan Pondok Pesantren Al Mawaddah Warrahmah Kolaka.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A