

Permintaan Donasi Bisnis Waralaba Dalam Etika Islam: Studi Kasus Indomaret Banyuwangi

Husnul Khotimah¹, Nurul Huda²

^{1,2} Universitas Nurul Jadid

khusnul002khotimah@gmail.com, Enha300681@gmail.com

ABSTRACT

This paper examines the phenomena that occur in society, related to requests for donations to franchise businesses. What should have been change in the form of change was given to consumers, but in reality the cashier asked for the change to be donated, therefore this article was born so that people know and understand how to donate correctly according to Islamic law. This study uses a qualitative method of phenomenology. The research results show that; first, carrying out business activities must be in accordance with Islamic law guided by the Al-Qur'an and hadith. Second, in carrying out the activities of requesting donations, the franchise business lacks the application of Islamic ethical principles, the transaction actors also underestimate it because of the small nominal.

Keywords: *Islamic Business Ethics, Requests for Donations, Franchise Business*

ABSTRAK

Tulisan ini mengkaji tentang fenomena yang terjadi di masyarakat, terkait dengan permintaan donasi pada bisnis waralaba. Yang semestinya uang kembalian berupa recehan diberikan kepada konsumen, namun realitanya petugas kasir meminta agar uang kembalian tersebut di donasikan, maka dari itu lahirnya artikel ini agar masyarakat mengetahui dan memahami bagaimana cara donasi yang benar sesuai dengan syari'at Islam. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif jenis fenomenologi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa; pertama, menjalankan kegiatan bisnis harus sesuai dengan syariat Islam berpedoman pada Al-Qur'an dan hadits. Kedua, dalam menjalankan kegiatan permintaan donasi bisnis waralaba kurang dalam penerapan prinsip etika Islam, pelaku transaksi juga menyepelekan karena nominal yang kecil.

Kata kunci: *Etika Bisnis Islam, Permintaan Donasi, Bisnis Waralaba*

PENDAHULUAN

Donatur merupakan salah satu komponen penting dalam sebuah lembaga sosial ataupun yayasan. Donasi merupakan sumbangan berupa dana kepada suatu perkumpulan atau perorangan. Masyarakat atau pihak yang menyumbang disebut dengan donatur, sebagai donator suatu lembaga atau yayasan mempunyai beberapa hak untuk dapat mengetahui secara jelas mengenai penggunaan dana sumbangan yang telah mereka berikan kepada yayasan agar tidak terjadi kekhawatiran akan eksploitasi.

Manusia diciptakan dimuka bumi sebagai khalifah yang mempunyai kewajiban untuk menciptakan kemaslahatan umum. Salah satunya yaitu interaksi ekonomi yang meliputi kegiatan bisnis (Amalia, 2020). Manusia tidak bisa dipisahkan dengan kegiatan bisnis (Butarbutar, 2019). Dalam menjalankan bisnisnya seseorang harus memiliki wawasan yang luas, sehingga dala

m mengambil keputusan bisa diminimalkan risikonya, dan dioptimalkan keuntungannya (Azizah, 2020). Maka dari itu Al-Quran dan hadits telah mengatur agar kegiatan bisnis yang dijalankan dapat memberikan dampak positif. (Salim 2018).

Berdasarkan sumber Internasional Franchise Association, Franchise atau waralaba memiliki 3 elemen berikut: merk, sistem bisnis dan biaya. Perjanjian sebagai dasar hukum KUH perdata, seseorang bebas melakukan apapun selama tidak bertentangan dengan hukum yang berlaku, kebiasaan, kesopanan yang berhubungan dengan ketertiban umum, juga syarat-syarat sahnya perjanjian (Fauzi, 2022).

Bentuk waralaba mulai banyak diminati karena kemudahan persyaratan dan kategori usaha yang mudah diterima masyarakat sehingga perkembangannya sangat pesat. Dalam kegiatan bisnis tidak jarang terjadi perselisihan antara konsumen dan supplier yang dapat merugikan salah satu pihak. Salah satu permasalahan disini ketika seorang konsumen sedang berbelanja, misalnya konsumen membeli sebuah barang yang harganya Rp 9.500.00 dan pada saat melakukan pembayaran pada kasir konsumen tersebut menyerahkan uang Rp 10.000.00, kemudian petugas kasir meminta konsumen untuk menyetujui uang kembaliannya untuk di donasikan. Ketika petugas kasir meminta persetujuan agar uang kembalian konsumen di donasikan, petugas kasir tidak memberikan penjelasan kepada konsumen mengenai penyaluran donasi tersebut.

