

ANALISIS E-COMMERCE DALAM PRESPEKTIF EKONOMI ISLAM

Muhammad Ifandi¹, Sumarjoko², Eko Sariyekti³

Institut Islam Nahdlatul Ulama (INISNU) Temanggung^{1,2,3}

Email: mifandi161@gmail.com¹, sumarjoko.kusumo@gmail.com²,
ekosariyekti.pt@gmail.com³

Abstrak

Perubahan kultur dalam kehidupan sehari-hari dipengaruhi oleh adanya kemajuan teknologi, informasi, dan perkembangan computer. Hal ini melahirkan juga pola baru dalam dunia perdagangan. Di jama sekarang, andalan yang diterapkan oleh Masyarakat secara luas yaitu e-commerce (electronic commerce). Kendari berbagai kemudahan yang ditawarkan oleh teknologi ini, namun muncul juga kekhawatiran-kekhawatiran Masyarakat Indonesia yang beragama Islam terkait hukum fikihnya. Penelitian memiliki tujuan menganalisis transaksi e-commerce dalam prespektif ekonomi syariah. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara teknis, transaksi e-commerce, baik itu jual-beli barang atau jasa, dapat dianalogikan dengan jual-beli al-salam, yang telah disyariatkan sejak awal Islam melalui Sunnah Nabi saw. Penggunaan e-commerce di Indonesia diizinkan selama kedua belah pihak saling paham. Selain itu, artikel ini bertujuan untuk memberikan pedoman umum untuk pengguna e-commerce dalam menjalankan bisnis.

Kata Kunci: Bai' as-salam, E-Commerce, Ekonomi Syariah.

Abstract

Cultural changes in daily life are influenced by advances in technology, information, and computer development. This also gave birth to a new pattern in the world of commerce. Nowadays, the mainstay that is widely applied by society is e-commerce (electronic commerce). Despite the various conveniences offered by this technology, there are also concerns of Indonesian Muslims regarding its fiqh law. The research aims to analyze e-commerce transactions in the perspective of Islamic economics. The results of the analysis show that technically, e-commerce transactions, whether it is the sale of goods or services, can be analogized to the sale of al-salam, which has been legalized since the beginning of Islam through the Prophet's Sunnah. The use of e-commerce in Indonesia is permitted as long as both parties understand each other. In addition, this article aims to provide general guidelines for e-commerce users in conducting business.

Keywords: Bai 'as-salam; E-Commerce; Islamic Economics

A. Pendahuluan

Pada era globalisasi saat ini, penguasaan teknologi menjadi prestise dan indikator kemajuan suatu negara. Negara dengan penguasaan teknologi tinggi dianggap maju, sedangkan negara yang tidak dapat menyesuaikan diri dengan kemajuan teknologi sering disebut sebagai negara gagal. Perkembangan teknologi informasi secara tidak langsung mengubah cara orang berpikir, khususnya masyarakat Islam tentang cara mereka menggunakan media online.¹

Layanan online ini mendorong cara baru dalam menjalankan aktifitas sehari-hari, yang dikenal sebagai "e-life", yang berarti kebutuhan elektronik telah mempengaruhi kebutuhan di dunia saat ini. Istilah-istilah ini seperti "e-commerce", "e-library", "e-government", "e-biodiversitas", "e-laboratory", dan masih banyak lagi yang menggunakan kata e atau elektronik.²

Perkembangan teknologi memengaruhi Indonesia. Ini ditandai dengan semakin menjamurnya bisnis online. Dimulai dari menawarkan barang, memasarkan, hingga bertransaksi, e-commerce telah mengubah cara penjual dan pembeli bertransaksi. Semuanya dilakukan tanpa batas waktu dan jarak, dan tanpa pertemuan langsung.³

Selain itu, ada banyak website e-commerce yang tidak hanya berbayar tetapi juga gratis, sehingga tidak ada alasan bagi bisnis untuk tidak berbisnis melalui platform ini. E-commerce yang berkembang di Indonesia seperti Shopee, tokopedia, Blibli, bukalapak dan Lazada.⁴

Indonesia memiliki potensi yang sangat besar untuk mengembangkan transaksi e-commerce dan menawarkan berbagai kemudahan untuk pelanggannya karena negaranya yang sangat luas dan terdiri dari banyak pulau. Tetapi kita harus ingat bahwa Indonesia adalah negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia. Oleh karena itu, kita harus mengingat aturan hukum Islam tentang cara berinteraksi dengan orang lain.

