

**GAMING MARKETPLACE OF METAVERSE: SISTEM JUAL
BELI MUSLIM MILENIAL PADA VIRTUAL GAME
HIGHRISE DALAM EKONOMI ISLAM**

Chadijah Haris

Institut Agama Islam Negeri Manado
chadijah.haris@iain-manado.ac.id

Misbahul Munir Makka

Institut Agama Islam Negeri Manado
Misbahulmakka66@gmail.com

Abstrak

Highrise menjadi salah satu metaverse bersifat virtual game yang digandrungi para anak muda tak terkecuali Muslim Milenial sebagai pengguna akun game Highrise. Selain bersifat sebagai sosial media, game ini juga dijadikan sebagai sarana jual beli sesama pengguna aplikasi. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan kreativitas anak-anak muda Muslim milenial dalam melakukan jual beli online dalam sebuah aplikasi virtual game online 'Highrise'. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan etnografi virtual. Peneliti mengumpulkan data dengan mengamati berbagai aktivitas di dalam virtual game ini serta melakukan wawancara lepas dengan beberapa pengguna akun Highrise. Hasil yang didapatkan adalah para pengguna akun game Highrise melakukan dua model jual beli yakni jual beli item models dan buiding room. Jual beli ini dilakukan dengan menggunakan mata uang Highrise Gold. Sistem transaksi ini dilakukan dengan tiga cara yakni Post/Storefront, Spin Grab dan Black Market. Dalam sistem game ini juga sering disalahgunakan dalam hal cheating/scam dalam melakukan jual beli bahkan hal ini dilakukan juga oleh Muslim juga.

Kata kunci: Highrise, jual beli online; metaverse, virtual game

PENDAHULUAN

Zaman semakin berkembang dan teknologi semakin mempermudah proses aktivitas manusia salah satunya aktivitas jual beli. Mulai dari e-commerce (Kolotylo-Kulkarni et al., 2021), sosial media (Choi et al., 2020) bahkan aktivitas jual beli sudah masuk pada ranah game (Chou, 2019). Tentunya aktivitas jual beli ini bisa dilakukan dari modal yang kecil, sehingga menjadi tanda bahwa peluang usaha para pemuda milenial apalagi Muslim semakin luas mulai dari ranah lokal sampai internasional.

Dunia metaverse dijadikan wadah orang-orang dalam melakukan aktivitas ekonomi layaknya dunia nyata. Misalnya game Roblox (Lamba & Malik, 2022) yang sudah di unduh lebih dari 500 juta pengguna di seluruh dunia menjadi *marketplace* bagi para anak-anak muda sampai orang dewasa. Metaverse yang lain juga seperti Decentraland (Li & Chen, 2022) menjadi sarana bisnis yang menjanjikan dimana pembelian dilakukan menggunakan cryptocurrency. Ada juga game Sandbox (Afi & Ouiddad, 2021) dan Axie Infinity (Delic & Delfabbro, 2022) pernah menjadi layanan game dengan pembelian aset tertinggi. Artinya virtual game atau metaverse ini tidak bisa dipandang remeh temeh karena memiliki peluang besar dalam ekonomi digital sekarang ini. Meskipun ada beberapa virtual game sebagai marketplace yang dibahas namun peneliti belum melihat penelitian yang membahas tentang game Highrise ini apalagi konsep perdagangan yang ada di Highrise berbeda dengan virtual game yang lain.

Highrise merupakan virtual game serupa yang dapat menjadi marketplace bagi anak-anak muda milenial. Hasil observasi peneliti ternyata banyak juga para milenial muslim memainkan game ini. Mereka memainkan game ini selain sebagai sarana sosial juga sebagai sarana bisnis. Berdasarkan wawancara dengan beberapa pemain, mereka ternyata mampu menghasilkan jutaan rupiah dalam sebulan dengan jualan di game ini. Teknik jual beli yang dilakukan pada game ini beragam sehingga menarik untuk dibahas lebih lanjut.