Novy Purwanto melakukan penelitian tentang perlindungan hukum terhadap konsumen terkait pemberian uang Kembali yang tidak sesuai. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa akibat nominal kembalian yang kecil sering kali diabaikan sehingga merugikan pada konsumen (Wiranatha and Purwanto, n.d.). Selanjutnya penelitian oleh Anies Sahita Aulia dan Rial Fu'adi, melakukan penelitian tentang pengalihan uang sisa belanja diganti permen. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa terkadang tanpa menawarkan terlebih dahulu kepada konsumen, sehingga menurut pandangan fiqh muamalah disimpulkan dalam jual beli ini menggunakan sistem *Ba'i Muathah* diperbolehkan jual beli tanpa mengucapkan lafadz bahwa uang kembaliannya diganti dengan permen namun harus tetap atas kesepakatan kedua belah pihak (Aulia and Fu'adi, 2022). Menurut laras sati dalam jurnalnya terkait kembalian diganti permen bahwa banyaknya konsumen yang komplain (s Sati, 2022).

Dari berbagai penelitian di atas, peneliti tertarik untuk mengkaji tentang fenomena yang terjadi dimasyarakat, terkait tentang adanya permintaan donasi pada bisnis waralaba. Karena nominal yang kecil sering kali pelaku bisnis menyepelekkannya, Agama Islam telah mengatur bagaimana cara bermuamalah yang sesuai dengan syariat Islam agar tidak terjadi kebatilan. Hal inilah yang menjadi keunikan penelitian ini mengingat semakin pesatnya bisnis waralaba di Indonesia. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan yang luas pada masyarakat dalam merespon fakta yang terjadi, penelitian ini terfokus pada bagaimana permintaan donasi sesuai etika Islam.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif jenis fenomenologi. Dalam hal ini peneliti berupaya untuk mengungkapkan makna atau fenomena yang terjadi

dalam suatu komunitas masyarakat di kabupaten Banyuwangi, terkait permintaan donasi yang dilakukan oleh bisnis waralaba, yaitu Indomaret, sebagai bagian pendonasian. Teknik pengumpulan datanya dilakukan melalui interview, observasi dan dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Etika Bisnis Islam

Al-Ghazali dalam bukunya *Ihya 'Ulumuddin* menjelaskan bahwa etika adalah suatu sifat yang tetap dalam jiwa, yang daripadanya timbul perbuatan-perbuatan dengan mudah, dengan tidak membutuhkan pikiran. Dengan demikian etika bisnis dalam syariah Islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran, sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar (Wati et al., 2019).

Menurut Webster Dictionary mengungkapkan bahwa etika adalah ilmu tentang perilaku manusia, prinsip-prinsip yang disistematisasi tentang tindakan moral yang benar (Saifullah, 2011). Dalam syariah etika disamakan dengan akhlak, budi pekerti, tabiat, moral, sopan santun, dan sebagainya (Marzuqi and Latif, 2010).

Etika dalam berbisnis merupakan penerapan – penerapan ajaran Islam yang bersumber pada Al-Qur'an dan Hadits, terdapat lima prinsip etika bisnis Islam sebagai berikut:

a. Kesatuan

Tauhid merupakan prinsip umum hukum Islam, konsep tauhid telah memadukan seluruh aspek kehidupan baik ekonomi, sosial, teratur dan konsisten. Adanya dimensi manusia dengan penciptanya dan sesama manusia, agar dalam kegiatan bisnis tercipta hubungan yang harmonis, saling ridha dan tidak ada unsur eksploitasi (Anggita et al., 2021).