Banyak bentuk transaksi baru yang belum dibahas dalam fikih klasik. Banyak usaha manusia berkaitan dengan barang dan jasa. Para ulama menyebutkan lebih dari 25 jenis transaksi dalam hal jual beli, seperti inah (transaksi dengan pembayaran di belakang), urban (transaksi dengan pengikat uang muka), jual-beli ahlul-hadhar (orang kota) dengan al-badi

¹ Niken Puspitasari, Akbil Mastufatul Fariyah, and Safira Nuris Samsil Mufidah, 'Resiko Globalisasi Di Masyarakat Dalam Sektor Pertanian Menurut Perspektif Anthony Giddens', *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora*, 1.2 (2023), hlm. 245–62, doi:10.47861/tuturan.v1i2.259.

² Amelia Rizky, 'Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Pada Situs Muslimgaleri.Co.Id Berdasarkan Perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Hukum Ekonomi Syariah' (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018) <<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/42939>>.

³ Muhammad Su, Andika Pramukti, and Fakultas Ekonomi dan Binis, 'Jual Beli Dalam Praktek Affiliate Marketing Pada E-Commerce Perspektif Akuntansi Syariah (Studi Kasus Pada Perusahaan Shopee Indonesia)', *YUME : Journal of Management*, 7.1 (2024), hlm. 293–306.

⁴ Cut Devi Maulida Sari and Rusma Setiyana, 'Sosialisasi Digital Marketing Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)', *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Darma Bakti Teuku Umar*, 2.1 (2020), hlm. 63, doi:10.35308/baktiku.v2i1.2050.

(orang desa), khiyar, jual-beli ushur dan tsamar (buah-buahan), salam (pesanan), istishna (pemesanan membuat barang), rahn (gadai), kafalah (jaminan), wakalah (perwakilan), syirkah (perserikatan).⁵

Karena Islam adalah agama universal yang terus-menerus mengatur akidah, syariah, dan akhlak secara menyeluruh, setiap muslim diberi pedoman untuk melakukan kegiatan transaksi *e-commerce*. Karena ekonomi adalah bagian penting dari hubungan manusia.

Ekonomi menjadi dasar untuk memenuhi kebutuhan dan kesejahteraan seseorang. Jika dalam ekonomi konvensional, kesejahteraan diartikan sebagai memenuhi kebutuhan untuk mencapai kepuasan pribadi, maka dalam ekonomi Islam, kesejahteraan dilihat dari sudut pandang yang lebih luas. Konsep pemikiran sosio ekonomi Al-Ghazali adalah dasar dari konsep kesejahteraan sosial dalam ekonomi Islam. Dalam bukunya *Ihyā "Ulūm al-Dīn"*, Imam Al-Ghazali mengatakan bahwa kesejahteraan masyarakat dapat dicapai hanya jika lima tujuan dasar manusia tercapai: agama, jiwa, akal, harta, dan keturunan. Berangkat dari latar belakang ini, penulis tertarik meneliti tentang bagaimana transaksi *e-commerce* dalam perspektif ekonomi syariah.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini mengguankan metode studi pustaka (*library research*). Metode ini melibatkan mengumpulkan data dan mempelajari penelitian sebelumnya dalam jurnal dan karya ilmiah yang terkait dengan subjek penelitian ini. Setelah itu, data dikumpulkan sebagai data primer dan data sekunder untuk dilakukan analisis kualitatif.⁶ Setelah itu, data tersebut dipresentasikan secara deskriptif, menguraikan masalah yang terkait dengan transaksi *e-commerce* dari sudut pandang ekonomi syariah.

C. Hasil dan Pembahasan (Bold)

1. *E-commerce* Prespektif Ekonomi Syariah

E-commerce adalah proses pembelian, penjualan, dan pemasaran barang serta jasa melalui sistem elektronik menggunakan komputer atau teknologi digital sebagai perantara transaksi bisnis antara pelanggan dan perusahaan.⁷

Dalam *e-commerce*, proses bisnis dilakukan melalui jaringan komputer dan komunikasi. Salah satu definisi populer dari *e-commerce* adalah penggunaan internet dan komputer dengan browser Web untuk membeli dan menjual barang. Siapapun yang memiliki komputer, terhubung ke internet, dan memiliki cara untuk membayar barang atau jasa yang

⁵ Rahman Taufiqur, *Buku Ajar Fiqih Muamalah Kontemporer* (Academika Publication, 2021).

