

ANALISIS EKONOMI ISLAM TERHADAP PRAKTIK E-COMMERCE DALAM PERSPEKTIF FIQH MUAMALAH

Syawal Tawakkal Asdar¹, Dimas Adi Saputra², Ahmad Baehaki³, Muhammad Ridho Azka⁴.

Universitas Muhammadiyah Jakarta

¹ syawaltawakkal2445@gmail.com

² masybotem@gmail.com

³ abibaparak20@gmail.com

⁴ azkaridho05@gmail.com

Informasi artikel

Diterima :

30 April 2025

Direvisi :

14 Juni 2025

Disetujui :

24 Juni 2025

ABSTRACT

This research examines the suitability of e-commerce practices with the principles of fiqh muamalah in Islam, especially in the aspects of transaction validity, justice, consumer protection, and the application of business ethics. The method used is descriptive qualitative with a literature research approach to analyze Islamic economic theory, fiqh muamalah regulations, and their relevance to digital transaction practices. The research data was obtained from secondary literature sources, including books, scientific journals, fatwas from the National Sharia Council of the Indonesian Ulema Council (DSN-MUI), as well as references from the Qur'an and Hadith.

The results show that e-commerce practices are acceptable in Islam as long as they fulfill principles such as transparency, honesty, and transaction security. Salam and istisna' contracts are identified as the most suitable contracts for digital transactions as they fulfill the terms and conditions stipulated in Islamic law for buying and selling. However, challenges such as uncertainty (gharar), usury, fraud (tadlis), and gambling (maisir) need attention through regulation and the application of business ethics based on Islamic law. This research is expected to contribute to business people, policy makers, and academics in integrating Islamic economic values with technological advances to build a fair and sustainable business ecosystem.

Keywords: E-commerce, Fiqh Muamalah, Islamic Economics, Salam Contract, Maqashid Sharia.

PENDAHULUAN

Teknologi informasi yang berkembang pesat melalui internet telah memindahkan berbagai aspek dunia fisik ke dalam dunia maya, atau yang sering disebut dengan cyberspace. Perubahan yang terjadi begitu cepat dalam bidang teknologi ini memberikan dampak signifikan terhadap kegiatan perdagangan. Yang dulunya dilakukan secara langsung, kini semakin banyak perdagangan yang dialihkan ke platform elektronik, yang dikenal dengan istilah Electronic Commerce (E-commerce). Ini adalah transaksi perdagangan yang dilakukan melalui media elektronik.

Saat ini, kemampuan internet tidak hanya terbatas pada penyebaran informasi yang luas, tetapi juga membuka peluang bagi masyarakat untuk meraih keuntungan melalui bisnis online. Dalam konteks jual beli, proses ini merupakan pertukaran barang antara satu pihak dengan pihak lainnya sebagai bentuk penggantian. Akibat hukum dari transaksi jual beli adalah adanya perpindahan hak milik dari penjual kepada pembeli, yang terjalin melalui perjanjian yang saling mengikat antara kedua belah pihak.

Dalam pandangan Islam, sebagaimana diuraikan dalam kitab-kitab Fiqh, terdapat sejumlah aturan yang mengatur mekanisme jual beli. Para ulama telah menetapkan syarat, rukun, dan bentuk-bentuk transaksi yang tidak diperbolehkan, dengan tujuan untuk melindungi kepentingan semua pihak. Namun, praktik di lapangan masih saja menunjukkan adanya penyimpangan dari aturan yang dibakukan.

Salah satu fenomena mu'amalah dalam bidang ekonomi adalah transaksi jual beli yang menggunakan media elektronik. Perkembangan teknologi telah mendorong perubahan kebiasaan individu, termasuk dalam pelaksanaan transaksi jual beli. Di Kecamatan Tanete Riattang, Kabupaten Bone, terjadi peningkatan yang signifikan dalam jumlah pengguna online shop, yang mencerminkan pergeseran dari transaksi konvensional ke transaksi online sebagai alternatif untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat setempat. (Bone, 2024)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kesesuaian praktik e-commerce dengan prinsip-prinsip Fiqh Muamalah, khususnya dalam hal kehalalan transaksi, keadilan, perlindungan konsumen, dan penerapan etika bisnis Islam. Penelitian ini juga berupaya mengidentifikasi aspek-aspek yang mendukung atau menghambat penerapan prinsip-prinsip tersebut dalam konteks e-commerce.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian ilmu dalam bidang ekonomi Islam, khususnya terkait penerapan prinsip Fiqh Muamalah dalam transaksi e-commerce. Secara teoritis, hasil penelitian ini dapat memperkaya literatur mengenai integrasi nilai-nilai Islam dalam aktivitas bisnis modern, sekaligus menjadi referensi bagi akademisi dalam memahami relevansi Fiqh Muamalah dengan perkembangan teknologi dan ekonomi digital.

KAJIAN LITERATUR

Perkembangan pesat teknologi informasi melalui internet telah membawa berbagai aspek dari dunia fisik ke ranah maya, yang biasa kita sebut sebagai cyberspace. Perubahan yang sangat cepat dalam bidang teknologi ini memiliki dampak signifikan terhadap kegiatan perdagangan. Jika dahulu transaksi perdagangan dilakukan secara langsung, kini semakin banyak yang beralih ke platform elektronik, yang dikenal dengan istilah Electronic Commerce (E-commerce). E-commerce sendiri merujuk pada transaksi perdagangan yang dilakukan melalui media elektronik.

Saat ini, kemampuan internet tidak hanya terbatas pada penyebaran informasi yang luas, namun juga membuka peluang bagi masyarakat untuk memperoleh keuntungan melalui bisnis online. Dalam konteks jual beli, aktivitas ini merupakan pertukaran barang antara pihak-pihak yang terlibat sebagai bentuk penggantian. Akibat hukum dari transaksi jual beli ini adalah

adanya peralihan hak milik dari penjual kepada pembeli, yang terjalin melalui perjanjian yang mengikat kedua belah pihak.

Dalam perspektif Islam, sebagaimana yang diuraikan dalam kitab-kitab Fiqh, terdapat sejumlah aturan yang mengatur mekanisme jual beli. Para ulama telah menetapkan syarat-syarat, rukun, dan berbagai bentuk transaksi yang tidak diperbolehkan, dengan tujuan untuk melindungi kepentingan semua pihak yang terlibat. Meskipun demikian, praktik di lapangan masih sering menunjukkan adanya penyimpangan dari aturan yang telah ditetapkan.

