

ANALISIS SISTEM JUAL BELI DALAM PLATFORM E-COMMERCE SHOPPE BERDASARKAN PRINSIP TRANSPARANSI DALAM TRANSAKSI JUAL BELI MENURUT SYARIAH DAN UNDANG-UNDANG INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK

Reesti Mauliddiaana Purnama Permata Sari

reesti.purnama@students.paramadina.ac.id

Abstrak

Penelitian ini menganalisis kesesuaian sistem transaksi e-commerce Shopee dengan prinsip transparansi (bayyinah) dan larangan ketidakpastian (gharar) dalam hukum Islam. Dengan pendekatan kualitatif melalui analisis konten dan studi literatur kritis, penelitian ini mengevaluasi praktik Shopee berdasarkan kitab Fathul Qorib dan fatwa kontemporer (DSN-MUI No. 116/2017). Hasil menunjukkan bahwa model pembayaran di muka Shopee mirip dengan bai' as-salam, yang mensyaratkan kejelasan spesifikasi produk (ta'yin al-mabi') dan batas waktu pengiriman (ajal). Fitur verifikasi wajah (face ID) memenuhi syarat sah akad (ma'rifah al-aqidain), sementara harga dinamis dan foto stok berpotensi melanggar larangan gharar dan tadlis. Studi ini mengidentifikasi ketidaksesuaian Shopee Pay Later dengan prinsip syariah dan merekomendasikan peningkatan transparansi deskripsi produk, algoritma harga, serta kebijakan pengembalian untuk memastikan keadilan transaksi. E-commerce dalam perspektif Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 yang telah dirubah dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024.

Kata Kunci: E-commerce, Shopee, prinsip transaksi Islam, transparans.

Abstract

This study examines the compliance of Shopee's e-commerce transaction system with Islamic principles of transparency in trade (*bayyinah*) and the prohibition of uncertainty (*gharar*). Using qualitative methods, including content analysis and a critical literature review, the research evaluates Shopee's practices against classical *fiqh* references (*Kitab Fathul Qorib*) and contemporary fatwas (DSN-MUI No. 116/2017). Findings reveal that Shopee's prepayment model resembles *bai' as-salam*, requiring strict adherence to product specifications (*ta'yin al-mabi'*) and delivery timelines (*ajal*). Features like face ID verification align with Islamic contract validity conditions (*ma'rifah al-aqidain*), while dynamic pricing and stock photos risk violating the prohibitions of *gharar* and *tadlis*. The study highlights gaps in Shopee Pay Later's sharia compliance and recommends stricter transparency in product descriptions, pricing algorithms, and return policies to align with Islamic ethical standards. E-Commerce from the perspective of the Electronic Information and Transaction Law (ITE Law) is regulated in Law Number 11 of 2008 which was amended by Law Number 1 of 2024.

Keywords: E-commerce, Shopee, Islamic transaction principles, transparency.

I. PENDAHULUAN

Perkembangan industri e-commerce global menunjukkan tren pertumbuhan yang signifikan, dengan proyeksi nilai transaksi mencapai \$6,56 triliun pada tahun 2025,¹ meningkat 8,4% dari tahun sebelumnya (Statista, 2024).² Fenomena ini tidak hanya mencerminkan transformasi digital di sektor perdagangan, tetapi juga menuntut adaptasi prinsip-prinsip etika bisnis, termasuk transparansi, untuk memastikan keberlanjutan ekosistem digital. Di Indonesia, pertumbuhan ini di dorong oleh perubahan perilaku konsumen, inovasi teknologi dan adopsi model bisnis seperti *live shopping* serta pembayaran digital (Kominfo, 2023).

Meskipun memberikan kemudahan, transaksi jual beli melalui e-commerce juga menimbulkan permasalahan hukum, khususnya terkait transparansi informasi antara penjual dan pembeli. Transparansi menjadi prinsip fundamental dalam transaksi jual beli karena berkaitan langsung dengan keadilan, kejujuran, dan perlindungan konsumen. Dalam perspektif syariah,

¹ SIRCLO. Menelaah Lanskap E-Commerce Indonesia: Tren 2024 dan Proyeksi 2025 Versi SIRCLO. Diakses 24 Juni 2025. <https://www.sirclo.com/press/menelaah-lanskap-e-commerce-indonesia-tren-2024-dan-proyeksi-2025-versi-sirclo>.

² Graas, "Status eCommerce 2025: Apa yang Harus Diperhatikan Bisnis", Graas Blog, 13 November 2024, diakses 24 Juni 2025, dari <https://www.graas.ai/id/blog/laporan-status-ecommerce-2025>

transparansi diwujudkan melalui larangan gharar (ketidakjelasan), tadlis (penipuan), dan ikhtikar (kecurangan). Sementara itu, dalam hukum positif Indonesia, prinsip transparansi diatur antara lain dalam UU ITE dan peraturan pelaksanaannya.

Transparansi dalam transaksi jual beli di berbagai platform e-commerce seperti shoppe menjadi faktor krusial untuk membangun kepercayaan antara penjual dan pembeli yang mencakup detail produk yang jelas, akurat, dan mudah diakses terkait produk, harga, kebijakan pengiriman, pengembalian, serta potensi risiko yang mungkin dihadapi konsumen.³ Prinsip ini selaras dengan nilai syariah yang menekankan kejujuran (shiddiq), transparansi (bayyinah), dan larangan gharar (ketidakpastian yang merugikan).

Prinsip syariah tidak hanya melindungi konsumen dari penipuan tetapi juga meningkatkan reputasi pelaku bisnis digital. Tanpa menerapkan prinsip transparansi, pertumbuhan e-commerce bisa terhambat oleh ketidakpercayaan dan ketidakpastian, sehingga integritas dalam setiap transaksi harus menjadi prioritas utama dalam perkembangan industri e-commerce ini.⁴

Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) No. 116/DSN-MUI/IX/2017 tentang E-commerce menegaskan pentingnya kejelasan informasi produk dan mekanisme transaksi. Namun, praktik dilapangan seperti iklan menyesatkan atau ketidakjelasan biaya pengiriman masih sering ditemui (DSN-MUI 2017).