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&B Dan Penelitian Pendidikan)*, ed. by Apri Nuryanto, 3rd edn (Alfabeta, 2019).

⁷ Rudi Yacub and Wahyu Mustajab, 'Analisis Pengaruh Pemasaran Digital (Digital Marketing) Terhadap Brand Awareness Pada E-Commerce', *Jurnal MANAJERIAL*, 19.2 (2020), 198–209, doi:10.17509/manajerial.v19i2.24275.

mereka beli, dapat berpartisipasi dalam *e-commerce*.⁸

Sesuai dengan definisi para ahli di atas, istilah "e-commerce" didefinisikan sebagai proses jual beli yang dilakukan melalui internet, dengan website sebagai platform untuk melakukannya.

E-commerce dapat dibagi menjadi beberapa jenis yang masing-masing memiliki karakteristik berbeda-beda dari satu dengan yang lainnya. Penggolongan e-commerce dibedakan sebagai berikut:

- a. *Business to Consumer* (B2C);
- b. *Business to business* (B2B);
- c. *Consumer to Consumer* (C2C);
- d. *Peer-to-peer* (P2P);
- e. *Mobile Commerce* (M-Commerce).⁹

Jenis e-commerce yang dibahas dalam tulisan ini adalah jenis *Business to Consumer* (B2C), yang mencakup transaksi antara bisnis dan konsumen (B2C) yang mencakup jual, beli, dan pemasaran produk kepada pembeli melalui media internet melalui penyedia layanan *e-commerce* seperti Shopee, Lazada, dan JD.ID. Dalam kedua jenis *e-commerce* ini, lembaga perbankan berfungsi sebagai pihak yang menangani proses pembayaran.

Perusahaan *e-commerce* dapat bertahan tanpa mengandalkan kualitas produk saja. Mereka juga dapat bertahan dengan tim manajemen yang handal, pengiriman yang tepat waktu, pelayanan yang bagus, struktur organisasi bisnis yang baik, jaringan infrastruktur dan keamanan, desain situs web yang bagus, dan harga yang kompetitif. Mereka juga dapat menyediakan pelanggan dengan layanan pembelian yang tanggap, cepat, dan ramah. Mereka juga dapat menyediakan informasi barang dan jasa yang mudah diakses.¹⁰

Produsen dapat memilih jenis bisnis dan skala yang mereka inginkan dengan *e-commerce*. Dengan menggunakan teknologi informasi *e-commerce*, mereka dapat memilih untuk mengembangkan target pasar ke pasar global atau hanya fokus pada segmen pasar tertentu. Dengan menggunakan *e-commerce*, mereka juga dapat mengubah daftar harga atau menyesuaikan produk atau jasa yang mereka tawarkan. Selain itu, produsen dapat terinformasi secara cepat melalui website mereka. Dengan *e-commerce*, hal-hal yang biasanya memerlukan waktu yang lama untuk dilaksanakan atau diintegrasikan menjadi lebih cepat.

Adapun manfaat dari *e-commerce* sebagai berikut:

- a. Manfaat sebagai penjual:

⁸ Pradani Ayu Widya Purnama and Teri Ade Putra, 'Perancangan Sistem Penjualan Berbasis Web (E-Commerce) Pada Toko DMX Factory Outlet Dengan Menggunakan Bahasa Pemrograman PHP-MYSQL Dan Java Script', *Riset Dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 5.1 (2020), 129–33.

⁹ Lailatul Husna, 'Menilik Transaksi E-Commerce Dari Perspektif Islam', *Qonun Iqtishad EL Madani Journal*, 1.2 (2023), 84–91, doi:10.55438/jqim.v1i2.46.

¹⁰ Yuda Syahidin and Mira Veranita, 'PENJUALAN PRODUK SECARA ONLINE (Studi Kasus PT Sakura Bandung) YUDA SYAHIDIN', 9.1 (2014).