Salah satu fenomena mu'amalah di bidang ekonomi adalah transaksi jual beli yang menggunakan platform elektronik. Perkembangan teknologi telah mendorong perubahan kebiasaan individu, termasuk dalam pelaksanaan transaksi jual beli. Di Kecamatan Tanete Riattang, Kabupaten Bone, terjadi peningkatan signifikan dalam jumlah pengguna online shop, yang mencerminkan pergeseran dari transaksi konvensional ke transaksi online sebagai alternatif untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat setempat (Bone, 2024).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kesesuaian praktik e-commerce dengan prinsip-prinsip Fiqih Muamalah, khususnya terkait dengan kehalalan transaksi, keadilan, perlindungan konsumen, dan penerapan etika bisnis Islam. Selain itu, penelitian ini juga berupaya untuk mengidentifikasi aspek-aspek yang mendukung atau menghambat penerapan prinsip-prinsip tersebut dalam konteks e-commerce.

Diharapkan, penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian ilmu dalam bidang ekonomi Islam, khususnya yang berkaitan dengan penerapan prinsip Fiqih Muamalah dalam transaksi e-commerce. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur mengenai integrasi nilai-nilai Islam dalam aktivitas bisnis modern, sekaligus menjadi referensi bagi akademisi dalam memahami relevansi Fiqih Muamalah terhadap perkembangan teknologi dan ekonomi digital.

Fiqih muamalah merupakan sekumpulan aturan atau hukum Allah yang bertujuan untuk mengatur kehidupan manusia di bidang urusan keduniaan, khususnya yang berkaitan dengan aspek sosial kemasyarakatan. Dalam pengertian yang lebih sempit, muamalah berarti tukar-menukar barang atau sesuatu yang bermanfaat sesuai dengan cara-cara yang telah ditentukan (Rachmat Syafei, 2001). Dengan demikian, fiqih muamalah merujuk pada segala aspek di mana seseorang dapat saling menukarkan harta benda, asalkan barang tersebut memiliki manfaat dan mematuhi prinsip-prinsip hukum Islam.

Proses tukar-menukar harta benda dalam konteks ini sering disebut jual beli, atau al-bai' dalam istilah Islam. Ketika melakukan jual beli, para pihak yang terlibat harus memenuhi prinsip-prinsip hukum Islam, yang bersumber dari Al-Qur'an, Hadis, ijma', dan qiyas. Di Indonesia, selain keempat sumber hukum Islam tersebut, terdapat tambahan dasar hukum berupa fatwa dari Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI). Fatwa DSN memainkan peran penting terhadap efektivitas ekonomi syariah di Indonesia, khususnya dalam bidang keuangan syariah yang berbadan hukum.

Secara prinsip, segala bentuk jual beli diperbolehkan selama tidak ada larangan yang mengaturnya, sesuai dengan kaidah fiqih yang berlaku.

الأصل في المعاملة الإباحة إلا أن يدل دليل على تحريمها

“hukum asal dalam semua bentuk muamalah adalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya”(A. Djazuli,2006)(Abduroman et al., 2020)

Menurut Zainuddin Ali (2008), Ekonomi syariah mengusung beberapa prinsip dasar yang sangat penting, antara lain:

1. Larangan Penimbunan (Ihtikar): Dalam bahasa Arab, istilah 'ihtikar' merujuk pada penimbunan. Tindakan ini didefinisikan sebagai pembelian barang dagangan dengan

- tujuan menahan atau menyimpannya dalam waktu lama sehingga barang tersebut menjadi langka dan mahal harganya.
2. Larangan Monopoli: Monopoli adalah praktik menahan barang dari pasar agar tidak dijual, dengan tujuan untuk menaikkan harga. Dalam Islam, tindakan monopoli yang dilakukan secara sengaja, seperti menimbun barang untuk menarik keuntungan yang tidak adil, merupakan hal yang dilarang.
 3. Menghindari Jual-Beli yang Diharamkan: Jual-beli yang sesuai dengan prinsip Islam adalah yang adil, halal, dan tidak merugikan salah satu pihak, dan ini sangat diridhai oleh Allah Swt. Sebaliknya, segala bentuk transaksi yang mengandung unsur kemungkaran dan kemaksiatan dianggap haram (Maharani, 2020; Azzahra et al. , 2025).

Berikut adalah jenis-jenis transaksi dalam e-commerce yang dibahas dalam fiqh muamalah:

a. B2B (Business to Business):

Model B2B melibatkan proses penjualan dari satu perusahaan ke perusahaan lain. Transformasi signifikan telah terjadi di dunia e-commerce, memungkinkan bisnis untuk menjangkau pasar global dengan lebih efisien. Transaksi B2B biasanya memiliki volume besar, hubungan jangka panjang antara pemasok dan pembeli, serta proses pembelian yang rumit dengan melibatkan banyak pemangku kepentingan. Manfaat dari model ini termasuk efisiensi biaya melalui pembelian massal, akses ke produk khusus, dan peningkatan kualitas melalui kolaborasi yang berkelanjutan. Namun, tantangan seperti persaingan yang ketat dan risiko keuangan tetap ada. Dengan hadirnya platform e-commerce, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi biaya transaksi, dan memperoleh data berharga untuk pengambilan keputusan yang lebih baik. Secara keseluruhan, B2B dalam e-commerce tidak hanya memperkuat hubungan antar bisnis, tetapi juga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi yang lebih luas. Dengan memanfaatkan teknologi, perusahaan dapat meraih efisiensi, mengurangi biaya, dan memperluas jangkauan pasar mereka meskipun harus tetap mengelola tantangan seperti persaingan yang ketat dan perubahan teknologi.

b. B2C (Business to Consumer):

Dalam model B2C, perusahaan menjual produk dan layanan secara langsung kepada konsumen akhir, menjadikannya salah satu bentuk perdagangan yang paling umum. Di era digital, e-commerce telah merevolusi cara bisnis B2C beroperasi, memudahkan perusahaan menjangkau konsumen di seluruh dunia dengan biaya operasional yang lebih rendah dan proses pembelian yang lebih ringkas. Karakteristik utama dalam transaksi B2C mencakup skala transaksi yang kecil, pemasaran yang fokus pada konsumen, dan penekanan pada pengalaman pelanggan. Meskipun model ini memiliki berbagai keunggulan seperti akses pasar yang luas dan kemudahan dalam analisis data, tantangan tetap ada seperti persaingan yang ketat dan isu keamanan data. Dengan menggunakan platform digital dan media sosial, perusahaan B2C memiliki kesempatan untuk menciptakan pengalaman belanja yang menarik dan personal, meningkatkan loyalitas pelanggan dan pertumbuhan bisnis.

c. C2C (Consumer to Consumer):

Model ini menyoroti transaksi antara konsumen itu sendiri, yang sering kali difasilitasi oleh platform e-commerce dan media sosial, memungkinkan individu untuk menjual barang atau jasa secara langsung kepada satu sama lain. C2C (Consumer to Consumer) adalah model bisnis yang memungkinkan konsumen untuk menjual produk dan layanan secara langsung kepada konsumen lain, biasanya melalui platform digital yang berfungsi sebagai perantara. Dalam model ini, individu dapat mengiklankan barang-barang yang sudah tidak mereka butuhkan lagi, seperti barang bekas, kerajinan tangan, atau jasa tertentu, di situs-situs seperti eBay, OLX, dan Facebook Marketplace. Keunggulan utama dari C2C adalah kemudahan akses, biaya transaksi yang rendah, serta fleksibilitas harga.

