

Implementasi Maqashid Syariah dalam Pemasaran Online dengan Landasan Etika Bisnis Islam

Zulqifli¹, Rofidatul Hasanah²

Universitas Islam KH. Achmad Muzakki Syah Jember, Indonesia^{1,2}

ABSTRACT

Abstract: Maqashid Syariah in online marketing with a foundation of Islamic business ethics, and highlighting the importance of creating harmony between modern technology and traditional Islamic values in achieving sustainable business success. In the context of the rapid development of the digital world, business actors are required to adopt technology without neglecting the principles of sharia which emphasize honesty, justice, and responsibility. This study uses a library research method with a qualitative approach, through a literature review of scientific sources relevant to the concept of Maqashid Syariah, digital marketing, and Islamic business ethics. The results of the study indicate that the synergy between Islamic business ethics and modern technology can increase consumer trust, strengthen competitiveness, and encourage the success of online businesses ethically and sustainably. This integration proves that technological advances do not have to conflict with traditional values, but can complement each other to create more civilized and responsible business practices.

Corresponding Author:

Rofidatul Hasanah
(rofidatulhasanah25@gmail.com)

Received: December 14, 2025

Revised: January 05, 2026

Accepted: January 15, 2026

Published: January 29, 2026



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

Keywords: *Business Ethics; Maqashid Syariah; Online Business*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah pola interaksi ekonomi masyarakat secara signifikan, termasuk dalam cara produsen dan konsumen melakukan transaksi. Digitalisasi tidak hanya mempercepat proses jual beli, tetapi juga menciptakan ruang pasar yang lebih luas dan terbuka. Hal ini memberikan peluang besar bagi pelaku usaha untuk meningkatkan volume penjualan dan memperluas jangkauan konsumen tanpa batas geografis. Namun, perubahan ini juga menimbulkan tantangan baru berupa persaingan yang semakin ketat dan risiko praktik bisnis yang tidak etis. Oleh karena itu, diperlukan landasan moral yang kuat agar aktivitas ekonomi tetap berada dalam koridor yang benar. Prinsip-prinsip Islam hadir sebagai pedoman untuk memastikan bahwa kemajuan teknologi tidak menggeser nilai keadilan dan kemaslahatan. Dengan demikian, transformasi digital harus diarahkan untuk memperkuat kesejahteraan bersama.

Dalam perspektif Islam, seorang pelaku usaha tidak hanya berfokus pada keuntungan finansial, tetapi juga mengupayakan keberkahan, dengan keyakinan bahwa setiap usaha yang menghasilkan keuntungan akan mendapatkan ridha dari Allah SWT. Segala sesuatu yang bersifat duniawi akan hilang jika tidak diimbangi dengan nilai-nilai spiritual. Sesuai dengan ajaran Islam, interaksi manusia dalam kehidupan sehari-hari sudah diatur dalam sistem muamalah, yang mengatur hubungan sosial. Dasar dari sistem muamalah adalah pada kemampuan yang diizinkan atau mubah. Sistem mubah ini memberikan hasil yang nyata guna mencapai falah, yakni kebahagiaan baik di dunia maupun di akhirat, yang menjadi tujuan hidup semua manusia. Menurut prinsip Islam, bantuan sosial harus

mencapai tujuan syariah, yang dikenal sebagai maqashid syariah, dengan menjaga lima aspek penting dalam hidup, yakni perlindungan terhadap agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Apabila lima komponen ini terpelihara, maka akan muncul konsep masalah.

Pemasaran produk adalah suatu proses yang sangat relevan dengan dunia usaha. Pada intinya, pemasaran bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen. Pemanfaatan teknologi dan informasi di bidang komersial telah mengalami perkembangan yang cepat, terutama dalam bentuk digitalisasi, pergerakan modal, dan liberalisasi informasi. Perdagangan elektronik yang kini semakin banyak dikenal, memungkinkan ribuan pedagang untuk menjajakan produknya melalui situs web. Kebutuhan utama untuk mengembangkan e-commerce adalah mempromosikan informasi tentang keunikan suatu produk dan memperluas pangsa pasar dengan tujuan yang lebih besar, yaitu meraih keuntungan yang kompetitif serta daya saing dalam pasar global.

