CAUSA
ISSN 3031-0369

Jurnal Hukum dan Kewarganegaraan
Vol 16 No 2 Tahun 2025
Prefix doi.org/10.3783/causa.v2i9.2461

# TANTANGAN PRINSIP SYARIAH DALAM PENERAPAN BISNIS DIGITAL

**Naia Zahira Putri[1], Anggi Musdalifatul Kautsar[2], Neisha Yuki Kansa Amany[3], Rizqy Laksana Karisma Dewa[4], Rozan Muhammad Aufa Zhafir[5], Ahmad Raihan Alfarabi[6], Diana Setiawati**

[123456] Department of law, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia
c100240095@student.ums.ac.id,c100240108@student.ums.ac.id,
c100240125@student.ums.ac.id,c100240380@student.ums.ac.id,
c100240383@student.ums.ac.id,c100249149@student.ums.ac.id,
ds170@ums.ac.id

***ABSTRACT***

*The development of the digital economy has brought significant changes to transaction systems, market mechanisms, and global business practices. This transformation has created greater efficiency and accessibility in technologies such as e-commerce. This study aims to raise awareness of the importance of ethical business practices. By implementing good business ethics, business people can improve their image in the eyes of customers as companies that support ethical and sharia-compliant businesses. This study uses a normative method with a quantitative approach. The secondary data used includes journals, articles, and previous studies that discuss the application of sharia principles in modern business on consumer trust levels and how sharia principles can strengthen business sustainability in the digital economy era. This study discusses the application of sharia principles and challenges in the implementation of digital business. Digital transformation has revolutionized the business world, presenting new opportunities and challenges in the application of sharia economic principles. Digital businesses such as e-commerce, fintech, cryptocurrency, and the sharing economy require adjustments to sharia principles—including tauhid, justice, prohibition of usury, gharar, maisir, as well as transparency and honesty—in order to remain relevant in the contemporary era. The application of these principles*

**Article History**
Received: Desember 2025
Reviewed: Desember 2025
Published: Desember 2025

**Copyright : Author**
**Publish by : CAUSA**

**This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.**

*emphasizes social responsibility, protection of the vulnerable, and clarity and fairness in digital transactions. However, the main challenges include regulatory limitations, low Islamic financial literacy, and business practices that are not yet fully Sharia-compliant, such as PayLater systems, the sale of non-halal products, and fake reviews. Studies show that the integration of technologies such as blockchain and the strengthening of regulations, education, and collaboration between regulators, industry players, and the community are essential to build a fair, inclusive, and sustainable digital business ecosystem in accordance with Sharia principles.*

*Keywords: Sharia Principles, E-commerce, Digital Contract, Fintech*

**ABSTRAK**

Perkembangan ekonomi digital telah membawa perubahan yang signifikan dalam system transaksi, mekanisme pasar, dan praktik bisnis global. Transformasi ini menciptakan efisiensi dan aksesbilitas yang lebih besar di dalam teknologi seperti e-commerce. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya praktik bisnis yang beretika, penerapan etika bisnis yang baik oleh pembisnis, maka pembisnis dapat meningkatkan citra di mata pelanggan sebagai perusahaan yang mendukung bisnis yang beretika dan sesuai ketentuan syariah. Penelitian ini menggunakan metode normatif dengan pendekatan kuantitatif. Data sekunder yang digunakan meliputi; jurnal, artikel, dan penelitian sebelumnya yang membahas penerapan prinsip syariah dalam bisnis modern terhadap tingkat kepercayaan konsumen dan prinsip syariah dapat memperkuat keberlanjutan bisnis di era ekonomi digital. Penelitian ini membahas tentang penerapan prinsip-prinsip dan tantangan ekonomi syariah dalam penerapan bisnis digital. Transformasi digital telah merevolusi dunia bisnis, menghadirkan