bagi para penjual. Namun, model ini juga menghadapi sejumlah tantangan, seperti masalah keamanan dan kepercayaan di antara individu, serta variasi kualitas dari produk yang dijual. Dengan kemajuan teknologi dan meningkatnya penggunaan internet, C2C berkembang pesat dan menciptakan ekosistem yang dinamis, di mana individu dapat berinteraksi dan bertransaksi secara langsung. Ini memungkinkan semakin banyak orang untuk membeli dan menjual barang dengan cara yang lebih efisien dan ekonomis, menjadikannya pilihan menarik bagi masyarakat luas.

d. C2B (Consumer to Business):

Adalah model bisnis di mana konsumen memiliki kesempatan untuk menawarkan produk dan layanan mereka kepada perusahaan. Dalam C2B, individu dapat memanfaatkan keterampilan dan produk yang mereka miliki, seperti desain grafis, penulisan, dan kerajinan tangan, lalu menjualnya melalui platform online seperti Upwork dan Fiverr. Model ini tidak hanya membuka peluang pendapatan bagi konsumen, tetapi juga memberikan akses keahlian bagi bisnis serta mendorong inovasi dan kreativitas. Namun, tantangan seperti menjamin kualitas dan keandalan produk, serta persaingan yang ketat di pasar, tetap menjadi perhatian. Dengan kemajuan teknologi dan peningkatan penggunaan platform digital saat ini, C2B berkembang dan menciptakan ekosistem yang memungkinkan konsumen berkontribusi langsung kepada bisnis, menjadikannya pilihan yang menarik dalam ekonomi digital yang sedang berkembang. (Abduroman, D, Putra H. M, Nurdin, I, 2020). (Ekonomika et al., 2024).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif deskriptif, menggunakan metode studi literatur (library research) sebagai teknik utama dalam pengumpulan dan analisis data. Pendekatan ini memberikan kesempatan kepada peneliti untuk mengeksplorasi berbagai sumber referensi yang relevan, baik dari aspek teori maupun praktik, untuk memahami penerapan prinsip-prinsip ekonomi Islam dalam konteks e-commerce. Fokus utama dari penelitian ini adalah menganalisis praktik e-commerce melalui perspektif fiqh muamalah. Dengan demikian, tujuan utama penelitian ini adalah memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai aspek hukum yang berkaitan dengan e-commerce, termasuk syarat dan rukun transaksi, serta hal-hal yang dianggap tidak sesuai atau diharamkan dalam ajaran Islam.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber literatur tertulis. Sumber-sumber tersebut mencakup buku-buku yang membahas fiqh muamalah dan ekonomi Islam, artikel-artikel dari jurnal ilmiah yang mereview teori dan praktik e-commerce, serta fatwa-fatwa yang diterbitkan oleh Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) terkait transaksi digital. Selain itu, penelitian ini juga merujuk pada dalil-dalil dari Al-Qur'an dan hadis yang menjadi pedoman utama dalam memahami perspektif Islam mengenai berbagai jenis transaksi, termasuk transaksi online.

Pengumpulan data dilakukan melalui kajian pustaka yang melibatkan penelaahan mendalam terhadap literatur yang relevan dengan topik penelitian. Literatur yang telah dikumpulkan dianalisis untuk memahami konsep e-commerce dari sudut pandang Islam, teori-teori fiqh muamalah yang berkaitan, serta pandangan Islam terhadap berbagai bentuk praktik transaksi digital yang saat ini berkembang. Penelitian ini juga mencakup analisis terhadap hasil-hasil penelitian terdahulu, dengan tujuan mengevaluasi manfaat yang dapat dihasilkan dari praktik e-commerce bagi masyarakat Muslim dan tantangan yang mungkin dihadapi oleh pelaku usaha dalam menerapkan e-commerce sesuai dengan prinsip syariah.

Analisis data dilakukan dengan pendekatan deskriptif kualitatif, yang melibatkan penjabaran, penginterpretasian, dan penarikan kesimpulan dari temuan-temuan yang diperoleh dari literatur. Melalui pendekatan ini, penelitian bertujuan untuk mengidentifikasi peran e-commerce dalam mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat, khususnya dalam konteks

ekonomi Islam, serta dampaknya terhadap kesejahteraan umat. Diharapkan, penelitian ini dapat memberikan kontribusi intelektual yang signifikan untuk pengembangan pemahaman tentang e-commerce yang sejalan dengan nilai-nilai syariah.

Dengan pendekatan ini, penelitian tidak hanya berusaha menjawab pertanyaan yang telah dirumuskan, tetapi juga memberikan panduan praktis bagi para pelaku usaha e-commerce Muslim dalam mengimplementasikan prinsip-prinsip ekonomi Islam secara konsisten.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dalam fikih muamalah, akad adalah fondasi setiap transaksi karena menentukan keabsahan hubungan hukum antara pihak-pihak yang terlibat. Akad dapat dipahami sebagai ikatan antara ijab (penawaran) dan qabul (penerimaan) yang menghasilkan konsekuensi hukum terhadap objek transaksi. Keabsahan akad menjadi syarat utama untuk menentukan sah atau tidaknya suatu transaksi, termasuk dalam jual beli berbasis elektronik (e-commerce). Meskipun transaksi dilakukan secara online tanpa adanya pertemuan fisik antara penjual dan pembeli, hal ini tidak mengurangi kesahihan akad, selama semua rukun dan syarat dalam akad tetap terpenuhi. Dalil Al-Qur'an dan Hadis tentang Akad dan Jual Beli:

A. Al-Qur'an:

1. QS. Al-Baqarah: 282

"Wahai orang-orang yang beriman! Apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya..."

Ayat ini menjadi landasan diperbolehkannya akad salam, yaitu jual beli dengan pembayaran di muka dan penyerahan barang di kemudian hari, yang sangat mirip dengan mekanisme transaksi e-commerce.

2. QS. An-Nisa: 29

"Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil, kecuali dengan jalan perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu."

Ayat ini menekankan prinsip dasar jual beli dalam Islam: harus dilakukan dengan kerelaan tanpa paksaan, yang juga berlaku dalam jual beli online.

B. Hadis Nabi SAW:

1. Hadis dari Ibnu Abbas RA:

"Ketika Nabi SAW tiba di Madinah, mereka biasa melakukan jual beli salam dengan tenggat waktu satu, dua tahun. Maka Nabi bersabda: Barang siapa melakukan jual beli salam, hendaklah dilakukan dengan takaran dan timbangan yang jelas serta waktu yang ditentukan." (HR. Bukhari dan Muslim)

Ini adalah dasar sahnya akad salam, yaitu bentuk jual beli yang sesuai dengan pola transaksi e-commerce.