Perdagangan elektronik adalah sistem yang bertujuan untuk mempermudah proses perdagangan dengan memanfaatkan teknologi yang sedang berkembang, di mana informasi dari internet dapat meningkatkan kualitas produk atau layanan dan mengurangi biaya yang tidak perlu. Dengan demikian, harga barang dan informasi bisa lebih terjangkau tanpa mengorbankan kualitas. Di era digital seperti saat ini, pemasaran tidak hanya terbatas pada tatap muka, melainkan juga dilakukan secara online melalui internet, yang lebih dikenal sebagai bisnis E-Commerce. E-commerce memiliki potensi untuk mendorong penjualan produk dan memperluas pasar baik di tingkat lokal maupun global. E-Commerce memiliki empat indikator, yaitu pembelian secara online, komunikasi digital, serta pelayanan dan proses pembelian yang dilakukan secara daring. Pelaksanaan e-commerce dapat memperluas jangkauan pemasaran UMKM, mendorong permintaan, dan memperkuat hubungan dengan distributor, pelanggan, serta pemasok dengan cepat dan tepat waktu. Dengan pemanfaatan teknologi internet, diharapkan dapat menciptakan dampak maksimal dalam dunia perdagangan yang semakin kompetitif. Jika sebuah perusahaan mampu bersaing di era globalisasi sekarang, maka perusahaan tersebut berhasil mengadopsi teknologi dan informasi dalam operasionalnya. Penggunaan teknologi untuk meningkatkan daya saing bisnis dan penjualan adalah melalui electronic commerce untuk mempromosikan berbagai produk atau layanan, baik secara fisik maupun digital.

Seiring dengan meningkatnya penggunaan teknologi dalam perdagangan, regulasi dan kesadaran etis menjadi faktor pendukung utama keberlanjutan e-commerce. Pemerintah dan lembaga terkait memiliki peran penting dalam menciptakan sistem yang melindungi konsumen serta pelaku usaha. Namun, regulasi saja tidak cukup tanpa kesadaran moral individu. Nilai-nilai Islam dapat menjadi kontrol internal yang mendorong pelaku usaha untuk bertindak jujur dan bertanggung jawab. Ketika prinsip maqashid syariah diterapkan secara konsisten, maka potensi penyimpangan dapat diminimalkan. Hal ini akan menciptakan iklim bisnis yang sehat dan terpercaya. Pada akhirnya, kepercayaan publik menjadi modal utama dalam perkembangan e-commerce yang berkelanjutan. Dengan memahami bagaimana prinsip-prinsip ini dapat diterapkan dalam ranah bisnis digital, kita bisa lebih mendalami bagaimana teknologi dapat dimanfaatkan untuk mencapai tujuan yang sejalan dengan etika Islam. Artikel ini akan mengupas secara mendalam mengenai penerapan Maqasid Syariah dalam berbagai aspek bisnis digital, serta pentingnya menciptakan keseimbangan antara teknologi modern dan nilai-nilai tradisional untuk mencapai keberhasilan yang berkelanjutan secara keseluruhan.

