

Mekanisme Transaksi E-Commerce (Jual Beli Online) Menurut Perspektif Ekonomi Syariah Studi Kasus Masyarakat Muslim Indonesia, Malaysia, dan Singapura

Kemala Ayu¹, Syahfawi²

Program studi Magister Ekonomi Syariah, Pasca Sarjana UIN Suska Riau

ARTICLE INFO

Article history:

Received June 10, 2025

Revised June 17, 2025

Accepted June 19, 2025

Available online June 21, 2025

Kata kunci

E-Commerce, Ekonomi Syariah, Transaksi Online, Muamalah, Indonesia, Malaysia, Singapura.

Keywords:

E-Commerce, Shariah Economy, Online Transactions, Transactions, Indonesia, Malaysia, Singapore.



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.
Copyright © 2025 by Author. Published by Yayasan Daarul Huda

ABSTRACT

The development of information technology has brought about a major transformation in global trade practices through the mechanism of e-commerce. This phenomenon also affects Muslim communities in Southeast Asia, particularly in Indonesia, Malaysia, and Singapore. The increasingly popular online buying and selling transactions raise important questions regarding their compatibility with Sharia economic principles such as the prohibition of usury, gharar, and maysir, as well as the need for honesty and transparency. This study aims to analyze how e-commerce transaction mechanisms are applied by the Muslim community in the third country and the extent to which compliance with Shariah principles is applied. The results of the study show that although progress has been made in integrating Shariah values into digital transactions, there are still significant challenges, including low digital Shariah literacy, lack of comprehensive regulation, and supply chain complexity. The study concludes that collaboration between governments, business actors, and religious authorities is essential to build a sustainable and fair Shariah e-commerce ecosystem.

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi telah membawa transformasi besar dalam praktik perdagangan global melalui mekanisme e-commerce. Fenomena ini juga memengaruhi masyarakat Muslim di Asia Tenggara, khususnya di Indonesia, Malaysia, dan Singapura. Transaksi jual beli online yang semakin populer menimbulkan pertanyaan penting mengenai kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah seperti larangan riba, gharar, dan maysir, serta keharusan adanya kejujuran dan transparansi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana mekanisme transaksi e-commerce diterapkan oleh masyarakat Muslim di ketiga negara tersebut dan sejauh mana kepatuhan terhadap prinsip syariah diterapkan. Hasil kajian menunjukkan bahwa walaupun terdapat kemajuan dalam mengintegrasikan nilai-nilai syariah ke dalam transaksi digital, masih terdapat tantangan signifikan, termasuk rendahnya literasi syariah digital, kurangnya regulasi yang komprehensif, dan kompleksitas rantai pasok. Studi ini menyimpulkan bahwa kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha, dan otoritas keagamaan sangat diperlukan untuk membangun ekosistem e-commerce syariah yang berkelanjutan dan adil.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah membawa transformasi signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam aktivitas ekonomi. Salah satu bentuk nyata dari transformasi ini adalah muncul dan berkembangnya perdagangan elektronik atau e-commerce, yang merujuk pada transaksi jual beli barang dan jasa yang dilakukan melalui media elektronik, khususnya internet. Fenomena ini tidak hanya terjadi di negara-negara maju, tetapi juga secara signifikan berkembang di negara-negara dengan mayoritas penduduk Muslim seperti Indonesia dan Malaysia, serta negara dengan minoritas Muslim yang aktif dalam ekonomi digital seperti Singapura. (Zahra, S., Gunawan, As'illah, & Nailun. 2024).