b. Keseimbangan

Islam melarang akan perbuatan curang dan mengajarkan berbuat adil dan jujur. Prakteknya dalam bisnis ialah tidak ada kecurangan dalam takaran dan timbangan serta penentuan harga berdasarkan mekanisme pasar yang normal.

c. Kebebasan berkehendak

Konsep kebebasan dalam Islam lebih mengarah pada kerja sama, bukan persaingan apalagi sampai menjatuhkan usaha yang lainnya. Kebebasan disini artinya tidak ada batasan untuk manusia dalam aktif berkarya sesuai dengan potensi yang dimiliki masing – masing individu. Dalam berbisnis harus menepati kontrak, baik kontrak kerja sama bisnis maupun kontrak kerja dengan pekerja (Farid and Zahroh, 2015).

d. Tanggung jawab

Seimbang dalam segala bentuk dan ruang lingkungannya, antara jiwa dan raga, antara orang dan keluarga, antara individu dan masyarakat serta antara masyarakat yang satu dengan lainnya (Wati et al., 2021).

e. Kejujuran

Perilaku benar dalam melakukan berbagai proses baik itu proses transaksi, proses pengembangan produk maupun proses perolehan keuntungan. Apabila

berbisnis online maka foto barang harus sesuai dengan realita serta mengirim barang harus sesuai dengan pesanan konsumen, penerapan ini berdampak positif bagi penjual dan dapat menambah kepercayaan para konsumen (Farid and Zahroh, 2015). Pihak yang mendapat keuntungan dari prinsip kejujuran adalah pembeli, pembeli akan merasa puas dengan transaksi yang dilakukan penjual karena adanya prinsip kejujuran (Estijayandono, 2019).

Islam sangat menekankan ajaran etika bisnis. Tujuan utama kewirausahaan Islam adalah membentuk pengusaha yang selalu sadar akan Allah SWT. Pengusaha yang siap melayani masyarakat dengan ikhlas tanpa pamrih.. Etika sebagai aturan yang baik atau buruk, benar atau salah ajaran tentang perilaku atau tindakan, terutama dalam masalah ekonomi. Apapun yang dilakukan akan dihubungkan dengan dunia objektif dan akhirat.

Bisnis Waralaba

Menurut Madura bisnis adalah suatu badan yang diciptakan untuk menghasilkan produk barang dan jasa untuk pelanggan. Setiap bisnis mengadakan kegiatan transaksi dengan orang – orang. Kerja sama lintas fungsional di dalam bisnis adalah dengan menekankan kebutuhan para manajer dari area fungsional yang berbeda untuk memaksimalkan laba dalam mencapai tujuan bersama (Hasoloan, 2018).

Invine Robbins adalah seorang pelopor waralaba di Amerika Serikat. Pada tahun 1917 dengan jenis usaha restoran es krim dilakukan bersama iparnya yang berlokasi di Washington memiliki motto “kita tidak hanya menjual es krim tetapi juga menjual suatu kenangan”. Bisnis waralaba mulai dikenal di Indonesia pada tahun 1950 yaitu munculnya dealer kendaraan bermotor yang menjadi agen tunggal pemilik merek melalui pembelian lisensi. Waralaba sudah dikenal di Indonesia sejak tahun 1997 dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintahan RI No. 16 Tahun 1997 tanggal 18 Juni 1997 tentang waralaba, yang disusul dengan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia No 259/MPP/Kep/7/1997 tanggal 30 Juli tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha (Fauzi, 2022).

Praktik waralaba sudah dikenal dalam dunia bisnis yang umumnya dilakukan oleh perusahaan yang melakukan kegiatan usahanya. Waralaba di Indonesia di atur di dalam peraturan pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang waralaba. Dalam pasal 1 Angka 1 PP No.42/2007 tersebut disebutkan bahwa waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dalam rangka memasarkan barang atau jasa yang telah terbukti dapat dimanfaatkan oleh masyarakat (Baharun and Niswa, 2019) .

Menurut Jetro K. Libermanm dan George J. Siedel waralaba memiliki unsur – unsur sebagai berikut:

- a. Franchisee merupakan perjanjian timbal balik antara franchisor dengan franchisee
- b. Franchisee berkewajiban membayar free kepada franchisor

- c. Franchisee diizinkan menjual dan mendistribusikan barang atau jasa menurut cara yang telah ditentukan franchisor atau mengikuti metode bisnis yang dimiliki franchisor
- d. Franchisee menggunakan merk nama perusahaan.