Penelitian ini mengeksplorasi sistem dagang pada game Highrise dan melihatnya dari sisi ekonomi Islam. Ini sangat menarik melihat banyaknya populasi Muslim yang sudah memasuki dunia metaverse (Fikri et al., 2022; Tadros, 2010). Penelitian ini juga dapat menjadi sumber rujukan baik dalam usaha maupun kajian penelitian berkaitan dengan marketplace.

METODE

Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif (Moleong, 2021) dengan menggunakan pendekatan etnografi virtual (Ida, 2018). Maksud pendekatan ini adalah menganalisa/mengamati aktivitas internet dalam hal ini aplikasi game Highrise khususnya pada sisi ekonomi perdagangan para pengguna

akun game tersebut. Data dikumpulkan melalui observasi/pengamatan terhadap aktivitas pemain dalam game ini, selain itu 20 Muslim pengguna akun game dalam hal ini bersedia menjadi informan dalam memberikan informasi aktivitas berdagang pada game Highrise. Wawancara tersebut dilakukan di dalam media game ini. Analisis pada penelitian ini adalah analisis deskriptif dengan pemikiran induktif (Nugrahani, 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Highrise sebagai Simulator Kehidupan Nyata

Highrise merupakan virtual game yang mengutamakan fashion. Selain itu game ini bisa dijadikan media sosial. Pemain game ini dibebaskan melakukan apa saja selama tidak bertentangan dengan ketentuan game ini salah satunya adalah melakukan komunikasi negatif dengan pemain lain. Tujuan game ini adalah memperkuat persahabatan di seluruh dunia melalui Highrise.

“Ini adalah dunia saku yang imersif tempat Anda dapat bermain, bertemu orang baru, menyesuaikan avatar Anda, dan menikmati banyak pengalaman hebat di metaverse (Highrise, 2022b).”

“Kami senang menyatukan orang melalui bermain di Highrise. Itu sebabnya kami membanggunya! Persahabatan yang dibentuk oleh ribuan orang di Highrise setiap hari itulah yang mendorong kami untuk menciptakan dunia yang istimewa ini. Dan kami berencana untuk terus membangun dan mengembangkan dunia kami selama mungkin (Highrise, 2022b).”

Berdasarkan pengalaman bermain game ini, peneliti menemukan beberapa keunggulan permainan ini yang bisa memancing minat pemain,

1. Bertemu orang baru dan berteman.
2. Merancang kamar dan pengalaman unik untuk dinikmati semua orang di Highrise.
3. Bergabung dengan Kru dan berpartisipasi dalam berbeagai event unik untuk memenangkan item spesial.
4. Mendekorasi avatar dan menemukan 1000 pakaian avatar unik.

“Highrise adalah tempat yang aman untuk berteman dan membangun pengalaman. Ini bukan tempat untuk segala jenis konten atau perilaku yang menggambarkan atau memuaskan secara seksual. Berbagi postingan teks, foto, video, audio, atau berpartisipasi dalam obrolan NSFW tidak diperbolehkan, dan akan mengakibatkan penangguhan permanen jika ditemukan perilaku tidak pantas yang terus-menerus (Highrise, 2022b).”

Agar terwujudnya kenyamanan dalam bermain, baik dalam berkomunikasi dan lain-lain. Pihak menentukan berbagai aturan yang wajib dipatuhi para pemain. Pihak Highrise bertindak keras kepada pemain yang melanggar aturan ini.

Berkaitan media sosial pada game ini memiliki fitur mengikuti layaknya media sosial yang lain yang uniknya bagi peneliti adalah banyaknya pemain yang mengikuti dipengaruhi oleh penampilan avatar, semakin unik avatar yang di posting maka semakin tinggi sosial pemain di mata pemain lain. Untuk memperoleh penampilan avatar yang menarik maka tentu memerlukan item/pakaian yang unik. Banyak cara untuk mengumpulkan item/pakaian tersebut mulai dari mengikuti event setiap pekan, proses tukar menukar item dengan pemain lain, spin grab dan beli dengan menggunakan Gold (g). Gold didapatkan dengan cara melakukan pembelian kepada developer dengan harga yang beragam.

Table 1. Cash Store

Jumlah Gold	Harga Pembelian
990 g	Rp. 74,000,00
2,000 g	Rp. 149,000,00
4,350 g	Rp. 299,000,00
11,880 g	Rp. 790,000,00
25,740 g	Rp. 1,486,301,00

Sumber: Highrise Store (Highrise, 2022a).