CAUSA
ISSN 3031-0369
Jurnal Hukum dan Kewarganegaraan
Vol 16 No 2 Tahun 2025
Prefix doi.org/10.3783/causa.v2i9.2461

peluang baru sekaligus tantangan dalam penerapan prinsip ekonomi syariah. Bisnis digital seperti e-commerce, fintech, cryptocurrency, dan sharing economy menuntut penyesuaian prinsip-prinsip syariah—termasuk tauhid, keadilan, larangan riba, gharar, maisir, serta transparansi dan kejujuran—agar tetap relevan di era kontemporer. Penerapan prinsip-prinsip ini menekankan tanggung jawab sosial, perlindungan pihak lemah, serta kejelasan dan keadilan dalam transaksi digital. Namun, tantangan utama meliputi keterbatasan regulasi, rendahnya literasi keuangan syariah, serta praktik bisnis yang belum sepenuhnya sesuai syariah, seperti sistem PayLater, penjualan produk non-halal, dan ulasan palsu. Studi-studi menunjukkan bahwa integrasi teknologi seperti blockchain dan penguatan regulasi, edukasi, serta kolaborasi antara regulator, pelaku industri, dan masyarakat sangat diperlukan untuk membangun ekosistem bisnis digital yang adil, inklusif, dan berkelanjutan sesuai prinsip syariah.

Kata kunci: Prinsip Syariah, E-commerce, Digital, Fintech

## 1. Pendahuluan

Perkembangan ekonomi digital dalam dua dekade terakhir telah menghadirkan perubahan mendasar dalam system transaksi, mekanisme pasar, dan praktik bisnis global. Transformasi ini tidak hanya menciptakan efisiensi dan aksesibilitas yang lebih besar melalui teknologi seperti e-commerce, fintech, blockchain, dan kecerdasan buatan, tetapi juga memunculkan berbagai persoalan baru yang menuntut regulasi serta pedoman etis yang lebih kuat. Di tengah dinamika tersebut, ekonomi syariah semakin relevan karena prinsip-prinsip dasarnya yang terdiri dari keadilan, transparansi, keseimbangan, larangan riba, gharar, dan maysir, yang menawarkan mekanisme ekonomi yang lebih etis dan berkelanjutan. Hal ini sejalan dengan meningkatnya kebutuhan global terhadap system bisnis yang bertanggung jawab

CAUSA
ISSN 3031-0369
Jurnal Hukum dan Kewarganegaraan
Vol 16 No 2 Tahun 2025
Prefix doi.org/10.3783/causa.v2i9.2461

secara social serta bebas dari praktik eksploitatif yang sering ditemui dalam model ekonomi konvensional.

Tantangan bisnis digital dan prospek baru telah muncul sebagai hasil dari kemajuan teknologi, yang telah menyebabkan lebih banyak transaksi dalam berbisnis yang dilakukan secara elektronik. Perkembangan teknologi memungkinkan setiap orang untuk melakukan transaksi perbankan dengan mudah. Semua aspek kehidupan kita dipengaruhi oleh perkembangan internet yang pesat seperti e-commerce (Wigati, S., Akbar, D., & Wicaksana, D. H, 2024).

Pada saat yang sama, paradigma bisnis kontemporer di seluruh dunia mengutamakan etika, keinginan, dan tanggung jawab sosial. Karena tekanan pembagian risiko, larangan bunga, kejujuran dalam transaksi, dan akuntabilitas sosial, prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah sangat relevan untuk industri perbankan dan investasi. Mereka juga masuk ke dalam industri asuransi syariah (juga dikenal sebagai Takaful) dan model bisnis digital lainnya. Namun, integrasi ini menghadapi tantangan seperti interpretasi syariah yang berbeda-beda, masalah dengan standarisasi global, dan kurangnya pemahaman masyarakat tentang konsep ekonomi syariah yang paling penting. Untuk membangun praktik bisnis kontemporer yang sejalan dengan nilai-nilai syariah, diperlukan pendekatan metodologis yang lebih holistik yang melibatkan regulator, pelaku industri, dan akademisi (Fasya, G, 2021).

Dengan diadakannya penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya praktik bisnis yang beretika, Penerapan etika bisnis yang baik oleh pembisnis, maka pembisnis dapat meningkatkan citra di mata pelanggan sebagai perusahaan yang mendukung bisnis yang beretika dan sesuai ketentuan syariah. Oleh karena itu, penulisan ini diharapkan dapat memberikan penelitian yang berfokus pada etika bisnis dalam berbagai aspek seperti komunikasi pemasaran yang dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi perusahaan terkait atau yang sejenis sebagai contoh yang inspiratif pada penerapan etika bisnis yang sesuai dengan syariah (Fata, Z., & Hofifah, H, 2025).