2. METODE PENELITIAN

Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah penelitian kepustakaan. Penelitian kepustakaan adalah cara pengumpulan data yang mencakup analisis terhadap buku, jurnal, literatur, dan dokumen lain yang berhubungan dengan isu yang sedang diteliti. Penulis mengandalkan berbagai sumber data dari perpustakaan atau dokumen tertulis lain seperti

jurnal, buku, dan literatur yang relevan. Penelitian kepustakaan ini bersifat netral karena didasarkan pada fakta teoritis dan konseptual, serta tidak terpengaruh oleh pandangan peneliti. Metode ini sering dipilih dalam riset kualitatif berkat luasnya cakupan di berbagai bidang ilmu dan paradigma. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui perbandingan dan penggabungan dokumen-dokumen untuk menghasilkan analisis yang sistematis. Sumber data yang digunakan meliputi buku dan jurnal yang berkaitan dengan topik yang sedang diteliti

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep Maqashid Syariah

Menurut Ash-Syatibi, sasaran utama dari syariah atau maqashid syariah adalah untuk memberikan keuntungan bagi setiap orang baik di dunia maupun di akhirat. Imam Ash-Syatibi meyakini bahwa tujuan pokok syariah dalam pembuatan hukum adalah untuk menjaga kesejahteraan individu baik di dunia mau pun setelah mati. Dalam pandangan syariah, tindakan baik dimaksudkan untuk menolong orang lain, bukan hanya untuk keuntungan pribadi. Al-Ghazali juga berpendapat bahwa esensi dari maqashid syariah adalah kesejahteraan dan penolakan terhadap bahaya. Ia juga percaya bahwa maqashid syariah menekankan lima prinsip dasar: agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta.

Konsep Maqashid al-Syariah sangat penting diterapkan dalam berbagai transaksi seperti jual beli, sewa menyewa, kemitraan bisnis, termasuk kegiatan keuangan dan perbankan, serta pelayanan kepada nasabah di bidang-bidang tersebut. Dapat disimpulkan bahwa untuk memenuhi kebutuhan tersebut, para ahli hukum Islam merekomendasikan bahwa dalam menerapkan hukum Islam di era digital sekarang, perhatian utama harus diberikan pada studi prinsip-prinsip yang dimulai dari aturan umum hingga rinciannya yang sudah dijelaskan oleh ulama klasik pada masa lampau. Elemen-elemen Maqashid al-Shariah, seperti menjaga agama, hidup, akal, keturunan, dan harta, seharusnya diintegrasikan ke dalam aktivitas sehari-hari untuk meningkatkan kualitas hidup antar sesama demi kebaikan bersama. Maqashid al-Shariah perlu dipahami dan diterapkan dalam berbagai aspek kehidupan. Secara etimologis, Maqashid terdiri dari dua kata, yakni Maqashid dan Al-Syariah. Maqashid merupakan bentuk jamak dari kata "maqsad", yang merupakan mashdar mimi dari kata "qasada", "yaqashudu", "qashdan", "maqashadan" yang berarti keteguhan dalam satu jalan dan ketergantungan pada sumber tertentu. Allah menunjukkan jalan yang benar dan mengajak manusia untuk menempuh jalan tersebut.

Dari segi etimologi, syariah berarti jalan menuju sumber air, tetapi juga dapat diartikan sebagai jalan menuju sumber kehidupan. Maqashid Al-Syariah adalah tujuan yang ditetapkan Allah dalam setiap ketentuan atau hukum syariat-Nya. Berbagai istilah digunakan untuk menggambarkan Maqashid al-Syariah, seperti al-illah, al-hikmah, al-mashlahah, al-mana, al-maghza, murad al-syari, yang semuanya merujuk pada tujuan dari Syariah.

Berdasarkan kutipan tersebut, Maqashid al-Syariah dapat diartikan sebagai konsep tujuan utama yang ditentukan oleh Allah dalam ajaran syariah Islam. Tujuan utama ini adalah memberikan manfaat bagi individu di dunia maupun di akhirat. Konsep ini menjadi dasar dalam pembuatan hukum dalam Islam, dengan perhatian utama melindungi kesejahteraan individu dari segi spiritual, fisik, intelektual, sosial, dan materi.