Ternyata hal tersebut merupakan peluang bagi para pemain untuk mencari keuntungan secara nyata hanya dengan melakukan pola tertentu dalam game ini. Banyak orang mengeluarkan uangnya untuk fashion di dunia metaverse.

Penampilan sangat berpengaruh terhadap system sosial pada game ini. Berkaitan dengan pada Muslim, pihak game memberikan item yang menarik perhatian para-Muslim. Item tersebut menjadi sasaran pasar Muslim khususnya Muslimah bahkan menjadi harga pasar yang tinggi karena harganya yang mahal.

“Ada item/pakaian seperti hijab, gamis, kemeja dan sorban yang biasa dikenakan oleh Muslim dijual di sini dan itu lumayan mahal (wawancara, username: Vanyaaa, 6 Novemver 2022).”

Selain itu pengembangan sosial media pada Highrise juga dipengaruhi oleh desain ruangan/rumah yang ada pada akun pemain. Semakin menarik ruangan tersebut, maka semakin banyak juga pemain lain yang datang diruangan tersebut kemudian para pemain akan saling berkomunikasi di ruangan tersebut dan saling follow akun satu sama lain.

“Desain room atau rumah kita harus dibuat semenarik mungkin karena hal tersebut membuat orang lain tertarik untuk masuk dan bisa saja

berkomunikasi dengan kita, bahkan ada yang sampai membayar jasa desain dengan gold untuk membangun rumahnya itu (wawancara, username: BrokenDummy, 6 November 2022).”

Menarik digaris bawah ini adalah kegiatan-kegiatan yang dilakukan dalam game ini dijadikan peluang para pemain dalam bisnis. Banyak pemain ingin memperindah ruangan/rumah mereka dalam game ini untuk memancing perhatian pemain lain. Peneliti menyimpulkan bahwa perkembangan media sosial bahkan telah sampai pada dunia virtual “Metaverse” telah menumbuhkan kreatifitas para milenial dan pergaulan sosial yang terjadi semakin meluas karena game ini.

Marketplace Highrise

Aktivitas dalam permainan ini ternyata mampu dijadikan peluang dalam mencari pendapatan. Berdasarkan hasil wawancara ditemukan bahwa banyak pemain rela mengeluarkan uang mereka untuk meningkatkan fashionable mereka. Uang yang dikeluarkan dalam permainan ini beragam mulai dari membeli gold, item, membangun ruangan/rumah bahkan membeli akun orang lain.

“Saya sering mengumpulkan item dari event yang muncul tiap pekannya dan menahan item tersebut sampai harga item tersebut sudah layak dijual (wawancara, username: Kawahara, 9 November 2022).”

Tipe-tipe item dalam Highrise beragam dan memiliki standar harga jual masing-masing. Tipe-tipe tersebut yakni common, uncommon, rare, epic, legendary. Harga itemnya pun sama beragam mulai dari yang murah dan yang paling mahal. Sejarah Highrise mencatat penjualan item tertinggi adalah Medusa Ring dengan harga 1,7 M Gold jika dihitung dalam rupiah bisa mencapai 500jt rupiah. Item mahal yang serupa juga adalah Phoenix Rise dan Love Struck Eyes yang mencapai 1 M Gold. Cara penjualan item para pemain dalam game ini bermacam-macam. Berdasarkan hasil wawancara disebutkan cara tersebut meliputi post/SF (storefront), Spin Grab, Black Market.

Table 2. Tipe-tipe item dan standar harga

Tipe	Harga		
	Post	Spin Grab	Black Market
Common	10 g – 50 g	10 g	150 g
Uncommon	20 g – 50 g	10 g -15 g	150 g
Rare	30 g – 100 g	20 g – 50 g	150 g
Epic	300 g – 500 g	200 g – 500 g	500 g
Legendary	1000 g – 2000 g	700 g -1500 g	2000 g

Sumber: Observasi Virtual June-Oktober 2022

Post/SF (Storefront)

Item yang didapatkan baik melalui event kemudian dijual melalui postingan Highrise. Banyak pemain lebih memilih lewat post karena harganya yang beragam dan bisa dilakukan tawar menawar dan juga barter item. Sehingga sangat besar market penjual melalui cara tersebut.

