

# PENJUALAN SARUNG *NGGOLI* TENUN BIMA SECARA ONLINE DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

Asfin Waraihan\*<sup>1</sup>, Husnatul Mahmudah<sup>2</sup>, Sri Wahyunti<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Universitas Muhammadiyah Bima, Bima, Nusa Tenggara Barat, Indonesia

Email Korespondensi: \*<sup>1</sup>asfywarraihani9@gmail.com

## Abstract

*This study aims to examine how efforts to develop online sales of Nggoli sarongs admitted by UMKM business actors in Sangiang Village, Wera District, Bima Regency. This research was carried out using a qualitative method with the type of field research to obtain accurate and contextual data. Nggoli sarongs are one type of traditional Bima woven fabric that is quite in demand. The development of information and communication technology has opened new opportunities for the development of online sales of Bima woven Nggoli sarongs. Since the Covid-19 pandemic, most traditional factory weavers in Sangiang Village have implemented online sales through social media. By utilizing online sales, nggoli sarongs can be reached wide community. In this study, the researcher focuses on efforts to develop online sales of Nggoli sarongs, especially by women business groups. Data collection is carried out through observation, in-depth interviews and documentation. The results of the study show that (1) there is a significant increase by selling online using the Facebook application. Online sales of Nggoli sarongs have increased sales by 95% and have started to send their merchandise outside the Bima area. (2) Islamic economic views on the online sale of Bima woven sarongs. In the online sale of nggoli woven sarongs, it was found that there are elements of trust, responsibility, fairness and transparency. This is in accordance with the principles of buying and selling in Islam. Such a form of muamalah is allowed if it does not contain elements that are prohibited by Islam, such as usury, tyranny, fraud, and monopoly.*

**Key Words:** *Islamic Economics, Nggoli Weaving, Sales*

## PENDAHULUAN

Perkembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) telah menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, sebagaimana ditunjukkan oleh peningkatan jumlah unit usaha dan kontribusinya dalam penyerapan tenaga kerja (Resalawati, 2011). UMKM memegang peranan penting dalam perekonomian, terutama dalam menciptakan lapangan kerja dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal (Wahyunti, 2020). Namun, perkembangan kuantitatif ini belum diiringi dengan peningkatan kualitas yang memadai dalam operasional UMKM itu sendiri.

Di Desa Sangiang, UMKM menghadapi sejumlah permasalahan klasik yang menghambat kemajuan mereka. Salah satu isu utama adalah pemasaran yang kurang efektif dan keterbatasan informasi yang tersedia bagi pelaku usaha (Budiarto et al., 2018). Faktor-faktor yang berkontribusi terhadap permasalahan ini termasuk rendahnya kualitas sumber daya manusia (SDM) dalam manajemen organisasi, penguasaan teknologi yang masih sangat minim, serta lemahnya semangat kewirausahaan di kalangan pelaku UMKM (Apriandi et al., 2021).

Desa Sangiang di Kecamatan Wera, Kabupaten Bima, dikenal dengan keunikan budayanya, khususnya dalam pembuatan Sarung Nggoli Tenun Bima (Halilurahman et al., 2021). Sarung Nggoli Tenun Bima merupakan produk khas yang dibuat dengan teknik tenun tradisional. Pembuatan kain tenun ini tidak hanya memiliki nilai seni tinggi tetapi juga berperan penting dalam aspek sosial dan ekonomi masyarakat setempat (Juliyati & Rahman, 2023).

Di era Revolusi Industri 5.0 saat ini, penjualan produk menjadi aktivitas ekonomi yang sangat penting bagi masyarakat Indonesia (Mardiah et al., 2023). Penjualan, baik secara online maupun offline, merupakan instrumen krusial dalam memenuhi kebutuhan primer dan sekunder masyarakat serta dalam mengembangkan pemasaran produk (Sanjaya et al., 2020). Hal ini juga berlaku bagi produk Sarung Nggoli Tenun Bima yang telah dikenal di beberapa daerah termasuk Desa Sangiang.

UMKM di Kabupaten Bima, termasuk yang berada di Desa Sangiang, merupakan tulang punggung perekonomian lokal. UMKM Sarung Nggoli Tenun Bima di Desa Sangiang telah lama berdiri dan terus diajarkan secara turun-temurun untuk menjaga kelestarian seni tenun (Wahyudin & Rafiuddin, 2020). Di Desa Sangiang sendiri, terdapat sekitar 45 UMKM yang memproduksi Sarung Nggoli Tenun Bima, dan penelitian ini akan melibatkan 12 UMKM atau sekitar 27% dari total populasi.

Meskipun kualitas Sarung Nggoli Tenun Bima yang dihasilkan oleh UMKM di Desa Sangiang cukup baik, penjualannya masih tergolong rendah. Dalam beberapa tahun terakhir, penjualan Sarung Nggoli mengalami penurunan (Wahyudi & Kusdarini, 2020). Beberapa faktor yang menyebabkan hal ini antara lain kurangnya promosi dan pemasaran produk, baik secara offline maupun online, persaingan pasar yang ketat dari produk serupa di desa lain, serta harga Sarung Nggoli yang relatif mahal.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membuka peluang baru bagi pengembangan penjualan Sarung Nggoli Tenun Bima secara online. Di Desa Sangiang, sebagian UMKM sudah menerapkan penjualan online melalui berbagai platform seperti Tiktok, Instagram, Facebook, dan WhatsApp (Halilurahman et al., 2021). Dengan memanfaatkan penjualan online, Sarung Nggoli dapat dijangkau oleh masyarakat yang lebih luas, sehingga potensi pasar menjadi lebih besar (Nurjulaifa et al., 2022).

Pemanfaatan media online dalam penjualan Sarung Nggoli juga sejalan dengan prinsip ekonomi Islam. Jual beli online diperbolehkan selama tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah (Kamilah, 2022). Dahulu, sistem jual beli dikenal dengan barter dan transaksi perdagangan dilakukan secara langsung dan berhadapan-hadapan (Rosdiana & Mahmudah, 2019). Namun, dalam perkembangan teknologi kontemporer, orang dapat melakukan perniagaan dan transaksi melalui teknologi canggih atau yang biasa disebut dengan jual beli online (Fitria, 2017).

Dalam Islam, berbisnis secara online diperbolehkan selama tidak terdapat unsur-unsur riba, kezaliman, monopoli, dan penipuan. Rasulullah mengisyaratkan bahwa jual beli itu halal selagi suka sama suka (*antaradhin*) (Zurohman & Rahayu, 2019). Oleh karena itu, jual beli atau berbisnis melalui media online ini memiliki pengaruh positif karena dianggap praktis, cepat, dan mudah.

Di Indonesia, bisnis online syariah mulai berkembang seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya bisnis yang bersih, jujur, dan sesuai dengan hukum Islam (N. A. Mahmudah, 2012). Semakin banyak masyarakat yang sadar akan pentingnya menjalankan bisnis sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, menjadikan bisnis online berbasis syariah semakin relevan dan potensial (Salim, 2017).