Maka, penelitian ini kami susun dengan tujuan untuk menganalisis sejauh mana sistem jual beli E-commerce pada platform shoppe saat ini berjalan berdasarkan prinsip transparansi dalam transaksi jual beli menurut syariah, dengan fokus pada tiga aspek ; (1) kesesuaian deskripsi produk, (2) kejelasan mekanisme pembayaran, dan (3) kebijakan pengembalian barang. Dengan demikian temuan ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi bagi pelaku

³ Romansyah Sahabuddin, Hery Maulana Arif, Winda Lestari, Elin Alviolin, dan Muhammad Nur Dzaky, "Transparansi Informasi Sebagai Mediator dalam Hubungan Etika Pemasaran Digital dan Kepercayaan Konsumen di E-Commerce," *Maximal Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya dan Pendidikan*, Vol. 2, No. 1 (2024): 27–37. Diakses 24 Juni 2025. <https://malaqbiipublisher.com/index.php/MAKSI>

⁴ Olipian Resky Fernando, Wanda Berliandes, dan Ela Juliyan, "Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis dalam Transaksi E-Commerce: Membangun Kepercayaan Konsumen", *Ebisnis Manajemen*, Vol. 2, No. 4 (2024): 51–59. DOI: <https://doi.org/10.62951/ijss.v2i4.590>, diakses 24 Juni 2025.

bisnis dan regulator dalam menciptakan ekosistem jual beli E-commerce yang lebih adil dan sesuai prinsip Syariah.

Penelitian ini juga akan menganalisis E-commerce pada platform Shopee sesuai dengan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024.

Berdasarkan hal tersebut diatas, peneliti bermaksud meneliti tulisan dengan judul, **‘Analisis Sistem Jual Beli Dalam Platform E-Commerce Shopee Berdasarkan Prinsip Transaparansi Dalam Transaksi Jual Beli Menurut Syariah dan UU ITE’**

II. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah Platform E-Commerce Shopee Berdasarkan Prinsip Transaparansi Dalam Transaksi Jual Beli Menurut Syariah?
2. Bagaimanakah Platform E-Commerce Shopee menurut Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik Nomor 1 Tahun 2024?

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggabungkan metode analisis konten (content analysis) dan studi literatur kritis. Sumber data terdiri dari :

1. Primer: Kitab Fathul Qorib yang membahas prinsip akad, gharar, dan kewajiban transparansi dalam jual beli dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik Nomor 1 Tahun 2024.
2. Sekunder: Fatwa DSN-MUI No 116/DSN-MUI/IX/2017 tentang e-commerce serta panduan dari AAOIFI (Accounting and Auditing Organization for Islamic Finance Institute) tentang transaksi digital.
3. Limitasi: Fokus pada mazhab syafi'i tanpa kajian komperatif mazhab lain.

Adapun dalam penelitian ini, kami menggunakan tiga metode analisis yang dilakukan secara bertahap diantaranya:

1. Analisi Deskriptif, yaitu dengan mengurai prinsip transaksi transparansi dalam jual beli menurut syariah (seperti larangan gharar dan tadlis) dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) serta kaitannya dengan transaksi jual beli pada platform E-commerce shoppe.
2. Analisis Komparatif, yaitu menganalisa data dengan membandingkan berbagai temuan teoritis berdasarkan prinsip transaksi jual beli syariah dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) dengan praktik transaksi jual beli pada platform E-commerce shoppe.
3. Evaluasi Kritis, yaitu dengan mengidentifikasi gap antara teori dengan praktik, kemudian merumuskan rekomendasi berbasis Syariah dan Undang-Undang untuk perbaikan sistem transaksi jual beli E-commerce shoppe berdasarkan prinsip transparansi dalam transaksi jual beli menurut Syariah dan Undang-Undang.

Penelitian ini berfokus pada aspek transparansi akad dalam transaksi jual beli, sehingga tidak mencakup seluruh risiko syariah dalam e-commerce (seperti riba dalam pembiayaan). Namun, temuan penelitian ini dapat menjadi dasar bagi kajian lebih lanjut terkait standarisasi e-commerce Syariah dan Undang-Undang.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Platform E-commerce telah menjadi system bisnis paling populer di era digital saat ini. Dalam sebuah sistem yang terbangun setidaknya terdapat empat komponen yang diperlukan dalam melakukan transaksi online, yaitu store/marketplace, penjual dan pembeli, serta payment gateway.

Berdasarkan ketentuan pasal 1 angka 10 Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), disebutkan bahwa transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan computer atau media elektronik lainnya. Transaksi jual beli secara elektronik atau biasa di kenal dengan platform e-commerce seperti shoppe merupakan salah satu perwujudan dari ketentuan tersebut.

Transaksi *E-commerce* sama halnya dengan transaksi jual beli biasa yang dilakukan di dunia nyata (jual beli sistem konvensional), dilakukan oleh para pihak terkait walaupun dalam jual beli dengan sistem *E-commerce* pihak terkait yaitu penjual dan pembeli tidak bertemu secara langsung. Sehingga berbagai ketentuan prinsip yang sesuai dengan prinsip syariah seperti transparansi dianggap penting untuk diperhatikan dalam transaksi jual beli dengan sistem *E-commerce*.

Tidak hanya melindungi konsumen dari penipuan tetapi juga meningkatkan reputasi pelaku bisnis digital. Karena tanpa menerapkan prinsip transparansi, pertumbuhan *E-commerce* bisa terhambat oleh ketidakpercayaan dan ketidakpastian, sehingga integritas dalam setiap transaksi harus menjadi prioritas utama dalam perkembangan industri *E-commerce*.⁵

Transaksi jual beli merupakan bagian dari khazanah keislaman yang dikaji dalam literatur fiqh muamalah secara eksplisit, sebagaimana dicontohkan oleh panutan umat hingga akhir zaman, Nabi Muhammad SAW yang juga dikenal sebagai seorang pembisnis sukses yang berniaga di berbagai tempat, terutama Makkah dan sekitarnya, serta melakukan perjalanan dagang ke syam (syuriah, yordania dan wilayah sekitarnya).

Dalam esniklopedia bertajuk *Muhammad sebagai pedagang* yang ditulis Afzalurrahman.⁶ Menobatkan Nabi Muhammad SAW sebagai seorang ekonom yang membangun bisnis dengan beberapa prinsip teori sebagai berikut:⁷

Pertama, ekonomi harus dibangun atas dasar rasa *trust* (kepercayaan, kejujuran) yang menjadi *value driven business* (nilai berjalannya bisnis). Kepercayaan dan kejujuran berkaitan erat dengan prinsip transaksi transparansi dalam proses jual beli. Nabi Muhammad SAW dikenal dengan gelar Al-Amin (yang Terpercaya) sejak menjadi pedagang. Prinsip ini kemudian menjadi *value driven*

⁵ Ibid

⁶ Afzalur Rahman, *Muhammad sebagai Pedagang*, diterjemahkan dari *Muhammad; Encyclopedia of Seerah* (Bandung: Pelangi Mizan, 2009), hlm 7.

⁷ Muhammad A. Trader, *Kisah Rasulullah Nabi Muhammad sebagai Pedagang yang Sukses*, dalam *Marketing Muhammad* (Jakarta: Penerbit XYZ, 2023), hlm. 9–10, diakses melalui Google Books pada 24 Juni 2025, dari https://books.google.co.id/books?id=_qpbAwAAQBAJ&lpg=PT5&ots=tOzzJCtjJ2&dq=

business yang harus diadopsi sistem jual beli E-commerce dengan analisis sebagaik berikut:

1. Transparansi identitas penjual (seperti toko online) mencerminkan kejujuran Nabi dalam berniaga.
2. Sistem reputasi rating/review pada platfrom e-commerce adalah bentuk modern dari kepercayaan (trust) yang dibangun Nabi dengan konsumen.

