

## **EKONOMI DIGITAL DAN HUKUM EKONOMI SYARIAH**

**Abdalul Zikri<sup>1</sup>, Misbahuddin<sup>2</sup>, Nasrullah Bin Sapa<sup>3</sup>**

[abdululzikri20@gmail.com](mailto:abdululzikri20@gmail.com)<sup>1</sup>, [misbahuddin@uin-alauddin.ac.id](mailto:misbahuddin@uin-alauddin.ac.id)<sup>2</sup>, [nasrullah.sapa@uin-alauddin.ac.id](mailto:nasrullah.sapa@uin-alauddin.ac.id)<sup>3</sup>

**UIN Alauddin Makassar**

### **ABSTRAK**

Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah mendorong transformasi besar dalam sistem ekonomi global menuju era digital. Ekonomi digital memanfaatkan teknologi internet untuk menciptakan model bisnis baru, mempercepat transaksi, dan membuka akses pasar yang lebih luas, khususnya bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dalam konteks ekonomi syariah, digitalisasi memberikan tantangan sekaligus peluang dalam menerapkan prinsip-prinsip muamalah sesuai syariat Islam. Penelitian ini membahas integrasi antara ekonomi digital dan hukum ekonomi syariah, menyoroti prinsip-prinsip transaksi online yang sah menurut Islam, serta elemen-elemen penting dalam digitalisasi ekonomi syariah seperti virtualisasi, internetworking, hingga prosumsi. Dengan pendekatan deskriptif-kualitatif, tulisan ini menyimpulkan bahwa transaksi digital diperbolehkan dalam Islam selama memenuhi rukun akad, menghindari riba, gharar, dan penipuan. Pemerintah dan pelaku usaha syariah perlu terus berinovasi dan beradaptasi untuk menciptakan ekosistem ekonomi digital yang inklusif dan sesuai dengan nilai-nilai syariah.

**Kata Kunci:** Ekonomi Digital, Hukum Ekonomi Syariah, Transaksi Online.

### **PENDAHULUAN**

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi dimasa sekarang ini telah perlahan mengubah wajah dunia dari jaman konvensional kearah pengembangan berbasis IT (internet). Di dalam perubahan ini tentunya akan mengubah arah beberapa aspek kehidupan khususnya di Indonesia, dimana aspek sosial kemasyarakatan, ekonomi, dan juga pendidikan akan menyesuaikan dengan perubahan tersebut.<sup>1</sup>

Terhitung sejak fase awal perkembangan internet di Indonesia tahun 1990-an, jumlah pengguna internet meningkat dengan amat pesat. Hal ini terjadi beriringan pula dengan ekspansi kelas menengah, pertumbuhan ekonomi Negara, dan proses demokratisasi. Salah satu trend yang berkembang dalam industri telekomunikasi adalah smartphone, bertambahnya pengguna jejaring sosial, serta pertumbuhan infrastruktur internet.<sup>2</sup>

Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi terjadi pada hampir semua aspek kehidupan manusia. Perkembangan IPTEK membawa manusia menuju level revolusi industri yang disebut sebagai revolusi 4.0. revolusi 4.0 menjadikan semua lebih mudah dengan adanya internet. Pemanfaatan internet mendorong pertumbuhan sumber-sumber ekonomi baru yang dikenal sebagai ekonomi digital yang mana hal tersebut mampu mendeskripsikan bagaimana internet mengubah cara manusia melakukan bisnis. Informasi pada ekonomi lama berbentuk fisik, sedangkan informasi pada era ekonomi digital berbentuk digital. Banyak yang meyakini bahwa revolusi industri 4.0 mampu meningkatkan perekonomian dan kualitas pada sendisendi kehidupan secara signifikan. Dalam revolusi industri 4.0 menerapkan dan mengandalkan adanya konsep otomatisasi yang dikerjakan oleh mesin tanpa memerlukan lagi tenaga manusia dalam pengaplikasiannya. Hal ini

<sup>1</sup> Robby Darwis Nasution, "Pengaruh Kesenjangan Digital Terhadap Pembangunan Pedesaan (Rural Development)", *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, Vol. 20 No.1 (2016), h. 32.