Penjualan online memiliki potensi besar untuk meningkatkan akses pasar bagi produk-produk lokal seperti Sarung Nggoli Tenun Bima. Platform media sosial dapat membantu UMKM menjangkau konsumen yang lebih luas dan beragam (Rahmiati, 2023). Selain itu, penjualan online juga memungkinkan pelaku usaha untuk mengurangi biaya operasional dan meningkatkan efisiensi (Mardiah et al., 2023).

Hal penting bagi pelaku bisnis online adalah untuk memastikan bahwa praktik bisnis mereka tetap sesuai dengan prinsip-prinsip syariah (H. Mahmudah, 2018). Islam mengajarkan bahwa transaksi jual beli harus dilakukan dengan adil dan jujur, serta menghindari unsur-unsur riba, penipuan, dan ketidakpastian (*gharar*). Prinsip ini berlaku baik dalam transaksi konvensional maupun dalam transaksi online (Syahputra & Yoesoef, 2020).

Dalam bisnis online, transparansi dan keterbukaan informasi sangat penting untuk membangun kepercayaan konsumen (Putri et al., 2024). Pelaku usaha harus memberikan informasi yang jelas dan akurat tentang produk yang dijual, termasuk harga, kualitas, dan kondisi produk. Selain itu, pelaku usaha juga harus memperhatikan aspek etika dalam bisnis online (Pekerti & Herwiyanti, 2018). Penggunaan strategi pemasaran yang tidak jujur atau manipulatif dapat merusak reputasi bisnis dan mengurangi kepercayaan konsumen. Oleh karena itu, bagi UMKM untuk menjalankan bisnis mereka dengan integritas dan etika yang tinggi, sesuai dengan nilai-nilai Islam (Kurniawati, 2019).

Artikel ini penting karena memberikan gambaran tentang penjualan Sarung Nggoli Tenun Bima secara online ditinjau dari perspektif ekonomi Islam, dengan mencerminkan sebuah model perdagangan yang menggabungkan kemajuan teknologi dengan prinsip-prinsip ekonomi yang berbasis pada keadilan,

transparansi, dan etika. Dalam ekonomi Islam, transaksi bisnis harus dilakukan dengan menghindari unsur-unsur yang merugikan seperti riba (bunga), gharar (ketidakpastian), dan maysir (judi), serta mendorong pembagian keuntungan yang adil antara penjual dan pembeli. Penjualan sarung Nggoli Tenun Bima secara online berpotensi memperluas pasar dan memberikan kesempatan kepada pengrajin untuk meningkatkan pendapatan mereka dengan cara yang adil dan sah menurut prinsip syariah. Selain itu, keberadaan pasar online memungkinkan penjual untuk mengakses pasar global, sementara pembeli juga memperoleh kemudahan dalam bertransaksi. Pembahasan artikel ini diawali dengan mengkaji bagaimana UMKM di Desa Sangiang dapat mengoptimalkan penjualan Sarung Nggoli Tenun Bima secara online, serta memastikan bahwa praktik bisnis tersebut tetap sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Secara keseluruhan, penelitian ini berupaya untuk menggabungkan aspek teknologi dan prinsip syariah dalam praktik jual beli online, sehingga UMKM tidak hanya dapat bertahan tetapi juga berkembang dalam era digital yang terus berubah ini.

## LANDASAN TEORI

### Konsep Ekonomi Islam

Ekonomi Islam adalah ilmu dan penerapan ajaran serta aturan syariah yang mencegah ketidakadilan dalam pencarian dan eksplorasi berbagai sumber daya, untuk memberikan kepuasan lahir dan batin bagi manusia serta memungkinkan mereka menjalankan seluruh kewajiban mereka kepada Sang Pencipta dan masyarakat (Djakfar & SH, 2012). Ilmu ekonomi Islam adalah upaya sistematis untuk memahami masalah ekonomi dan perilaku manusia terkait masalah tersebut dari sudut pandang Islam. Sementara itu, pendapat lain mengungkapkan bahwa ilmu ekonomi Islam adalah respons para pemikir Muslim terhadap tantangan ekonomi pada masa mereka, yang bersumber dari al-Qur'an, As-Sunnah, serta akal dan pengalaman (Akramunnas & Syarifuddin, 2021).

Ekonomi Islam juga dapat diartikan sebagai kumpulan norma hukum yang bersumber dari Al-Qur'an dan hadits yang mengatur urusan perekonomian umat manusia, baik di lembaga masyarakat, sekolah, perkantoran, pondok pesantren, lembaga akademik Islam, dan kegiatan bisnis lainnya. Kemajuan ekonomi yang mencakup banyak hal, baik memberikan dampak positif maupun negatif, oleh karena itu praktik ekonomi Islam yang berkembang harus disertai dengan tujuan yang baik (Muhit et al., 2023).

Tujuan ekonomi Islam adalah secara konsisten mewujudkan maqasid syariah dan mengalokasikan sumber daya seperti dalam ekonomi konvensional (Bahsoan, 2011). Namun, tujuan utama ekonomi Islam (maqasid syariah) adalah meningkatkan kesejahteraan manusia dengan melindungi agama mereka (*din*), jiwa (*nafs*), akal (*aql*), keturunan (*nasl*), dan harta benda (*mal*) (Busyro, 2019).

Pemaknaan ekonomi Islam pada dasarnya mencakup nilai-nilai yang sesuai dengan pedoman yang terkandung dalam al-Qur'an dan hadits (Desiana & Afrianty, 2017). Prinsip ekonomi dalam perspektif Islam adalah landasan utama yang menjadi panduan dasar bagi setiap Muslim dalam berperilaku muamalah. Pedoman ini berlandaskan pada al-Qur'an dan hadits, yang membentuk kerangka ekonomi Islam dengan nilai-nilai etika dan norma. Prinsip-prinsip ini dijelaskan untuk memudahkan pemahaman aspek positif dan normatif dari ekonomi Islam (Idri, 2023).

Ketika manusia berusaha mencapai kesejahteraan, tujuan hidup mereka akan mencakup kebahagiaan di dunia dan akhirat, yang mengandung nilai-nilai yang berbeda dari ekonomi konvensional. Hal ini membentuk kaidah dasar fikih muamalah yang baik (Fakrurradhi, 2021). Prinsip-prinsip ekonomi Islam yang diterapkan dalam kehidupan sehari-hari akan menghasilkan dampak yang berbeda, sehingga ekonomi Islam tidak hanya bersifat normatif tetapi juga aplikatif (H. Mahmudah, 2018). Ekonomi Islam bertujuan mewujudkan tatanan kehidupan yang lebih baik ke depannya, dengan mempertimbangkan berbagai pendapat untuk memudahkan pemahaman aspek positif dan normatifnya (Djazuli, 2006).

Terdapat beberapa prinsip ekonomi Islam yang berkaitan dengan topik ini, diantaranya yaitu: (1) prinsip tauhid dan persaudaraan; (2) prinsip bekerja dan produktivitas; (3) prinsip keseimbangan; (4) prinsip distribusi berkeadilan (H. Mahmudah, 2018). Beberapa prinsip tersebut di atas merupakan nilai yang harus ada dalam praktik bermuamalah dalam Islam. Sehingga, hal-hal yang tidak mengandung beberapa prinsip di atas, akan dianggap tidak sesuai dengan kaidah dalam bermuamalah atau tidak sesuai dengan nilai ekonomi syariah (Fakrurradhi, 2021).