2. Hadis larangan menjual barang yang bukan miliknya:

"Janganlah engkau menjual sesuatu yang bukan milikmu." (HR. Abu Dawud)

Hadis ini menegaskan bahwa barang yang dijual dalam transaksi harus benar-benar dimiliki atau dijamin oleh penjual, termasuk dalam transaksi online. Jenis akad yang paling sesuai dalam konteks transaksi online adalah akad salam dan akad istishna'.

a. Akad Salam:

Pembeli membayar penuh di awal, dan penjual mengirim barang di kemudian hari. Barang harus jelas jenis, spesifikasi, dan waktu penyerahannya. Akad ini cocok untuk pembelian produk yang sudah jadi namun belum dikirimkan.

b. Akad Istishna':

Konsumen memesan barang yang belum diproduksi, bisa dengan pembayaran di muka atau bertahap. Cocok untuk transaksi barang custom seperti furniture, baju, atau kerajinan tangan. Prosesnya lebih fleksibel, dan waktu penyerahan bisa dinegosiasikan.

A. Menurut para ulama, termasuk yang tertuang dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES), serta Fatwa DSN-MUI:

1. Adanya ijab dan qabul: Meski tidak dilakukan secara lisan atau tatap muka, bentuk konfirmasi di platform digital bisa dianggap sebagai shighat akad.
2. Pihak yang berakad: Penjual dan pembeli harus cakap hukum dan sukarela.
3. Objek akad: Jelas, halal, milik penjual, serta bebas dari unsur gharar dan penipuan.
4. Pembayaran: Dilakukan melalui cara yang sah menurut syariah (bukan berbasis riba).
5. Tidak mengandung unsur gharar, riba, maysir, penipuan, atau paksaan.

Berdasarkan ajaran Al-Qur'an, hadis, dan pandangan para ulama, transaksi jual beli secara online dinilai sah menurut syariah Islam selama memenuhi syarat dan rukun akad yang ditetapkan. E-commerce tidak dianggap sebagai inovasi yang bertentangan dengan syariat, melainkan sebagai sarana baru untuk melakukan transaksi yang dapat diterima dalam hukum Islam, asalkan dilakukan dengan keadilan, transparansi, dan sesuai dengan prinsip fikih muamalah. Oleh karena itu, penerapan akad salam dan istishna' dalam e-commerce mencerminkan cara hukum Islam yang fleksibel dan mampu beradaptasi dengan perkembangan zaman. (Putri et al., 2023).

B. Rukun dan Syarat Jual Beli Secara Elektronik

Dalam transaksi jual beli, termasuk jual beli secara online, terdapat unsur-unsur pokok yang harus ada agar akad tersebut sah. Rukun jual beli elektronik ini sama seperti pada jual beli konvensional, yaitu sebagai berikut:

1. Pihak yang Berakad (al-'aqidain)
Penjual dan pembeli haruslah individu yang memiliki kecakapan hukum, yakni baligh, berakal, dan bertindak atas kehendaknya sendiri. Selain itu, pihak-pihak tersebut juga bisa diwakili oleh orang lain atau perantara, seperti marketplace yang berfungsi sebagai fasilitator.
2. Objek Akad (ma'qud 'alaih)
Barang atau jasa yang diperjualbelikan haruslah halal, jelas spesifikasinya, dan dimiliki secara sah, atau setidaknya dijamin oleh penjual. Kedua belah pihak perlu mengetahui dengan jelas mengenai jenis, ukuran, kualitas, dan jumlah barang atau jasa yang transaksikan.
3. Shighat (ijab dan qabul)
Penawaran dan penerimaan kesepakatan merupakan bagian penting dalam transaksi. Dalam konteks jual beli online, shighat ini dapat diwujudkan melalui klik tombol "beli sekarang", "checkout", konfirmasi pembayaran, atau persetujuan lainnya melalui aplikasi. Meskipun tidak dilakukan secara langsung lisan, tindakan digital seperti klik atau ketikan ini dianggap sah selama memenuhi prinsip kejelasan dan kerelaan dari kedua belah pihak.

Agar rukun di atas menghasilkan akad yang sah, ada syarat yang harus dipenuhi yaitu :

1. Syarat Pihak Berakad:

- a. Cakap hukum (baligh, berakal, tidak berada di bawah paksaan).
- b. Bertindak atas kehendak sendiri (tidak dalam tekanan atau manipulasi).

2. Syarat Objek Transaksi:

- a. Barang halal dan suci.
- b. Barang ada secara nyata atau setidaknya dijamin keberadaannya.
- c. Barang dapat diserahkan (tidak mengandung gharar atau ketidakpastian ekstrem).
- d. Barang diketahui spesifikasinya secara rinci (warna, ukuran, kualitas, jumlah).

3. Syarat Shighat (Ijab-Qabul):

- a. Jelas dan menunjukkan keinginan untuk bertransaksi.
- b. Tidak mengandung unsur paksaan.
- c. Ada kesinambungan antara ijab dan qabul (tidak ada jeda yang mengacaukan akad).

4. Pembayaran dan Penyerahan Barang:

- a. Pembayaran dilakukan dengan cara yang sah menurut syariah (tidak mengandung riba).
- b. Ada kesepakatan mengenai waktu dan cara pengiriman barang.
- c. Jika terjadi keterlambatan atau ketidaksesuaian barang, syariat memperbolehkan khiyar (opsi membatalkan transaksi).

5. Terhindar dari Unsur yang Dilarang:

- a. Tidak mengandung riba (kelebihan pembayaran yang tidak syar'i).
- b. Tidak ada gharar (ketidakpastian berat).
- c. Tidak ada maysir (spekulasi berlebihan).
- d. Tidak ada unsur penipuan (tadlis) atau ketidakjujuran.