- 1) Jangkauan lebih luas;
 - 2) Biaya operasi yang lebih rendah;
 - 3) Jam buka sepanjang hari;
 - 4) Time-to-market yang lebih cepat;
 - 5) Efisiensi pengadaan;
 - 6) Hubungan pelanggan yang lebih baik;
 - 7) Harga produk yang lebih rendah;
 - 8) Dan tidak perlu membayar pajak atau biaya operasi fisik.
- b. Manfaat sebagai pembeli adalah:
- 1) Dapat belanja kapan saja dan di mana saja;
 - 2) Ada lebih banyak pilihan barang dan jasa;
 - 3) Menghemat waktu;
 - 4) Harga lebih murah;
 - 5) Pengiriman cepat;
 - 6) Informasi yang lebih akurat;
 - 7) Informasi yang tersedia;
 - 8) Dapat membeli barang lintas wilayah;
 - 9) Tidak dikenakan pajak penjualan.¹¹

2. Hukum dan Perundangan tentang *E-Commerce*

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem Dan Transaksi Elektronik juga mengatur transaksi *E-Commerce*. Peraturan ini secara rinci membahas pelaku yang melakukan transaksi, objek, dan pengawas. Selain itu, undang-undang ini mengatur hak pembeli dalam kasus di mana barang yang mereka terima tidak sesuai dengan deskripsi yang dijelaskan penjual dalam penawaran (PP RI No. 82 Tahun 2012).¹² Meskipun pihak konsumen dilindungi secara hukum, mereka harus berhati-hati saat melakukan hubungan kontraktual online karena perjanjian dapat dibuat dengan pihak yang berbeda kewarganegaraan.

Setiap usaha yang dilakukan dalam Islam harus dilakukan menurut ketentuan hukum yang berlaku sehingga tidak ada kelompok atau pihak yang dirugikan. Dengan demikian, usaha atau kegiatan bisnis tidak boleh menyimpang dari syariat Islam dan ketentuan umum yang berlaku di negara tersebut. Setiap usaha yang merugikan seseorang atau melanggar undang-undang akan dikenakan sanksi. Di sisi lain, transaksi dalam Islam dianggap batal (tidak sah).¹³

Dalam bidang muamalah, ada asas hukum Islam yang dikenal sebagai asas kebolehan atau mubah. Asas ini menunjukkan bahwa setiap hubungan perdata, termasuk hubungan muamalah, dapat dilakukan

¹¹ Selvina Adoe Vera, *Buku Ajar E-Commerce* (CV Feniks Muda Sejahtera, 2022).

¹² R. I Pemerintah, *PERATURAN PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA NOMOR 82 TAHUN 2012 TENTANG PENYELENGGARAAN SISTEM DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK*, 2012.

¹³ Larasati Dhinarti and Firda Amalia, 'E-Commerce Dalam Perspektif Fiqh Muamalat', *Conference on Islamic Management, Accounting, and Economics (CIMAEE) Proceeding*, 2 (2019), 162–69.

selama tidak ada yang dilarang oleh Al-Quran dan Sunnah. Ini menunjukkan bahwa Islam memberikan kesempatan yang luas kepada mereka yang berminat untuk mengembangkan berbagai bentuk dan jenis hubungan perdata yang sesuai dengan perkembangan zaman dan kebutuhan manusia. Berdasarkan kemampuan tersebut, sekarang telah berkembang suatu cara untuk menjalankan bisnis atau perdagangan melalui media elektronik, yang lebih dikenal sebagai *e-commerce*.¹⁴

Para ulama dalam literatur fiqih menjelaskan bahwa perdagangan terdiri dari dua tindakan, yaitu jual (*al-bayl*) dan beli (*asy-syira*), yang saling terkait. Oleh karena itu, jual-beli diartikan sebagai pertukaran harta dengan harta lain dengan pemindahan hak milik.¹⁵

Sebagai alat pertukaran, jual beli membutuhkan tiga syarat untuk dianggap sah menurut syara'. Menurut mayoritas ulama, syarat jual beli adalah adanya orang yang bertransaksi, lafal ijab dan qabul, dan barang yang diperjualbelikan serta nilai tukar atau pengganti barang.¹⁶

Dalam perspektif Islam, *e-commerce* memiliki definisi yang mirip dengan perdagangan konvensional. Namun, ada beberapa undang-undang dan peraturan yang mengatur transaksi ini agar sesuai dengan syariat Islam, seperti yang disebutkan dalam Alquran:

“Apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.”(Q.S. Al- Jumuah: 10)

Ayat di atas menunjukkan bahwa Allah memungkinkan hamba-Nya untuk melakukan berbagai hal di dunia selama tidak bertentangan dengan hukum Islam. Mengingat bahwa semua tindakan dilakukan sebagai bentuk ibadah kepada Allah SWT, tidak ada dikotomi antara kehidupan spiritual dan duniawi dalam Islam.