<sup>2</sup> Niken Lestari, "Membangun Pasar Ekonomi Digital Perspektif Syariah", *LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, Vol.1 No.2, (2018), h. 80–81.

merupakan hal yang vital dan dibutuhkan oleh para pelaku usaha/industri dalam rangka efisiensi waktu, tenaga kerja, dan biaya.<sup>3</sup>

Munculnya ekonomi digital ini menghasilkan layanan keunggulan yang inovatif, di antaranya cara transaksi bisnis yang lebih baik, baik layanan transfer maupun model bisnisnya, sehingga perusahaan sekarang ini didorong untuk bisa menyesuaikan diri agar dapat mendominasi bisnis di masa kini dan masa depan. Ini dibuktikan dengan munculnya toko-toko online (baik itu marketplaces maupun platform online) yang mulai merajalela di berbagai belahan dunia.<sup>4</sup>

Bentuk jual-beli mengalami perkembangan sesuai dengan perkembangan masyarakat dan perubahan sosial. Masyarakat primitive dalam melakukan jual beli mengambil bentuk tukar menukar barang yang tidak sejenis atau barter. Pada perkembangan selanjutnya sistem barter ini mulai ditinggalkan karena manusia mulai mengenal uang sebagai alat tukar-menukar. Kita mengenal dua cara yang dilakukan dalam jual beli, yaitu secara konvensional dan secara modern. Cara konvensional atau offline ini dilakukan dengan saling bertemunya pembeli dan penjual dan baik keduanya dapat melakukan akad secara langsung. Cara modern atau lebih dikenal dengan sistem online, secara garis besar dapat diartikan sebagai jual beli barang dan jasa melalui media elektronik, khususnya melalui internet atau secara online.<sup>5</sup>

Namun seiring dengan perkembangan teknologi dalam melakukan transaksi yang semakin berkembang ini, ternyata turut pula menimbulkan berbagai permasalahan. Beberapa permasalahan yang dapat muncul dalam transaksi online misalnya kualitas barang yang dijual, potensi penipuan dan potensi gagal bayar dari pembeli.

Islam memiliki prinsip-prinsip yang harus diperhatikan dalam jual beli, baik jual beli secara langsung (offline) ataupun jual beli yang dilakukan dengan cara online. Prinsip-prinsip tersebut adalah keadilan dan transaksi yang jujur, memenuhi perjanjian dan melaksanakan kewajiban antara penjual dan pembeli, memenuhi semua akad yang telah disepakati bersama, halal dan haram dalam transaksi jual beli harus jelas, dan pemasaran yang bebar dan penentuan harga yang wajar.<sup>6</sup>

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Ekonomi Digital

Istilah ekonomi digital diciptakan oleh Don Tapscott pada tahun 1995 dengan definisi bahwa sebuah sosiopolitik dan sistem ekonomi yang memiliki karakteristik sebagai sebuah ruang intilijen, meliputi informasi, berbagai akses instrument informasi dan pemrosesan informasi.<sup>7</sup>

Ekonomi digital merupakan salah satu tren peluang bisnis ke depan. Oleh karena itu, mulai sekarang pemerintah harus mempersiapkan instrumen yang diperlukan agar tidak ketinggalan dalam memanfaatkan kesempatan tersebut. Ekonomi digital adalah suatu hal yang kompleks dan merupakan fenomena yang baru muncul terkait dengan aspek-aspek

---

<sup>3</sup> Tata Ridho Nugroho, Nur Ainiyah, and Dindya Nirmala, "Pelatihan Dan Pengembangan Usaha Ekonomi Mikro Di Desa Karangdiyeng Kecamatan Kutorejo Kabupaten Mojokerto", *Abdimas Nusantara: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol.1 No.2 (2020), h. 100–101.

<sup>4</sup> Yanis Ulul Az'ami, "Perpajakan Di Era Ekonomi Digital: Indonesia, India Dan Inggris", *JIAFE (Jurnal Ilmiah Akuntansi Fakultas Ekonomi)*, 4.2 (2019), h. 215.

<sup>5</sup> Safira Dhea Fitriani and others, "Digitalisasi Ekonomi Syariah Penerapan Hukum-Hukum Islam Dalam Jual Beli Online", *Jurnal Ekonomi Syariah*, 6.1 (2021), h. 52.