“Kami dan juga pemain yang lain juga sering memposting item jualan. Agak sulit untuk membuat item tersebut laku terjual dengan menguntungkan karena banyak pemain melakukan postingan item yang sama dengan item yang bahkan lebih murah dan tidak menguntungkan (wawancara, username: _renata1, 9 November 2022).”

“Postingan sangat bermanfaat bagi penjualan, cara yang mudah memungkinkan pembeli adalah dengan memberi tagar seperti #explorer #selling #buying #sfexplorer (wawancara, username: _renata1, 9 November 2022).”

Post maupun Storefront merupakan konsep marketing dalam Highrise dengan cara melakukan postingan. Bedanya adalah Post bisa dilakukan mention dan lain-lain sedangkan storefront hanya sekedar menunjukkan item yang dijual ketika pemain lain membuka profil penjual dan dilakukan privat message.

Spin Grab

Selain itu, pemain juga melakukan sistem Spin Grab yakni dengan menaruh beberapa item yang dimiliki dan menunggu pemain lain melakukan spin. Cara ini terbilang efektif namun pemain harus menentukan harga dan item yang memumpuni agar pemain lain tertarik. Selain itu sulit juga mengundang pemain lain untuk datang melakukan spin. Oleh karena itu sistem Highrise memberikan fitur ‘Boost’ yang harus dibeli pemain. Fitur tersebut membuat ruangan/rumah yang berisi grab item akan disorot di pencarian utama dan memungkinkan lebih banyak pemain lain datang.

“Kami sering mengadakan spin grab untuk penjualan item cepat. Karena banyak item yang tidak dijadikan sasaran utama pembelian, oleh karena ini dilakukan konsep spin ini dengan memasukan item yang menarik sebagai pemancing agar item yang susah untuk laku tersebut bisa terjual (wawancara, username: Kawahara, 9 November 2022).”

“Token boost dibeli untuk membuat lebih banyak pemain masukdi room kita. Berkaitan harga dalam spin minimal 10 Gold saja untuk sekali spin dan dari 10 Gold itu kita mendapat keuntungan 7 Gold, karena 30% dari hasil penjualan adalah pajak developer (wawancara, username: Bolbol_, 8 November 2022).”

Model penjualan seperti ini bermanfaat untuk menjual item yang tidak terpakai sama sekali. Namun perlu disadari teknik dalam melakukan penjualan

tersebut, yakni tidak serta merta memasukan seluruh item yang ada, perlu ada item yang menjadi sasaran utama pemain lain untuk melakukan spin.

“Banyak sekali camper yang ikut melakukan spin jika item yang tersisa epic yang lumayan mahal harganya jika dijual atau sebagai pemancing grab kita sendiri, namun para camper dengan enak tinggal menunggu sisa item tersebut dan langsung di spin, padahal kami sudah mengeluarkan banyak gold untuk mengincar item itu juga (wawancara, username: laluna5, 5 November 2022).”

Kecurangan-kecurangan seperti ini menjadi hal yang lumrah dalam game ini. Kehati-hatian yang dilakukan para pemain pun masih kurang cukup karena dalam melakukan spin. Sangat sulit menentukan para camper. Sehingga banyak pemain lebih memilih membeli dibanding melakukan spin.

Black Market

Fitur Black Market disediakan sebagai Marketplace utama dalam game ini. Pemain dapat menjual item yang dimiliki, namun harga item tersebut harus disesuaikan dengan harga yang ditentukan oleh pihak Highrise. Harga yang terdapat di Black Market bersifat dinamis, kadang naik dan juga turun.

“Black Market sangat bermanfaat dalam permainan ini, dengan adanya black market, kita mudah menjual item di sana tanpa perlu melakukan tawar menawar dengan pembeli, namun sayangnya harga di dalam black market sering naik turun jadi harus diperhatikan setiap waktu (wawancara, username: Mikha2220, 12 November 2022).”