Adapun Dalil-Dalil Pendukung nya yaitu :

A. Al-Qur'an dan Hadis

1. QS. An-Nisa: 29
"Janganlah kamu memakan harta sesama kamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan perdagangan yang dilakukan atas dasar suka sama suka di antara kamu."
2. Hadis Nabi SAW:
"Kaum Muslimin itu terikat dengan syarat-syarat mereka, kecuali syarat yang menghalalkan yang haram atau mengharamkan yang halal." (HR. Abu Dawud dan Tirmidzi)

B. Fatwa DSN-MUI No. 05/DSN-MUI/IV/2000

Tentang jual beli salam dan Fatwa No. 06/DSN-MUI/IV/2000 tentang jual beli istishna' yang mengatur jual beli dalam bentuk pesanan di muka, termasuk jual beli melalui media elektronik.(Putri et al., 2023)

C. Aspek Transparansi, Kejujuran, dan Keamanan dalam Islam

Dalam fikih muamalah, Islam sangat menekankan tiga aspek utama dalam transaksi jual beli, termasuk dalam konteks e-commerce: transparansi, kejujuran, dan keamanan. Transparansi, atau al-bayan, mengacu pada penyediaan informasi yang jelas dan tidak menyesatkan mengenai produk, harga, dan syarat-syarat transaksi. Kejujuran, yang dalam istilah Arab disebut shidq, berfungsi untuk mencegah penipuan dan manipulasi informasi. Aspek keamanan meliputi amanah dalam menjaga data dan kepercayaan konsumen, serta penerapan sistem transaksi yang adil dan tidak merugikan. Ketiga aspek ini wajib diterapkan agar transaksi online selaras dengan prinsip syariah, serta menciptakan keadilan bagi semua pihak.

Berikut adalah penjelasan lebih lanjut mengenai aspek transparansi, kejujuran, dan keamanan dalam praktik e-commerce menurut ajaran Islam:

1. Transparansi (Keterbukaan/Al-Bayan)

Dalam fikih muamalah, transparansi menjadi prinsip utama dalam setiap transaksi jual beli. Islam menekankan pentingnya keterbukaan informasi yang berkaitan dengan barang atau jasa, termasuk spesifikasi produk, harga, kondisi, dan syarat pengembalian. Tujuannya adalah untuk menghindari gharar atau ketidakjelasan yang dapat mengakibatkan kerugian bagi salah satu pihak. Dalam e-commerce, transparansi dapat diwujudkan melalui penyampaian informasi produk yang

lengkap dan jujur, harga yang jelas termasuk pajak dan ongkos kirim, serta kebijakan pengembalian yang mudah dipahami oleh konsumen.

2. Kejujuran (Shidq)

Kejujuran merupakan fondasi yang sangat penting dalam muamalah. Rasulullah SAW bersabda bahwa pedagang yang bersikap jujur akan mendapatkan tempat yang mulia di akhirat, bersanding dengan para nabi dan orang-orang shalih. Dalam konteks jual beli online, kejujuran mencakup ketidakberlebihan dalam mempromosikan keunggulan produk, pengungkapan kekurangan yang ada, serta kejujuran dalam ulasan dan testimoni. Praktik penipuan (ghasysy), seperti iklan yang menyesatkan atau janji yang tidak ditepati, sangat dilarang dalam Islam.

3. Keamanan (Amanah dan Perlindungan Konsumen)

Aspek keamanan dalam Islam berkaitan erat dengan amanah, yaitu tanggung jawab untuk menjaga kepercayaan konsumen. Ini termasuk perlindungan terhadap data pribadi dan memastikan bahwa barang sampai ke tangan konsumen dengan baik. Platform e-commerce memiliki kewajiban untuk menyediakan sistem transaksi yang aman, sehingga dapat mencegah penipuan dan pencurian data. Dalam Islam, baik penjual maupun penyedia platform harus menjamin bahwa proses jual beli dilakukan dengan adil dan tidak merugikan konsumen.

4. Integrasi Nilai Islam dalam Regulasi

Islam tidak hanya mengatur aspek hukum (halal/haram) dalam transaksi, tetapi juga menekankan etika. Oleh karena itu, sangat penting bagi pelaku e-commerce dan regulator untuk mengintegrasikan nilai-nilai Islam ke dalam kebijakan platform. Hal ini dapat dilakukan dengan menyusun kode etik, memberikan edukasi kepada penjual, serta membangun sistem transparansi yang berbasis teknologi.

Dengan menerapkan ketiga aspek tersebut, diharapkan transaksi online dapat berjalan lebih baik dan sesuai dengan prinsip-prinsip yang diajarkan dalam Islam. (contohnya penggunaan blockchain untuk pelacakan transaksi). (Susanto & Johendra, 2024)

D. Analisis Fikih Muamalah Terhadap E-Commerce: Praktik yang Dilarang (Gharar, Riba, Tadlis, dan Maisir)

Dalam konteks fikih muamalah, setiap praktik bisnis, termasuk e-commerce, wajib mematuhi prinsip dasar syariah yang menegaskan bahwa "secara umum, semua bentuk muamalah diperbolehkan, kecuali ada dalil yang menyatakan sebaliknya." Oleh karena itu, terdapat beberapa larangan yang menjadi pedoman dalam menganalisis keabsahan transaksi dalam e-commerce, yaitu larangan terhadap gharar, riba, tadlis, dan maisir. Pertama, gharar (ketidakjelasan atau spekulasi tinggi). Larangan gharar merujuk pada ketidakpastian yang dapat menimbulkan sengketa dalam transaksi, misalnya deskripsi barang yang tidak jelas, status ketersediaan yang tidak pasti, atau biaya tersembunyi dalam marketplace. Rasulullah SAW bersabda:

“Rasulullah melarang jual beli gharar” (HR. Muslim, No. 1513).

Dalam Al-Qur'an, prinsip ini tercermin dalam perintah agar tidak memakan harta sesama secara batil (QS. An-Nisa: 29).

Kedua, riba (penambahan yang batil dalam hutang-piutang). Riba sering muncul dalam e-commerce melalui sistem pembayaran cicilan berbunga, termasuk layanan paylater berbasis bunga. Dalam Islam, riba termasuk dosa besar. Allah SWT berfirman: “Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba” (QS. Al-Baqarah: 275). Rasulullah juga bersabda:

“Rasulullah melaknat pemakan riba, yang memberi makan riba, penulisnya, dan dua saksinya. Beliau bersabda: Mereka semua sama” (HR. Muslim, No. 1598).

Ketiga, *tadlis* (penipuan atau menyembunyikan cacat barang). Dalam praktik e-commerce, *tadlis* dapat berupa penggunaan foto yang tidak sesuai, review palsu, hingga informasi produk yang sengaja dilebih-lebihkan untuk menarik pembeli.

Nabi SAW bersabda:

“Barang siapa yang menipu, maka ia bukan dari golongan kami” (HR. Muslim, No. 102). Ini menunjukkan betapa pentingnya transparansi dan kejujuran dalam transaksi daring.

Keempat, *maisir* (perjudian atau spekulasi tanpa dasar nyata). Dalam konteks digital, *maisir* dapat ditemukan dalam sistem undian berbayar, game berbasis transaksi uang yang bersifat untung-untungan, serta spekulasi tanpa dasar dalam investasi digital. Allah SWT berfirman:

“Sesungguhnya minuman keras, berjudi, (berkorban untuk) berhala, dan mengundi nasib dengan panah adalah perbuatan keji termasuk perbuatan setan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu beruntung” (QS. Al-Ma'idah: 90).