<sup>6</sup> Muhammad Deni Putra, 'Jual Beli OnLine Berbasis Media Sosial Dalam Perspektif Ekonomi Islam', *ILTIZAM: Ournal of Shariah Economic Research*, Vol.3 No.1 (2019), h. 83.

<sup>7</sup> Meithiana Indrasari, 'Orasi Ilmiah: Ekonomi Digital, Peran Kampus Dan Pencapaian Target Sustainable Development Goals', 2017.

ekonomi mikro, ekonomi makro, dan teori organisasi dan administrasi. Ekonomi digital akan menjelaskan perkembangan dan pertumbuhan ekonomi beberapa dekade yang akan datang.<sup>8</sup>

Adapun konsep lainnya yang diperkenalkan oleh Zimmerman dalam Safira<sup>9</sup> dengan konsep yang seringkali digunakan untuk menjelaskan dampak global (keseluruhan) dari adanya teknologi informasi dan komunikasi terhadap ekonomi. Konsep ini juga dapat memberikan penjelasan mengenai dampak dari adanya inovasi teknologi terhadap ekonomi digital dengan lingkup ekonomi mikro maupun makro. Dalam keseluruhan sistem penjualannya, tentu saja ekonomi digital amat sangat bergantung pada teknologi digital yang ada.

Pesatnya perkembangan ekonomi digital di Indonesia selain disebabkan oleh pesatnya perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dan juga tidak terlepas dari meningkatnya penetrasi penggunaan internet. Jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya.

Perkembangan teknologi saat ini akan mempengaruhi bidang-bidang lain termasuk bidang ekonomi. Para pelaku ekonomi seperti pemilik Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sekarang tidak hanya dapat menghasilkan suatu produk saja, namun juga harus beradaptasi dan menerapkan perkembangan teknologi ke kegiatan ekonominya.

Perkembangan teknologi digital memungkinkan para pelaku UMKM untuk memasarkan produknya secara online dan melakukan transaksi melalui sistem perbankan secara online pula. Media sosial merupakan suatu sarana digital marketing yang paling mudah untuk dimanfaatkan. Sebelum sebuah usaha memiliki situs, tidak jarang kita menemukan terutama di pasar seperti Indonesia bahwa mereka telah memulai memasuki ranah dunia maya melalui media sosial. Hal ini dapat menjadi stimulan perkembangan kewirausahaan dan keberlangsungan UMKM. Selain biaya yang murah dan tidak perlunya keahlian khusus dalam melakukan inisiasi awal, media sosial dianggap mampu untuk secara langsung meraih calon konsumen.<sup>10</sup>

## **2. Digitalisasi Ekonomi Syariah**

Perekonomian syariah yang terdigitalisasi memungkinkan semua dalam bentuk dunia maya atau yang sering disebut dengan bisnis dunia maya seperti; e-commerce, e-business, e-banking, e-payment, e-marketing, e-learning meliputi berbagai aspek sebagai berikut:<sup>11</sup>

### **a. Knowledge**

Pengetahuan dari sumber daya manusia merupakan hal terpenting dalam kelangsungan suatu perusahaan atau instansi dan merupakan aset dari perusahaan atau instansi.

### **b. Digitization**

Digitization merupakan suatu proses transformasi informasi dari berbagai bentuk menjadi format digit “0” dan “1” (bilangan biner). Walaupun konsep tersebut sekilas nampak sederhana, namun keberadaannya telah menghasilkan suatu terobosan dan dampak perubahan yang sangat besar di dalam dunia transaksi bisnis.

---

<sup>8</sup> Niken Lestari, "Membangun Pasar Ekonomi Digital Perspektif Syariah", *LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, Vol.1 No.2 (Juni 2018), h. 82.

<sup>9</sup> Fitriani, Safira Dhea, dkk, "Digitalisasi Ekonomi Syariah Penerapan Hukum-Hukum Islam Dalam Jual Beli Online", *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 6 No.1 (2021), h. 55.

<sup>10</sup> Mohamad Trio Febriyantoro and Debby Arisandi, 'Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean', *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1.2 (2018), 62–76.