Bisnis Online dalam Perspektif Syariah

1. Prinsip Perdagangan Dalam Islam

Allah dan Rasul-Nya telah menetapkan bahwa pertukaran barang yang dilakukan dengan persetujuan dari kedua pihak dalam bisnis adalah halal, sedangkan mengambil

barang milik orang lain tanpa izin adalah dilarang. Selain untuk menjaga ketenteraman dan keteraturan dalam masyarakat, ini juga mendukung hubungan yang baik antar anggota. Nabi Muhammad SAW telah memberikan prinsip-prinsip hukum dan norma untuk melakukan transaksi, serta memberikan hak untuk melanjutkan atau membatalkan transaksi dengan ketentuan tertentu. Mengenai perdagangan, Allah SWT menegaskan dalam ayat-Nya (Q. S An-Nisa Ayat 29) bahwa transaksi yang dilakukan berdasarkan kesepakatan di antara para pihak adalah yang diizinkan, sedangkan menyiksa diri atau mencari keuntungan secara tidak sah adalah terlarang. Rasulullah SAW pernah dijumpai oleh seorang sahabat yang menanyakan tentang pekerjaan terbaik, dan beliau menjawab bahwa salah satu yang baik adalah pekerjaan yang dilakukan dengan tangan sendiri serta setiap transaksi jual beli yang dilakukan dengan cara yang baik. Aktivitas ekonomi adalah salah satu aspek mu'amalah dalam ekonomi Islam, sehingga dalam mengidentifikasi transaksi ekonomi, termasuk dalam perdagangan daring, prinsip-prinsip hukum fikih mu'amalah dijadikan sebagai dasar.

2. Bisnis Online

Perkembangan dalam dunia perdagangan yang memanfaatkan teknologi dan informasi telah menunjukkan kemajuan yang cepat berkat digitalisasi, pergerakan modal, dan akses informasi yang terbuka. Saat ini, aktivitas perdagangan di era internet lebih dikenal dengan nama e-commerce (perdagangan elektronik), yang semakin diminati oleh banyak pelaku usaha untuk memasarkan produk mereka melalui situs web. Salah satu aspek penting dalam merancang e-commerce adalah menonjolkan promosi informasi tentang keunikan produk serta memperluas pasar untuk meningkatkan profitabilitas dan daya saing di tingkat global yang lebih kuat.

Usaha online memiliki prinsip dasar yang mirip dengan bisnis tradisional yang biasa kita lakukan sehari-hari. Perbedaannya terletak pada cara pengoperasiannya yang dilakukan secara daring. Toko online menarik minat banyak orang karena menawarkan potensi keuntungan yang besar, sehingga banyak individu dan perusahaan terlibat dalam bidang ini. Produk yang biasanya dijual dalam bisnis online mencakup pakaian, alas kaki, perabot rumah, makanan, minuman, dan berbagai kebutuhan harian lainnya yang dapat ditemukan secara daring. Bisnis online adalah kegiatan perdagangan yang berlangsung melalui internet, platform media sosial, dan e-commerce untuk melaksanakan transaksi serta pemasaran. Pertumbuhan yang signifikan dalam bisnis online dipicu oleh kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Bisnis atau jual beli secara online mengacu pada transaksi pembelian barang atau jasa yang dilakukan dengan menggunakan platform elektronik, terutama melalui internet atau secara daring. Contohnya termasuk penjualan barang secara elektronik di situs-situs seperti bukalapak. com, shoope. com, lazada. com, tiktok shop, dan lainnya.