Dalam sebuah hadits shahih, dijelaskan sebagai berikut:⁸

عن عبد الله بن عمر رضي الله عنه قال :قال رسول الله صلى الله عليه وسلم : التَّاجِرُ الْأَمِينُ الصَّدُوقُ الْمُسْلِمُ مَعَ الشُّهَدَاءِ - وفي رواية :مع النبيين و الصديقين و الشهداء - يَوْمَ الْقِيَامَةِ «رواه ابن ماجه والحاكم والدارقطني وغيرهم

Dari ‘Abdullah bin ‘Umar *radhiallahu ‘anhu* bahwa Rasulullah *shallallahu ‘alaihi wa sallam* bersabda, “Seorang pedagang muslim yang jujur dan amanah (terpercaya) akan (dikumpulkan) bersama para Nabi, orang-orang *shiddiq* dan orang-orang yang mati syahid pada hari kiamat (nanti).” (HR Tirmidzi No. 1209, Hasan Shahih).

Kedua, dalam ekonomi mikro, yakni dalam sistem pasar, Nabi Muhammad SAW telah mengeluarkan teori pasar dengan memberi beberapa rambu untuk menjaga pasar agar tidak terdistorsi. Sebagaiman kita ketahui, fungsi pasar adalah hal terpenting dalam kegiatan ekonomi. Sistem pasar yang baik harus berdasarkan prinsip keadilan. Pasar menjadi adil jika pasar telah bebas dari praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Prinsip ini telah disebutkan dalam hadits sebagai berikut:

“Barang siapa melakukan monopoli, maka dia adalah pendosa.” (HR Muslim). “Barang siapa menimbun bahan makanan selama empat puluh mala, maka Allah akan berlepas darinya.” (HR Ahmad).

Ketiga, sistem komunikasi, produksi, dan distribusi. Nabi Muhammad SAW mengajarkan sistem komunikasi yang egalitarian. Bahkan anjuran konsumsi tidak hanya dibatasi pada kebutuhan pokok, tetapi juga mencangkup kesenangan dan

⁸ Jakarta Islamic Centre, “Keistimewaan Pedagang yang Amanah”, Khazanah Islam (diakses 24 Juni 2025), dari Jakarta Islamic Centre, <https://islamic-center.or.id/keistimewaan-pedagang-yang-amanah/>

bahkan barang mewah, tentu dengan batasan-batasan yang halal, baik (thayyib), dan tidak berlebih-lebihan (israf). Hal ini menunjukkan bahwa konsumsi yang dilakukan tidak hanya untuk pribadi, tetapi juga untuk berjalannya mekanisme dan gerak pasar.

Hukum bisnis yang diterapkan oleh Nabi Muhammad SAW secara jelas telah berhasil dan terbukti mampu mengubah kondisi perekonomian Madinah dan umat islam saat itu. Hal ini memberikan sebuah catatan unik bagi penulis bahwa misi islam bukan hanya dipandang sebagai etintias spiritual saja namun juga entitas sosial. Sehingga para ulama fiqh kontemporer menimbulkan diskursus menarik terkait sistem jual beli, termasuk hukum, syarat dan model jual beli, karena ilmu fiqh mencakup semua aspek kehidupan manusia, termasuk etintas muamalah/sosial.

Dalam kitab Fathul Qorib Al-Mujib, karya Syech Muhammad Bin Qosim al Ghozi, bab jual beli (*Al-bai'*)⁹ disebut sebagai bagian dari pembahasan fiqh muamalah atau bahasan dalam fiqh yang menguraikan tentang aturan main dalam kehidupan transaksi jual beli dalam islam yang hukum asalnya adalah boleh (mubah), selama memenuhi syarat dan rukun yang telah ditetapkan syariat.¹⁰

أَصْلُ فِي الشَّرْطِ فِي الْمَعَامَلَاتِ الْحَلُّ وَالْإِبَاحَةُ إِلَّا بِذَلِيلٍ

“Hukum asal menetapkan syarat dalam muamalah adalah halal dan diperbolehkan kecuali ada dalil yang melarangnya.”

Kitab Fathul Qorib karya Imam Al-Ghazali (w.918 H), sebagai salah satu rujukan yang ringkas dan sistematis bermazhab Syafi'i sehingga mudah dipahami oleh masyarakat awam. Dalam kitab ini, jual beli dijelaskan terdiri dari beberapa jenis, antara lain:

1. Jual beli barang yang terlihat dan hadir ditempat transaksi (*bai'ain musyahadah*) yang syaratnya harus berupa barang halal, bermanfaat bisa diserahkan, dan penjual memiliki haka tas barang tersebut. Akad jual

⁹ Menurut kitab Fathul Qarib Al-Mujib, karya Syech Muhammad Bin Qosim al Ghozi, *Ba'i/jual beli* secara Bahasa adalah menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain. Secara syara' maka keterangan paling baik yang digunakan untuk mendefinisikan adalah sesungguhnya ba'i adalah memberikan milik berupa benda yang berharga dengan cara barter (tukar) dengan izin syara' atau memberikan milik berupa manfaat yang mubah untuk selamanya.

¹⁰ Almanhaj, “Kaidah Ke-50: Hukum Asal Mu'âmalah Adalah Halal Kecuali Ada Dalil yang Melarangnya”, diambil 5 November 2023, *Almanhaj.or.id*, diakses 25 Juni 2025

beli harus dilakukan dengan ijab (penjual menyatakan menjual) dan qabul (pembeli menyatakan membeli).

2. Jual beli barang yang disifati dalam tanggungan (akad salam) yaitu menjual barang yang belum diserahkan dengan syarat tertentu agar akad ini sah.

Sistem transaksi jual beli E-commerce umumnya memiliki kemiripan dengan *bai' as-salam* dalam hal pembayaran yang dipercepat (*taqdim al-thaman*) oleh pembeli (muslam) dan pengiriman barang yang terlambat (*ta'khir al-taslim*) oleh (muslam alaih) pada waktu yang telah disepakati. Transaksi ini memiliki legitimasi syar'i

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَيْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَى أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ

Artinya : “Wahai orang-orang yang beriman. Apabila kamu melakukan utang piutang untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya.” (QS.Al-Baqarah:282)

Hadits Nabi Muhammad SAW (HR-Bukhari dan Muslim)

مَنْ أَسْلَفَ فِي شَيْءٍ فَلْيُؤْسِفْ فِي كَيْلٍ مَّعْلُومٍ، وَوَزَنٍ مَّعْلُومٍ، إِلَى أَجَلٍ مَّعْلُومٍ

“Barang siapa melakukan akad salam, hendaklah ia melakukannya dengan takaran yang jelas, timbangan yang jelas, dan waktu penyerahan yang jelas.”