<sup>11</sup> Aan Ansori, 'Digitalisasi Ekonomi Syariah', *Islamicconomic: Jurnal Ekonomi Keuangan Dan Bisnis Islam*, 7.1 (2016), 1–18.

c. Virtualization

Virtualisasi yang memungkinkan seseorang untuk memulai bisnisnya dengan perangkat sederhana (perangkat PC dengan koneksi data internet) dan dapat menjangkau seluruh calon pelanggan di dunia maya (internet), sudah dapat melakukan transaksi bisnisnya.

d. Molecularization

Organisasi yang akan bertahan dalam era ekonomi digital adalah yang berhasil menerapkan bentuk molekul. Bentuk molekul artinya suatu sistem dimana organisasi bisa dengan praktis mengikuti keadaan menggunakan setiap perubahan dinamis yang terjadi di lingkungan kurang lebih perusahaan. seperti diketahui, pada masa ini lebih banyak didominasi organisasi dikelola dengan memakai konsep struktur hirarkis atau yang lebih maju lagi struktur matriks. kedua konsep ini sangat rentan terhadap perubahan sebagai akibatnya akan memperlambat motilitas perusahaan pada beradaptasi dengan perkembangan pasar. Satu hal yang harus diingat merupakan bahwa terjun ke global maya (internet) berarti berhadapan head-to-head dengan perusahaan-perusahaan di semua global. perilaku mereka setiap hari akan sangat mensugesti struktur pasar serta industri terkait yang acapkali akan merubah banyak sekali syarat. Hal ini tentu saja ialah manifestasi berasal persaingan bebas serta ketat yang terjadi disamping artinya seni manajemen buat memenangkan rivalitas. menggunakan kata lain, perubahan adalah proses lumrah yang wajib dilakukan sang perusahaan. Charles Darwin berkata bahwa bangsa yang akan bertahan bukanlah yang paling akbar atau paling bertenaga, melainkan yang paling mampu beradaptasi menggunakan perubahan.

e. Internetworking

Internetworking merupakan hal terpenting dalam melakukan transaksi bisnis baik secara elektronik maupun secara konvensional dengan ketemu muka dan melakukan transaksi bisnis, tidak ada perusahaan yang dapat bekerja sendiri tanpa menjalin kerja sama dengan pihak-pihak lain, demikian salah satu persyaratan untuk dapat berhasil di dunia maya.

f. Disintermediation

Ciri khas lain dari arena ekonomi digital adalah kecenderungan berkurangnya mediator (broker) sebagai perantara terjadinya transaksi antara pemasok dan pelanggan.

g. Convergence

Kunci sukses perusahaan dalam bisnis internet terletak pada tingkat kemampuan dan kualitas perusahaan dalam mengkonvergensi tiga sektor industri, yaitu: computing, communications, dan content.

h. Innovation

Aktivitas di internet adalah bisnis 24 jam, bukan 8 jam seperti layaknya perusahaan-perusahaan di dunia nyata. Keunggulan kompetitif (competitive advantage) sangat sulit dipertahankan mengingat apa yang dilakukan seorang atau perusahaan internet lain sangat praktis untuk ditiru. sang karena itulah penemuan secara cepat dan terus menerus diperlukan supaya sebuah perusahaan dapat bertahan. Manajemen perusahaan harus mampu menemukan cara supaya para pemain kunci pada dalam organisasi (manajemen dan staf) bisa selalu berinovasi seperti layaknya perusahaan-perusahaan pada Silicon Valley. Konsep learning organization patut buat dipertimbangkan dan diimplementasikan di dalam perusahaan.

i. Prosumption

Di dalam ekonomi digital batasan antara konsumen dan produsen yang selama ini terlihat jelas menjadi kabur. Hampir semua konsumen teknologi berita dapat dengan simpel menjadi pembuat yang siap memperlihatkan produk serta jasanya pada rakyat dan komunitas usaha. misalnya ialah seorang yang wajib membayar Rp 5.000.000,- buat

menerima atau sewa ruang data website (hosting) menggunakan besaran 10 Giga byte dan disubkontrakan/disewakan kembali menggunakan memecah besaran berasal kapasitasnya, contohnya 1 gigabyte bisa disewakan atau dijual dengan harga satu juta rupiah. dalam waktu singkat yang bersangkutan telah bisa memperoleh laba dari usaha kecil tadi. dalam konteks ini, individu yang bersangkutan mengkategorikan sebagai prosumer.