“Saat berdagang, kami selalu menyarankan untuk menggunakan sistem perdagangan etalase kami atau Pasar Gelap musiman. Pastikan untuk meninjau jendela perdagangan sebelum mengonfirmasi perdagangan Anda (Highrise, 2022b).”

Keunggulan dari Black Market ini adalah keamanan bagi penjual dan pembeli dalam melakukan transaksi. Melakukan transaksi di luar Black Market memiliki resiko terjadinya penipuan (scam) baik dari penjual atau pembeli.

Kecurangan pemain

Penipuan ini diistilahkan “scamming” yaitu melakukan manipulasi sosial dalam perdagangan demi keuntungan sendiri (Duxbury & Haynie, 2021). Manipulasi yang dilakukan diantaranya; menghapus item yang ditawarkan di jendela perdagangan pada detik terakhir; mengirim pesan tip palsu di jendela obrolan; meminta informasi akun Anda dengan alasan apapun; dan menawarkan pembayaran atau barang tukar lainnya di luar Highrise. Beberapa contoh yang terjadi pada model penipuan adalah c:

1. Meminjam Gold atau barang dengan janji mengembalikannya nanti
2. Memberi seseorang Gold atau barang terlebih dahulu dan membiarkan mereka membayarnya nanti
3. Pemesanan barang dengan pembayaran deposit
4. Menjanjikan untuk membayar melalui tip setelah barang diperdagangkan
5. Merancang kamar atau membuat karya seni dengan imbalan emas atau barang
6. Acara atau hadiah buatan pemain dengan biaya masuk atau hadiah

“Saya pernah mengalami penipuan, waktu itu pernah dilakukan proses trading item, pihak pembeli awalnya menunjukan item yang akan ditukar. Selanjutnya terjadi saling sepakat satu sama lain. Pihak pembeli meminta untuk dilakukan proses penguncian item terlebih dahulu, disinilah proses penipuan terjadi, pembeli dengan cepat langsung menerima item tersebut dan melakukan pembatalan trading selanjutnya dilakukan pemblokiran sehingga sudah tidak komunikasi sama sekali (wawancara, username: Gothic_55, 12 November 2022)”

Istilah tersebut disebutkan sebagai metode perdagangan alternatif (Bilan et al., 2019). Oleh karena hal ini tidak dilarang oleh pihak Highrise namun tidak akan bertanggung jawab atas kerugian tersebut (Highrise, 2022b), maka perlu kehati-hatian untuk itu. Jika dianalisa lebih lanjut dapat disimpulkan bahwa diantara model pembelian item yang terekomendasi adalah Black Market.

Selain scamming, kecurangan pemain juga disebut para pemain sebagai “camper”. Istilah ini disebut kepada para pemain yang melakukan Spin Grab. Para camper melakukan spin di saat sisa-sisa item terakhir. Keuntungan dari camper ini adalah item terakhir menjadi item yang paling menarik dalam spin grab. Penjual berusaha menyisahkan item menarik diakhir spin grab. Disebut curang di sini karena pemain lain harus berupaya dan mengeluarkan banyak gold untuk melakukan spin, namun di sisi lain para camper langsung mengambil sisanya tanpa perlu mengeluarkan modal yang banyak juga.

Ekonomi Islam memandang positif negatif terhadap marketplace di dalam Highrise

Sisi positif dari game online ini, selain bisa dijadikan hiburan, permainan ini sering juga dijadikan sebagai ladang bisnis, dikarenakan game ini memiliki nilai jual (Ermawati et al., 2021). Selain itu peneliti merangkum dampak positif dari virtual game yakni pengalaman berkembang karena akses tak terbatas dalam metaverse sehingga pemain bisa berekspresi lebih jauh dan meningkatkan produktivitas dirinya sendiri (Dwivedi et al., 2022; Golf-Papez et al., 2022).