Melihat kondisi di ketiga negara ini, tampak bahwa umat Islam di Asia Tenggara tengah berada dalam fase adaptasi dan transisi dalam mengintegrasikan prinsip-prinsip ekonomi syariah ke dalam praktik e-commerce yang modern dan dinamis. Perbedaan pendekatan kebijakan, tingkat literasi syariah, dan kesiapan infrastruktur digital menjadi faktor penentu dalam efektivitas penerapan transaksi e-commerce yang sesuai syariah. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji bagaimana mekanisme transaksi

*Corresponding Author

Email: kemalaayu1999@gmail.com, syahpawi@uin-suska.ac.id

e-commerce dipraktikkan oleh masyarakat Muslim di Indonesia, Malaysia, dan Singapura, serta bagaimana pandangan ekonomi Islam dalam menilai keabsahan dan kehalalan transaksi tersebut. Secara teoretis, ekonomi syariah tidak menolak inovasi dan kemajuan teknologi. Bahkan, dalam banyak literatur fiqh muamalah, terdapat prinsip taysir (kemudahan) dan maslahah (kemanfaatan) yang mendorong penerimaan terhadap bentuk-bentuk transaksi baru selama tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip dasar syariah.(Permatasari, P. I., & Masruchin. 2022).

Melalui kajian perbandingan antara Indonesia, Malaysia, dan Singapura, diharapkan dapat diperoleh gambaran yang komprehensif mengenai dinamika penerapan ekonomi syariah dalam e-commerce di wilayah Asia Tenggara. Setiap negara memiliki konteks sosial, budaya, dan regulasi yang berbeda, yang mempengaruhi cara masyarakat Muslim memaknai dan menjalankan transaksi digital berbasis syariah. Hasil kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam penyusunan kebijakan publik, pengembangan teknologi halal, serta penguatan literasi muamalah digital di kalangan masyarakat Muslim. Dengan demikian, latar belakang ini menegaskan pentingnya penelitian tentang mekanisme transaksi e-commerce dalam perspektif ekonomi syariah, dengan fokus pada studi kasus masyarakat Muslim di Indonesia, Malaysia, dan Singapura. Penelitian ini tidak hanya relevan secara akademis, tetapi juga strategis dalam mendukung pengembangan ekosistem digital yang inklusif, adil, dan sesuai dengan nilai-nilai Islam di era modern.

METODE

Penelitian ini ialah penelitian library research/studi pustaka, dengan menggunakan Pendekatan penelitian kualitatif deksriptif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang mengutamakan kualitas dengan menggunakan beragam teknik untuk menemukan makna, definisi, konsep, ciri, gejala, simbol dan deskripsi suatu situasi. Penelitian ini berfokus pada data yang dipelajari untuk memberikan gambaran fenomena yang paling menyeluruh. Metode penelitian yang dipergunakan ialah Metode ini melibatkan empat langkah yakni, heuristik (pencarian sumber), kritik (penilaian keaslian sumber), interpretasi (penguraian dan penyatuan fakta), dan historiografi (penulisan kronologis dan sistematis).. Sumber data primer kepustakaan diambil dari berbagai referensi seperti , buku-buku, jurnal ilmiah, karangan ulama dan sebagainya. Data yang diperoleh untuk analisis ini mencakup segala aspek yang terkait dengan topic penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep Jual Beli

Dalam istilah fikih, jual beli dikenal dengan istilah bai', yang merupakan kata yang juga digunakan dalam Al-Qur'an dan Hadis. Secara etimologis, bai' berarti memberikan sesuatu sebagai imbalan atas sesuatu yang lain. Istilah bai' dan syira' sebenarnya memiliki makna yang berlawanan, namun dalam konteks Al-Qur'an dan Hadis keduanya sering dipertukarkan penggunaan nya; kadang-kadang bai' digunakan untuk menyatakan arti syira', dan sebaliknya. Secara linguistik, kedua istilah tersebut merujuk pada konsep pertukaran dalam arti luas, baik berupa harta maupun non-harta. Dalam bahasa Arab, jual beli disebut al-bay', yang bermakna saling menukar. Secara terminologis, jual beli diartikan sebagai pertukaran harta dengan dasar saling merelakan. Ibn Qudamah, sebagaimana dikutip oleh Rahmad Syafei, mendefinisikan jual beli sebagai proses tukar-menukar harta yang bertujuan untuk saling menjadikannya hak milik.