3. *E-Commerce* dalam Perspektif Islam

Ada beberapa hal yang perlu ditinjau lebih lanjut untuk mengetahui apakah transaksi *e-commerce* sesuai dengan keabsahan akad dari sudut pandang Islam. Menurut rukun akad, suatu perjanjian akan sah jika subjek, barang, dan sighat memenuhi beberapa persyaratan.¹⁷

a. Syarat Subjek yang melakukan Transaksi

Seseorang yang melakukan transaksi dalam Islam harus memenuhi dua syarat:

- 1) Mereka adalah orang yang berakal dan mumayiz, sehingga anak kecil dan gila tidak dapat melakukannya.
- 2) Mereka melakukan transaksi secara mandiri tanpa paksaan,

¹⁴ Jamaluddin Jamaluddin, ‘Konsep Dasar Muamalah & Etika Jual Beli (Al-Ba’i) Perspektif Islam’, *Jurnal Pemikiran Keislaman*, 28.2 (2017), 289–316, doi:10.33367/tribakti.v28i2.485.

¹⁵ Husna.

¹⁶ Ning Aliyah Siti, ‘Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Praktik Jual Beli Jambu Delima (Studi Kasus Di Desa Mojodemak Kec Wonosalam Kab Demak Tahun 2023)’ (IAIN Kudus, 2023) <<http://repository.iainkudus.ac.id/11578/>>.

¹⁷ Padian Adi Selamat Siregar, ‘Keabsahan Akad Jual Beli Melalui Internet Ditinjau Dari Hukum Islam’, *Jurnal EduTech*, 5.1 (2019), hlm. 57–65.

sehingga tidak sah sebuah akad dengan perantara atau wakil pada kedua belah pihak, kecuali orang tua atau hakim. Dalam e-commerce, semua pihak tidak bertemu secara langsung melainkan melalui internet, sehingga mereka tidak tahu bagaimana kondisi fisik pihak yang lain. Oleh karena itu, transaksi dianggap sah jika pihak yang melakukan e-commerce dewasa dan mampu bertindak sendiri.¹⁸

Syarat berkaitan dengan objek transaksi Para ulama telah bersepakat bahwa ada beberapa syarat yang harus dipenuhi oleh objek akad yaitu:

- 1) Barang harus tersedia pada saat akad berlangsung, kecuali pada akad salam. Barang yang dibeli melalui e-commerce pada dasarnya sudah ada, atau siap dikirim, atau merupakan pesanan. Karena itu, pemahaman yang ada dalam transaksi ini lebih penting daripada bagaimana benda tersebut ditampilkan di layar internet, sehingga barang yang diperjualbelikan itu dapat diuraikan dengan jelas. Jika barang yang diperjanjikan sesuai dengan informasi yang diberikan, transaksi itu sah. Namun, jika faktanya berbeda, pihak yang tidak menyaksikan dapat memilih untuk menerima dengan menggunakan hak "khiyar".
- 2) Barang yang diperjualbelikan adalah barang berharga. Objektif perjanjian harus jelas dan kedua belah pihak harus memahaminya. Karena itu, jika barang atau harganya tidak diketahui, jual beli itu tidak sah karena mungkin mengandung penipuan.
- 3) Barang tersebut adalah hak milik perseorangan, jadi tidak sah menjual barang umum seperti air sungai dan padang rumput.
- 4) Barang tersebut adalah milik penuh penjual, atau penjual diberi izin oleh pemiliknya untuk menjualnya, seperti perwakilan atau perwalian.
- 5) Barang tersebut harus dapat diserahkan, jadi tidak sah menjual barang yang tidak dapat diserahkan seperti ghashab dan burung di udara. Dalam transaksi e-commerce dengan jaringan yang luas, barang seperti software, musik, video, dan informasi bisnis bersifat maya dan tidak dapat diserahkan secara langsung. Ini berbeda dengan transaksi secara langsung, di mana barang dapat diterima kapan saja. Oleh karena itu, konsep serah terima secara fisik harus diperluas, bukan hanya dalam
- 6) Deskripsi yang jelas dan terperinci tentang karakteristik barang yang dijual kepada pembeli, baik secara langsung maupun melalui deskripsi terperinci tentang sifat barang yang dijual.
- 7) Barang tersebut bukan barang yang diharamkan.
- 8) Objektif akad yang sah menurut syariah harus tidak hanya halal, tetapi juga bermanfaat. Dalam hal halal, ukuran barang yang