Pandangan Islam Terhadap Permintaan Donasi

Dalam Islam donasi bisa disebut juga dengan infaq dan shadaqah. Sedekah dari kata shadq atau shidq kesungguhan, kebenaran, sesuai dengan kenyataan dan perkataan sebagai bukti kebenaran keimanan seseorang (Rea Yolanda Firdausa, Titin Suprihatin, dan Akhmad Yusup 2021). Menurut Ar Raghīb al Asfahani sedekah merupakan harta yang dikeluarkan oleh seseorang dalam rangka mendekatkan diri kepada Allah.

Sedekah juga bisa berupa harta atau non harta yang di keluarkan untuk kemaslahatan umum, sedekah dalam Islam pengertian, ketentuan-ketentuan serta hukumnya sama dengan infaq (Nur Aini and Mundir, 2020). Shadaqah adalah segala pemberian yang dengannya kita mengharap pahala dari Allah SWT. Pemberian (al-'athiyah) disini dapat diartikan secara luas, baik pemberian yang berupa harta maupun pemberian yang berupa sikap atau perbuatan baik, dengan sukarela dan tidak adanya Batasan waktu (Nofiaturrehman, 2018).

Sedekah hukumnya dibolehkan selama benda yang disedekahkan itu adalah milik sendiri, dari segi zatnya suci dan diperoleh dengan cara yang benar. Jika barang itu statusnya milik bersama atau orang lain, maka tidak sah benda itu untuk disedekahkan karena barang yang di sedekahkan harus di dasari oleh keikhlasan tanpa ada keterpaksaan dari pemiliknya (Rafi, 2019).

Terkait permintaan donasi ini harus memperhatikan aturan yang sesuai dengan syariat islam, agar pelaku transaksi tidak ada yang merasa dirugikan, dalam syariat Islam sudah jelas terkait larangan berbuat kecurangan, ketika permintaan donasi ini dilakukan maka pihak konsumen menyetujui atau tidak jika kembalian tersebut didonasikan, karena dalam akad kedua belah pihak harus saling ridha dan tidak ada unsur eksploitasi. Realita yang terjadi di masyarakat ada beberapa konsumen yang setuju dan ada yang tidak setuju terkait permintaan donasi ini. Faktor terjadinya hal tersebut karena pihak indomaret tidak memberi kejelasan terkait penyaluran donasi dan ada juga yang menganggap sepele karena nominal yang kecil.

Dalam kegiatan ini ada beberapa poin penting yang harus di perhatikan dalam transaksi yaitu, kebebasan berkehendak, tanggung jawab dan kejujuran. Berdasarkan Q.S An-Nissa:29 manusia diberi kebebasan untuk melakukan transaksi yang menjadi syarat perpindahan kepemilikan, dalam kegiatan permintaan donasi ini pelaku indomaret sudah menerapkan hal ini. Kembalian yang dijadikan donasi akan di salurkan kepada pihak yang membutuhkan serta tidak ada unsur eksploitasi

Permintaan Donasi Bisnis Waralaba Dalam Etika Islam

Indomaret merupakan bisnis waralaba yang menyediakan kebutuhan pokok sehari – hari. Lebih dari 3.500 jenis produk makanan dan non-makanan yang tersedia untuk memenuhi semua kebutuhan pelanggan sehari-hari, Selain itu mendapat

diskon khusus untuk berbagai produk yang ada di gerai indomaret. Pada sejumlah lokasi, jam operasionalnya sudah ada yang 24 jam nonstop setiap hari, indomaret sekarang mengembangkan 40 yang beroperasi 24 jam, hal tersebut akan mempermudah pelanggan untuk berbelanja dengan waktu yang tidak ditentukan, Indomaret mudah ditemukan di daerah perumahan, gedung perkantoran dan fasilitas umum karena penempatan lokasi gerai didasarkan pada motto “mudah dan hemat”.(Puspita, 2012).