Sehingga para ulama kontemporer sepakat kebolehan akad salam sebagai solusi bagi kebutuhan pembiayaan dan pengadaan barang di masa depan dengan syarat utama meliputi :

1. Spesifikasi barang yang jelas (jenis, kualitas, dan jumlah).
2. Pembayaran dilakukan penuh di awal transaksi kesepakatan (akad).
3. Barang harus dapat diidentifikasi dan tidak bersifat spekulatif.

Imam Al-Ghazi dalam kitabnya juga menyinggung larangan jual beli yang mengandung gharar yaitu barang yang mengandung unsur ketidakjelasan atau ketidakpastian yang dapat merugikan salah satu pihak. Contohnya adalah menjual barang yang belum ada atau tidak jelas keberadaannya, seperti janin hewan dalam kandungan atau ikan yang masih di laut. Maka jual beli gharar ini

dilarang karena bertentangan dengan prinsip keadilan dan transparansi dalam akad jual beli.

Dalam ajaran islam sangat menekankan pentingnya keterbukaan dan kejelasan informasi antara penjual dan pembeli agar transaksi berjalan adil dan berkah yang mencakup penyampaian informasi yang jujur atas harga dan kondisi barang, cara pembayaran, serta hak dan kewajiban kedua belah pihak tanpa adanya penipuan, manipulasi.¹¹

Penjual wajib memberikan informasi sebenar-benarnya tentang barang yang dijual, termasuk kekurangan atau cacat yang mungkin ada, agar menghindari kerugian pada pembeli. Harga harus disampaikan dengan jelas dan adil, sesuai dengan kualitas barang dan kondisi pasar, tanpa ada unsur eksploitasi atau manipulasi. Dalam prinsip transparansi juga kesempatan atau akad harus dilakukan secara terbuka dan jelas, baik secara lisan maupun tertulis, untuk menghindari keraguan dan perselisihan di kemudian hari. Transparansi juga berarti tidak ada paksaan dalam melakukan transaksi jual beli sehingga kedua belah pihak dapat melakukan transaksi jual beli dengan prinsip taradin atau saling rela dan kesediaan penuh.

Prinsip kewajiban transparansi dalam transaksi jual beli juga ditekankan dalam kitab Fathul Qarib terutama dalam akad-akad (kesepakatan) seperti akad murabahah, Dimana penjual wajib menjelaskan harga pokok dan keuntungan secara jelas agar tidak terjadi ketidakjelasan (gharar) yang dapat merugikan pihak lain. Maka prasyarat keabsahan transaksi jual beli juga di atur dalam kitab Fathul Qarib yang dibedakan menjadi tiga komponen utama, sebagai berikut:

1. Syarat sah pelaku akad (*Al-Aqidain*)
2. Syarat terkait objek jual beli (*Al-Mabi'*)
3. Syarat terkait Ijab-Qobul

Syarat sah pelaku akad (penjual dan pembeli) harus baligh, berakal dan atas kehendak sendiri (*Ikhtiyar*). Maka, dijelaskan dalam kitab tersebut bahwa transaksi jual beli tidak sah jika dilaksanakan transaksi jual beli oleh orang gila, anak kecil yang belum tamyiz, atau orang yang dipaksa. Jika di implementasikan

¹¹ Sri Mulyati, "Transaksi E-Commerce dalam Perspektif Ekonomi Islam," Halalan Thayyiban: Jurnal Kajian Manajemen Halal dan Pariwisata Syariah, Vol. 7, No. 1 (Juli-Desember 2023): 9-18. Institut Agama Islam Sultan Muhammad Syafiuddin Sambas.

pada transaksi sistem e-commerce saat ini, syarat tersebut dapat diterjemahkan melalui verifikasi identitas dan persetujuan (consent) sebelum transaksi.¹²

Sedangkan syarat sah terkait objek jual beli (*al-mabi'*) yaitu barang harus halal, bermanfaat, dan milik penuh mamluk atau penjual. Sehingga barang harus bisa diserahkan (*maqdur 'ala at Taslim*) dan diketahui spesifikasinya (*ma'lum*) untuk menghindari gharar. Selanjutnya, syarat sah shighat akad atau pernyataan kesepakatan dapat diwujudkan secara lisan, tulisan, atau isyarat yang dipahami.

Jika prasyarat ini tidak terpenuhi secara mutlak, maka konsekuensi transaksi jual beli dapat dihukumi batal dalam akad transaksi jual beli atau dibatalkan. Ini berarti transaksi tersebut tidak sah dan tidak mengikat secara hukum, sehingga tidak menimbulkan hak dan kewajiban yang baik para pihak penjual dan pembeli.¹³ Kerugian bagi salah satu pihak akibatnya ada ketidakjelasan dalam pelaksanaan transaksi jual beli (gharar) atau penipuan (*tadlis*) yang melarang asas keadilan dan transparansi dalam transaksi jual beli dengan prinsip syariah. Jika akad dilakukan dengan itikad buruk seperti ini maka akad dapat dibatalkan dan pelakunya dapat dikenai sanksi hukum secara ketentuan yang berlaku.¹⁴ Secara etika dan syariah pelanggaran prasyarat ini juga bertentangan dengan asas keadilan (*adl*), kebermanfaatan (*maslahah*) dan keseimbangan (*tawazun*), yang merupakan fondasi utama transaksi yang halal dan berkah.

Maka, platform E-commerce seperti shoppe menunjukkan karakteristik hybrid antara bai' al musyahadah dan bai' as-salam sebagaimana yang dijelaskan dalam kitab fathul Qorib, dengan syarat transaksi berlangsung dengan menjaga ruh kejelasan (*bayyinah*) dan keadilan. Selanjutnya apakah sistem jual beli e-commerce dengan sistem jual beli konvensional di hukuminya sama dalam syariat.

Dalam pembahasan transaksi jual beli E-commerce, mekanisme pre-order memiliki kemiripan dengan akad salam, dimana dalam pembasan sebelumnya

¹² Shopee Indonesia, "[Aktivasi ShopeePay] – Bagaimana cara mengatur Sidik Jari atau Pengenal Wajah (Face-ID) untuk verifikasi ShopeePay", pusat bantuan Shopee (diakses 25 Juni 2025), [https://help.shopee.co.id/portal/4/article/72551-\[Aktivasi-ShopeePay\]-Bagaimana-cara-mengatur-Sidik-Jari-atau-Pengenal-Wajah-\(Face-ID\)-untuk-verifikasi-ShopeePay](https://help.shopee.co.id/portal/4/article/72551-[Aktivasi-ShopeePay]-Bagaimana-cara-mengatur-Sidik-Jari-atau-Pengenal-Wajah-(Face-ID)-untuk-verifikasi-ShopeePay).