Sistem perekonomian adalah skema yang digunakan oleh suatu negara untuk mengatasi masalah-masalah ekonomi yang dihadapinya (Amir, 2021). Tujuan dari sistem ini adalah agar masalah ekonomi tersebut dapat diselesaikan tanpa menambah permasalahan baru. Meskipun demikian, hingga kini sistem ekonomi yang berlaku umumnya di lingkup negara-negara maju belum mampu menyelesaikan semua masalah, terutama dalam hal keadilan dan pemerataan bagi masyarakat (Akramunnas & Syarifuddin, 2021).

Konflik antara kapitalisme dan sosialisme telah mendorong para pemikir untuk mencari model ekonomi baru yang menggabungkan elemen-elemen terbaik dari kedua sistem tersebut (Bulkin, 1984). Model ekonomi ini sebenarnya dapat berdiri sendiri tanpa harus dianggap sebagai gabungan dari dua sistem ekonomi yang bertentangan (Amir, 2021).

Menurut Hegel, perbaikan dan perkembangan pemikiran mencapai bentuk terbaik melalui proses dialektik yang menggabungkan *thesa* dan *antithesa* menuju sintesa yang harmonis dan dinamis (Suryono, 2019). Negara-negara berkembang berusaha mengejar ketertinggalannya dengan menyerap elemen-elemen dinamis dari kedua sistem tersebut, daripada mencontoh bentuk ekstrem dari masing-masing sistem. Ini menunjukkan mengapa sistem ekonomi campuran muncul sebagai alternatif. Jika kedua sistem ekonomi memiliki kelemahan mendasar, maka menggabungkannya dianggap sebagai cara terbaik untuk membantu negara berkembang mengejar ketertinggalannya (Tho'in, 2015).

Sistem ekonomi campuran adalah perpaduan dari kapitalisme dan Marxisme. Di China, sistem ini dikenal sebagai ekonomi pasar sosialis (Maskuroh, 2020). Motif mencari keuntungan tetap penting dalam kegiatan ekonomi dan produksi, namun tidak menjadi segalanya seperti dalam kapitalisme. Tanpa motif keuntungan, tidak akan ada usaha, dan pertumbuhan ekonomi akan lambat jika motif ini ditekan seperti di negara komunis. Sistem ekonomi campuran tetap berbasis pada prinsip pasar, yang diatur oleh pemerintah dan dikendalikan oleh masyarakat (Al Arif & Amalia, 2016).

Selama ini, ekonomi Islam seringkali dianggap hanya terfokus pada masalah keuangan. Padahal, dalam sistem ekonomi Islam juga mencakup semua elemen ekonomi masyarakat, termasuk modal keuangan, produksi, distribusi, konsumsi, industri, perdagangan, buruh, sumber daya alam, manajemen, dan kesejahteraan (Islam, 2011).

### **Penjualan Online dalam Perspektif Hukum Islam**

Jual beli online adalah bentuk transaksi yang semakin populer di era digital. Transaksi ini memungkinkan penjual dan pembeli berinteraksi tanpa bertemu langsung, dilakukan melalui platform digital seperti situs web, aplikasi, atau media sosial (Priyono & Sari, 2023). Pada dasarnya, jual beli online diperbolehkan dalam Islam karena merupakan salah satu bentuk muamalah yang sah selama tidak mengandung unsur yang dilarang, seperti *riba*, kezaliman, penipuan, dan monopoli.

Terdapat beberapa kaidah-kaidah yang tercantum dalam Undang-Undang ITE yang mengatur e-commerce. Sehingga perlu menganalisis kaidah-kaidah e-commerce yang memiliki karakteristik hukum perjanjian, baik dalam Undang-Undang ITE maupun PP No. 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (Latianingsih, 2012). Asas-asas hukum perjanjian ini akan dievaluasi untuk menentukan posisi e-commerce dalam perspektif Undang-Undang ITE. Dalam Pasal 1 angka 2 UU ITE menyatakan bahwa transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya. Ketentuan ini menjelaskan ruang lingkup e-commerce sebagai perbuatan hukum yang dilakukan di dunia maya menggunakan media komputer, jaringan komputer, atau media elektronik lainnya (Khadafi, 2016).

Jual beli online atau dikenal dengan e-commerce bentuk perdagangan berbasis teknologi canggih, telah merevolusi perdagangan konvensional. Interaksi antara konsumen dan pelaku usaha yang sebelumnya dilakukan secara langsung kini dilakukan secara tidak langsung (Teviana et al., 2024). Dimensi e-commerce juga diatur dalam Pasal 9 UU ITE, yang menyatakan bahwa pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik harus menyediakan informasi lengkap dan benar mengenai syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan. Ini menekankan prinsip *the right to obtain information*, yaitu konsumen berhak mendapatkan informasi yang sebenarnya dari pelaku usaha, yang berkewajiban menyampaikan informasi tersebut kepada konsumen (Manzoor, 2010).

Dengan demikian, jelas bahwa semua kegiatan e-commerce di dunia maya tetap tunduk pada kaidah hukum yang dikenal dalam hukum Indonesia, yaitu hukum perdata. Prinsip ini dituangkan dalam Pasal 4 huruf c UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Perkasa et al., 2016).

Pasal 17 ayat (2) UU ITE menyatakan bahwa pihak-pihak yang melakukan transaksi elektronik harus beritikad baik dalam berinteraksi dan/atau bertukar informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik selama transaksi berlangsung. Pasal 1338 (3) KUHPperdata menyatakan bahwa perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik. Penulis percaya bahwa rumusan pasal ini menginspirasi para penyusun UU ITE untuk memasukkan prinsip itikad baik dalam mengatur aktivitas e-commerce sebagaimana tercantum dalam Pasal 17 ayat (2) UU ITE (Khadafi, 2016).

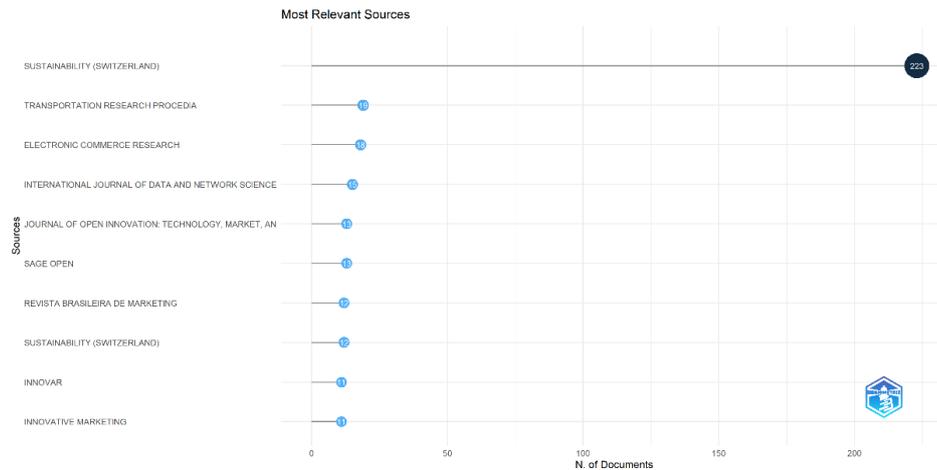
Dalam aturan perniagaan online, KUHPperdata dapat diterapkan secara analogis. Pasal 1313 KUHPperdata menjelaskan bahwa “suatu persetujuan adalah suatu perbuatan di mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih.” Untuk sahnya suatu kontrak, harus memenuhi syarat-syarat yang diatur dalam Pasal 1320 KUHPperdata, yaitu kesepakatan para pihak, kecakapan untuk membuat perjanjian, suatu hal tertentu, dan sesuatu sebab yang halal (Kurniawati, 2019).