3. Hukum Bisnis Online

Terdapat empat rukun dalam sebuah akad, yaitu,

- a. kehadiran pihak-pihak yang terlibat dalam perjanjian
- b. ijab qabul atau kesepakatan antara pihak-pihak yang berakad
- c. objek akad atau barang yang diperjanjikan
- d. tujuan utama dari akad tersebut

Dalam konteks penjualan online, pihak-pihak yang terlibat telah jelas, yaitu ada penjual dan pembeli. Shighah dalam penjualan online sering kali termanifestasikan dalam bentuk syarat dan kondisi yang harus disetujui oleh konsumen. Syarat dan kondisi tersebut dapat dianggap sebagai ijab qabul yang harus dipahami baik oleh produsen dan konsumen. Dalam penjualan online, bentuk ijab qabul dilakukan melalui tulisan. Sebagai contoh, saat membeli program melalui smartphone, konsumen akan diminta untuk menyetujui aturan dan perjanjian yang telah dibuat. Syarat dan kondisi yang disepakati ini menjadi ijab qabul

yang harus dipahami baik oleh produsen dan konsumen dalam penjualan online. Sama halnya ketika melakukan transaksi melalui media sosial, penjual harus mengungkapkan syarat dan kondisi transaksi dengan jelas sehingga terjadi transparansi antara penjual dan pembeli.

Dalam konteks transaksi, objek akad dalam penjualan online harus terdefinisi dengan jelas, dan barang yang diperdagangkan harus benar-benar dimiliki secara sempurna oleh penjual. Baik dalam penjualan online maupun transaksi tatap muka, barang yang belum benar-benar dikuasai oleh penjual tidak boleh diperdagangkan. Hal ini bertujuan untuk mencegah terjadinya penipuan dari pihak penjual. Dalam penjualan online, penjual diwajibkan untuk secara rinci menyajikan spesifikasi barang yang dijual, termasuk menyebutkan kekurangan atau cacat barang jika ada. Tujuan dari transaksi tersebut haruslah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Oleh karena itu, dalam penjualan online, tidak diperbolehkan untuk menjual barang yang bertentangan dengan ketentuan syariat.

Peran Etika Bisnis Dalam Bisnis Online Berdasarkan Maqasid Syariah Dalam Mewujudkan Kegiatan Bisnis

Etika bisnis yang berakar pada prinsip Maqasid Syariah mengatur keseimbangan antara penjual dan pembeli, dunia material dan spiritual, serta antara keberlangsungan usaha dan integritas. Ketika bisnis dijalankan dengan nilai-nilai kebenaran yang kuat, hal ini menghasilkan saling menguntungkan antara entitas bisnis, penjual, dan pembeli. Sebaliknya, jika bisnis dijalankan tanpa prinsip yang jelas, bisnis tidak akan berkembang dan akan mengalami kemunduran. Kepercayaan dari pelanggan menjadi krusial, karena hal tersebut mempengaruhi loyalitas mereka dalam berbelanja.

Sebagai umat Islam, kita memiliki contoh teladan dalam berbisnis, yaitu Nabi Muhammad SAW. Kejujuran yang telah nabi Muhammad perlihatkan membuat penduduk Makkah percaya dengan beliau. Beberapa karakter Nabi Muhammad yang dapat dijadikan contoh dalam melakukan bisnis, antara lain (Antonio M. S., 2011):