¹⁸ Siregar.

dibeli secara online harus menentukan apakah itu haram atau halal. Transaksi yang dilakukan melalui kontrak online juga dilakukan di seluruh dunia. Oleh karena itu, masuk akal jika terjadi perbedaan pendapat tentang kualitas suatu barang yang diperdagangkan.

b. Syarat tentang *Shighat* (Ijab Qabul)

Transaksi *e-commerce* memenuhi syarat pertama karena ijab qabul dilakukan secara tulisan melalui pertukaran data elektronik yang dapat dipahami oleh kedua belah pihak. Para ulama juga menyatakan bahwa ijab dan qabul dapat dilakukan dengan cara lisan, tulisan, atau surat-menyurat dengan isyarat yang jelas menunjukkan adanya keduanya. Mereka juga dapat bempa perbuatan yang telah menjadi kebiasaan. Selama masih berada dalam satu majelis, transaksi jual beli dengan tulisan adalah sah dan berhak atas khayar majelis. Namun, dengan semua kejelasan dan rincian yang diberikan dalam penawaran yang ditawarkan melalui situs-situs penyedia, akad dianggap sah. Jika barang yang dibeli tidak sesuai dengan deskripsi yang tercantum di situs web, pembeli juga memiliki hak untuk mengembalikannya.¹⁹

4. Analisis Penerapan E-Commerce Prespektif Ekonomi Syariah

Salah satu aspek Islam adalah perdagangan, bahkan Rasulullah saw adalah seorang pedagang yang sukses yang berdagang sampai ke negara-negara yang jauh dari tanah air mereka, seperti Syam dan Syiria. Selain bisnis yang mencapai banyak negara, aktivitas bisnis juga membantu menyebarkan Islam ke seluruh dunia. Prinsip Islam dalam bisnis mengacu pada kebebasan, yang berarti bahwa manusia dapat menerapkan kaidah Islam secara bebas dalam aktivitas ekonomi mereka. Ini karena masalah ekonomi merupakan aspek muamalah, bukan ibadah. Jadi, prinsip umum berlaku padanya.²⁰

Hukum dasar menetapkan bahwa syarat dalam transaksi adalah haram kecuali ada bukti yang melarang. Riba dan ketidakadilan dilarang oleh Islam. Sebenarnya, kebebasan manusia tidak mutlak dalam hal ini; yang lebih penting adalah kebebasan yang berkeadilan dan bertanggung jawab.

Sumber etika bisnis ekonomi syariah berasal dari al-Quran dan Hadis, dan dapat dibagi menjadi empat pilar:

- a. Tauhid;
- b. Keseimbangan;
- c. kehendak bebas; dan
- d. pertanggungjawaban.

Bisnis syariah juga bertujuan untuk mencapai empat pilar sebagai berikut:

¹⁹ Zainal Abidin, 'Akad Dalam Transaksi Muamalah Kontemporer' (IAIN Madura, 2020) <<http://repository.iainmadura.ac.id/804/>>.

²⁰ M. Kamal Hadi, 'Strategi Penanganan Kemiskinan Pada Masa Khalifah Umar Bin Khattab', *Qonun Iqtishad EL Madani Journal*, 1.1 (2022), 1–12, doi:10.55438/jqim.v1i1.1.

- a. Keuntungan materi dan nonmateri;
- b. Pertumbuhan;
- c. Keberlanjutan; dan
- d. Keberkahan.²¹

Al-Quran tidak hanya memberikan penjelasan tentang hal-hal seperti perilaku, perkawinan dan perceraian, kebersihan, tetapi juga memberikan aturan terperinci tentang bunga, hutang, kontrak, wasiat, politik, dan sektor keuangan. Islam tidak hanya memungkinkan dan mendorong bisnis, tetapi juga menawarkan prinsip-prinsip dasar tentang bagaimana orang sebagai konsumen, produsen, dan pemilik kekayaan berperilaku secara ekonomi.²²