Dalam aktivitas jual beli online, terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan dalam jual beli online dari perspektif penjualan syariah adalah sebagai berikut:

- a. Kejelasan barang; dikarenakan pembeli tidak dapat melihat barang secara langsung, maka penjual harus memberikan informasi yang jelas dan akurat mengenai barang yang dijual, termasuk spesifikasi, harga, dan kondisinya. Kejelasan ini membangun kepercayaan antara penjual dan pembeli, memastikan bahwa ekspektasi pembeli terpenuhi saat menerima barang. Selain itu, deskripsi yang jelas meminimalkan risiko pengembalian barang dan sengketa, karena pembeli telah memahami dengan jelas apa yang mereka beli. Kejelasan barang juga mencerminkan profesionalisme penjual dan meningkatkan reputasi mereka di pasar digital (Salim, 2017).
- b. Kejelasan akad; akad harus dibuat secara jelas dan tertulis untuk menghindari kesalahpahaman di kemudian hari. Akad yang jelas dan tertulis menjelaskan hak dan kewajiban kedua belah pihak, termasuk detail barang, harga, metode pembayaran, dan kebijakan pengembalian. Dengan adanya akad yang transparan, penjual dan pembeli memahami dengan tepat apa yang diharapkan dari transaksi tersebut. Hal ini memberikan perlindungan hukum bagi kedua belah pihak dan menjamin bahwa transaksi dilakukan sesuai kesepakatan. Akad yang jelas juga mencerminkan komitmen terhadap prinsip-prinsip keadilan dan kepercayaan, yang merupakan landasan utama dalam prinsip ekonomi syariah (Zurohman & Rahayu, 2019).
- c. Kejujuran dan amanah; penjual dan pembeli harus bersikap jujur dan amanah dalam bertransaksi. Penjual harus memberikan informasi yang benar mengenai kondisi barang, sementara pembeli harus membayar sesuai dengan kesepakatan. Dalam transaksi jual beli elektronik, kejujuran dan amanah sangat penting untuk membangun kepercayaan antara penjual dan pembeli. Transaksi dilakukan tanpa tatap muka dan pembeli tidak bisa memeriksa barang secara langsung, informasi yang diberikan penjual harus akurat dan transparan. Kejujuran memastikan bahwa pembeli menerima barang sesuai dengan deskripsi, mencegah penipuan dan kekecewaan. Amanah berarti penjual dan pembeli menjalankan tanggung jawab mereka dengan baik; penjual mengirim barang sesuai pesanan, dan pembeli membayar tepat waktu. Kejujuran dan amanah menciptakan lingkungan perdagangan yang adil dan harmonis, mengurangi konflik, dan meningkatkan reputasi kedua belah pihak dalam pasar digital (Fitria, 2017).

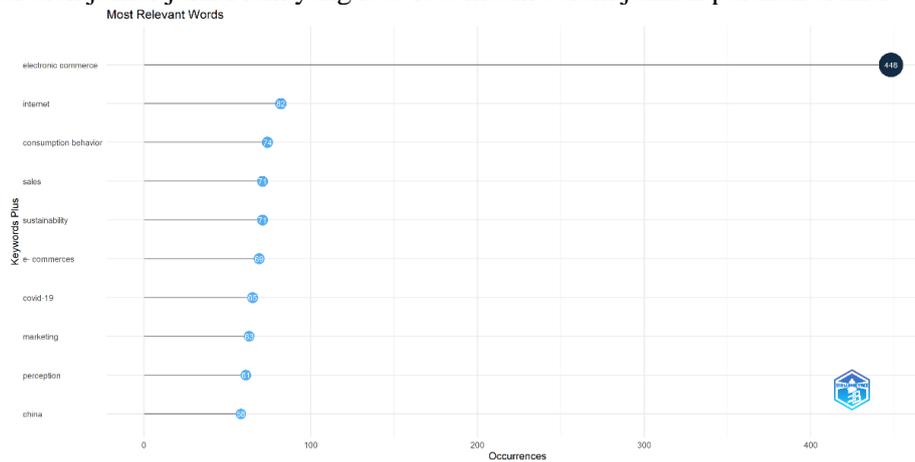
## Literatur Review

Tren topik dalam penelitian menunjukkan bahwa adanya pergeseran minat dan fokus para akademisi dalam mengkaji suatu persoalan. Dalam hal pengkajian tentang jual beli online dan perspektif ekonomi syariah, ditemukan relevansi terkait trend analisis ini. Dalam penelitian ini menggunakan metode analisis bibliometrik untuk menganalisis literatur review terkait jual beli online dalam perspektif syariah. Dapat dilihat dalam gambar berikut.



Gambar 1: Sumber Paling Relevan

Gambar diatas menunjukkan terdapat 10 jurnal yang memberikan kontribusi besar dalam membahas tentang jual beli online/e-commerce dan perspektif ekonomi syariah. Jurnal Sustainability (Switzerland) menonjol sebagai jurnal teratas yang konsisten mempublikasikan tentang tema ini yaitu sebanyak 223 artikel. Disusul oleh jurnal-jurnal lain yang rata-rata masih dalam jumlah puluhan artikel.



Gambar 2: Kata yang Paling Sering Muncul

Selanjutnya gambar di atas menunjukkan kata-kata yang paling sering muncul dalam kajian tentang jual beli online. Berdasarkan gambar, terdapat kata electronic commerce, internet, consumption behavior, sales, sustainability, e-commerces, covid-19, marketing, perception, dan china. Dari kata-kata yang paling sering muncul diatas, dapat diketahui bahwa perspektif ekonomi syariah masih sangat sedikit yang menganalisis terkait jual beli online. Sehingga dapat dikatakan bahwa penelitian ini masih sangat relevan dan memberikan wacana baru dalam perspektif ekonomi syariah.

## METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian yang berfokus pada penelitian lapangan, namun dalam memperoleh data, juga didukung oleh beberapa literatur atau referensi yang akurat (Nurjulaifa et al., 2022). Secara rinci, jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (field research), yang dilakukan di lingkungan nyata dan dalam konteks kehidupan sebenarnya (Dr, 2008).