Melihat kacamata Islam, transaksi jual beli pada game Highrise tidak bertentangan apabila rukun dan syarat serta prinsip jual beli dalam ekonomi Islam, hal tersebut dilihat dari transaksi yang terjadi berdasarkan terpenuhinya rukun dan

syarat jual beli, suka sama suka antara penjual dan pembeli (Wahyuni, 2022). Namun begitu, perlu kehati-hatian penjual dan pembeli untuk menjauhi masalah yang muncul dikemudian hari. Dalam sistem jual beli secara online, kendala yang dihadapi adalah masalah penipuan (Chau et al., 2006). Barang tidak diberikan padahal sudah dibeli begitu juga sebaliknya. Tidak sedikit korban merasa tertipu dengan sistem perdagangan online ini (Ba, 2001).

Menurut Nafiah (2022) ekonomi Islam tidak hanya mengatur tentang prinsip melainkan kebijakan. Artinya ekonomi Islam merangkul berbagai aspek kehidupan tidak terkecuali mengenai metaverse. Penjelasan lebih lanjut Islam memandang marketing dalam metaverse sebagai Sukuk Murabahah yang termasuk pada Islam Kovenisional (Katterbauer et al., n.d.). sistem transaksi dalam Highrise termasuk pada sistem Sukuk Murabahah dimana kedua pihak saling sepakat atas harga dan item yang ditransaksikan. Alasan lainnya adalah item yang dijadikan sebagai alat transaksi bisa dijadikan sebagai investasi karena harga itemnya yang bersifat dinamis.

Peneliti dapat menilai ekonomi Islam mengisi seluruh aspek kehidupan bahkan masih bisa berhubungan dengan kehidupan tidak nyata seperti metaverse ini. Kasus lain terjadi pada game Dota II dilihat dari jasa “joki” akun yang diperbolehkan dalam ekonomi Islam (Andrian & Aziz, 2018) dan juga pada jual beli akun Mobile Legends (Ermawati et al., 2021), sistem transaksi tidak bertentangan dengan konsep ekonomi Islam selama keduanya sepakat dan tidak merugikan salah satu pihak.

KESIMPULAN

Ada tiga model penjualan yang dilakukan para milenial Muslim di dalam game ini yakni item models, spin grab dan account selling. Kebanyakan para pemain suka melakukan pembelian item models sebagai investasi yakni membeli item tersebut dengan harga di bawah dan menunggu item tersebut menjadi naik karena menjadi salah satu item limitide edition atau item old. Namun ada juga penipuan pada game ini yang sering dilakukan demi keuntungan yang lebih banyak dan ini juga ternyata dilakukan oleh milenial Muslim. Penipuan sering dilakukan pada model penjualan spin grab dengan cara memasukan item murah dan satu item langka sebagai pemancing, setelah banyaknya pemain yang telah melakukan spin, maka “room gram” tersebut dimatikan secara tiba-tiba sehingga hal tersebut sangat merugikan pemain yang melakukan spin. Berdasarkan konsep ekonomi Islam, transaksi item Highrise termasuk pada sistem Sukuk Murabahah. Selama kesepakatan kedua pihak yang tidak merugikan pihak manapun masih diperbolehkan dalam sistem ekonomi Islam. Pada dasarnya, prinsip-prinsip ekonomi Islam mendorong kemajuan ekonomi makro serta merangkul para pelaku ekonomi mikro dengan tetap memiliki hak-hak yang diatur dalam ekonomi Islam dalam kaitan metaverse ini konsep transaksi seperti Highrise ini memiliki hak yang diatur dalam Syariah dan Fiqh salah satunya Sukuk Murabahah.