Transaksi jual-beli yang dilakukan sesuai dengan syariat Islam dan ekonomi syariah diizinkan oleh Islam. Prinsip umum ekonomi syariah ialah karakter bisnis sangat penting untuk keberhasilan bisnis, terutama jika bisnis itu harus dimiliki oleh pebisnis, terutama mereka yang beragama Islam dan ingin menjalankan bisnis secara sederhana. Menurut teori, prinsip kejujuran (al-shidq) adalah sifat (keadaan), jujur, ketulusan, dan kelurusan (hati). Prinsip Keadilan (al-'adhillah) adalah suatu masalah yang tidak hanya sulit dilakukan tetapi juga sangat sulit diterapkan.²³ Menurut konsep keadilan ekonomi Islam, setiap orang harus mendapatkan haknya sendiri dan tidak mengambil hak atau bagian orang lain. Prinsip tanggung jawab adalah prinsip yang terus berubah yang berkaitan dengan tindakan manusia.²⁴

Di dunia kerja dan bisnis, Islam mewajibkan berbuat adil terhadap semua pihak, termasuk yang tidak disukai. Hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan Allah dalam surah Al-Maidah ayat 8 yang artinya:

“Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.”

Berdasarkan ayat di atas, dapat dipahami bahwa transaksi *e-commerce* termasuk sistem usaha yang sah dan mengandung unsur ketidakadilan sesuai prinsip ekonomi syariah. Menurut ekonomi syariah, pelaku bisnis harus mengetahui, memahami, dan menjalankan prinsip-prinsip seperti kejujuran, keadilan, dan bertanggung jawab untuk memastikan bahwa semua operasi bisnis berjalan dengan baik dan mendapatkan keberkahan dari Allah.

²¹ Wahyudin Wawan, *Kaidah Fikih Ekonomi Syariah* (Sonmedia Publishing, 2023).

²² Husna.

²³ Galih Puji Kurniawan and others, ‘Analisis Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Penggunaan Sistem Reseller Dalam Jual Beli Online (Studi Kasus Pada Chaa Shopp Bulukumba)’, *Jurnal Tana Mana*, 2.1 (2021), hlm. 46–48.

²⁴ Muhammad Tahkim, ‘Sistem Ekonomi Islam Dan Kesejahteraan Masyarakat’, *Jurnal Studi Islam Dan Sosial*, 51, 2016, hlm. 436–51.

D. Penutup

Secara umum, perdagangan elektronik tidak bertentangan dengan hukum Islam selama hal-hal yang terkandung dalam suatu akad dipenuhi sesuai dengan hukum perikatan Islam. Islam menerima *e-commerce* sebagai cara baru untuk memudahkan transaksi ekonomi dan tidak melarangnya; pada dasarnya, Islam mendukung *e-commerce* sebagai cara untuk berbisnis karena transaksi tradisional yang dilakukan secara tatap muka sekarang dapat dilakukan melalui komputer dalam satu ruangan. Perspektif moral yang mengacu pada penjual yang bertanggung jawab adalah hal yang lebih penting dalam menjalankan transaksi *e-commerce*.