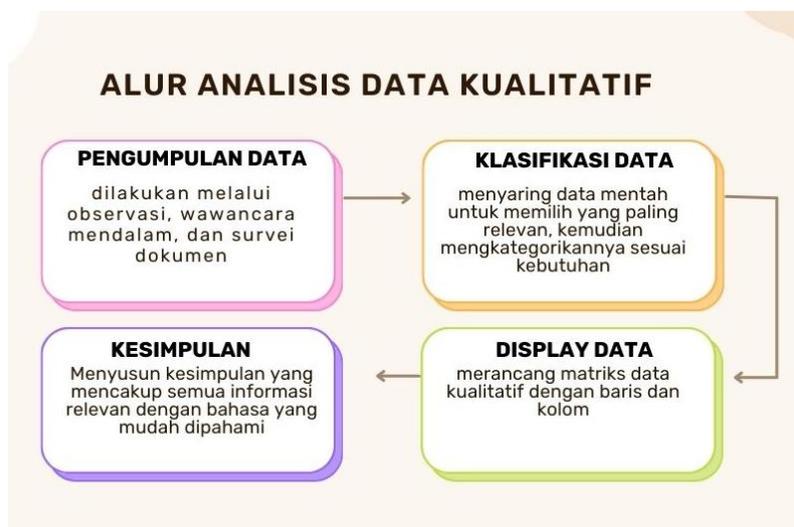
Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan fenomenologi. Menurut Martin Heidegger, pendekatan ini bertujuan untuk memahami dan mempelajari pengalaman hidup manusia, mencari kebenaran atau keberadaan dari pengalaman tersebut (Semiawan, 2010). Dengan pendekatan ini,

penulis dapat memahami bagaimana kejadian atau fakta yang ada di kalangan pelaku usaha tenun Sarung Nggoli Bima di Desa Sangiang, Kecamatan Wera.

Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari pelaku usaha UMKM tenun Sarung Nggoli Bima di Desa Sangiang, Kecamatan Wera, melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi langsung dari mereka.

Sedangkan analisis data menggunakan teknik analisis data kualitatif melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Pengumpulan data: dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan survei dokumen;
2. Reduksi dan klasifikasi data: menyaring data mentah untuk memilih yang paling relevan, kemudian mengkategorikannya sesuai kebutuhan;
3. Tampilan data: merancang matriks data kualitatif dengan baris dan kolom, serta menentukan jenis dan format data yang dimasukkan;
4. Menarik kesimpulan: Menyusun kesimpulan yang mencakup semua informasi relevan dengan bahasa yang mudah dipahami.



## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian meliputi hasil observasi lapangan, hasil wawancara mendalam dan analisis dokumentasi terkait dengan data-data reliabel dan telah diolah. Pembahasan terhadap hasil penelitian yang diperoleh disajikan dalam bentuk uraian teoritik dan deskriptif.

### Gambaran Lokasi Penelitian

Desa Sangiang, Kecamatan Wera, Kabupaten Bima, terletak di Jalan Lintas Wera Bima, Nusa Tenggara Barat. Desa ini berbatasan dengan Desa Ranga Solo di timur, gunung api Sangiang di timur laut, dan Desa Tadewa di barat. Awalnya, Desa Sangiang berada di kaki gunung api Sangiang, namun penduduknya pindah setelah letusan gunung tersebut. Nama Sangiang diambil dari gunung api yang berada di desa tersebut, yang terletak di pesisir Kecamatan Wera, menghadap langsung ke gunung Sangiang Api.

Perekonomian masyarakat Desa Sangiang tergolong menengah, dengan pekerjaan utama pria sebagai nelayan dan sebagian sebagai petani. Penghasilan utama diperoleh dari berlayar, sementara sebagian lain dari bertani bawang merah. Ibu-ibu di desa ini membantu mengolah sawah dan menenun sarung Nggoli ketika suami mereka berlayar, untuk memenuhi kebutuhan hidup hingga suami kembali atau panen bawang merah.

Ibu-ibu pelaku usaha UMKM Sarung Nggoli di Desa Sangiang sangat ramah, kreatif, dan tangguh. Menenun adalah kegiatan untuk melestarikan budaya turun-temurun, serta sebagai tambahan penghasilan selain bertani. Desa Sangiang memiliki 45 pelaku UMKM tenun Sarung Nggoli, dan penelitian ini akan melibatkan 27% atau 12 individu dari total populasi pelaku UMKM tersebut.

### Penjualan Online Sarung Nggoli Tenun Bima

Seiring dengan kemajuan teknologi yang semakin pesat, interaksi dan komunikasi jarak jauh menjadi lebih mudah melalui internet atau online. Hal ini juga berlaku untuk aktivitas jual beli, yang dulunya mengharuskan seseorang datang langsung ke lokasi. Di era modern ini, jual beli dapat dilakukan secara online. Jual beli online adalah transaksi barang atau jasa melalui media elektronik dengan koneksi internet (Nurjulaifa et al., 2022).

Pada dasarnya penjualan yang dilakukan oleh ibu-ibu pelaku usaha UMKM di Desa Sangiang ialah menjual Sarung Nggoli dagangannya secara langsung yaitu turun langsung di tiap Desa di sekitar. Dari banyaknya kendala dan hambatan terutama menurunnya hasil penjualan Sarung Nggoli ini maka munculah ide untuk menjual secara Online untuk meningkatkan hasil penjualan Sarung Nggoli tenun Bima.

Aktivitas penjualan online yang dilakukan oleh ibu-ibu pelaku usaha UMKM di Desa Sangiang berupa penjualan sarung Nggoli tenun Bima menggunakan handphone melalui platform e-commerce, seperti Facebook, Tiktok, shopee. Mereka berupaya mengembangkan penjualan dengan siaran langsung dan memposting foto sarung Nggoli hasil tenunan mereka. Langkah ini memudahkan aktivitas penjualan yang lebih maju, mengikuti perkembangan zaman, dan memperluas pasar sehingga dapat dijangkau oleh pengguna aplikasi tersebut. Penjualan online ini membantu ibu-ibu di Desa Sangiang mengembangkan penjualan Sarung Nggoli tenun Bima untuk masa depan.

Keterlibatan pengembangan penjualan Sarung Nggoli tenun Bima secara Online ini memberikan ide dan gagasan yang baru bagi para perempuan pelaku UMKM di Desa Sangiang untuk meningkatkan hasil penjualannya. Kontribusi penjualan Sarung Nggoli Bima secara Online memberikan manfaat dan hasil penjualan yang meningkat sehingga penjualan ibu-ibu di desa sangiang sebagiannya mengalami peningkatan dan perluasan pasar sehingga bisa di jangkau oleh orang banyak.

Penjual sarung Nggoli tenun Bima di Desa Sangiang memberikan kebebasan kepada konsumen untuk memilih barang sesuai keinginan tanpa ada paksaan. Salah satu keunggulan yang ditawarkan adalah konsumen diperbolehkan mengembalikan sarung yang sudah dibeli, asalkan sarung tersebut belum dijahit dan digunakan. Penjual tidak keberatan dengan pengembalian tersebut (S. Yanti, personal communication, January 13, 2024).