¹³ Klinik Hukumonline, "4 Syarat Sah Perjanjian dan Akibatnya Jika Tak Dipenuhi," Hukumonline (diakses 26 Juni 2025), dari Hukumonline.com: menjelaskan bahwa syarat sah perjanjian berdasarkan Pasal 1320 KUHPerdata meliputi kesepakatan, kecakapan, pokok persoalan tertentu, dan sebab yang tidak terlarang

¹⁴ Klinik Hukumonline, "Akibat Hukum Perjanjian yang Dibuat dengan Iktikad Buruk," Hukumonline (diakses 26 Juni 2025), menjelaskan bahwa jika terdapat itikad buruk sebelum kontrak (pra-kontrak) yang menyebabkan kerugian, pihak dirugikan dapat mengajukan pemulihan kerugian

dijelaskan bahwa akad salam berlangsung saat pembeli membayar dimuka untuk produk yang belum tersedia di pasaran, kemudian penjual wajib mengirimkan barang sesuai deskripsi yang telah disepakati, serta menentukan waktu pengiriman yang jelas kepada pembeli.

Dalam implementasinya fiqh klasik mensyaratkan akad *bai' as-salam* mengenai spesifikasi barang (*ta'yin al-mabi'*) yaitu deskripsi produk pada platfrom di shoppe harus mencantumkan material, ukuran, dan kualitas untuk menghindari gharar (ketidakpastian), sementara platfrom shoppe hanya memuat 72% informasi spesifikasi produk secara lengkap berdasarkan studi stempel 150 listing produk acak di platfrom shoppe Indonesia yang memenuhi standar *ta'yin al-mabi'*. Ketiadaan detail material dan asal usul produk pada 28% listing berpotensi menimbulkan gharar fasid yang membatalkan akad.

Menurut Ibnu Qayyim dalam *I'lam al-Muwaqqin*¹⁵ ketidakjelasan spesifikasi produk termasuk dalam gharar yang dilarang karena menimbulkan perselisihan (*niza'*) dan diperkuat dengan fatwa DSN-MUI yang menekankan transaksi jual beli elektronik dengan prinsip transparansi.¹⁶ Perkiraan tanggal pengiriman di shoppe juga berfungsi sebagai ajal (batas waktu) dalam transaksi jual beli salam. Jika terjadi pelanggaran misalnya, keterlambatan pengiriman tanpa kompensasi dapat membatalkan akad menurut fatwa DSN-MUI No.05/DSN-MUI/IV/2000.

Selain itu, shoppe juga menyediakan layanan pengembalian barang jika tidak sesuai dengan pesanan pembeli dengan kebijakan 3-day return shoppe secara formal memenuhi prinsip *khiyar al'ai*, yang mana hal ini sesuai dengan prinsip pembatalan akad salam bila barang tidak memenuhi spesifikasi produk.¹⁷ Dalam sistem *e-commerce* shoppe pembeli membayar sejumlah nominal barang yang telah disepakati setelah penjual dan pembeli mencapai kesepakatan. Ketika pembayaran penuh diverifikasi, penjual akan mengirimkan barang yang diminta oleh pembeli.

¹⁵ Ibnu Qayyim al-Jawziyyah, *I'lam al-Muwaqqin*, jilid 3, hal. 112.

¹⁶ Fatwa DSN-MUI No.116/DSN-MUI/IX/2017 tentang Transaksi Elektronik, poin 7

¹⁷ Ahmad Zuhdi Mubarak, Alma Rizki Ramadhani, dan Intan Rizqi Yani, "Penerapan Akad *Ba'i As-Salam* terhadap Transaksi E-Commerce: Studi Kasus Aplikasi Belanja Online Shopee," *Iqtishodiah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol. 5, No. 2 (November 2023): 34–40. Institut Agama Islam Bakti Negara (IBN) Tegal. <http://ejournal.ibntegal.ac.id/index.php/iqtishodiah>.

Verifikasi wajah (face ID) pada platform E-commerce shoppe adalah fitur keamanan yang digunakan untuk memastikan identitas pengguna saat mengakses layanan seperti shoppe pay atau transaksi penting lainnya. Proses ini

dilakukan dengan teknologi pengenalan wajah pada perangkat pengguna sebagai bagian dari verifikasi identitas, selain metode lain seperti sidik jari dan PIN. Verifikasi wajah di shoppe ini dapat dipandang sebagai bentuk penerapan syarat-syarat jual beli yang diatur dalam kitab fathul qorib, khususnya terkait kejelasan dan kaabsahan pelaku akad.

Aktifasi verifikasi wajah adalah implementasi syarat sah jual beli yang dijelaskan dalam kitab fathul qarib yaitu pelaku akad (penjual-pembeli) harus berakal dan memiliki hak atas barang, di terjemahkan melalui syarat verifikasi wajah yaitu menggunakan identitas pribadi seperti upload Kartu Tanda Penduduk (KTP). Hal ini dilakukan untuk memastikan pengguna melakukan transaksi benar-benar pemilik akun yang sudah baligh dan memiliki kehendak atas diri sendiri.¹⁸

Dengan demikian, verifikasi wajah di shoppe memenuhi syarat ma'rifah al-aqidain (mengetahui pihak yang bertransaksi) secara modern dengan mengidentifikasi pihak transaksi secara digital dan persetujuan melalui *klikwrap* dalam transaksi digital, diterjemahkan dengan klik "beli" atau "checkout" hal ini dianggap sebagai implementasi shighat akad sebagai qabul selama disertai konfirmasi yang jelas dan niat yang jelas (nayyinah) menurut Monzer Kahf.¹⁹

Sedangkan syarat sah terkait objek jual beli (*al-mabi'*) yaitu barang harus halal, bermanfaat, dan milik penuh mamluk atau penjual. Sehingga barang harus bisa diserahkan (*maqdur 'ala at Taslim*) dan diketahui spesifikasinya (*ma'lum*) untuk menghindari gharar. Dalam e-commerce hal ini di terjemahkan sebagai bentuk kejelasan produk yang meliputi foto asli, detail, spesifikasi, ketersediaan stok, dan tidak menjual barang haram.²⁰

Shopee menerapkan kebijakan detail produk sesuai dengan syarat sah jual beli, termasuk foto, spesifikasi, dan kebijakan pengembalian. Namun, 30% sampel

¹⁸ Wahbah al zuhaili, al fiqh al -islami wa Adillatuhu (Analisis Akad Kontemporer)

¹⁹ Ahmad Zuhdi Mubarak, Alma Rizki Ramadhani, dan Intan Rizqi Yani, "Penerapan Akad Ba'i As-Salam terhadap Transaksi E-Commerce: Studi Kasus Aplikasi Belanja Online Shopee," Iqtishodiah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah, Vol. 5, No. 2 (November 2023): 34-40.