1. Jujur. Kejujuran merupakan hal terpenting dalam melakukan transaksi jual beli. Hal ini berkaitan dengan hadits Nabi yang diriwayatkan oleh Ibnu Majah, *"tidak dibenarkan seorang muslim menjual barang yang mempunyai aib kecuali ia menjelaskan aibnya"*.
2. Adil, tidak membedakan konsumen. Dalam hal ini, seluruh konsumen mengetahui segala informasi mengenai keadaan barang dan kualitasnya.
3. Ramah. Keramahan mendekatkan hubungan antara pedagang dan konsumen. Sebagaimana dalam sabda Nabi *"Allah merahmati seseorang yang ramah dan toleran dalam berbisnis"* (H.R. Al Bukhari).
4. Cakap. Seorang pengusaha harus memiliki kemampuan dalam pengetahuan mengenai barang yang akan dijual. Hal ini ditujukan agar konsumen mendapatkan kepuasan dari informasi yang disampaikan oleh penjual. Rasulullah SAW bersabda, *"Pekerjaan yang paling baik adalah jual beli yang menepati syariat dan pekerjaan seseorang dengan tangannya sendiri"* (H.R. Ahmad dan At Tabrani).
5. Senang membantu pelanggan. Berbisnis dalam Islam bukan hanya mencari keuntungan, tetapi juga berorientasi pada sikap *ta'awun* (saling tolong menolong).
6. Menjaga hak-hak konsumen. Dalam menjaga kepercayaan konsumen, Rasulullah memberikan hak-hak konsumennya, seperti hak memilih dan menentukan keputusan. Seperti sabda Rasulullah SAW *"kedua belah pihak dalam transaksi perdagangan berhak membatalkan transaksi selama mereka belum berpisah. Jika mereka berkata benar dan menjelaskan segala sesuatunya dengan jernih, transaksi mereka akan mendapatkan berkah. Tapi jika mereka menyembunyikan sesuatu dan berdusta, berkah yang ada dalam transaksi mereka akan terhapus"* (H.R. Al Bukhari).

7. Tidak menjelekkkan bisnis orang lain. Demi untuk mendapatkan pelanggan, ada pihak yang menggunakan cara dengan menjelekkkan pesaing agar konsumen berpindah kepadanya. Namun sikap seperti dapat menjadi bumerang, yang akibatnya konsumen tidak memiliki respek terhadapnya. Rasulullah bersabda *"Janganlah seseorang di antara kalian menjual dengan maksud untuk menjelekkkan apa yang dijual oleh orang lain"* (Muttafaq 'Alaih)

Tumbuhnya kepercayaan dimulai dari keterlibatan penjual kepada konsumen. Keterlibatan tersebut dimaknai dengan memberikan pelayanan terbaik, bersikap jujur, ramah dan adil serta cakap dan senang membantu pelanggan. Penerapan etika bisnis yang sesuai dengan Maqasid Syariah memiliki implikasi positif terhadap keberlangsungan bisnis online. Jumlah pembeli yang meningkat percaya terhadap platform belanja online tersebut, membuat mereka lebih setia dalam berbelanja secara online. Hal ini juga membuat penjual lebih berkomitmen dalam menjalankan usaha di lingkungan bisnis online karena pertumbuhan jumlah pembeli berdampak langsung pada peningkatan keuntungan. Keberlanjutan bisnis menjadi tujuan utama dari sebuah bisnis.

Sebagai platform e-commerce yang semakin populer dan disukai oleh pembeli, meningkatkan kualitas layanan dengan fokus pada menjaga kepercayaan pada penjual menjadi krusial. Memelihara sikap profesional, kepercayaan, kejujuran, serta transparansi sangat penting untuk menjaga konsistensi pembeli dalam berbelanja online. Selain itu, menjaga lima prinsip dasar kepada semua penjual seperti menjual sesuai dengan ajaran agama, tidak menjual barang yang berpotensi membahayakan, tidak menjual barang yang dapat menyebabkan ketergantungan, tidak menjual barang yang berhubungan dengan hal yang tidak baik, serta memperoleh kekayaan dengan cara yang halal menjadi hal penting yang harus dipegang teguh oleh seluruh penjual agar bisnis dapat terus berkelanjutan.