**Rumusan Masalah**

1. Apa saja prinsip-prinsip ekonomi syariah yang dapat diterapkan di era bisnis digital?
2. Bagaimana tantangan penerapan prinsip syariah dalam e-commerce di era bisnis digital?

CAUSA
ISSN 3031-0369
Jurnal Hukum dan Kewarganegaraan
Vol 16 No 2 Tahun 2025
Prefix doi.org/10.3783/causa.v2i9.2461

## 2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode normatif dengan pendekatan kuantitatif yang bersumber dari data sekunder. Data dikumpulkan dari berbagai sumber, termasuk jurnal, artikel, dan penelitian sebelumnya yang membahas penerapan prinsip syariah dalam bisnis modern terhadap tingkat kepercayaan konsumen dan prinsip syariah dapat memperkuat keberlanjutan bisnis di era ekonomi digital. Pendekatan normatif menitikberatkan pada analisis terhadap norma hukum yang berlaku, baik berupa peraturan perundang-undangan, fatwa, maupun yurisprudensi, serta membandingkannya dengan praktik bisnis digital. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengukur frekuensi, kecenderungan, atau pola-pola tertentu dalam penerapan prinsip syariah pada bisnis digital berdasarkan data sekunder.

## 3. Hasil dan Pembahasan

### 3.1. Prinsip-Prinsip Ekonomi Syariah dalam Era Bisnis Digital

Dunia bisnis telah berubah secara dramatis oleh transformasi digital. Hal ini menciptakan peluang baru untuk menerapkan ekonomi syariah, namun juga menimbulkan tantangan baru. Kemunculan bisnis digital seperti e-commerce, fintech, cryptocurrency, dan platform ekonomi berbagi (sharing economy) membutuhkan pemahaman mendalam tentang bagaimana prinsip syariah dapat diterapkan dan disesuaikan dengan dunia kontemporer.

#### 3.1.1. Prinsip Tauhid sebagai Fondasi Bisnis Digital

Dalam ekonomi syariah, prinsip tauhid merupakan fondasi utama, yang menekankan bahwa semua tindakan ekonomi harus didasarkan pada kesadaran akan keesaan Allah dan tanggung jawab kepada-Nya. Dalam hal bisnis digital, prinsip ini mewajibkan pengembang platform digital untuk memastikan bahwa mereka tidak hanya mengejar keuntungan finansial, tetapi juga memberikan manfaat (maslahah) kepada masyarakat luas (Antonio, 2020). Prinsip tauhid sebagai fondasi bisnis digital dijelaskan dalam Al-Quran surah Al-Baqarah ayat 255 :

اللّٰهُ لَآ اِلٰهَ اِلَّا هُوَۚ اَلْحَيُّ الْقَيُّوْمُ ۚ لَا تَأْخُذُهٗ سِنَةٌ وَّلَا نَوْمٌۗ لَهٗ مَا فِى السَّمٰوٰتِ وَمَا فِى الْاَرْضِۗ مَنْ ذَا الَّذِيْ يَشْفَعُ عِنْدَهٗٓ اِلَّا بِاِذْنِهٖۗ يَعْلَمُ مَا بَيْنَ اَيْدِيْهِمْ وَمَا خَلْفَهُمْۚ وَلَا يُحِيْطُوْنَ بِشَيْءٍ مِّنْ عِلْمِهٖٓ اِلَّا بِمَا شَاۤءَۚ وَسِعَ كُرْسِيُّهُ السَّمٰوٰتِ وَالْاَرْضَۚ وَلَا يَـُٔوْدُهٗ حِفْظُهُمَاۚ وَهُوَ الْعَلِيُّ الْعَظِيْمُ ﴿٢٥٥﴾

Artinya: ”Allah, tidak ada tuhan selain Dia, Yang Mahahidup lagi terus-menerus mengurus (makhluk-Nya). Dia tidak dilanda oleh kantuk dan tidak (pula) oleh tidur. Milik-Nyalah apa yang ada di langit dan apa yang ada di bumi. Tidak ada yang dapat memberi syafaat di sisi-Nya tanpa izin-Nya. Dia mengetahui apa yang ada di hadapan mereka dan apa yang ada di belakang mereka. Mereka tidak