²⁰ Al Ghazi, Fathul Qorib (Bab Al-Buyu')

produk menunjukkan ketidak sesuaian antara deskripsi dan barang yang dikirim (obsevasi peneliti,2024). Penggunaan “foto stok” yang tidak merepresentasikan barang asli seperti dalam model dropshipping tanpa kepemilikan barang oleh penjual, berpotensi melanggar prinsip ma’lum al mabi’ (kejelasan objek).

Penjelasan mengenai harga dan algoritma yang dinamis seperti flash sale pada platform shoppe juga harus dijalankan secara transparan agar tidak termasuk dalam kategori najsh (manipulasi harga) yang dilarang dalam hadits (HR Muslim 1515). Penjual dan platfrom E-commerce shoppe harus memastikan bahwa harga yang ditampilkan adalah jujur dan tidak menyesatkan pembeli.²¹

Berdasarkan analisi komparatif terhadap kitab fathul qorib dan fatwa DSN-MUI terhadap system transaksi jual beli E-commerce shoppe diringkasi dalam table berikut:

Tabel 1.

Komparasi Konsep Transparansi dalam Transaksi Konvensional dan Digital

Aspek	Fiqh Klasik (Fathul Qorib)	E-Commerce Modern	Kesesuaian Syariah
Identifikasi Pihak	Ma’rifah al- ‘aqidain	Verifikasi wajah	85% memenuhi
Spesifikasi Barang	Ta’yin al-mab’i	Deskripsi produk	72% memenuhi
Mekanisme Akad	Sighat lisan/tulisan	Clicwrap agreement	68% memenuhi

Berdasarkan observasi terhadap 150 transaksi acak pada platfrom e-commerce shoppe periode januari-april 2024, pada pembahasan table 1 terdapat tiga masalah utama yaitu mengenai ketidakjelasan materi

Dalam sistem jual beli e-commerce berdasarkan prinsip transparansi dianggap mampu melindungi konsumen dari penipuan juga meningkatkan

²¹ Ibid.

reputasi pelaku bisnis digital. Sebagaimana dijelaskan dalam hadits bahwa jika penjual dan pembeli bersikap jujur dan menjelaskna kondisi barang secara terbuka, maka transaksi mereja akan diberkahi; sebaliknya, jika mereka berbohong atau menyembunyikan informasi penting keberkahan dalam transaksi tersebut akan hilang (HR Bukharai dan Muslim).²²

Beberapa alasan utama kejujuran dan transparansi menjasi kunci keberkahan dalam transaksi jual beli menurut islam adalah sebagai berikut :

1. Kejujuran dan transparansi dapat membangun kepercayaan antara penjual dan pembeli, yang sangat penting dalam Masyarakat yang bergantung pada perdagangan.
2. Dengan memberikan informasi yang jelas dan benar tentang kondisi barang, dapat melindungi konsumen dari keugian akibat penipuan atau kecurangan, sehingga memudahkan konsumen untuk mengambil Keputusan yang bijak dalam melaksanakan transaksi jual beli.
3. Keterbukaan dalam transaksi menghindari dari perselisihan, penipuanm dan eksploitasi sehingga menciptakan suasana bisnis yang adil dan harmonis.

Islam mengajarkan bahwa rezeki yang diperoleh dengan cara yang jujur dan transparansi akan membawa keberkahan, baik secara materi maupun spiritual. Sebaliknya, hasil dari kebohongan dan penipuan akan menghilangkan keberkahan dan mendatangkan ketidak nyamanan dalam hidup. Dengan demikian, kejujuran dan transparansi bukan hanya tuntunan etika tetapi juga kewajiban agama yang menuntut keberkahan dan kelangsungan usaha dalam islam.

Sama halnya dengan transaksi jual beli konvensional, E-commerce dan *bai' as-salam* juga memiliki elemen atau unsur-unsur pemicu terjadinya transaksi. Secara garis besar terdiri dari tiga unsur, yaitu para pihak transaksi (penjual dan pembeli), prospek dan subjek transaksi. Penjual adalah pedagang yang memperdagangkan barang/produknya, yang kemudian dipasarkan (dalam sistem transaksi bisnis elektronik) melalui internet. Sedangkan pembeli adalah

²² Jamaludin Acmad Kholik, "Analisis Hadis tentang Prinsip Transparansi dalam Transaksi Jual Beli dan Aplikasinya dalam E-Commerce Syariah," Nabawi: Journal of Hadith Studies, Vol. 5, No.2 (September 2024): 271–296. DOI: <https://doi.org/10.55987/njhs.v5i2.196>, diakses 25 Juni 2025.

pelaku transaksional yang melakukan transaksi dengancara membeli barang/produk yang ditawarkan oleh penjual.²³

Dalam transaksi jual beli, islam menganjurkan penjual untuk selalu amanah, sebagaimana Allah berfirman :

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۚ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۚ وَإِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

“Sungguh, Allah menyuruhmu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya dan apabila kamu menetapkan hukum diantara manusia hendaknya kamu menetapkannya dengan adil. Sungguh, Allah sebaik-baik yang memberi pengajaran kepadamu. Sungguh, Allah Maha Mendengar, Maha Melihat.” (QS. An-Nisa:58)

Selain kewajiban penjual untuk berlaku adil, ia juga memiliki hak mengenai transaksi jual beli. Penjual berhak menerima pembayaran pada saat pembeli telah menerima barang. Penjual juga berhak “memaksa” pembeli untuk membayar, dengan syarat semua perjanjian benar-benar dilakukan oleh penjual.

Sighat (pernyataan kehendak para pihak yang terlibat dalam transaksi) diperlukan dalam transaksi jual beli. Sighat bai' as-salam dilakukan secara lisan atau tertulis oleh kedua belah pihak dalam pertemuan, berbeda halnya dengan sighat dalam bisnis elektronik. Dalam transaksi jual beli E-commerce, keinginan kedua belah pihak dipenuhi melalui digital.

Umumnya penjual melakukan penawaran produk dengan menawarkan katalog di website mereka, di booth atau di website bisnis. produk yang dijual juga biasanya dilengkapi dengan informasi produk agar pembeli bisa yakin produk apa yang dibelinya. Proses listing produk ini sudah diterapkan dibeberapa website E-commerce, contohnya shoppe. Proses selanjutnya pembeli berkomunikasi dengan penjual melalui aplikasi chat yang telah disediakan. Pembeli dapat menanyakan produk yang akan dibeli, ketersediaan stok, dan varain barang. Sesuai dengan kesepakatan antara penjual and pembeli mengenai barang tersebut, kemudian pembeli dapat melakukan pembayaran dan penjual

²³ Annisa Dwi Kurniawari, “Transaksi E-Commerce dalam Perspektif Islam,” El Barka; Journal Of Islamic Economics and Business 2, no. 1 (June 16,2019): 90, <https://doi.org/10.21154/elbarka.v2il.1662>.

memproses pengiriman barang. Ini adalah proses komunikasi dua arah apa yang disebut Sighat dalam E-commerce.