Dalam perspektif syariat Islam, jual beli adalah pemindahan kepemilikan barang atau pertukaran harta yang didasari atas kehendak bebas kedua pihak, tanpa paksaan, dan bukan termasuk hibah. Dalam mazhab Hanafi, al-bai' didefinisikan secara definitif sebagai pertukaran harta dengan nilai yang setara sehingga memberikan manfaat bagi penjual dan pembeli. Sementara itu, menurut pendapat Malikiyah, Syafi'iyah, dan Hanabilah, al-bai' adalah proses pemindahan kepemilikan yang terjadi ketika kedua pihak saling menukar harta. Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah Pasal 20 ayat (2) menyatakan bahwa bai' adalah pemindahan kepemilikan harta benda yang dimulai dari kegiatan jual beli dan pembayaran sejumlah uang.(Siti Mujiatun. (2013)). Dengan demikian, dalam kerangka bisnis syariah, jual beli dapat dipahami sebagai pertukaran barang antara dua pihak atau lebih atas dasar suka sama suka, tanpa adanya tekanan atau paksaan pihak manapun. Melalui transaksi ini, penjual memperoleh hak milik atas sejumlah uang, sedangkan pembeli mendapatkan hak milik atas barang yang dibeli, dan keduanya terlindungi secara hukum.

E-Commerce menurut Ekonomi Syariah

Dalam Islam, jual-beli (mu'amalah) dipandang sebagai pertukaran barang atau harta yang sah sepanjang memenuhi prinsip sukarela dan tidak mengandung unsur paksaan maupun kebohongan. E-commerce pada dasarnya adalah model jual-beli modern yang memanfaatkan teknologi terutama internet dan komputer sebagai perantara transaksi. Berbeda dengan perdagangan konvensional yang menuntut

kehadiran fisik barang saat akad, e-commerce memungkinkan transaksi jarak jauh dengan cakupan global. Berbagai definisi e-commerce sepakat bahwa ia mencakup proses pembelian, penjualan, dan pemasaran barang/jasa secara elektronik, baik antar-konsumen (C2C), bisnis-ke-konsumen (B2C), maupun bisnis-ke-bisnis (B2B), serta P2P dan M-commerce yang bergerak via perangkat seluler. Pada tulisan ini, fokus dibatasi pada model B2C di mana platform seperti Shopee, Lazada, dan JD.ID menjadi perantara antara penjual dan pembeli serta peran lembaga perbankan untuk transfer pembayaran. (Mahmudah Mulia Muhammad. (2020)

Kelangsungan platform e-commerce tak hanya bergantung pada produk, tetapi juga pada kualitas manajemen: pengiriman tepat waktu, pelayanan responsif, desain situs informatif, keamanan transaksi, struktur organisasi yang kokoh, serta strategi harga kompetitif, penawaran diskon atau kupon, dan interaksi komunitas. Manfaat utamanya mencakup perluasan pangsa pasar, peningkatan retensi konsumen, peningkatan mutu layanan melalui personalisasi, serta fleksibilitas operasional dan informasi harga yang dapat diperbarui secara real-time. Dari sisi syariah, setiap transaksi online harus memenuhi rukun dan syarat jual-beli :

Pelaku (‘āqīd): Harus berakal (tamyīz) dan memiliki kapasitas hukum—syarat yang terpenuhi bila penjual dan pembeli mampu mengoperasikan komputer dan memahami risiko transaksi online (ijab-qabūl): Harus ada ungkapan persetujuan yang jelas, bisa melalui lisan, tulisan, atau isyarat elektronik, asalkan maksud akad dapat dipahami kedua belah pihak. Transaksi via “majelis maya” sama sahnya dengan transaksi tatap muka selama ijab-qabūl selaras.