CAUSA
ISSN 3031-0369
Jurnal Hukum dan Kewarganegaraan
Vol 16 No 2 Tahun 2025
Prefix doi.org/10.3783/causa.v2i9.2461

mengetahui sesuatu apa pun dari ilmu-Nya, kecuali apa yang Dia kehendaki. Kursi-Nya (ilmu dan kekuasaan-Nya) meliputi langit dan bumi. Dia tidak merasa berat memelihara keduanya. Dialah yang Mahatinggi lagi Maha agung."

Dalam konteks bisnis, prinsip ini mengingatkan para pelaku bisnis untuk menjalankan bisnis mereka dengan penuh kesadaran akan keberadaan Allah dan tanggung jawab moral yang harus dipertanggungjawabkan. Bisnis harus dilakukan dengan mematuhi ajaran agama dan menghindari praktik-praktik yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam.

Transparansi algoritma, perlindungan data pribadi pengguna, dan penghindaran praktik psikologis konsumen yang sering terjadi dalam pemasaran digital adalah beberapa cara bisnis digital dapat menerapkan prinsip tauhid. Misalnya, platform e-commerce syariah harus memastikan bahwa sistem rekomendasi produk tidak menerapkan israf, atau konsumsi berlebihan, karena bertentangan dengan prinsip kelayakan Islam.

3.1.2. Prinsip Keadilan (Al-'Adl) dalam Transaksi Digital

Dalam ekonomi syariah, keadilan adalah pilar utama yang menuntut adanya keseimbangan antara hak dan kewajiban semua pihak yang terlibat dalam transaksi. Tantangan baru terhadap prinsip keadilan di era digital termasuk asimetri informasi, monopoli platform digital, dan eksploitasi data konsumen (Hasan & Ashraf, 2021). Hal ini sejalan dengan perintah Allah dalam QS. Al - Hadid (57): 25 yang menegaskan bahwa Allah memerintahkan untuk berlaku adil (*al-'adl*):

وَمَنَافِعُ شَدِيْدٌ بَأْسٌ فِيْهِ الْحَدِيْدَ وَاَنْزَلْنَا بِالْقِسْطِۚ النَّاسُ لِيَقُوْمَ وَالْمِيْزَانَ الْكِتٰبَ مَعَهُمُ وَاَنْزَلْنَا بِالْبَيِّنٰتِ رُسُلَنَا اَرْسَلْنَا لَقَدْ
عَزِيْزٌ قَوِيٌّ اللّٰهَ اِنَّ بِالْغَيْبِۚ وَرُسُلَهٗ يَّنْصُرُهٗ مَنْ اللّٰهُ وَلِيَعْلَمَ لِلنَّاسِ ﴿٢٥﴾

Artinya : "Sungguh, Kami benar-benar telah mengutus rasul-rasul Kami dengan bukti bukti yang nyata dan Kami menurunkan bersama mereka kitab dan neraca (keadilan) agar manusia dapat berlaku adil. Kami menurunkan besi yang mempunyai kekuatan hebat dan berbagai manfaat bagi manusia agar Allah mengetahui siapa yang menolong (agama)-Nya dan rasul-rasul-Nya walaupun (Allah) tidak dilihatnya. Sesungguhnya Allah Maha Kuat lagi Maha Perkasa."

Ayat diatas menunjukkan bahwa transaksi bisnis harus dilakukan dengan penuh keadilan, tanpa adanya pihak yang dirugikan. Ayat ini juga sekaligus mengingatkan bahwa tujuan bisnis bukan mencari keuntungan, tetapi untuk menjadikan kesetaraan dan keadilan dalam bermasyarakat (Mahya, Amalia, dan Puspita. 2023).

CAUSA
ISSN 3031-0369
Jurnal Hukum dan Kewarganegaraan
Vol 16 No 2 Tahun 2025
Prefix doi.org/10.3783/causa.v2i9.2461

Ada banyak cara untuk menerapkan prinsip keadilan dalam bisnis digital. Pertama dan terpenting, transparansi harga dan biaya layanan tanpa biaya tersembunyi. Semua biaya, termasuk administrasi, pengiriman, dan pajak, harus ditampilkan secara terbuka oleh platform perdagangan syariah. Ini juga akan melindungi pihak yang lebih lemah, seperti UMKM yang bergabung dalam platform digital, dengan menghindari diskriminasi atau penyalahgunaan posisi dominan oleh pemilik platform (Aziz. 2019).