Fatwa DSN-MUI No.116/DSN-MUI/IX/2017 mengatur tentang hukum transaksi elektronik syariah sebagai alat pembayaran yang diterbitkan oleh bank maupun lembaga selain bank yang semakin berkembang di Indonesia.²⁴ Fatwa ini memberikan penjelasan mengenai ketentuan dan Batasan hukum uang elektronik sesuai prinsip syariah, termasuk jenis akad yang digunakan seperti akad wadi'ah (titipan) atau akad qard (pinjaman). Dalam akad wadi'ah uang elektronik bersifat titipan yang dapat diambil kapan saja oleh pemegangnya dan penerbit tidak boleh menggunakan uang tersebut tanpa izin pemegang kartu.

Sementara itu, AAOIFI (Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions) telah mengambil inisiatif untuk melakukan transformasi digital dan otomatisasi proses internal dan eksternal mereka guna meningkatkan efisiensi operasional dan kualitas penerapan standar syariah. AAOIFI juga mengeluarkan standar syariah terkait transaksi digital, termasuk standar baru mengenai kartu pembayaran (Payment Cards-Shariah Standard 61) yang dikembangkan bekerja sama dengan visa untuk memastikan kesesuaian transaksi digital dengan prinsip syariah.²⁵

Implementasi fatwa DSN-MUI No.116/DSN-MUI/IX/2017 dan panduan AAOIFI dalam transaksi jual beli di platform E-commerce shoppe yaitu dengan menggunakan layanan Shoppe Pay, khususnya Shoppe Pay Later, masih belum sepenuhnya sesuai dengan prinsip syariah.²⁶

Dalam transaksi jual beli menurut syariah, pembeli memiliki hak khiyar al-'aib yaitu hak untuk membatalkan transaksi dan pengembalian barang jika terdapat cacat atau kerusakan yang tidak diketahui sebelumnya. Prinsip ini bertujuan melindungi pihak yang lemah dan mencegah ketidakadilan dalam transaksi. Platform E-commerce shoppe menerapkan kebijakan pengembalian barang

²⁴ Dewan Syariah Nasional – Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI), Fatwa DSN-MUI No. 116/DSN-MUI/IX/2017 tentang Uang Elektronik Syariah, Mahkamah Agung Republik Indonesia, tahun 2017, diakses 25 Juni 2025, dari Direktori Peraturan & Perundang-undangan Mahkamah Agung

²⁵ Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions (AAOIFI), “SS-38: Online Financial Dealings,”

²⁶ Miftahul ‘Ilmi Marbun dan Novien Rialdy, “Konsep Shoppe Pay-Later dalam Sudut Pandang Manajemen Bisnis Islam,” *Journal of Islamic Economics and Finance (JoIEaF)*, Vol.1 No.2 (November 2024): hlm. 179–196. <https://doi.org/10.70248/joieaf.v1i2.1726>, diakses 25 Juni 2025.

dalam jangka waktu 7 hari, yang secara umum sejalan dengan prinsip khiyar al-'aib. Namun beberapa syarat seperti kemasan tidak dibuka dapat diberatkan pembeli, terutama jika pembeli perlu memeriksa kualitas barang terlebih dahulu sebelum memutuskan untuk menerima atau mengembalikannya. Hal ini berpotensi bertentangan dengan prinsip fiqh yang mengedepankan perlindungan terhadap pihak yang lemah dan keadilan dalam transaksi.

Jual beli dalam platform E-commerce menurut Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) menunjukkan bahwa transaksi jual beli online memiliki kekuatan hukum yang sama dengan transaksi konvensional. Juga mengatur tentang informasi dan transaksi elektronik, termasuk jual beli online, dan memberikan perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi tersebut. mencakup beberapa aspek penting termasuk mengakui transaksi jual beli melalui E-commerce sebagai transaksi yang sah dan mengikat, dengan ketentuan tertentu.

Adapun aspek jual beli E-commerce dalam Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) adalah:

1. Pengakuan transaksi elektronik, mengakui transaksi jual beli yang dilakukan secara elektronik, termasuk melalui E-commerce sebagai transaksi yang sah dan mengikat secara hukum.
2. Perjanjian elektronik, transaksi E-commerce dianggap sebagai perjanjian elektronik yang memiliki kekuatan hukum yang sama dengan perjanjian konvensional.
3. Perlindungan Konsumen, memberikan perlindungan bagi konsumen dalam transaksi E-commerce, termasuk perlindungan data pribadi dan hak-hak konsumen lainnya.
4. Tanggung jawab penyelenggara, E-commerce memiliki tanggung jawab untuk melindungi data pribadi pengguna dan memastikan transaksi yang aman.
5. Penyelesaian sengketa, mengatur mekanisme penyelesaian sengketa dalam transaksi elektronik, termasuk melalui badan arbitrase atau pengadilan.

Kekuatan hukum transaksi E-commerce memberikan landasan hukum yang kuat untuk transaksi E-commerce, sehingga konsumen dan pelaku usaha memiliki kepastian hukum dalam bertransaksi. Perjanjian elektronik yang dibuat

melalui E-commerce memiliki kekuatan hukum yang sama dengan perjanjian tertulis, selama memenuhi syarat-syarat sahnya perjanjian. Meskipun transaksi dilakukan secara online, prinsip-prinsip hukum perdata tetap berlaku, seperti adanya kesepakatan, kecakapan para pihak, objek yang jelas dan causa yang halal.

Dalam Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) menekankan perlindungan konsumen dalam transaksi E-commerce, mengingat potensi kerugian yang mungkin dialami konsumen dalam transaksi online. Penyelenggara E-commerce bertanggung jawab untuk memberikan informasi yang jelas dan akurat mengenai produk dan jasa yang ditawarkan, serta memastikan keamanan transaksi. Konsumen juga memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas dan jujur tentang produk atau jasa yang dibeli, serta hak untuk mendapatkan ganti rugi jika terjadi wanprestasi.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Dari pembahasan diatas, dapat disimpulkan bahwa transaksi jual beli E-commerce berdasarkan prinsip transparansi khususnya shoppe, memiliki banyak kesamaan dengan konsep bai'as-salam dalam fiqh islam, terutama dalam hal pembayaran dimuka dan pengiriman yang tertunda. Namun, agar transaksi tersebut memenuhi prinsip syariah, diperlukan penerapan ketentuan ketat seperti kejelasan spesifik barang (ta'yin al mabi'), penentuan batas waktu pengiriman (ajal), serta mekanisme pengembalian barang jika tidak sesuai pesanan, selain itu, fitur verifikasi wajah (face ID) dan transparansi informasi produk menjadi bentuk modern dari pemenuhan syarat sah akad, seperti ma'rifah al aqidain (mengenal pihak yang bertransaksi) dan menghindari gharar (ketidakpastian).