Untuk menjamin keabsahan transaksi, beberapa kondisi harus diteliti lebih lanjut karena *e-commerce* dilakukan melalui komputer dan jaringan. Pertama, komunikasi harus jelas dan produk yang ditawarkan harus ditunjukkan atau dijelaskan dengan jelas. Ini dapat dicapai dengan menampilkan gambar produk yang jelas di komputer Anda bersama dengan spesifikasi rinci, harga, metode pengiriman, dan metode pembayaran. Kedua, pesan harus diterima oleh kedua belah pihak untuk mengkonfirmasi kesepakatan, termasuk kontrak. Ketiga, komunikasi harus berlanjut, baik melalui e-mail atau melalui pesan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Zainal, 'Akad Dalam Transaksi Muamalah Kontemporer' (IAIN Madura, 2020) <<http://repository.iainmadura.ac.id/804/>>
- Dhinarti, Larasati, and Firda Amalia, 'E-Commerce Dalam Perspektif Fiqh Muamalat', *Conference on Islamic Management, Accounting, and Economics (CIMAIE) Proceeding*, 2 (2019), pp. 162–69
- Hadi, M. Kamal, 'Strategi Penanganan Kemiskinan Pada Masa Khalifah Umar Bin Khattab', *Qonun Iqtishad EL Madani Journal*, 1.1 (2022), pp. 1–12, doi:10.55438/jqim.v1i1.1
- Husna, Lailatul, 'Menilik Transaksi E-Commerce Dari Perspektif Islam', *Qonun Iqtishad EL Madani Journal*, 1.2 (2023), pp. 84–91, doi:10.55438/jqim.v1i2.46
- Jamaluddin, Jamaluddin, 'Konsep Dasar Muamalah & Etika Jual Beli (Al-Ba'i) Perspektif Islam', *Jurnal Pemikiran Keislaman*, 28.2 (2017), pp. 289–316, doi:10.33367/tribakti.v28i2.485
- Kurniawan, Galih Puji, Salsabila Zahra Shalikhah, Hanifah Shofiat, Nuha Nur Azizah, and Mahmud Mochtar, 'Analisis Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Penggunaan Sistem Reseller Dalam Jual Beli Online (Studi Kasus Pada Chaa Shopp Bulukumba)', *Jurnal Tana Mana*, 2.1 (2021), pp. 46–48
- Maulida Sari, Cut Devi, and Rusma Setiyana, 'Sosialisasi Digital Marketing Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)', *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Darma Bakti Teuku Umar*, 2.1 (2020), p. 63, doi:10.35308/baktiku.v2i1.2050
- Niken Puspitasari, Akbil Mastufatul Fariyah, and Safira Nuris Samsil Mufidah, 'Resiko Globalisasi Di Masyarakat Dalam Sektor Pertanian Menurut Perspektif Anthony Giddens', *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora*, 1.2 (2023), pp. 245–62, doi:10.47861/tuturan.v1i2.259
- Pemerintah, R. I, Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem Dan Transaksi Elektronik, 2012
- Purnama, Pradani Ayu Widya, and Teri Ade Putra, 'Perancangan Sistem Penjualan Berbasis Web (E-Commerce) Pada Toko DMX Factory Outlet Dengan Menggunakan Bahasa Pemrograman PHP-MYSQL Dan Java Script', *Riset Dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 5.1 (2020), pp. 129–33
- Rizky, Amelia, 'Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Pada Situs Muslingaleri.Co.Id Berdasarkan Perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Hukum Ekonomi Syariah' (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018) <<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/42939>>
- Siregar, Padian Adi Salamat, 'Keabsahan Akad Jual Beli Melalui Internet Ditinjau Dari Hukum Islam', *Jurnal EduTech*, 5.1 (2019), pp. 57–65
- Siti, Ning Aliyah, 'Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Praktik Jual Beli Jambu Delima (Studi Kasus Di Desa Mojodemak Kec Wonosalam Kab Demak Tahun 2023)' (IAIN Kudus, 2023) <<http://repository.iainkudus.ac.id/11578/>>
- Su, Muhammad, Andika Pramukti, and Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 'Jual Beli

- Dalam Praktek Affiliate Marketing Pada E-Commerce Perspektif Akuntansi Syariah (Studi Kasus Pada Perusahaan Shopee Indonesia)', *YUME : Journal of Management*, 7.1 (2024), pp. 293–306
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&B Dan Penelitian Pendidikan)*, ed. by Apri Nuryanto, 3rd edn (Alfabeta, 2019)
- Syahidin, Yuda, and Mira Veranita, 'PENJUALAN PRODUK SECARA ONLINE (Studi Kasus PT Sakura Bandung) YUDA SYAHIDIN', 9.1 (2014)
- Tahkim, Muhammad, 'Sistem Ekonomi Islam Dan Kesejahteraan Masyarakat', *Jurnal Studi Islam Dan Sosial*, 51, 2016, pp. 436–51
- Taufiqur, Rahman, *Buku Ajar Fiqih Muamalah Kontemporer* (Academika Publication, 2021)
- Vera, Selvina Adoe, *Buku Ajar E-Commerce* (CV Feniks Muda Sejahtera, 2022)
- Wawan, Wahyudin, *Kaidah Fikih Ekonomi Syariah* (Sonmedia Publishing, 2023)
- Yacub, Rudi, and Wahyu Mustajab, 'Analisis Pengaruh Pemasaran Digital (Digital Marketing) Terhadap Brand Awareness Pada E-Commerce', *Jurnal MANAJERIAL*, 19.2 (2020), pp. 198–209, doi:10.17509/manajerial.v19i2.24275