Dengan demikian, agar transaksi dalam e-commerce sesuai dengan fikih muamalah kontemporer, harus dijauhkan dari unsur-unsur *gharar*, *riba*, *tadlis*, dan *maisir*. Prinsip keadilan, keterbukaan, dan kehalalan harus menjadi fondasi dalam setiap akad bisnis digital agar sesuai dengan *maqashid syariah* dan memberikan kemaslahatan bagi semua pihak. (Mubarroq & Latifah, 2023)

E. Kajian Hukum Islam Terhadap Sistem Jual Beli Online

Kajian hukum Islam terkait dengan jual beli online sebagai bentuk e-commerce menunjukkan bahwa transaksi ini merupakan bagian dari muamalah yang pada dasarnya mubah (boleh), kecuali jika ada dalil yang secara tegas mengharamkannya. Transaksi jual beli online memenuhi rukun dan syarat yang ditetapkan dalam syariat Islam, yaitu adanya pihak-pihak yang berakad (penjual dan pembeli), *sighat* (ijab dan kabul), objek transaksi yang jelas, serta nilai tukar yang disepakati. Dalam praktiknya, jual beli online sering kali dianalogikan dengan akad salam, yang merupakan bentuk akad yang mengatur penyerahan barang di kemudian hari dengan syarat spesifikasi barang yang jelas dan pembayaran dilakukan di muka. Hal ini menunjukkan fleksibilitas hukum Islam dalam beradaptasi dengan perkembangan zaman dan teknologi tanpa melanggar prinsip-prinsip dasar syariah.

Transaksi jual beli online didasarkan pada sejumlah landasan hukum syariat yang kuat. Dalil-dalil dalam Al-Qur'an, seperti QS. Al-Baqarah/2:275, menegaskan kehalalan jual beli dan melarang *riba*, sementara QS. An-Nisa/4:29 menekankan pentingnya keadilan dan kerelaan dalam setiap transaksi. Selain itu, prinsip-prinsip yang menekankan pada tidak adanya unsur penipuan (*gharar*), bahaya, atau kerugian bagi salah satu pihak, serta kewajiban memastikan bahwa barang atau jasa yang diperjualbelikan adalah halal, menjadi pedoman utama dalam praktik jual beli online. Dalam konteks ini, transaksi yang melibatkan barang-barang haram, seperti *khamar*, narkoba, atau benda tidak bermanfaat lainnya tentu tidak dibenarkan dalam syariat Islam.

Namun, tantangan dalam jual beli online tidak dapat diabaikan. Salah satu isu utama adalah potensi *gharar* atau ketidakjelasan, yang sering kali muncul akibat spesifikasi barang yang tidak memadai atau barang yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi. Selain itu, penipuan dalam bentuk lain—seperti kasus barang yang tidak dikirim setelah pembayaran—menjadi persoalan yang harus diwaspadai oleh baik pembeli maupun penjual. Untuk menghadapi tantangan ini, hukum Islam menekankan pentingnya prinsip kejujuran, transparansi, dan itikad baik dalam setiap transaksi, baik dari pihak penjual maupun pembeli.

Dari perspektif maqashid syariah, jual beli online dapat memberikan kemaslahatan yang besar bagi masyarakat. Kemudahan dalam transaksi, efisiensi waktu, serta aksesibilitas yang lebih luas menjadikan model transaksi ini relevan dengan kebutuhan modern. Islam memandang inovasi teknologi, termasuk e-commerce, sebagai sarana yang bisa dijadikan untuk kebaikan, asalkan penggunaannya tetap berpanduan pada nilai-nilai syariah. Dalam hal ini, prinsip moral seperti kejujuran, amanah, dan tanggung jawab menjadi kunci utama untuk menjaga keberkahan dalam transaksi.

Dengan demikian, jual beli online tidak hanya relevan secara teknis tetapi juga diakui secara normatif dalam kerangka hukum Islam. Selama transaksi dilaksanakan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, e-commerce dapat menjadi solusi yang mendukung kebutuhan masyarakat modern tanpa mengorbankan nilai-nilai agama. Ini mencerminkan bahwa hukum Islam tidak hanya fleksibel, tetapi juga mampu memberikan panduan etis dalam menghadapi tantangan globalisasi dan perkembangan teknologi..(Ummah, 2019)

E-commerce telah menjadi salah satu pilar utama dalam transformasi ekonomi modern, memberikan berbagai peluang signifikan bagi pelaku usaha untuk berkembang. Salah satu keunggulan utama e-commerce adalah kemampuannya dalam memperluas akses pasar yang jauh lebih luas dibandingkan dengan metode bisnis tradisional. Melalui platform digital, pelaku usaha, termasuk UMKM, dapat dengan mudah memasarkan produk mereka kepada konsumen di berbagai lokasi, baik lokal maupun internasional. Hal ini membuka kesempatan untuk menjangkau segmen pelanggan yang sebelumnya sulit dijangkau akibat keterbatasan geografis dan logistik. Dengan memperluas jangkauan pasar, pelaku usaha dapat meningkatkan skala bisnis, memperbesar pangsa pasar, serta menciptakan peluang baru untuk meningkatkan volume penjualan dan pendapatan.

Keuntungan lain yang tak kalah penting dari e-commerce adalah pengurangan biaya operasional. Dalam sistem bisnis tradisional, pelaku usaha biasanya harus menanggung biaya yang cukup besar, seperti sewa ruang toko fisik, gaji karyawan, dan pengelolaan inventaris. Namun, dengan beralih ke e-commerce, banyak dari biaya tersebut dapat dihemat karena transaksi dan pemasaran dilakukan secara digital. Misalnya, pelaku usaha tidak perlu lagi memiliki toko fisik yang mahal, melainkan hanya membutuhkan platform digital yang lebih terjangkau untuk menawarkan produk mereka. Penghematan ini memungkinkan pelaku usaha untuk memberikan harga produk yang lebih kompetitif kepada konsumen. Harga yang lebih terjangkau ini tidak hanya membantu meningkatkan daya beli masyarakat, tetapi juga mendorong pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan dengan menciptakan ekosistem yang lebih efisien dan inklusif.

Lebih dari itu, e-commerce juga berperan sebagai pendorong inovasi dalam pengembangan produk dan layanan. Dalam ekosistem digital, pelaku usaha dituntut untuk lebih responsif terhadap kebutuhan dan preferensi konsumen yang selalu berubah. Teknologi e-commerce mempermudah pengumpulan data pelanggan yang dapat dianalisis untuk menghasilkan produk yang lebih sesuai dengan permintaan pasar. Hal ini mendorong lahirnya ide-ide baru, baik dalam desain produk, metode pemasaran, maupun layanan pelanggan. Inovasi ini tidak hanya meningkatkan daya saing pelaku usaha, tetapi juga memberikan pengalaman yang lebih baik bagi konsumen, yang pada gilirannya turut berkontribusi pada penguatan perekonomian secara berkelanjutan.