Pengembangan penjualan sarung Nggoli Bima secara online dapat dimanfaatkan secara maksimal dan berkelanjutan oleh ibu-ibu pelaku UMKM di Desa Sangiang. Melalui e-commerce yang merupakan aplikasi jual beli berbasis web, terdapat berbagai keuntungan, antara lain: bisnis tenun sarung Nggoli dapat dilakukan dengan cepat, efektif, hemat, dan pengiriman barang ke luar negeri menjadi lebih mudah

Seperti yang dilakukan oleh para penjual Sarung Nggoli Bima secara online di Desa Sangiang, penjualan online telah meningkatkan hasil penjualan hingga 95% dan memungkinkan pengiriman barang ke luar daerah Bima. Penghasilan dari menenun tergantung pada kecepatan mereka menyelesaikan satu sarung Nggoli, yang kemudian dijual secara online. Pendapatan penenun ini bisa mencapai Rp 4.000.000-7.500.000 per tahun, dengan modal yang dikeluarkan rata-rata Rp 1.000.000-1.500.000, tergantung pada jumlah sarung yang akan ditenun (F. Fatmah, personal communication, January 13, 2024).

Adapun tabel hasil penjualan Sarung Nggoli tenun Bima secara Online atara lain sebagai berikut:

No	Penjual	Jenis Barang	Terjual	Harga/Unit	Total
1	Anita	Sarung nggoli Pa'a	20	250.000	5.000.000

2	Ratna	Sarung Nggoli Songket	19	300.000	5.700.000
3	Sri yanti	Sarung Nggoli Songket	21	300.000	6.300.000
4	Fatma	Sarung Nggoli Pa'a	30	250.000	7.500.000
5	Fatimah	Sarung Nggoli Pa'a	22	250.000	5.500.000
6	Hanimah	Sarung Nggoli Pa'a	25	250.000	6.250.000
7	Rohana	Sarung Nggoli Pa'a	18	250.000	4.500.000
8	Sarwa	Sarung Nggoli Pa'a	22	250.000	5.500.000
9	Rugaya	Sarung Nggoli Pa'a	16	250.000	4.000.000
10	Rosida	Sarung Nggoli Pa'a	33	250.000	8.250.000
11	Hanafia	Sarung Nggoli Songket	19	300.000	5.700.000
12	Hj. Sartika	Sarung Nggoli Songket	20	300.000	6.000.000

Dari data penjualan di atas jumlah keseluruhan sarung Nggoli Pa'a dan Sarung Nggoli songket yang terjual sebanyak 265 dengan total pendapatan sebanyak 70.200.000 (tujuh puluh juta dua ratus ribu rupiah) dari keseluruhan hasil penjualan yang dilakukan pelaku usaha di desa Sangiang Kecamatan Wera selama satu tahun, dengan kisaran harga yang ditawarkan kepada konsumen senilai 250.000 dan 300.000 tergantung dari jenis sarung Nggoli yang diinginkan oleh calon konsumen.

Dalam menjual secara online tidak ada Waktu yang ditentukan untuk menenun maupun menjual Sarung Nggoli ini secara online, jika memiliki waktu luang ibu-ibu di Desa Sangiang selalu menyibukkan diri untuk menenun dan menjual Sarung Nggoli hasil tenunnya secara online. Bagi para perempuan di Desa Sangiang, menenun dan menjual sarung Nggoli ini secara online merupakan pekerjaan sampingan bukan pekerjaan tetap, jika ditinggalkan oleh suaminya yang berlayar mereka mengisi waktu untuk menenun dan menjual sarung secara online untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari. Bahkan dari hasil penjualan Sarung Nggoli yang mereka buat itu bisa untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka selama suaminya berlayar/loja dan bahkan ada juga yang mampu menyekolahkan anaknya sampai lulus sarjana dari hasil penjualan Sarung Nggoli hasil tenunnya.

Dengan aktifnya ibu-ibu dalam menenun dan menjual Sarung Nggoli secara online, penghasilan keluarga bertambah, sehingga kebutuhan primer, sekunder, dan tersier dapat terpenuhi. Hal ini memungkinkan keluarga untuk merasa lebih tenang dalam menjalani kehidupan spiritual dan material. Pelaku usaha UMKM Sarung Nggoli berperan penting dalam mengembangkan penjualan online, meningkatkan hasil penjualan, dan mengakses pasar yang lebih luas. Pengembangan penjualan secara online ini tidak hanya meningkatkan penghasilan, tetapi juga membantu menutupi pengeluaran keluarga dan memenuhi kebutuhan primer hingga tersier secara bertahap. Selain itu, dengan meningkatnya pendapatan dari penjualan Sarung Nggoli, ekonomi rumah tangga juga meningkat, memungkinkan ibu-ibu untuk menyisihkan sebagian uang untuk pendidikan anak-anak mereka, mulai dari sekolah dasar hingga perguruan tinggi.

### Penjualan Sarung Tenun Online Perspektif Ekonomi Syariah

Dalam ekonomi Islam, jual beli online diperbolehkan karena merupakan salah satu bentuk muamalah yang sah selama tidak mengandung unsur yang dilarang, seperti riba, kezaliman, penipuan, dan monopoli. Islam mendorong umatnya untuk berdagang, sebagaimana disebutkan dalam hadis Rasulullah

bahwa sembilan dari sepuluh pintu rezeki berasal dari perdagangan, yang memudahkan kita dalam menjemput rezeki. Allah menghalalkan jual beli selama tidak menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan (Salim, 2017). Terdapat etika dan aturan dalam jual beli untuk memastikan kesejahteraan semua pihak dan menghindari kerugian sepihak.

Prinsip penjualan online dalam ekonomi Islam mencakup empat hal (Fitria, 2017):

1. Amanah

Penjual dan pembeli harus menjalankan kewajibannya dengan penuh tanggung jawab dan dapat dipercaya. Misalnya, penjual Sarung Nggoli Bima di Desa Sangiang bertanggung jawab atas kerusakan barang dan memungkinkan pengembalian atau penukaran dengan yang baru.

2. Tanggung Jawab

Penjual bertanggung jawab atas kualitas dan keamanan produk serta memberikan layanan yang baik, sedangkan pembeli bertanggung jawab atas pembayaran produk. Di Desa Sangiang, penjual Sarung Nggoli Bima bertanggung jawab atas kerusakan barang selama belum dijahit dan dipakai oleh pembeli.

3. Keadilan

Hak dan kewajiban setiap pihak harus diberikan secara seimbang. Dalam penjualan, keadilan harus diterapkan dalam menentukan harga, kualitas produk, dan proses transaksi. Penjual di Desa Sangiang bersikap adil dan jujur dalam menjelaskan kondisi barang, harga, dan kualitasnya.

4. Transparansi

Jujur dalam menyampaikan informasi sangat penting untuk membangun kepercayaan antara penjual dan pembeli. Di Desa Sangiang, penjual transparan dalam memberikan informasi harga jual, tanpa perbedaan harga antar konsumen dan tanpa sistem pengklasifikasian harga (Fakrurradhi, 2021).

Menurut Fatwa DSN-MUI No. 24 Tahun 2017 tentang Bermuamalah Melalui Media Sosial, bahwa muamalah adalah mencakup pengembangan, penyebarluasan, konsumsi, dan penerapan teknologi informasi dalam interaksi antarpersonal. Menanggapi meningkatnya aktivitas belanja dan penjualan online, Islam memperbolehkan kegiatan tersebut asalkan tidak ada halangan yang sah. Namun, ada persyaratan yang harus dipenuhi saat melakukan jual beli online (Kamilah, 2022).