j. Immediacy

Di dunia maya (internet), pelanggan dihadapkan pada beragam perusahaan yang menawarkan produk atau jasa yang sama. dalam menentukan perusahaan, mereka hanya memakai tiga kriteria utama. Secara prinsip mereka akan mengadakan transaksi dengan perusahaan yang memperlihatkan produk atau jasanya secara cheaper, better, dan faster dibandingkan dengan perusahaan sejenis. Mengingat bahwa switching cost di internet sangat simpel serta murah, maka pelanggan akan terus menerus mencari perusahaan yang paling menyampaikan benefit tertinggi baginya. Melihat hal inilah maka perusahaan harus selalu peka terhadap berbagai kebutuhan pelanggan yang membutuhkan kepuasan pelayanan eksklusif.

k. Globalization

Esensi dari globalisasi adalah runtuhnya batas-batas ruang dan waktu (time and space). Pengetahuan atau knowledge sebagai sumber daya utama, tidak mengenal batasan geografis sehingga keberadaan entitas negara menjadi kurang relevan di dalam menjalankan konteks bisnis di dunia maya.

l. Discordance

Ciri khas terakhir dalam ekonomi digital adalah terjadinya fenomena perubahan struktur sosial dan budaya sebagai dampak konsekuensi logis terjadinya perubahan sejumlah paradigma terkait dengan kehidupan sehari-hari.

### 3. Bisnis Online dalam Perspektif Ekonomi Syariah

Sebagaimana yang diketahui ada empat rukun akad, yaitu: a) ada pihak-pihak yang berakad; b) shighah atau ijab qabul; c) Al-ma'qud alaih atau objek akad; d) tujuan pokok akad tersebut dilakukan. Pihak-pihak yang berakad dalam penjualan online telah jelas, yaitu ada yang bertindak sebagai penjual dan ada yang bertindak sebagai pembeli. Shighah dalam penjualan online biasanya berupa syarat dan kondisi yang harus disetujui oleh konsumen. Syarat dan kondisi (term and conditions) yang harus disetujui dapat dipahami sebagai sebuah shighah yang harus dipahami baik oleh produsen maupun oleh konsumen.<sup>12</sup>

Dalam hal penjualan online bentuk shighah yang dilakukan adalah dengan cara tulisan. Contohnya apabila kita membeli suatu program melalui telepon pintar (smartphone) akan ada pilihan bahwa konsumen telah membaca dan menyetujui aturan dan perjanjian yang dibuat. Syarat dan kondisi yang disetujui ini merupakan shighah yang harus dipahami baik oleh produsen maupun konsumen pada penjualan online. Begitu pula apabila kita melakukan transaksi dengan menggunakan media sosial, penjual harus menulis syarat dan kondisi apa saja yang terdapat dalam transaksi tersebut, sehingga terjadi keterbukaan antara penjual dan pembeli.

Mayoritas ulama Muslim sepakat bahwa selain kata, penawaran dan penerimaan terjadi dalam bentuk tulisan atau perilaku (dikenal sebagai mu'atah), di mana tidak penjual atau pembeli mengungkapkan penawaran dan penerimaan atau hanya satu pihak mengatakan tawaran itu dan yang lainnya menerima melalui tindakan.

Melakukan jual beli online yang di mana produsen dan konsumen tidak bisa bertemu langsung dan tidak bisa melakukan akad secara langsung pula. Maka akad akan dilakukan

---

<sup>12</sup> Syaikh Shahih bin Fauzan bin Abdullah Al-Fausan, Ringkasan Fikih Lengkap (Jakarta: PT. Darul Falah, 2008), h. 488.

melalui media massa juga dengan menyepakati beberapa hal di mana hal tersebut tidak menyudutkan ataupun merugikan pihak manapun serta kedua belah pihak saling menyetujuinya. Tak jarang apabila penjual dan pembeli berada pada jarak jauh yang di mana harus membutuhkan biaya kirim barang tambahan. Untuk hal ini juga perlu untuk disepakati bersama dikarenakan biaya pengiriman di setiap daerah berbeda-beda tergantung jarak tempuhnya.