Secara keseluruhan, e-commerce tidak hanya membuka peluang ekonomi baru, tetapi juga mendorong efisiensi dan inovasi dalam berbagai aspek bisnis. Dengan memanfaatkan potensi ini secara optimal, e-commerce berpotensi menjadi salah satu katalis utama dalam menciptakan pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan di era digital.(Maharani, 2024)

Kemajuan teknologi telah membawa berbagai kemudahan, terutama dalam aktivitas belanja online. Salah satu dampak positifnya adalah meningkatnya perilaku konsumtif dalam masyarakat. Fenomena ini tak bisa dipisahkan dari berbagai manfaat serta keuntungan yang ditawarkan oleh aplikasi e-commerce. Melalui platform belanja online, masyarakat kini dapat dengan mudah menemukan dan memilih berbagai produk yang tersedia secara daring. Akses yang mudah ini mendorong minat masyarakat untuk berbelanja, sehingga memperkuat kecenderungan perilaku konsumtif.

Konsumerisme sendiri dapat didefinisikan sebagai perilaku yang lebih terfokus pada konsumsi barang atau produk sebagai simbol. Artinya, keputusan untuk membeli suatu barang tidak hanya didasarkan pada kebutuhan dasar, melainkan sering kali dipengaruhi oleh keinginan untuk meningkatkan prestise, menunjukkan gaya hidup, atau menciptakan citra tertentu di tengah masyarakat. Saat ini, konsumsi barang lebih dipengaruhi oleh tren yang sedang berkembang, bukan hanya pada fungsi atau kegunaan barang itu sendiri.

Di kalangan mahasiswa, kemudahan berbelanja melalui toko online telah mengubah pola konsumsi mereka. Kini, mahasiswa lebih sering membeli barang bukan semata-mata karena kebutuhan utama, tetapi lebih untuk mengikuti tren atau bahkan sekadar mengatasi stres. Praktisnya belanja online memang memberikan banyak kemudahan dan keuntungan, namun di sisi lain, hal ini juga mengubah budaya konsumsi mahasiswa menjadi lebih impulsif dan tidak terencana.

Perilaku konsumtif yang tidak terkontrol ini dapat menimbulkan dampak negatif, terutama pada aspek finansial. Keborosan, yakni penggunaan sumber daya secara berlebihan tanpa perhitungan yang matang, dapat berujung pada kerugian finansial yang signifikan. Yayasan Lembaga Konsumen (YLK) mencatat bahwa perilaku konsumtif mencerminkan kecenderungan individu untuk mengonsumsi secara berlebihan tanpa mempertimbangkan batas yang wajar. Kebiasaan semacam ini bukan hanya berisiko membawa masalah ekonomi pribadi, tetapi juga memiliki dampak sosial yang lebih luas.

Khususnya di kalangan mahasiswa, peningkatan perilaku konsumtif ini harus menjadi perhatian serius. Konsumsi yang tidak terkontrol sering kali bertentangan dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah yang menekankan keadilan, keseimbangan, dan berkah dalam setiap transaksi. Konsumsi yang berlandaskan pada keinginan semata, bukan kebutuhan, dapat memicu berbagai masalah di masa depan, baik di bidang ekonomi, sosial, maupun spiritual.

Dalam konteks ini, penting untuk memahami bagaimana aplikasi belanja online memengaruhi pola konsumsi mahasiswa. Penelitian lebih lanjut mengenai dampak e-commerce terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, khususnya dari perspektif ekonomi syariah, diharapkan bisa memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang perubahan budaya konsumsi di era digital ini. (Astriana, 2024)

Dalam era digital yang semakin maju, penerapan prinsip syariah dalam e-commerce menjadi sangat penting untuk menjaga kehalalan transaksi, melindungi konsumen, serta mendorong kesejahteraan masyarakat. Dengan berlandaskan Maqashid Syariah, e-commerce tidak hanya berfokus pada keuntungan semata, tetapi juga memastikan integritas, keadilan, dan nilai-nilai Islam tetap terjaga dalam setiap aktivitas bisnis.

Adapun poin-poin utama yang relevan terhadap analisis keseimbangan antara teknologi dan syariat adalah sebagai berikut :

1. Prinsip Kehalalan dan Keadilan

Transaksi dalam e-commerce perlu mematuhi prinsip syariah, seperti larangan riba (bunga) dan transaksi spekulatif. Prinsip keadilan juga harus dijaga dalam

penetapan harga, kontrak, dan pembagian keuntungan untuk memastikan tidak ada eksploitasi atau ketidakadilan

2. Perlindungan Konsumen

E-commerce yang sesuai dengan syariat Islam harus memberikan informasi produk yang jujur dan transparan, menyediakan kebijakan pengembalian barang yang adil, dan menyelesaikan sengketa secara etis. Hal ini memastikan konsumen terlindungi dari praktik yang merugikan

3. Kesejahteraan Masyarakat

Maqashid Syariah bertujuan menciptakan kesejahteraan melalui dampak positif e-commerce terhadap ekonomi masyarakat, seperti memberikan akses pasar yang lebih luas bagi produsen kecil dan menengah

4. Etika Bisnis dan Integritas

Dalam e-commerce, pelaku usaha harus mempraktikkan etika bisnis Islam, seperti transparansi, kejujuran, dan penghormatan terhadap hak konsumen. Perlindungan data pribadi dan keamanan transaksi juga menjadi bagian penting

5. Harmonisasi dengan Nilai Islam

E-commerce yang memperhatikan Maqashid Syariah membantu membangun lingkungan bisnis yang sesuai dengan nilai-nilai Islam, seperti mengurangi kesenjangan sosial-ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan umat secara keseluruhan.(Wahyuni et al., 2023)

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik e-commerce dapat diterima dalam kerangka hukum Islam, asalkan transaksi yang dilakukan mematuhi prinsip-prinsip fiqih muamalah. Dalam konteks e-commerce, fleksibilitas dalam pelaksanaan transaksi memberikan keuntungan signifikan, baik bagi pelaku usaha maupun konsumen. Menurut analisis fiqih muamalah, akad menjadi elemen sentral dalam setiap transaksi, termasuk yang dilakukan secara digital. Akad salam dan akad istishna' dianggap sebagai bentuk akad yang paling sesuai untuk e-commerce karena memenuhi syarat dan rukun transaksi dalam Islam, seperti adanya ijab dan qabul, objek transaksi yang jelas, serta metode pembayaran yang sah menurut syariat.

Meskipun demikian, ada beberapa tantangan yang perlu diperhatikan, seperti gharar (ketidakpastian), riba (penambahan yang tidak sah), tadlis (penipuan), dan maisir (perjudian atau spekulasi). Penelitian ini juga menyoroti pentingnya penerapan prinsip transparansi, kejujuran, dan keamanan dalam transaksi untuk mencegah pelanggaran terhadap syariat Islam. Perlindungan konsumen juga perlu ditingkatkan, terutama terkait pengelolaan data pribadi, pengiriman barang yang sesuai, dan penerapan kebijakan pengembalian yang adil.

Dalam perspektif maqashid syariah, e-commerce tidak hanya menunjukkan kemampuan hukum Islam untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi, tetapi juga berperan sebagai instrumen penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dengan menegakkan prinsip kehalalan, keadilan, dan keterbukaan, e-commerce memiliki potensi untuk menciptakan ekosistem ekonomi yang lebih inklusif dan berkeadilan.

Saran

1. Untuk Pelaku Usaha E-Commerce:

- a. Utamakan transparansi dalam menyajikan informasi produk, seperti deskripsi yang jelas, harga termasuk semua biaya, dan kebijakan pengembalian barang yang mudah dipahami.
- b. Praktikkan kejujuran dalam menjalankan usaha, termasuk tidak melebih-lebihkan keunggulan produk atau menyembunyikan kekurangan yang ada.

- c. Pastikan bahwa semua barang yang dijual memenuhi standar kehalalan sesuai dengan syariat Islam.
 - d. Kembangkan fitur yang mendukung transaksi halal, seperti akad salam dan akad istishna' untuk produk pre-order.
- 2. Untuk Regulator dan Pemerintah:**
- a. Susun regulasi yang mendukung penerapan prinsip ekonomi Islam dalam e-commerce, meliputi pengawasan terhadap praktik gharar, riba, dan tadlis.
 - b. Bentuk badan pengawas yang melibatkan ahli syariah untuk memastikan pelaksanaan syariat dalam transaksi digital.
 - c. Tingkatkan kesadaran publik mengenai pentingnya perlindungan konsumen melalui kampanye edukasi berbasis nilai-nilai Islam.
 - d. Atur mekanisme penyelesaian sengketa yang adil bagi konsumen dan pelaku usaha dalam dunia e-commerce.
- 3. Untuk Akademisi dan Peneliti:**
- a. Lakukan penelitian mendalam mengenai dampak e-commerce terhadap kesejahteraan masyarakat dari perspektif maqashid syariah.
 - b. Kembangkan studi empiris terkait penerapan akad salam dan akad istishna' dalam e-commerce sebagai panduan praktis.
 - c. Teliti potensi teknologi seperti blockchain untuk meningkatkan transparansi dan keandalan dalam transaksi digital.
 - d. Susun literatur yang mengintegrasikan konsep fiqh muamalah dengan inovasi teknologi guna memberikan solusi berkelanjutan di era digital.
- 4. Untuk Konsumen:**
- a. Jadilah konsumen yang cerdas dengan memilih platform dan penjual yang transparan dan terpercaya.
 - b. Pahami hak dan kewajiban sebagai konsumen sesuai syariat Islam, termasuk memastikan bahwa barang yang dibeli halal dan bermanfaat.
 - c. Hindari perilaku konsumtif berlebihan dengan mempertimbangkan aspek keberkahan dalam setiap transaksi.
 - d. Laporkan platform atau penjual yang melanggar prinsip keadilan dan transparansi kepada pihak berwenang.
- 5. Untuk Platform E-Commerce:**
- a. Sediakan fitur edukasi bagi pengguna terkait prinsip-prinsip fiqh muamalah yang relevan dengan e-commerce.
 - b. Tingkatkan keamanan transaksi melalui teknologi enkripsi dan perlindungan data konsumen.
 - c. Integrasikan fitur yang mendukung transaksi halal, seperti akad salam dan istishna', serta opsi pembayaran bebas bunga.
 - d. Buat sistem ulasan dan penilaian yang transparan untuk mencegah penipuan dan manipulasi.

Dengan menerapkan rekomendasi-rekomendasi di atas, e-commerce diharapkan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat modern sambil tetap mencerminkan nilai-nilai Islam yang menjunjung keadilan, kejujuran, dan keberkahan. Hal ini akan menjadikan e-commerce sebagai sarana bisnis yang tidak hanya menguntungkan secara ekonomi, tetapi juga beretika, berkelanjutan, dan mampu mendorong kesejahteraan umat secara menyeluruh.

REFERENSI

- Abduroman, D., Putra, H. M., & Nurdin, I. (2020). Tinjauan Fiqih Muamalah Terhadap Jual Beli Online. *Ecopreneur : Jurnal Program Studi Ekonomi Syariah*, 1(2), 35.
<https://doi.org/10.47453/ecopreneur.v1i2.131>

- Astriaana, N. (2024). *Dampak E-Commerce terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa dalam Perspektif Ekonomi Islam*. 3(6), 5738–5756.
- Bone, K. (2024). *JUAL BELI ONLINE DI MASA KINI DITINJAU DALAM PERSPEKTIF ISLAM (Studi pada Pengguna Online Shop di Kecamatan Tanete Riattang*. 8(9), 213–241.
- Ekonomika, J., Dan, M., Jemb, B., Hal, V. N. J., Alifia, Z., Ramadani, K., Afandi, I., & Mu, A. (2024). *Transaksi Bisnis Modern Pada E - Commerce Dalam Perspektif Fiqih Muamalah*. 3(2), 323–327.
- Maharani, D. I. (2024). Peluang dan Tantangan Sektor E-Commerce dalam Meningkatkan Perekonomian di Era Transformasi Digital. *Jurnal Simki Economic*, 7(1), 201–210. <https://doi.org/10.29407/jse.v7i1.493>
- Mubarroq, A. C., & Latifah, L. (2023). Analisis Konsep Muamalah Berdasarkan Kaidah Fiqh Muamalah Kontemporer. *Tadayun: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 4(1), 95–108. <https://doi.org/10.24239/tadayun.v4i1.101>
- Putri, J. D., M. Randhika Priyatna, M. Naufal Empy, Fathoni Yusuf, & Fadhli Suko Wiryanto4. (2023). Akad E-Commerce Jual Beli Online Ditinjau dari Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah. *Al - Muamalat: Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah*, 8(1), 43–59. <https://doi.org/10.32505/muamalat.v8i1.5193>
- Susanto, I., & Johendra, M. (2024). *TRANSPARANSI JUAL BELI ONLINE : PERSPEKTIF ETIKA ISLAM DALAM PRAKTIK E-COMMERCE* Pendahuluan Perdagangan elektronik (e-commerce) telah berkembang pesat dalam beberapa dekade terakhir , menjadi salah satu sektor yang paling dominan dalam perekonomian glob. 2.
- Ummah, M. S. (2019). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBE_TUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Wahyuni, S., Asmuni, A., & Anggraini, T. (2023). Analisis maqashid dan masalah transaksi e-commerce di Indonesia. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 8(2), 124–133. <https://doi.org/10.21067/jrpe.v8i2.8703>