Wawancara dengan Ibu Aminah mengatakan bahwa menyetujui uang kembalian tersebut di donasikan apabila benar – benar disalurkan kepada pihak yang membutuhkan karena ini juga bernilai ibadah, karena antrean yang cukup panjang, ibu ini tidak sempat menanyakan kepada kasir kemana donasi tersebut akan disalurkan. Selanjutnya wawancara kepada Bapak Hariyanto bahwasannya tidak mau mendonasikan kembaliannya dan tetap meminta meskipun nominal yang kecil.

Terkait permintaan donasi ini cara yang dilakukan oleh pihak Indomaret yaitu menawarkan kepada pembeli uang kembaliannya mau didonasikan atau tidak, terkadang ada pembeli yang setuju dan tidak setuju terkait tindakan tersebut. karena nominal yang kecil maka hal seperti ini di disepelekan, pihak indomaret tidak menyediakan uang kembalian yang nominalnya kecil, konsumen merasa malu untuk meminta, jadi mau tidak mau maka uang kembalian akan di donasikan. Faktor konsumen khawatir terkait permintaan donasi ini karena pihak indomaret tidak ada kejelasan terkait penyaluran donasi. Dalam prinsip etika Islam ada prinsip kejujuran, yang mana dalam permintaan donasi ini harus ada kejelasan penyalurannya. Pada Indomaret wongsorejo Banyuwangi kurang dalam penerapan prinsip ini, karena prinsip kejujuran dapat berdampak positif bagi penjual dan dapat menambah kepercayaan konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Ketika bisnis ialah aturan, baik dan buruk seseorang dalam berbisnis. Sedangkan etika bisnis Islam ialah aturan halal haram, baik dan buruk berbisnis sesuai dengan ajaran Agama Islam, oleh karena itu etika bisnis islam ini tuntunan yang berpedoman pada Al-Qur’an. Karena dalam berbisnis seseorang tidak hanya dituntun untuk mendapatkan keuntungan saja, tetapi bagaimana memperoleh keuntungan tersebut dengan cara yang benar yang sesuai dengan syari’at Islam yang mana harus menjauhi larangan dan mematuhi peraturannya. Etika dalam berbisnis adalah penerapan - penerapan ajaran Islam yang bersumber pada Al-Qur’an dan sunnah Rasulullah SAW.

donasi adalah sebuah pemberian pada umumnya bersifat secara fisik oleh perorangan atau badan hukum, pemberian ini mempunyai sifat sukarela dengan tanpa adanya imbalan bersifat keuntungan. Donasi dibolehkan selama benda yang disedekahkan itu adalah milik sendiri, dari segi zatnya suci dan diperoleh dengan cara yang benar. Agama Islam menganjurkan umatnya untuk bersedekah, bahwa setiap harta yang dimiliki manusia didalamnya juga terdapat hak orang lain dan harus di berikan kepada yang berhak menerimanya. Terkait uang kembalian yang di jadikan