Berdasarkan hasil penelitian di Desa Sangiang, tidak ditemukan kecurangan atau penipuan oleh para ibu pelaku usaha UMKM dalam menjual Sarung Nggoli secara online. Mereka menjelaskan kondisi Sarung Nggoli secara jujur seperti yang diunggah di Facebook, Tiktok, atau yang lainnya. Jika pembeli merasa tidak puas dengan pesanan mereka, sarung tersebut bisa dikembalikan dan ditukar dengan yang lain sesuai keinginan, asalkan belum dijahit dan digunakan.

Hasil pengamatan menunjukkan bahwa para ibu di Desa Sangiang telah menjual produk mereka sesuai dengan prinsip ekonomi Islam dan syariah. Tidak ada unsur riba, kezaliman, paksaan, atau penipuan dalam transaksi tersebut. Pembeli diizinkan untuk mengembalikan dan menukar barang jika terdapat cacat atau ketidakcocokan pada jenis kain dan motifnya.

Pada dasarnya, semua bentuk muamalah diperbolehkan kecuali ada dalil yang mengharamkannya, dan dalam hal ini, tidak ada dalil yang mengharamkan jual beli online (Zurohman & Rahayu, 2019). Oleh karena itu, jual beli online diperbolehkan asalkan terdapat kesepakatan dan ketentuan yang jelas. Secara prinsip, semua bentuk jual beli diperbolehkan selama tidak melanggar hukum syariah dan tidak ada kecurangan antara kedua belah pihak, serta terdapat kesepakatan yang jelas. Syarat-syarat dasar diperbolehkannya jual beli online antara lain (Zurohman & Rahayu, 2019):

1. Tidak melanggar ketentuan syariah agama, seperti transaksi yang diharamkan, kecurangan, penipuan, dan monopoli. Larangan tersebut terdapat dalam surah Al-Baqarah: 275, 279 dan 278, Surah Ar-Rum: 39, Surah An-Nisa: 131.

2. Adanya kesepakatan antara penjual dan pembeli untuk mengatur jika terjadi sesuatu yang tidak diinginkan, baik itu kesepakatan atau pembatalan (*Fasakh*). Hal ini telah diatur dalam fikih mengenai

berbagai jenis opsi atau alternatif dalam akad jual beli (*Al-khiarat*) seperti *Khiar Almajlis* (hak pembatalan di tempat jika ada ketidaksesuaian), *Khiar Al'aib* (hak pembatalan jika terdapat cacat), *Khiar As-syarath* (hak pembatalan jika tidak memenuhi syarat), *Khiar At-Taghdir/Attadlis* (hak pembatalan jika terjadi kecurangan), dan *Khiar Alghubun* (hak pembatalan jika terjadi penipuan).

3. Adanya kontrol, sanksi, dan aturan hukum yang tegas dan jelas dari pemerintah atau lembaga yang berwenang untuk menjamin bahwa bisnis yang dilakukan melalui transaksi online memenuhi standar dan aturan yang berlaku.

Dalam surah an-Nisa 29 juga disebutkan untuk menghindarkan diri dari memakan hak milik orang lain, kecuali dengan jual beli. Ayat tersebut menjelaskan bahwa jual beli adalah aktivitas bisnis yang diharamkan dalam Islam, asalkan dilakukan berdasarkan kesepakatan bersama tanpa paksaan. Keuntungan yang diperoleh dari jual beli tersebut dianggap halal (Islam, 2011).

Secara ringkas, ayat-ayat dalam al-Qur'an mengajarkan bahwa Islam mendorong umatnya untuk mencari rezeki dengan cara yang baik dan halal, serta menghindari tindakan yang merugikan orang lain. Jual beli yang dilakukan dengan jujur dan adil adalah aktivitas ekonomi yang dianjurkan, sementara riba dan bentuk kecurangan dalam muamalah harus dihindari (Bahsoan, 2011).

## KESIMPULAN

Upaya pengembangan penjualan yang dilakukan oleh pelaku usaha UMKM di Desa Sangiang ialah melakukan inovasi dari yang semula hanya menjual secara konvensional, lalu beralih ke media penjualan digital. Pandemi Covid-19 tidak hanya memberi dampak buruk dalam jumlah populasi kehidupan manusia, namun juga memaksa masyarakat untuk mencari cara, bertahan dan mengembangkan potensi-potensi lebih yang ada untuk mengatasi segala kesulitan, terutama dalam sektor ekonomi.

Para pelaku UMKM sarung Nggoli tenun Bima mempromosikan lewat media-media sosial pada akhirnya membuahkan hasil yang signifikan. Dengan upaya pengembangan yang sudah dilakukan oleh ibu-ibu pelaku usaha UMKM Sarung Nggoli Bima ini selama 1 tahun terakhir di Thn 2023 sampai sekarang hasil penjualannya mengalami peningkatan sebanyak 95% dan mampu memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari.

Ekonomi Islam tidak meralang jual beli secara online selama itu dilakukan sesuai dengan prinsip penjualan secara syariah seperti amanah, tanggung jawab, kedilan, transparansi dalam melakukan jual beli, dan praktik jual beli yang dilakukan oleh pelaku usaha UMKM di Desa Sangiang sudah melakukan sesuai dengan prinsip penjualan syariah. Jual beli online Sarung Nggoli tenun Bima oleh para pelaku usaha UMKM di Desa Sangiang Kecamatan Wera diperbolehkan dalam Islam karena sudah memperhatikan prinsip-prinsip di atas. Jual beli yang dilakukan dengan jujur amanah, tanggungjawab, memperhatikan prinsip keadilan dan transparansi memberikan manfaat bagi kedua belah pihak baik pembeli maupun penjual.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bahsoan, A. (2011). *Mashlahah sebagai maqashid al syariah (tinjauan dalam perspektif ekonomi Islam)*. *Jurnal Inovasi*, 8(01).
- Budiarto, R., Putero, S. H., Suyatna, H., Astuti, P., Saptoadi, H., Ridwan, M. M., & Susilo, B. (2018). *Pengembangan UMKM antara konseptual dan pengalaman praktis*. Ugm Press.
- Bulkin, F. (1984). *Kapitalisme, Golongan Menengah dan Negara: Sebuah Catatan Penelitian*. *Prisma*, 2, 1-39.
- Busyro, M. A. (2019). *Maqashid al-syariah: Pengetahuan mendasar memahami masalah*. Prenada Media.
- Desiana, R., & Afrianty, N. (2017). *Landasan Etika Dalam Ekonomi Islam*. *Al-Intaj: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 3(1).
- Djakfar, H. M., & SH, M. A. (2012). *Etika bisnis: Menangkap spirit ajaran langit dan pesan moral ajaran bumi*. Penebar PLUS+.