Māliyya (nilai tukar): Harga atau nilai pengganti harus ditetapkan dengan jelas—baik dalam bentuk uang (dengan mata uang tertera) maupun barang—sebelum akad.

Setelah pemenuhan syarat tersebut, proses pembayaran dan penyerahan barang berjalan sesuai kesepakatan, dilanjutkan dengan bukti transfer atau kuitansi. Keuntungan e-commerce, dari perspektif maqāṣid al-syarī‘ah, terletak pada kemaslahatan: kemudahan akses, efisiensi waktu, dan keterbukaan informasi. Prinsip moral—kejujuran, kerelaan, dan amanah—tetap menjadi landasan, sehingga penjual wajib transparan mengenai kondisi barang dan tidak melakukan najasy (penipuan/promosi palsu). Selain itu, Fatwa MUI No. 24 Tahun 2017 menegaskan larangan menyebarkan konten fitnah, ujaran kebencian, atau informasi menyesatkan dalam transaksi melalui media sosial, dengan rujukan pada QS. An-Nahl ayat 94.

Artinya: “Dan janganlah kamu jadikan sumpah-sumpahmu sebagai alat penipuan di antaramu, yang menyebabkan tergelincir kaki (mu) sesudah kokoh tegaknya, dan kamu rasakan kemelaratan (di dunia) Karena kamu menghalangi (manusia) dari jalan Allah; dan bagimu azab yang besar”. (QS..Al-Nahl: 94)

Praktik Mekanisme Transaksi E-Commerce oleh Masyarakat Muslim di Indonesia, Malaysia, dan Singapura.

Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, mengalami pertumbuhan pesat dalam sektor e-commerce. Platform-platform seperti Tokopedia, Bukalapak, dan Shopee telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari masyarakat. Masyarakat Muslim Indonesia aktif berpartisipasi dalam transaksi online ini, namun kesadaran akan pentingnya prinsip syariah dalam transaksi e-commerce masih bervariasi. Beberapa pelaku usaha telah mulai menerapkan akad-akad syariah seperti bai’ as-salam dan murabahah, namun implementasinya belum merata. Selain itu, penggunaan metode pembayaran seperti Shopee PayLater menimbulkan kekhawatiran terkait potensi unsur riba dalam transaksi. Hal ini menunjukkan perlunya edukasi lebih lanjut mengenai prinsip-prinsip ekonomi syariah dalam e-commerce. Menurut penelitian oleh Saprida meskipun terdapat upaya untuk menerapkan prinsip syariah dalam e-commerce, masih banyak tantangan yang dihadapi, termasuk kurangnya pemahaman konsumen dan pelaku usaha mengenai konsep-konsep seperti riba, gharar, dan maysir. Hal ini diperparah dengan minimnya regulasi khusus yang mengatur transaksi e-commerce syariah secara komprehensif di Indonesia.

Malaysia

Malaysia dikenal sebagai pionir dalam pengembangan ekonomi syariah, termasuk dalam sektor e-commerce. Pemerintah Malaysia telah mengintegrasikan prinsip-prinsip syariah ke dalam regulasi e-commerce, mendorong pelaku usaha untuk mematuhi standar halal dan etika bisnis Islam. Platform seperti HalalStreet Malaysia dan DagangHalal menyediakan produk dan layanan yang sesuai dengan syariah, menarik minat konsumen Muslim. Namun, tantangan tetap ada, terutama dalam memastikan bahwa seluruh rantai pasok mematuhi prinsip-prinsip syariah dan meningkatkan literasi konsumen mengenai transaksi halal. Menurut studi oleh Al-Kalabi dan Muhibban, meskipun regulasi sudah ada, edukasi kepada konsumen mengenai pentingnya memilih produk halal masih perlu ditingkatkan. Selain itu, kompleksitas rantai pasok menjadi tantangan tersendiri dalam memastikan kepatuhan terhadap prinsip syariah.