## **KESIMPULAN**

Ekonomi digital adalah sistem ekonomi berbasis teknologi informasi yang memengaruhi aspek mikro dan makro. Perkembangannya di Indonesia didorong oleh pesatnya teknologi dan meningkatnya pengguna internet. UMKM dituntut beradaptasi dengan digitalisasi, termasuk pemasaran dan transaksi online. Media sosial menjadi sarana efektif dan murah untuk menjangkau konsumen. Ekonomi digital mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan usaha di era modern.

Digitalisasi ekonomi syariah menciptakan transformasi besar dalam dunia bisnis dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi. Konsep-konsep seperti knowledge, digitization, virtualization, hingga globalization menjadi fondasi penting dalam membentuk ekosistem ekonomi syariah yang modern dan kompetitif. Pelaku usaha dituntut adaptif, inovatif, serta mampu merespons perubahan secara cepat. Ciri utama ekonomi digital syariah adalah efisiensi, keterbukaan, konektivitas global, dan penghapusan perantara yang tidak diperlukan. Dalam konteks ini, keberhasilan sangat bergantung pada kolaborasi, inovasi berkelanjutan, dan pemahaman terhadap perubahan sosial-budaya yang menyertainya.

Jual beli online sah menurut hukum syariah selama memenuhi empat rukun akad: pihak berakad, shighah (persetujuan), objek akad, dan tujuan akad. Shighah dalam transaksi online bisa berupa tulisan atau persetujuan digital terhadap syarat dan ketentuan. Selama transaksi dilakukan secara transparan, tanpa unsur penipuan, gharar (ketidakjelasan), dan disepakati kedua belah pihak (termasuk biaya kirim), maka hukum jual beli online adalah boleh dan sah menurut syariah.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Al-Fausan, Syaikh Shahih bin Fauzan bin Abdullah, Ringkasan Fikih Lengkap Jakarta: PT. Darul Falah, 2008
- Ansori, Aan, 'Digitalisasi Ekonomi Syariah', *Islamicconomic: Jurnal Ekonomi Keuangan Dan Bisnis Islam*, 7.1 (2016)
- Az'mi, Yanis Ulul, 'Perpajakan Di Era Ekonomi Digital: Indonesia, India Dan Inggris', *JIAFE Jurnal Ilmiah Akuntansi Fakultas Ekonomi*, 4.2 (2019),
- Dhea, Safira Fitriani and others, 'Digitalisasi Ekonomi Syariah Penerapan Hukum-Hukum Islam Dalam Jual Beli Online', *Jurnal Ekonomi Syariah*, 6.1 (2021),
- Febriyantoro, Mohamad Trio, and Debby Arisandi, 'Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean', *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1.2 (2018),
- Fitriani, Safira Dhea, dkk, 'Digitalisasi Ekonomi Syariah Penerapan Hukum-Hukum Islam Dalam Jual Beli Online', *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 6 No.1 (2021),
- Indrasari, Meithiana, 'Orasi Ilmiah: Ekonomi Digital, Peran Kampus Dan Pencapaian Target Sustainable Development Goals', 2017.
- Lestari, Niken, 'Membangun Pasar Ekonomi Digital Perspektif Syariah', *LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, Vol.1 No.2, (2018),
- Nasution, Robby Darwis, 'Pengaruh Kesenjangan Digital Terhadap Pembangunan Pedesaan, Rural Development', *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, Vol. 20 No.1 (2016),
- Nugroho, Tata Ridho, Nur Ainayah, and Dindya Nirmala, 'Pelatihan Dan Pengembangan Usaha

Ekonomi Mikro Di Desa Karangdiyeng Kecamatan Kutorejo Kabupaten Mojokerto, Abdimas Nusantara: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, Vol.1 No.2 (2020),  
Putra, Muhammad Deni, 'Jual Beli OnLine Berbasis Media Sosial Dalam Perspektif Ekonomi Islam', ILTIZAM: Ournal of Shariah Economic Research, Vol.3 No.1 (2019).