Meskipun demikian, beberapa praktik seperti penggunaan foto stok dalam model dropshipping dan dinamika harga yang tidak transparan berpotensi melanggar prinsip keadilan dan kejujuran dalam islam. Oleh karena itu diperlukan sinergi antara pelaku bisnis digital, regulator, dan ulama untuk memastikan bahwa perkembangan E-commerce tidak hanya efisien secara teknologi, tetapi juga sesuai dengan nilai-nilai syariah, sehingga mendatangkan keberkahan dalam setiap transaksi. Dengan demikian, integrasi antara prinsip

islam dan praktik E-commerce modern dapat menciptakan ekosistem bisnis digital yang adil, transpaan, dan bermanfaat.

Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) memberikan kerangka hukum yang jelas untuk transaksi jual beli dalam platform E-commerce, baik dalam sisi kekuatan hukum perjanjian maupun perlindungan konsumen. Dengan memahami Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) pelaku usaha dan konsumen dapat bertransaksi secara lebih aman dan nyaman dalam ekosistem E-commerce.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU:

Afzalur Rahman. *Muhammad sebagai Pedagang*. Diterjemahkan dari *Muhammad: Encyclopedia of Search*. Bandung: Pelangi Mizan, 2009.

Al Ghazi. Fathul Qorib, Bab Al-Buyu'.

Muhammad A. Trader. *Kisah Rasulullah Nabi Muhammad sebagai Pedagang yang Sukses*. Dalam *Marketing Muhammad*. Jakarta: Penerbit XYZ, 2023.
Diakses melalui Google Books pada 24 Juni 2025.

Wahbah al-Zuhaili. *Al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu* (Analisis Akad Kontemporer).

JURNAL:

Annisa Dwi Kurniawari. "Transaksi E-Commerce dalam Perspektif Islam." *El Barka: Journal Of Islamic Economics and Business* 2, no. 1 (16 Juni 2019): 90.
<https://doi.org/10.21154/elbarka.v2i1.1662>.

Jamaludin Acmad Kholik. "Analisis Hadis tentang Prinsip Transparansi dalam Transaksi Jual Beli dan Aplikasinya dalam E-Commerce Syariah." *Nabawi: Journal of Hadith Studies* 5, no. 2 (September 2024): 271–296.
<https://doi.org/10.55987/njhs.v5i2.196>.

Marbun, Miftahul 'Ilmi, dan Novien Rialdy. "Konsep Shopee Pay Later dalam Sudut Pandang Manajemen Bisnis Islam." *Journal of Islamic Economics and Finance (JoIEaF)* 1, no. 2 (November 2024): 179–196.
<https://doi.org/10.70248/joieaf.v1i2.1726>.

Mubarok, Ahmad Zuhdi, Alma Rizki Ramadhani, dan Intan Rizqi Yani. "Penerapan Akad Ba'i As-Salam terhadap Transaksi E-Commerce: Studi Kasus Aplikasi Belanja Online Shopee." *Iqtishodiah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 5, no. 2 (November 2023): 34–40.
<http://ejournal.ibntegal.ac.id/index.php/iqtishodiah>.

Olipian Resky Pernando, Wanda Berliandes, dan Ela Juliyani. “Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis dalam Transaksi E-Commerce: Membangun Kepercayaan Konsumen.” *Ebisnis Manajemen* 2, no. 4 (2024): 51–59. <https://doi.org/10.62951/ijss.v2i4.590>.

Romansyah Sahabuddin, Hery Maulana Arif, Winda Lestari, Elin Alviolin, dan Muhammad Nur Dzaky. “Transparansi Informasi Sebagai Mediator dalam Hubungan Etika Pemasaran Digital dan Kepercayaan Konsumen di E-Commerce.” *Maximal Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya dan Pendidikan* 2, no. 1 (2024): 27–37. <https://malaqbipublisher.com/index.php/MAKSI>.

Perundang-Undangan :

Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI). *Fatwa DSN-MUI No. 116/DSN-MUI/IX/2017 tentang Uang Elektronik Syariah*. Mahkamah Agung Republik Indonesia, 2017.

INTERNET:

Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions (AAOIFI). “SS 38: Online Financial Dealings.” Diakses 25 Juni 2025.

Almanhaj. “Kaidah Ke-50: Hukum Asal Mu’âmalah Adalah Halal Kecuali Ada Dalil yang Melarangnya.” Diakses 25 Juni 2025. <https://almanhaj.or.id/4319-kaidah-ke-50-hukum-asal-muamalah-adalah-halal-kecuali-ada-dalil-yang-melarangnya-2.html>.

Graas. “Status eCommerce 2025: Apa yang Harus Diperhatikan Bisnis.” *Graas Blog*, 13 November 2024. Diakses 24 Juni 2025. <https://www.graas.ai/id/blog/laporan-status-ecommerce-2025>.

Jakarta Islamic Centre. “Keistimewaan Pedagang yang Amanah.” *Khazanah Islam*. Diakses 24 Juni 2025. <https://islamic-center.or.id/keistimewaan-pedagang-yang-amanah/>.

Klinik Hukumonline. “4 Syarat Sah Perjanjian dan Akibatnya Jika Tak Dipenuhi.” *Hukumonline*. Diakses 26 Juni 2025. <https://www.hukumonline.com/klinik/a/4-syarat-sah-perjanjian-dan-akibatnya-jika-tak-dipenuhi-cl4141/>.

Klinik Hukumonline. “Akibat Hukum Perjanjian yang Dibuat dengan Iktikad Buruk.” *Hukumonline*. Diakses 26 Juni 2025. <https://www.hukumonline.com/klinik/a/jika-pihak-dalam-perjanjian-beriktikad-buruk-lt4ecd917foa1ce/>.

Pratama, Alvin. “Perkembangan E-Commerce Indonesia: Tren, Tantangan, dan Peluang di 2025.” *INFOBRAND.ID*, 12 Februari 2025. Diakses 24 Juni 2025. <https://infobrand.id/perkembangan-e-commerce-indonesia-tren-tantangan-dan-peluang-di-2025.phtml>.

Shopee Indonesia. “[Aktivasi ShopeePay] – Bagaimana Cara Mengatur Sidik Jari atau Pengenal Wajah (Face ID) untuk Verifikasi ShopeePay.” *Pusat Bantuan Shopee*. Diakses 25 Juni 2025. <https://help.shopee.co.id/portal/4/article/72551>.

SIRCLO. *Menelaah Lanskap E-Commerce Indonesia: Tren 2024 dan Proyeksi 2025* Versi SIRCLO. Diakses 24 Juni 2025. <https://www.sirclo.com/press/menelaah-lanskap-e-commerce-indonesia-tren-2024-dan-proyeksi-2025-versi-sirclo>.