Singapura

Meskipun Muslim merupakan minoritas di Singapura, komunitas ini menunjukkan minat yang tinggi terhadap produk dan layanan halal. Platform e-commerce seperti Souk.sg dan HalalMart.sg melayani kebutuhan ini, menawarkan berbagai produk yang sesuai dengan prinsip syariah. Pemerintah Singapura, melalui pendekatan multikultural, mendukung keberagaman ini dengan menyediakan regulasi yang adil bagi semua komunitas. Namun, keterbatasan literasi syariah dan akses terhadap produk halal menjadi tantangan dalam pengembangan e-commerce syariah di negara ini. Menurut penelitian oleh Al-Kalabi dan Muhibban, Singapura memiliki kerangka hukum yang lebih matang dengan mekanisme penegakan yang efektif, namun masih menghadapi tantangan dalam hal edukasi konsumen dan pengembangan platform halal yang lebih luas. Demikianlah pembahasan mengenai praktik mekanisme transaksi e-commerce oleh masyarakat Muslim di Indonesia, Malaysia, dan Singapura. Setiap negara memiliki pendekatan dan tantangan tersendiri dalam mengintegrasikan prinsip-prinsip ekonomi syariah dalam e-commerce. Pemahaman yang mendalam mengenai konteks lokal dan upaya kolaboratif antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat sangat diperlukan untuk mengembangkan ekosistem e-commerce syariah yang berkelanjutan.

SIMPULAN

Transaksi e-commerce di Indonesia, Malaysia, dan Singapura menunjukkan pertumbuhan yang pesat di tengah kemajuan teknologi, namun masih menghadapi berbagai tantangan dalam penerapan prinsip ekonomi syariah seperti larangan riba, gharar, dan maysir. Indonesia menghadapi kendala pada aspek literasi dan regulasi syariah, Malaysia lebih maju dengan sistem regulasi yang terintegrasi, sementara komunitas Muslim di Singapura mulai mengembangkan platform halal meskipun masih terbatas. Oleh karena itu, untuk mewujudkan e-commerce yang sesuai dengan prinsip syariah, diperlukan kolaborasi lintas sektor serta penguatan edukasi dan regulasi guna membangun ekosistem digital yang adil, aman, dan sesuai dengan nilai-nilai Islam.

REFERENSI

- Afrelian, M. I., Putri, C., & Robe'nur, K. (2024). Analisis Kontrak Syariah Dalam E-Commerce: Studi Terhadap Akad Murabahah dan Salam di Era Digital. *Al-Urban: Jurnal Ekonomi Syariah dan Filantropi Islam*, 8(2)
- Sabana, S., Huda, A. I., & Hasan, N. (2025). Analisis Penerapan Etika Bisnis Syariah dalam Transaksi E-Commerce di Indonesia: Studi Transaksi Shopee. *Musytari: Jurnal Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 13(12),
- Permatasari, P. I., & Masruchin. (2022). Analisa Proses Bisnis dan Model Bisnis pada Platform E-Commerce Syariah Salamin.Id. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 5(1).
- Zahra, S., Gunawan, As'illah, & Nailun. (2024). Analisis Penerapan Transaksi Salam di E-Commerce Shopee Studi Kasus pada Definata Store. *Sahmiyya: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3(2)
- Siti Mujiatun. (2013). Jual Beli Dalam Perspektif Islam : Salam Dan Istisna' Siti Mujiatun (Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara) ABSTRAK," *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis* 13, no. 202-16
- Mahmudah Mulia Muhammad. (2020): Transaksi E-Commerce Dalam Ekonomi Syariah. Eliqtishady
- Ita Nur Hidayah. (2020). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Pada Usaha CV. Ratatia Indonesia Rumbai Ditinjau Menurut Ekonomi Islam
- Saprida, S. (2018). Akad Salam Dalam Transaksi Jual Beli. *Mizan: Journal of Islamic Law*, 4(1), Pretoria: University of Pretoria.