REFERENSI

- Afi, F. El, & Ouiddad, S. (2021). Consumer engagement in value co-creation within virtual video game communities. *Management & Marketing*, 16(4).
- Andrian, S., & Aziz, A. (2018). Tinjauan Hukum Ekonomi Islam Terhadap Transaksi Jual Beli Game Online Dota 2. *Skripsi, Fakultas Syariah. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Surakarta*.
- Ba, S. (2001). Establishing online trust through a community responsibility system. *Decision Support Systems*, 31(3), 323–336.
- Bilan, Y., Rubanov, P., Vasylieva, T. A., & Lyeonov, S. (2019). The influence of industry 4.0 on financial services: Determinants of alternative finance development. *Polish Journal of Management Studies*.
- Chau, D. H., Pandit, S., & Faloutsos, C. (2006). Detecting fraudulent personalities in networks of online auctioneers. *European Conference on Principles of Data Mining and Knowledge Discovery*, 103–114.
- Choi, J., Yoon, J., Chung, J., Coh, B.-Y., & Lee, J.-M. (2020). Social media analytics and business intelligence research: A systematic review. *Information Processing & Management*, 57(6), 102279.
- Chou, Y. (2019). *Actionable gamification: Beyond points, badges, and leaderboards*. Packt Publishing Ltd.
- Delic, A. J., & Delfabbro, P. H. (2022). Profiling the Potential Risks and Benefits of Emerging “Play to Earn” Games: a Qualitative Analysis of Players’ Experiences with Axie Infinity. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 1–14.
- Duxbury, S. W., & Haynie, D. L. (2021). Shining a Light on the Shadows: Endogenous Trade Structure and the Growth of an Online Illegal Market. *American Journal of Sociology*, 127(3), 787–827.
- Dwivedi, Y. K., Hughes, L., Baabdullah, A. M., Ribeiro-Navarrete, S., Giannakis, M., Al-Debei, M. M., Dennehy, D., Metri, B., Buhalis, D., Cheung, C. M. K., & others. (2022). Metaverse beyond the hype: Multidisciplinary perspectives on emerging challenges, opportunities, and agenda for research, practice and policy. *International Journal of Information Management*, 66, 102542.
- Ermawati, E., Nadiyah, R., & Nurdin, N. (2021). Analisis Transaksi Jual Beli Account Game Online Mobile Legends menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Mobile Legends Community Hero di Palu). *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(1), 1–20.
- Fikri, M., Indriana, Rajiah, S., Irwani, R. N., & Hasan, M. A. (2022). The Chalnges and Opportunities of Islamic Education in the Era of Metaverse. *Proceedings of the 1st International Conference of Actual Islamic Studies (1st ICAIS 2022)*.
- Golf-Papez, M., Heller, J., Hilken, T., Chylinski, M., de Ruyter, K., Keeling, D. I., & Mahr, D. (2022). Embracing falsity through the metaverse: The case of synthetic customer experiences. *Business Horizons*, 65(6), 739–749.
- Highrise. (2022a). *Shop*. Join Highrise. <https://joinhighrise.com/shop>
- Highrise. (2022b). *What are the Highrise Community Guidelines?* Highrise Pocket World Support. <https://highrise.helpshift.com/hc/en/3-highrise--->

- your-avatar-community/faq/4-what-are-the-highrise-community-guidelines/#:~:text=We don't allow any,a safe experience on Highrise.
- Ida, R. (2018). Etnografi virtual sebagai teknik pengumpulan data dan metode penelitian. *The Journal of Society and Media*, 2(2), 130–145.
- Katterbauer, K., Syed, H., Cleenerwerck, L., & Genc, S. Y. (n.d.). Islamic finance in the metaverse--a meta-finance framework for supporting the growth of Shariah-compliant finance options in the metaspaces. *EUCLID.Int.*
- Kolotylo-Kulkarni, M., Xia, W., & Dhillon, G. (2021). Information disclosure in e-commerce: A systematic review and agenda for future research. *Journal of Business Research*, 126, 221–238.
- Lamba, S. S., & Malik, R. (2022). Into the metaverse: Marketing to Gen Z consumers. In *Applying Metalytics to Measure Customer Experience in the Metaverse* (pp. 92–98). IGI Global.
- Li, S., & Chen, Y. (2022). How non-fungible tokens empower business model innovation. *Business Horizons*.
- Moleong, L. J. (2021). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Nafiah, N. (2022). Internalisasi Nilai Ekonomi Islam sebagai Ekosistem Ekonomi di Era Metaverse. *Journal of Islamic Economics (JoIE)*, 2(1), 82–97.
- Nugrahani, F. (2014). Metode penelitian kualitatif. *Solo: Cakra Books*, 1(1), 3–4.
- Tadros, M. (2010). E-hijab: Muslim Women in the Metaverse. *International Journal of Learning and Media*, 2(2–3).
- Wahyuni, S. (2022). Analysis of Online Buying and Selling Transactions Through the Shopee Application Based Islamic Economic Perspective. *Point Of View Research Management*, 3(1), 42–54.