KESIMPULAN

Implementasi Maqasid Syariah dalam bisnis online membawa dampak penting dalam aspek etika, transparansi, dan keadilan dalam transaksi. Bisnis online yang mengadopsi Maqasid Syariah akan menekankan etika yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Ini mencakup kejujuran, keadilan, tanggung jawab sosial, dan menghindari riba serta praktik-praktik bisnis yang bertentangan dengan prinsip-prinsip agama. Pelaku bisnis online perlu memberikan informasi yang jelas dan akurat tentang produk atau layanan yang ditawarkan. Ini termasuk spesifikasi produk, harga, keadaan barang, serta persyaratan dan kondisi transaksi. Implementasi Maqasid Syariah memastikan bahwa transaksi online dilakukan dengan adil bagi semua pihak yang terlibat. Ini berarti harga yang ditawarkan adil, pembayaran yang jelas, dan kesepakatan yang dihormati. Dalam bisnis online yang mengikuti Maqasid Syariah, penting untuk menghindari penjualan atau pembelian barang yang diharamkan dalam Islam serta transaksi yang melanggar aturan syariah. Bisnis online yang berpijak pada Maqasid Syariah juga menekankan tanggung jawab sosial terhadap masyarakat, lingkungan, dan pelanggan. Hal ini mencakup kepedulian terhadap kesejahteraan sosial dan lingkungan dalam menjalankan usaha. Implementasi Maqasid Syariah dalam bisnis online membawa manfaat yang signifikan dalam menciptakan lingkungan bisnis yang lebih etis, transparan, adil, dan sesuai dengan prinsip-prinsip moral dan spiritual dalam Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, M.S.(2011). Ensiklopedia Leadership & Manajemen Muhammad SAW "The Super Leader Super Manager". Bisnis dan Kewirausahaan. Jakarta : Tazkia Publishing.
- Aziz, Abdul. *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Jakarta : Alfabeta. 2013.
- Chasanah, N., Luhita, T., & Fandestika, S. R. (2018). Implementasi E-Service Quality Pada

- ECommerce Komunitas Muslimah Entrepreneur. 14(1), 29-38
- Fauzia, Ika Yunia. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group. 2013.
- Harahap, Sofyan S. *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*. Jakarta : Salemba Empat. 2011
- Istifadhoh, N., Wardah, I., & Stikoma, T. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing Pada Pelaku Usaha Batik Ecoprint. *Aptekmas Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 5(1), 147-152
- Najamuddin, Muhammad. *Cara Dagang ala Rasulullah Para Enterpreneur*, Jogjakarta : Diva Press. 2012
- Prasetyo, Yoyok, *Ekonomi Syariah* (Bandung: Aria Mandiri Group, 2018)
- Ruslang, R., Kara, M., & Wahab, A. (2020). Etika Bisnis E-Commerce Shopee Berdasarkan Maqashid syariah Dalam Mewujudkan Keberlangsungan Bisnis. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 665-674
- Salvia, P. N., & Malahayatie. (2023). Implementasi Maqasid Syariah dalam Bisnis Online. *Ekonom : Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Volume 3 Nomor 3, 156-157
- Soediro, A., & Meutia, I. (2018). Maqasid Sharia As a Performance Framework for Islamic Financial. *Multiparadigma*, 9(1), 70-86. [http://repository.uinsu.ac.id/5517/1/FIQH MUAMALAH KONTEMPORER.pdf](http://repository.uinsu.ac.id/5517/1/FIQH_MUAMALAH_KONTEMPORER.pdf)
- Sudiarti, S. (2018). Fiqih Muamalah Kontemporer. [http://repository.uinsu.ac.id/5517/1/FIQH MUAMALAH KONTEMPORER.pdf](http://repository.uinsu.ac.id/5517/1/FIQH_MUAMALAH_KONTEMPORER.pdf)
- Tirtayasa, S., Nadra, I., & Khair, H. (2021). Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Kinerja UMKM dimoderasi Teknologi pada masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 22(2), 244-259.
- Utami, H. N., & Firdaus, I. F. A. (2018). Pengaruh bauran pemasaran terhadap perilaku online Shopping: perspektif pemasaran agribisnis. *Jurnal Ecodemica*, 2(1), 136-146
- Zidny, M. I. (2023). Analisis Pemikiran Imam Al-Ghazali Mengenai Etika Bisnis Dalam Kitab Ihya'Ulumiddin Terhadap E-Commerce Lazada (Doctoral dissertation, UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan).