

## TRANSAKSI E-COMMERCE DALAM PERSPEKTIF *MAQASHID* SYARIAH

Nuning Nurna Dewi <sup>1</sup>, Achmad Fathoni Rodli <sup>2</sup>, Relita Rofiqoh<sup>3</sup>, Maris Wahidatul ‘Ailah<sup>4</sup>,  
Maslahatus Saidah<sup>5</sup>

Universitas Maarif Hasyim Latif, Sidoarjo, Indonesia<sup>1, 2, 3, 4, 5</sup>

### ABSTRACT

E-Commerce is a trade or transaction that uses electronic media such as the internet, where its use is more efficient, practical and can reach various regions and even various countries, with the convenience offered making many consumers prefer to make buying and selling transactions using e-commerce. This can be seen based on the results of revenue, obtained from the 2019 e-commerce statistics body as many as 45.30 e-commerce businesses in Indonesia that began using the internet in 2017-2018, while in 2019 as much as 25.11%. The purpose of this study is to find out how e-commerce transactions can be seen from the sharia maqashid. This type of research uses a library research approach, the source of which is obtained through books, journals and e-commerce statistical data related to this research. The results of the study show that e-commerce transactions are in accordance with the 5 (five) principles of sharia maqashid, namely: *Hifdzu din* (protecting religion), *Hifdzu nafs* (protecting souls), *Hifdzu aql* (protecting thoughts), *Hifdzu mal* (protecting assets), *Hifdzu nasab* (protect offspring) so that it can obtain a general benefit, benefit from the buyer's side such as making transactions easier, and benefits from the seller's side because it is more cost-effective, while from the community side provides new employment or business. The Islamic law of transactions using e-commerce is permissible based on the principle of mashlahah because human needs for technological advances are increasingly important by trying to improve and avoid technical weaknesses and sharia balance, because it cannot be denied that the mechanisms created by humans are not immune from weaknesses. However, as long as it is still relatively safe and supported by proper security measures, it will create a problem for its users.

**Keywords:** *E-Commerce, Maqashid Syariah, Maslahah*

**Korespondensi:** Dr. Nuning Nurna Dewi, MM. Universitas Maarif Hasyim Latif. Jl Raya Ngelom Megare, 61257.  
Email: [nuning@dosen.umaha.ac.id](mailto:nuning@dosen.umaha.ac.id)

### INTRODUCTION

Islam mengajarkan kepada umatnya untuk saling bersosialisasi dan saling menjaga hubungan baik antar sesama. Dalam ekonomi Islam berinteraksi antara sesama telah diatur dalam sistem muamalah. Dimana, dalam sistem muamalah terdapat berbagai aturan yang sudah jelas yang gunanya untuk mencapai tujuan dari kehidupan manusia yaitu kesejahteraan dunia dan akhirat.

Tujuan dari kehidupan manusia adalah memenuhi kebutuhan hidup agar tercapainya kesejahteraan yang sesuai dengan tujuan dari ekonomi Islam atau dikenal dengan *maqashid Syariah* yang mencakup lima unsur kehidupan yaitu penjagaan terhadap agama, jiwa, akal, keturunan dan harta yang apabila ke lima unsur tersebut terpenuhi maka akan menjadikan kebaikan (*maslahah*) dalam hidupnya.

**Submitted:** January 2022, **Accepted:** Maret 2022, **Published:** April 2022

ISSN: 2614 - 3968 (printed), ISSN: 2615 - 6237 (online), Website: <https://e-journal.umaha.ac.id/index.php/ecopreneur/index>

Dalam memenuhi kebutuhan hidup manusia, Islam telah menganjurkan untuk berdagang atau melakukan jual-beli yang gunanya untuk memenuhi kebutuhan hidup. Namun, dalam hal untuk menjaga *maqashid syariah* yang tujuannya untuk memperoleh kebaikan (*maslahah*) maka dalam berdagang harus sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi

Islam yaitu harus jujur, tidak ada riba, gharar dan maisir di dalamnya. Seiring dengan perkembangan teknologi yang sangat pesat pada zaman sekarang menjadikan dunia perdagangan atau bisnis banyak mengalami perubahan khususnya dalam hal pemasaran. Dimana, pemasaran merupakan salah satu media terpenting dalam dunia bisnis yang sekarang terus berkembang menyesuaikan dengan kemajuan zaman. Seiring dengan perkembangan teknologi saat ini, segala aktivitas didasarkan pada pemenuhan kebutuhan yang dapat memudahkan konsumen. Pertumbuhan bisnis yang pesat pada masa sekarang salah satu penyebabnya adalah dari dorongan teknologi komputer, telekomunikasi, media dan informasi yang semakin maju, karena berbagai informasi dapat disajikan dengan canggih dan mudah diperoleh mulailah dikenal perdagangan secara elektronik atau electronic

commerce (selanjutnya disebut ecommerce). E-commerce merupakan salah satu mekanisme transaksi yang menggunakan jaringan komunikasi elektronik seperti internet yang digunakan baik oleh negara maju maupun negara berkembang, sehingga aktivitasnya tidak dapat lagi dibatasi dengan batasan geografis dan dapat meningkatkan efisiensi serta kecepatan penyelenggaraan bisnis. Di Indonesia penjualan barang maupun jasa melalui e-commerce pada saat ini semakin berkembang dan marak hal ini dikarenakan penjualan melalui e-commerce ini lebih efisien, baik dari segi waktu dan biaya kenyamanan dalam bertransaksi bagi konsumen di banding dengan bertransaksi secara tradisional, selain itu salah satu keuntungan dari penjualan melalui e-commerce ini adalah potensi untuk menghindari biaya operasional kantor atau outlet dan administrasi yang bisa mencapai biaya 12 kali dibanding dengan transaksi di cyberspace. Dengan demikian adanya pertumbuhan teknologi yang pesat sehingga terciptanya metode perdagangan lewat e-commerce ini yang lebih efisien dan memudahkan banyak pihak dalam melakukan transaksi jual beli. Namun apakah metode perdagangan lewat e-commerce ini sudah sesuai dengan

maqashid syariah yang dapat mewujudkan kemaslahatan bagi manusia.

## LITERATURE REVIEW

### 1. E-Commerce dalam Transaksi Perdagangan

E-Commerce (Elektronik Commerce) berdasarkan OECD 2009 adalah penjualan atau pembelian barang dan jasa yang dilakukan melalui jaringan komputer dengan metode yang telah dirancang untuk tujuan penjualan atau pemesanan. Dalam hal ini pemesanan biasanya melalui halaman *website*, *ekstranet* maupun EDI (*Electronic Data Interchange*), *email*, media sosial (facebook, instagram, dan lainnya), dan *Instant messaging* (whatsapp, line, dan lainnya)<sup>1</sup>.

Elektronik Commerce (e-Commerce) merupakan konsep baru yang menggambarkan proses transaksi jual beli barang maupun jasa pada *word Wide Web Internet*. E-Commerce memiliki beberapa perspektif diantaranya :<sup>2</sup>

a. Perspektif Komunikasi : e-commerce merupakan pengiriman informasi, produk/layanan, atau pembayaran melalui

lini telepon, jaringan komputer atau sarana elektronik lainnya

- b. Perspektif Proses Bisnis : e-commerce merupakan aplikasi teknologi menuju otomatis transaksi dan aliran kerja perusahaan
- c. Perspektif Layanan : e-commerce merupakan salah satu alat yang memenuhi keinginan perusahaan, konsumen dan manajemen dalam memangkas *service cost* ketika meningkatkan mutu barang dan kecepatan pelayanan.
- d. Perspektif Online e-commerce berkaitan dengan kapasitas jual beli produk dan informasi di internet dan jasa online lainnya.

### Manfaat E-Commerce

Manfaat yang dapat diperoleh dari e-commerce bagi organisasi menurut Suyanto (2003:50) dalam Rose Rahmidani (SNEMA, 2015) adalah :<sup>3</sup>

- a. Memperluas market place hingga ke pasar nasional dan international.
- b. Menurunkan biaya pembuatan, pemrosesan, pendistribusian,

<sup>1</sup> Muhammad Lukman Syafii dan Danang Cendrio, *Hukum Electronic Commerce (E-commerce) dalam Perspektif Islam*, Seminar Nasional dan Call For Paper III, 2018, 266.

<sup>2</sup> Rose Rahmidani, *Penggunaan e-commerce dalam bisnis sebagai sumber keunggulan bersaing*

*perusahaan*, Seminar Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (SNEMA) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, 2015, 246.

<sup>3</sup> Ibid., 347.

- penyimpanan dan pencarian informasi yang menggunakan kertas.
- c. Memungkinkan pengurangan inventory dan overhead dengan menyederhanakan supply chain dan management tipe “pull”.
- d. Mengurangi waktu antara outlay modal dan penerimaan produk dan jasa.
- e. Mendukung upaya-upaya business process reengineering.
- f. Memperkecil biaya telekomunikasi
- g. Akses informasi lebih cepat.

Menurut Suyanto (2003:52) dalam Rose Rahmidani (SNEMA, 2015) selain manfaat terhadap organisasi, konsumen e-commerce juga mempunyai manfaat bagi masyarakat, antara lain :

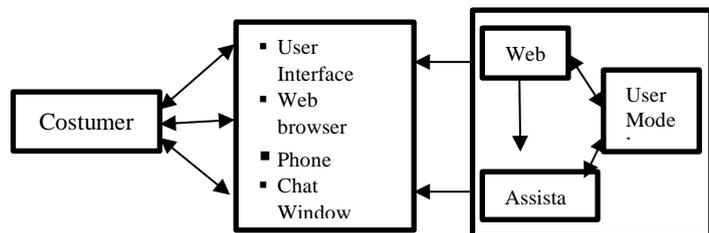
- a. Memungkinkan orang untuk bekerja di dalam rumah dan tidak harus keluar rumah untuk berbelanja.
- b. Memungkinkan sejumlah barang dagangan dijual dengan harga lebih rendah.
- c. Memungkinkan orang di negara-negara dunia ketiga dan wilayah pedesaan untuk menikmati aneka produk dan jasa yang akan susah mereka dapatkan tanpa e-commerce.

**Prosedur Transaksi E-Commerce**

Terdapat beberapa struktur yang berbasis web dalam prosedur penggunaan e-

commerce, media yang paling populer dan paling diminati adalah melalui web e-commerce (*world, wide, web*) berikut ini merupakan struktur dari web e-commerce.

Gambar 1.1 Struktur Sistem E-commerce berbasis web



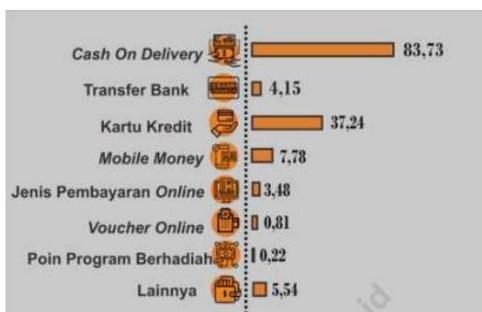
(Sumber Aberg dan Shahmerhri, 2000)

Dari gambar struktur sistem e-commerce di atas dapat dijelaskan bahwa konsumen dapat berinteraksi dengan perusahaan penyedia layanan e-commerce melalui tiga jalur (interface), yaitu web browser, telepon atau fasilitas chatting (chat window). Semua informasi mengenai konsumen akan disimpan pada user model dan informasi ini dijadikan oleh perusahaan sebagai database profil konsumen. Informasi profil konsumen tersebut sangat berarti bagi perusahaan dalam kaitannya untuk meningkatkan pelayanan dan kepuasan konsumen.<sup>4</sup>

<sup>4</sup> Ibid..., 348.

Berdasarkan hasil pendapatan, yang diperoleh dari badan statistik e-commerce 2019 sebanyak 45,30 usaha *e-commerce* di Indonesia mulai memanfaatkan internet pada tahun 2017-2018, sedangkan yang baru mulai memanfaatkan pada tahun 2019 sebanyak 25,11% jenis barang yang banyak dijual adalah makanan dan minuman, selanjutnya pakaian dan perbotan rumah tangga. Dalam hal pembayaran barang atau jasa yang telah dipesan melalui e-commerce menurut data statistik banyak yang melakukan pembayaran melalui COD (*Cash on Delivery*) dapat dilihat pada tabel di bawah ini.<sup>5</sup>

Gambar 1.2 Persentase metode pembayaran



commerce

(Sumber : Statistik e-commerce 2019)

Dari data di atas metode yang paling banyak dilakukan dalam pembayaran adalah COD sebesar 83,73, kartu kredit sebesar 37,24 baru setelah itu mobile money (uang elektronik) sebesar 7,78 setelah melakukan

pembayaran maka para penjual online akan mengirim barang tersebut melalui jasa kurir dengan biaya tambahan (ongkir) namun ada juga tokoh online yang meniadakan ongkir yang tujuan dari pemasaran tersebut untuk menarik customer untuk berlangganan di online shopnya.

Setelah terjadinya transaksi online shop juga terdapat 2 kemudian yaitu barang yang dibeli sesuai dengan apa yang dipromosikan di website, atau barang yang dibeli tidak sesuai dengan apa dipromosikan sehingga dari sinilah dapat dilihat kredibilitas dari toko onlinenya. Namun untuk menangani masalah tersebut terdapat UU No.7 tahun 2014 tentang perdagangan dan UU No.8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen hukum ini menjadi acuan bagi pelaku usaha dalam melakukan transaksi perdagangan. Dimana dalam UU perdagangan diatur mengenai sistem perdagangan elektronik dengan ketentuan bahwa setiap orang atau badan usaha yang memperdagangkan barang atau jasa wajib menyediakan data dan informasi secara lengkap dan benar.

E-commerce diatur dalam UU perdagang bab VIII mengenai perdagangan melalui sistem elektronik pasal 65 dan 66. Kemudian ada juga UU ITE yang memuat pasal mengenai

<sup>5</sup> Badan Pusat Statistik, *Statistik E-Commerce 2019*, (Jakarta : BPS - Statistic Indonesia, 2019), 05.

penipuan yang terdapat pada pasal 28 ayat (1) UU ITE masih bersifat umum dengan menitik beratkan pada perbuatan penyebaran berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian pada pihak yang terkait. Namun ada beberapa toko mempunyai inisiatif dalam mengatasi masalah ini dengan cara memberikan waktu kepada pelanggan untuk mengembalikan barang yang tidak sesuai dengan apa yang informasikan di webnya dan uang akan kembali contohnya online shop zalora.com.<sup>6</sup>

### Keuntungan dan Kerugian E-commerce bagi penjual dan pembeli

Tabel 1 : Keuntungan dan kerugian e-commerce bagi pembeli

Keuntungan	Kerugian
1. Lebih cepat dan nyaman	1. Masalah keamanan terhadap data konsumen
2. Pilihan produk dan layanan terus ditingkatkan	2. Pembeli tidak semua mempergunakan teknologi yang sama
3. Memilih akses yang lebih banyak terhadap informasi	

4. Dapat memperbaiki harga	3. Masalah hukum / aspek legal
5. Dapat melakukan umpan balik kepada supplier, vendor dan biro iklan	4. Tidak semua orang memiliki akses internet
6. Metode pembelian yang lebih mudah dan praktis	5. Kemungkinan informasi barang yang salah
7. Meningkatkan tingkat ketersediaan pelayanan konsumen	6. Kurang kepercayaan dari konsumen terhadap penjual
8. Meningkatkan kepercayaan kepada konsumen.	

(Sumber : Rose Rahmidani, SNEMA 2015)

Berdasarkan dari tabel di atas, pada sisi keuntungan pihak pembeli bisa melakukan transaksi pembelian secara mudah, praktis dan

<sup>6</sup> Diky Pariadi, *Pengawasan E-commerce dalam undang-undang perdagangan dan undang-undang*

*perlindungan konsumen*, Jurnal Hukum & Perdagangan, Vol. 48, NO. 3, 2008, 653.

lebih leluasa dalam memilih barang serta dapat membandingkan barang/jasa yang akan dibeli di antara beberapa vendor. Sehingga bisa memilih barang dengan tepat baik dari segi harga maupun fiturnya. Sedangkan dari sisi kerugian menyangkut pada sistem keamanan, kepercayaan pembeli, serta ketersediaan infrastruktur internet. Namun banyaknya komunitas pengguna ecommerce, dan semakin banyaknya ketersediaan jaringan internet maka kerugian yang dihadapi pembeli dapat diperkecil, serta mengenai keamanan e-commerce sudah ada UU yang mngetur tentang keamaan dalam penggunaan e-commerce.

**Keuntungan dan kerugian e-commerce bagi penjual diantaranya**

Tabel 2: Keuntungan dan kerugian e-commerce bagi penjual

Keuntungan	Kerugian
1. Manajemen informasi/komunikasi yang lebih baik.	1. Organisasi/manajer butuh untuk meningkatkan
2. Peningkatan level layanan dapat tersedia.	pengetahuannya
3. Kemampuan untuk menyediakan	mengenai teknologi informasi.

layanan konsumen yang lebih baik.	2. Permasalahan dengan pengembangan web yang jelek.
4. Meningkatkan daya saing.	3. Masalah hukum/aspek legal.
5. Mengurangi biaya/meningkatkan pendapatan.	4. Informasi yang dikirim oleh supplier dapat diganggu oleh hacker.
6. Mengurangi siklus waktu.	5. Merek dagang/kepercayaan menjadi hal yang utama.
7. Sedikit hambatan dalam penerapan metode penjualan.	6. Kompetisi yang ketat bagi supplier/vendor.
8. Semua perusahaan dapat berkompetisi pada level yang sama.	7. Biaya implementasi/advertensi dapat menjadi tinggi.
9. Memperbaiki dukungan distributor.	
10. Kemampuan untuk membangun investasi	

infrastruktur informasi.	8. Tidak cukup metode untuk pembayaran.	melewati hambatan global dalam marketing.	mungkin tidak mewakili populasi target.
11. Dapat memperbaiki manajemen logistik.	9. Harus memiliki konsumen yang loyal.	18. Memperoleh pengetahuan melalui diskusi di internet.	16. Tidak ada estándar internet bagi perusahaan web hosting.
12. Dapat memperbaiki image perusahaan.	10. Pengguna dikenai biaya transaksi.	19. Biaya stock dan produksi dapat dipotong melalui penawaran yang kompetitif.	17. Butuh restrukturisasi proses bisnis.
13. Cara yang lebih murah untuk mencari partner bisnis.	11. Bahasa, zona waktu, dan perbedaan mata uang.	20. Kemampuan untuk mengidentifikasi pasar produk baru.	18. Sulit untuk mengatasi keputusan pembelian yang licik.
14. Lebih banyak tersedia informasi elektronik.	12. Permasalahan perlindungan hak cipta.	21. Mendukung hubungan melalui berbagi informasi secara real-time.	19. Kesulitan untuk mengetahui pembeli yang sedang mencari.
15. Dapat memperbaiki akses informasi mengenai transaksi yang terjadi.	13. Gangguan pada rantai pasokan.	22. Akselerasi terhadap proses bisnis.	20. Keharusan untuk merubah organisasi.
16. Cara langsung yang lebih banyak untuk pembelian.	14. Kemudahan pembeli untuk berganti supplier/vendor.		21. Penjualan melalui
17. Kemampuan untuk	15. Populasi web		

23. Mudah dalam memperbarui katalog online.	internet terbatas pada orang ketika mulai
24. Meningkatkan efisiensi transaksi	mempergunakan internet untuk pembelian.
	22. Hambatan oleh jangkauan jaringan komputer.

“Memenuhi hajat manusia dengan cara merealisasikan mashlahatnya dan menghindarkan mafsadah dari mereka”.

Imam asy-Syatibi menjelaskan ada 5 (lima) prinsip bentuk maqashid syariah yaitu : *Hifdzu din* (melindungi agama), *Hifdzu nafs* (melindungi jiwa), *Hifdzu aql* (melindungi pikiran), *Hifdzu mal* (melindungi harta), *Hifdzu nasab* (melindungi keturunan). Kelima maqashid *syariah* bila diterapkan dan dijaga akan membetuk *Maslahah* atau kebaikan. Pada dasarnya ini dari tujuan Maqashid syariah adalah kemaslahatan umat manusia sesuai dengan pernyataannya.<sup>8</sup>

انَّ وَضْعَ الشَّرَائِعِ إِنَّمَا هُوَ لِمَصَالِحِ الْعِبَادِ فِي الْعَاجِلِ وَالْآجِلِ مَعًا

“sesungguhnya syari (pembuatan syariat) dalam mensyariatkan hukum bertujuan untuk mewujudkan kemaslahatan hambanya baik di dunia maupun di akhirat secara bersamaan”.

Menurut asy-Syatibi Dalam *mashalahah* terdapat tiga tingkatan sesuai dengan urgensi atau berdasarkan kepentingan yaitu:<sup>9</sup>

a. *Dharuriyyat* merupakan suatu kebutuhan yang harus dipenuhi untuk mewujudkan kemaslahatan bagi kehidupan dan apabila tidak terpenuhi maka akan merusak

## 2. Maqashid Syariah

Dalam bahasa Arab, *Maqshad* dan *Maqashid* berasal dari kata *qashd* (قَصْدٌ). *Maqashid* (مَقَاصِد) adalah kata yang menunjukkan banyak (jama’), Mufradnya adalah *maqshad* (مَقْصَدٌ) yang berarti tujuan atau target. Selain itu menurut imam ath-Thahir ibnu ‘asyur dan al-‘Allamah ‘Ilal al-Fasi menjelaskan bahwa definisi maqashid syariah adalah :<sup>7</sup>

مُرَاعَاةُ مَصَالِحِ الْعِبَادِ بِجَلْبِ الْمَصَالِحِ وَدَرْءُ الْمَفَاسِدِ

<sup>7</sup> Oni Sahroni dan Adiwarmar Karim, *Maqashid Bisnis & Keuangan Islam sintesis Fikih dan Ekonomi*, (Jakarta : Rajawali Press, 2016), 01

<sup>8</sup> Ali Mukhtakin, *Hubungan Maqashid al-Syariah dengan metode istinbath hukum*, Analisis, Vol. 17, No. 1, Juni 2017. 114.

<sup>9</sup> Yayan Fauza, *Manajemen Pemasaran Perspektif Maqashid Syariah*, Jurnal Ekonomi Islam Vol., 01 No. 03, November 2015, 145.

kehidupan seperti makan, minum, shalat. Sedangkan dalam hal mu'amalat, asy-Syatibi mencontohkan harus ada *'iwadh* tertentu dalam melakukan transaksi perpindahan kepemilikan seperti dalam jual-beli.

- b. *Hajjiyyat*, merupakan suatu kebutuhan yang sebaiknya dipenuhi karena dapat terhindar dari kesulitan dalam memenuhi kebutuhan, jika sesuatu ini tidak ada maka tidak akan menimbulkan kerusakan akan tetapi berdampak pada *massyadah* dan kesempitan. Contoh dalam hal mu'amalah yang diberikan oleh asy-Syatibi adalah dimunculkannya beberapa transaksi bisnis dalam fiqh muamalah diantaranya, *Qiradh*, *Musaqah*, dan *Salam*
- c. *Tahsiniyyat*, merupakan kebutuhan pelengkap dan jika tidak terpenuhi maka membuat kehidupan kurang nyaman. Dalam hal mu'amalah, asy-Syatibi mencontohkan dilarangnya jual-beli barang najis.

### Transaksi E-Commerce dalam Perspektif Maqashid Syariah

Maqashid syariah merupakan tujuan hidup untuk mencapai kesejahteraan yang mencakup penjagaan terhadap lima unsur kehidupan yaitu : penjagaan agama, jiwa, akal, keturunan dan harta ke lima unsur tersebut dapat membawa kepada kehidupan yang *maslahah*. Untuk mencapai tujuan kehidupan manusia tidak terlepas dari pemenuhan kebutuhan hidup. Pemenuhan kebutuhan merupakan kewajiban dari agama, sehingga harus tetap dalam aturan-aturan Islam, yakni dengan jalan perdangangan.<sup>10</sup> Seperti dalam surat al-Nisa' ayat 29 :<sup>11</sup>

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ  
تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

٢٩

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”

Ayat diatas menjelaskan mengenai pemenuhan kebutuhan dengan cara yang baik dan sesuai dengan syariah Islam yaitu dengan

## HASIL DAN PEMBAHASAN

<sup>10</sup> Ika Yunia Fauzia, dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Ekonomi Islam (Prespektif Maqashid Syariah)*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018), 43.

<sup>11</sup> Departemen Keagamaan, *al-qur'an dan terjemahan juz 1-30 Edisi Baru*, (Jakarta : CV Pustaka) Agung Harapan, 2006, 107. .

melewati jalur peniagaan atau berdagang sehingga akan berdampak pada kebaikan (*masalah*) bagi semua pihak yang bersangkutan dalam perdagang. *Masalah* atau kebaikan dapat terbentuk dari *maqashid syariah*, dimana dalam menjaga *maqashid syariah* dan memenuhi *masalah* saat berdagang, maka perdagang tersebut harus sesuai dengan aturan-aturan dalam Islam, seperti yang telah dicontohkan oleh Rasulullah saw dalam setiap tindakan berdagangnya. Dalam hadist disebutkan :<sup>12</sup>

*“pedagang yang jujur dan terpercaya akan dibangkitkan bersama para Nabi, orang-orang shiddiq dan para syuhada”*.(HR Tirmidzi)

Hadits di atas menjelaskan bahwa ketika seorang pedagang atau pengusaha yang jujur dan terpercaya akan dibangkitkan dengan para Nabi, orang-orang yang terpercaya dan para syuhada. Jika kita lihat, pedagang yang jujur dan terpercaya, tentu saja tidak ingin menipu para konsumennya dan ini akan memberikan kebaikan (*masalah*) bagi semua pihak.

Bila dilihat dari sistem prinsip operasionalnya, maka e-commerce dalam fiqih kontemporer sebenarnya merupakan alat, media, metode teknis maupun sarana

yang dalam syariah bersifat fleksibel, dinamis, dan variable. Menurut Dr, Wahab az-Zuhaili dalam al-fiqih al-Islami wa adilatuhu (IV/199) bahwa prinsip dasar dan persyaratan dalam transaksi muamalah terkait dengannya adalah boleh selama tidak melanggar aturan syariah. dalam penjelasannya bahwa hal ini termasuk dalam katagori *umurid dunya* (persoalan teknis keduniawan) rasulullah pasrahkan sepenuhnya selama dalam koridor syariah kepada umat Islam untuk menguasai dan memanfaatkan demi kemakmuran bersama. Namun dalam hal ini tidak boleh bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah dalam bermuamalah.<sup>13</sup>

Hukum dari transaksi dengan menggunakan e-commerce adalah boleh berdasarkan prinsip *mashlahah* karena kebutuhan manusia akan kemajuan teknologi ini dengan berusaha memperbaiki dan menghindari kelemahan dan penyimbangan teknis maupun syariah sebab tidak bisa dipungkiri bahwa mekanisme yang dibuat manusia tidak luput dari kelemahan dan selama masih relative aman dan didukung oleh upaya-upaya pengamanan hal itu dapat ditolerir harus dihilangkan.

<sup>12</sup> Diniarti Novi Wulandari, dkk, *Etika Bisnis e-Commerce berdasarkan Maqashid Syariah pada Marketplace Bukalapak.com..*, 02

<sup>13</sup> Muhammad Lukman Syafii dan Danang Cendrio, *Hukum Electronic Commerce (E-commerce) dalam Perspektif Islam..*, 271.

Mengenai teknis operasionalnya, baik tradisi, prosedur dan system ('urf) yang berlaku termasuk dalam penerapan ijab qabul dalam jual beli tidak harus dilakukan dengan ucapan atau bertatap muka. Akan tetapi, bisa dengan cara yang fleksibel dengan meng-klik atau meg-enter pilihan tertentu pada cyberspace yang selanjutnya dilakukan penyelesaian pembayaran dengan cara dan media teknologi apapun yang dianggap sah selama memenuhi kriteria dan persyaratan syariah dalam transaksi untuk selajutnya masing-masing pihak komitmen untuk memenuhi kewajiban masing-masing sesuai dengan kesepakatan seperti sabda rasulullah.<sup>14</sup>

“Orang Islam itu wajib memenuhi komitmen kesepakatan diantara mereka, kecuali kesepakatan atau perjanjian yang menghalalkan yang haram atau mengharamkan yang haram.”(HR. Abu Dawud, Ibnu Maajah, dan Tirmidzi).”

Dari segi mashalahatnya sebagaimana pemikiran al-Syatibi mengenai kemaslahatan adalah kemaslahatan umat manusia, ia juga menyatakan bahwa tidak satupun hukum Allah SWT yang tidak mempunyai tujuan. Mengenai kemaslahatan dalam hal ini

diartikan sebagai segala sesuatu yang menyangkut rezeki manusia, pemenuhan penghidupan manusia, dan perolehan apa-apa yang dituntut oleh kualitas-kualitas emosional dan intelektualnya.<sup>15</sup> Kemaslahatan yang didapatkan dalam *e-commerce* tidak hanya didapatkan oleh pembeli, bagi pihak penjual dengan menggunakan *e-commerce* ia mendapatkan jangkauan pemasaran yang lebih luas dibandingkan dengan jual-beli tradisional, *e-commerce* merupakan sebuah transaksi jual-beli tanpa batas dalam menjalankan *e-commerce* tidak memerlukan kantor yang khusus seperti toko yang ada di pasar, sehingga dalam prakteknya dapat meminimalisirkan biaya operasional dalam jual-beli.

Ditinjau dari perspektif *maqasid al-Syari'ah* transaksi *e-commerce* dibolehkan dalam Islam karena dalam prakteknya memberikan banyak manfaat. Pertama tentang *hifzul din* (penjagaan agama) dimana Islam telah mengajarkan untuk menjaga hak dan kebebasan dalam ber ibadah tidak ada paksaan untuk setiap umat harus memilih Islam, sehingga tidak membeda-bedakan karena setiap manusia itu sama. Jika dikaitkan dengan e-commerce yaitu tidak ada perbedaan

<sup>14</sup> Ibid.,271.

<sup>15</sup> Adiwarmman Azwar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, ( Jakarta: Rajawali Press, 2010), hal. 381.

baik dari segi pelayanan maupun dari segi barang yang akan dijual, karena dalam e-commerce ketika melakukan transaksi tidak ada perbedaan yang membuat suatu golongan agama terdiskriminasi.

Kedua *hifzul nafs* (penjagaan jiwa) dimana dalam hal ini berkaitan dengan hak-hak manusia yang tidak boleh dihilangkan seperti hak hidup. Dalam konsep e-commerce penjagaan terhadap jiwa dapat dilihat dari ketentuan barang yang akan di jual belikan dalam e-commerce seperti tidak menjual obat-obat yang terlarang, benda tajam yang membahayakan jiwa, barang meledak atau barang yang bisa terbakar dengan sendirinya, serta barang-barang lain yang tidak diperbolehkan untuk diperjual belikan dalam hukum yang berlaku di Indonesia.

Ketiga tentang *hifzul aql* (penjagaan akal) yang merupakan sumber untuk berfikir dari pengetahuan, akal juga yang membedakan antara manusia dan makhluk lainnya, dalam e-commerce penjagaan akal ini tidak diperbolehkannya khamr dalam hal ini adalah narkoba karena dapat merusak akal manusia, ketergantungan dan bahkan menyebabkan kematian jika penggunaannya di luar batas. Di Indonesia penjualan narkoba telah dilarang

baik melalui pasar tradisional maupun melalui e-commerce.

Keempat tentang *hifzul nasab* (penjagaan keturunan) hal ini berkaitan dengan zina Islam telah mengharamkan perbuatan tersebut, penjagaan keturunan tersebut dapat diintegrasikan dengan kebijakan yang dibuat oleh pihak e-commerce dengan tidak menjual hal-hal yang berbau pornografi, maupun barang asusila lainnya.

Kelima *Hifzul mal*. mengenai *hifzul mal* pada e-commerce telah ditetapkan oleh pemerintah Undang-Undang mengenai transaksi elektronik sehingga memberikan perlindungan hukum terhadap pengguna transaksi e-commerce. Pencegahan terhadap penipuan dan kejahatan yang ada pada e-commerce diperlukan adanya pengawasan lebih dari pihak keamanan dan pemahaman mengenai seluk beluk transaksi e-commerce secara benar bagi seluruh pihak yang melakukan transaksi e-commerce terutama penjual dan pembeli, berkaitan dengan hal tersebut maka kejahatan dapat dicegah sebelum terjadi.<sup>16</sup>

## PENUTUP

---

<sup>16</sup> Khairotun Hisan, *Transaksi e-Commerce sebagai Alternatif Transaksi Non-Tunai di Indonesia ditinjau dari segi Maqasid syariah...*, 11.

Dari pemaparan di atas dapat ditarik beberapa kesimpulan mengenai transaksi e-commerce dalam maqashid syariah adalah

1. Transaksi E-commerce memberikan kemudahan dalam melakukan jual beli barang atau jasa, sehingga dengan bertransaksi melalui e-commerce kebutuhan masyarakat dapat terpenuhi dengan lebih mudah.
2. Tujuan Maqashid Al-syariah adalah untuk mewujudkan kemaslahatan dan menjauhkan dari kemudharatan. Sehingga

segala sesuatu yang memiliki kemaslahatan secara umum maka termasuk dalam kategori maqashid al-syariah, selama tidak mencampurkan yang halal dengan yang haram ataupun sebaliknya.

3. Dalam transaksi e-commerce terdapat kemaslahatan secara umum, kemaslahatan dari sisi pembeli seperti mempermudah dalam bertransaksi, dan kemaslahatan dari sisi penjual. Adapun dari sisi masyarakat memberikan lapangan kerja atau usaha yang baru.

## DAFTAR PUSTAKA

Achjari, Didi. *Potensi manfaat dan Promblem di E-Commeece*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia, Vol. 15, No. 3, 2000.

Badan Pusat Statistik *E-Commerce 2019*, Jakarta : BPS - Statistic Indonesia, 2019.

Departemen Keagamaan, *al-qur'an dan terjemahan juz 1-30 Edisi Baru*, Jakarta : CV Pustaka Agung Harapan, 2006.

Fauza, Yayan. *Manajemen Pemasaran Perspektif Maqasid Syariah*, Jurnal Ekonomi Islam Vol., 01 No. 03, November 2015.

Fauzia, Ika Yunia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Ekonomi Islam (Prespektif*

*Maqashid Syariah)*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2018.

Karim, Adiwarmans Azwar. *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, Jakarta: Rajawali Press, 2010.

Muktakin, Ali. *Hubungan Maqashid al-Syariah dengan metode istinbath hukum*, Analisis, Vol. 17, No. 1, Juni 2017.

Muzlifah, Eva, *Maqashid syariah sebagai Paradigma Dasar Ekonomi Islam*, Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam, Vol. 3, No. 2, 2013.

Pariadi, Deky *Pengawasan E-commerce dalam undang-undang perdagangan dan undang-undang perlindungan*

*konsumen*, Jurnal Hukum perdagangan,  
Vol. 48, NO. 3, 2008.

Rahmidani, Rose. *Penggunaan e-commerce dalam bisnis sebagai sumber keunggulan bersaing perusahaan*, Seminar Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (SNEMA) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, 2015.

Sahroni, Oni dan Adiwarmarman Karim,  
*Maqashid Bisnis & Keuangan Islam*

Wulandari, Diniarti Novi, dkk, *Etika Bisnis e-Commerce berdasarkan Maqashid*

*sintesis Fikih dan Ekonomi*, Jakarta :  
Rajawali Press, 2016, 01.

Syafii, Muhammad Lukman dan Danang Cendrio, *Hukum Electronic Commerce (E-commerce) dalam Prespektif Islam*, Seminar Nasional dan Call For Paper III, 2018.

*Syariah pada Marketplace Bukalapak.com*, Jurnal Manajemen Pemasaran, 2015