- Djazuli, A. (2006). Kaidah-Kaidah Fikih: Kaidah-Kaidah Hukum Islam dalam Masalah-Masalah yang Praktis. *Jakarta: Kencana*.
- Dr, P. (2008). Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. *CV. Alfabeta, Bandung, 25*.
- Fakrurradhi, F. (2021). Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam Dalam Al-QurAn Menurut Tafsir Ibnu Katsir. *Al Mashaadir: Jurnal Ilmu Syariah, 2(2), 1–15*.
- Fatmah, F. (2024, January 13). Wawancara dengan Pelaku UMKM Sarung Nggoli Tenun Bima [Personal communication].
- Fitria, T. N. (2017). Bisnis jual beli online (online shop) dalam Hukum Islam dan Hukum Negara. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 3(01), 52–62*.
- Halilurahman, H., Tandriani, E., & Suniantara, I. K. P. (2021). Pengembangan E-Commerce Tembe Nggoli (Sarung) Khas Bima Berbasis Web Responsive di Desa Nata. *JTIM: Jurnal Teknologi Informasi Dan Multimedia, 3(2), 53–62*.
- Idri, H. (2023). *Prinsip-prinsip ekonomi Islam*. Prenada Media.
- Islam, P. P. (2011). *Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Juliyati, D., & Rahman, A. (2023). Kerajinan Tembe Nggoli Di Bima Nusa Tenggara Barat Dalam Prespektif Antropologi Fungsionalisme. *CEMERLANG: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis, 3(1), 212–224*.
- Kamilah, M. (2022). *PERJANJIAN JUAL BELI ONLINE DENGAN AKAD ISTISHNA DAN FREE ORDER PERSPEKTIF HUKUM ISLAM DAN HUKUM POSITIF INDONESIA* [PhD Thesis, Universitas\_Muhammadiyah\_Mataram].
- Khadafi, M. (2016). *Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi e-commerce (studi kasus e-commerce melalui sosial media Instagram)* [B.S. thesis, Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta].
- Kurniawati, A. D. (2019). Transaksi E-Commerce dalam Perspektif Islam. *El Barka: Journal of Islamic Economics and Business, 2(1), 90–113*.
- Latianingsih, N. (2012). Prinsip tanggung jawab pelaku usaha dalam transaksi elektronik menurut Undang-Undang Informasi Dan Transaksi Elektronik. *Ekonomi & Bisnis, 11(2)*.
- Mahmudah, H. (2018). IMPLEMENTASI PRINSIP EKONOMI ISLAM DALAM MENGHADAPI MEA (MASYARAKAT EKONOMI ASEAN). *J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah), 1(1), 43–54*.
- Mahmudah, N. A. (2012). Pengawasan Terhadap Bisnis Syariah di Indonesia. *Economic: Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam, 2(2), 24–46*.
- Manzoor, A. (2010). *E-commerce: An introduction*. Amir Manzoor.
- Mardiah, A., Sjah, T., & Sahidu, A. (2023). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN KAIN TENUN RUMAH PRODUKSI MEKAR SARI DI KECAMATAN RABA KOTA BIMA. *JURNAL AGRIMANSION, 24(2), 507–517*.
- Maskuroh, N. (2020). *Perbandingan Sistem Ekonomi*.
- Muhit, M., Herawan, J., Bisri, H., & Suntana, I. (2023). Philosophical Transcendentalism of Sharia Economic Law. *Al-Afkar, Journal For Islamic Studies, 6(3), 571–591*.
- Nurjulaifa, N., Wulandari, W., & Haryanti, I. (2022). Pemberdayaan Penenun Tembe Nggoli di Kabupaten Bima (Studi Kasus Desa Leu Kab. Bima). *Journal MISSY (Management and Business Strategy), 3(1), 15–19*.
- Pekerti, R. D., & Herwiyanti, E. (2018). Transaksi Jual Beli Online dalam Perspektif Syariah Madzhab Asy-Syafi'i. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi, 20(2)*.
- Perkasa, R. E., Nyoman Serikat, P., & Turisno, B. E. (2016). Perlindungan Hukum Pidana Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual/Beli Online (E-Commerce) Di Indonesia. *Diponegoro Law Journal, 5(4), 1–13*.
- Priyono, M. B., & Sari, D. P. (2023). Dampak Aplikasi Tiktok Dan Tiktok Shop Terhadap UMKM Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, 9(17), 497–506*.
- Putri, M. E., Zaelani, A. Q., Fasa, M. I., & Ronaldo, R. (2024). POTENSI DAN TANTANGAN MANAJEMEN PEMASARAN SYARIAH DALAM INDUSTRI MARKETPLACE HALAL DI INDONESIA. *ANALISIS, 14(01), 73–91*.

- Rahmiati, R. (2023). *Pengaruh digital marketing terhadap tingkat penjualan Kain Tenun Tembe Nggoli di Desa Kara Kecamatan Bolo Kabupaten Bima* [PhD Thesis, UIN Mataram].
- Resalawati, A. (2011). *Pengaruh perkembangan usaha kecil menengah terhadap pertumbuhan ekonomi pada sektor UKM di Indonesia*.
- Rosdiana, R., & Mahmudah, H. (2019). PANDANGAN HUKUM ISLAM TERHADAP JUAL BELI KACANG TANAH DENGAN SISTEM KARUNGAN (STUDI KASUS DESA MAWU KEC. AMBALAWI KAB. BIMA). *J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 2(2), 186–216.
- Salim, M. (2017). Jual Beli Secara Online Menurut Pandangan Hukum Islam. *Al Daulah: Jurnal Hukum Pidana Dan Ketatanegaraan*, 6(2), 371–386.
- Sanjaya, P. K. A., Hartati, N. P. S., & Premayani, N. W. W. (2020). Pemberdayaan pengelola badan usaha milik desa (BUMDes) berdikari melalui implementasi digital marketing system. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 65–75.
- Semiawan, C. R. (2010). *Metode penelitian kualitatif*. Grasindo.
- Suryono, A. (2019). *Teori dan strategi perubahan sosial*. Bumi Aksara.
- Syahputra, A., & Yoesoef, Y. M. (2020). Praktek Gharar pada endorsement produk di media sosial Instagram. *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah*, 5(2), 117–126.
- Teviana, T., Sienny, S., Hidayat, A., & Khaira, I. (2024). Implementasi Digital Marketing Menggunakan Platform E-Commerce dan Media Sosial Terhadap Masyarakat Dalam Melakukan Pembelian. *TIN: Terapan Informatika Nusantara*, 5(1), 63–72.
- Tho'in, M. (2015). Konsep Ekonomi Islam Jalan Tengah (Kapitalis-Sosialis). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 1(03).
- Wahyudi, A., & Kusdarini, E. (2020). Pengembangan Ekonomi Lokal Melalui Industrialisasi Tenunan Khas Bima 'Tembe Nggoli' di Provinsi NTB. *Jurnal Antropologi: Isu-Isu Sosial Budaya*, 22(2), 226–235.
- Wahyudin, A., & Rafiuddin, R. (2020). STRATEGI PENGEMBANGAN EKONOMI LOKAL UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING PADA UKM EKONOMI KREATIF SARUNG NGGOLI BIMA DESA TAWALI KECAMATAN WERA KABUPATEN BIMA. *J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 3(2), 303–321.
- Wahyunti, S. (2020). Peran strategis UMKM dalam menopang perekonomian Indonesia di Tengah Pandemi Covid-19. *J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 3(2), 280–302.
- Yanti, S. (2024, January 13). *Wawancara Pelaku UMKM Sarung Nggoli Tenun Bima* [Personal communication].
- Zurohman, A., & Rahayu, E. (2019). Jual Beli Online Dalam Perspektif Islam. *Iqtishodiyah: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(1).