donasi ini harus memperhatikan syariat Islam agar dalam transaksi tidak ada pihak yang dirugikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, Fitri. 2014. "Etika Bisnis Islam: Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil," *Jurnal Al - Iqtishad* 10. 116-125
- Anggita, E., Adelia, C., Pratiwi, S., Hasannah, N., Siregar, R.I., 2021. Etika dan Moral dalam Bisnis Islam 2, 11.
- Aulia, A.S., Fu'adi, R., 2022. Pengalihan Uang Sisa Belanja dengan Permen Perspektif Fiqih Muamalah. *J. Al-Hakim J. Ilm. Mhs. Studi Syariah Huk. Dan Filantr.* 4, 27-42. <https://doi.org/10.22515/alhakim.v4i1.4870>
- Azizah, Mabarroh. 2020. "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Daring Di Toko Online Shopee" *Jurnal Hukum Masyarakat Madani* 10 (1): 14.
- Baharun, H., Niswa, H., 2019. Syariah Branding; Komodifikasi Agama Dalam Bisnis Waralaba Di Era Revolusi Industri 4.0. *INFERENSI J. Penelit. Sos. Keagamaan* 13, 75-98. <https://doi.org/10.18326/infl3.v13i1.75-98>
- Butarbutar, Bosman. 2019. "Peranan Etika Bisnis Dalam Bisnis." *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 1 (2): 187-95. <https://doi.org/10.31933/jimt.v1i2.77>.
- Estijayandono, K.D., 2019. Etika Bisnis Jual Beli Online Dalam Perspektif Islam. *J. Huk. Ekon. SYARIAH* 3, 53-68. <https://doi.org/10.26618/j-hes.v3i1.2125>
- Farid, M., Zahroh, A., 2015. Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Perdagangan Sapi Di Pasar Hewan Pasirian. *J. Iqtishaduna* 6, 18.
- Fauzi, Inna. 2022. "Nisbah Akad Musyarakah Waralaba Indomaret di Indonesia: Perspektif MUI" *Az -Zaqa' Jurnal Hukum Bisnis Islam* 14 (2). 262-282
- Hasoloan, Aswand. 2018. "Peranan Etika Bisnis Dalam Perusahaan," *Jurnal Warta* 10. 23-30
- Marzuqi, A.Y., Latif, A.B., 2010. Manajemen Laba Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam. *J. Din. Ekon. Dan Bisnis* 7, 22. <https://doi.org/10.34001/jdeb.v7i1.121>
- Nofiaturrahmah, Fifi. 2018. "Penanaman karakter dermawan melalui sedekah." *ZISWAF : Jurnal Zakat dan Wakaf* 4 (2): 313. <https://doi.org/10.21043/ziswaf.v4i2.3048>.
- Nur Aini, Mundir, A., 2020. Pengelolaan Zakat, Infaq dan Sedekah dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Ekonomi Pelaku UMKM di BAZNAS Kota Pasuruan. *MALIA TERAKREDITASI* 12, 95-108. <https://doi.org/10.35891/ml.v12i1.2367>
- Puspita, Rizka Nuri. 2012. "Perbedaan Kepuasan Pelanggan Indomaret Dan Alfamaret," *Journal Of Social and Industrial Psychology* 7. 61-67
- Rafi, M., 2019. Living Hadis : Studi atas Tradisi Sedekah Nasi Bungkus Hari Jumat oleh Komunitas Sijum Amuntai. *J. Living Hadis* 4, 133. <https://doi.org/10.14421/livinghadis.2019.1647>
- Rena Yolanda Firdausa, Titin Suprihatin, Akhmad Yusup, 2021. Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Praktik Jual Beli Rejected Bumbu Mie Instant. *J. Ris. Ekon. Syariah* 1, 89-93. <https://doi.org/10.29313/jres.v1i2.441>

- Sati, Laras s. 2022. "Pengembalian Uang Belanja Konsumen Diganti Permen Pada Saat Transaksi." *jisos Jurnal Ilmu sosial* 1: 281–88.
- Saifullah, M., 2011. Etika Bisnis Islami Dalam Praktek Bisnis Rasulullah. Walisongo J. Penelit. Sos. Keagamaan 19, 127. <https://doi.org/10.21580/ws.19.1.215>
- Salim, A., 2018. Analisis Pemahaman dan Penerapan Etika Bisnis Islam Pedagang Pengepul Barang Bekas Di Kota Palembang. *Islam. Bank. J. Pemikir. Dan Pengemb. Perbank. Syariah* 4, 57–74. <https://doi.org/10.36908/isbank.v4i1.55>
- Wati, A., Paramansyah, A., Damayanthi, D., 2019. Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli: Studi Kasus Pasar Tradisional Pendopo Empat Lawang, Sumatera Selatan 2, 17.
- Wati, D., Arif, S., Devi, A., 2021. Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online di Humaira Shop. *El-Mal J. Kaji. Ekon. Bisnis Islam* 3, 141–154. <https://doi.org/10.47467/elmal.v3i1.654>
- Wiranatha, I Nyoman Oka, dan I Wayan Novy Purwanto. 2019 "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Pemberian Uang Kembalian Yang Tidak Sesuai Di Alfamart." *Jurnal Ilmu Hukum* 15 50-60