3.1.3. Prinsip Larangan Riba dalam Fintech Syariah

Dalam seluruh transaksi ekonomi, anda harus menghindari riba atau bunga, yang merupakan salah satu aturan utama agama Islam. Prinsip bebas riba menjadi sangat penting dalam bisnis digital, terutama fintech (financial technology). Fintech syariah harus membuat model bisnis yang menghindari sistem bunga dan menerapkan akad syariah seperti murabahah (jual beli dengan margin keuntungan), musyarakah (mitra), atau mudharabah (jual beli dengan hasil). Prinsip larangan riba dijelaskan di dalam Al-Quran surah Ali-Imran ayat 130 :

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا لَا تَأْكُلُوا الرِّبٰوٓا اَضْعَافًا مُّضٰعَفَةً ۖ وَّاتَّقُوا اللّٰهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُوْنَ ۚ ﴿١٣٠﴾

Artinya : “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kepada Allah agar kamu beruntung.”

Menurut Al- Maraghi 1993 di awal surah Ali-Imran ayat 130 Allah SWT Berfirman “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba.” Imam Al-Maraghi dalam Tafsirnya menyebutkan apabila riba dibolehkan maka itu merupakan sebuah cara yang kasar dan pemerasan terhadap orang sedang membutuhkan untuk keberlangsungan hidup. Menurut penafsiran At-Thabari, riba yang dimaksud dalam ayat ini adalah riba jahiliyah, yaitu praktik riba yang umum dilakukan oleh masyarakat musyrik sebelum datangnya ajaran Islam. Hal serupa juga dikemukakan oleh Mujahid dalam tafsirnya, yang menegaskan bahwa jenis riba inilah yang dilarang, yakni riba yang berkembang secara berlipat ganda.

Misalnya, platform peer-to-peer lending syariah harus beroperasi berdasarkan prinsip hasil, yang berarti bahwa investor akan mendapatkan keuntungan dari keuntungan bisnis yang dibiayai daripada bunga tetap yang diperhitungkan dari waktu ke waktu. Hal yang sama berlaku untuk platform crowdfunding syariah, yang harus menggunakan skema yang berbasis donasi atau ekuitas daripada sistem bunga (Rusydiana & Rahayu, 2020).

Salah satu kesulitan dalam menerapkan prinsip bebas riba di era digital adalah menciptakan model bisnis yang tetap kompetitif dan menarik bagi investor tanpa

CAUSA
ISSN 3031-0369
Jurnal Hukum dan Kewarganegaraan
Vol 16 No 2 Tahun 2025
Prefix doi.org/10.3783/causa.v2i9.2461

bergantung pada sistem bunga yang sudah ada di masyarakat. Hal ini memerlukan pengguna dididik secara menyeluruh tentang ide-ide tentang manfaat dan hasil dari sistem ekonomi syariah.

3.1.4. Prinsip Larangan Gharar dan Maisir

Dalam transaksi syariah, dua hal yang dilarang adalah gharar (ketidakpastian) dan maisir (spekulasi atau judi) karena dapat menimbulkan ketidakadilan dan merugikan salah satu pihak. Dalam bisnis digital, ada kemungkinan besar gharar dan maisir, terutama dalam transaksi cryptocurrency, trading online, dan game online yang menggunakan sistem pembelian dalam aplikasi. Penjelasan gharar dan maisir dijelaskan di dalam Al-Quran pada surah An-Nisa ayat 29 :

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا لَا تَأْكُلُوْٓا اَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ اِلَّآ اَنْ تَكُوْنَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْۗ وَلَا تَقْتُلُوْٓا اَنْفُسَكُمْۗ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا

Artinya : “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.”

Berkenaan dengan Qur’an Surat An-Nisa ayat 29 di atas menjelaskan bahwa terdapat larangan Allah Swt kepada umat muslim untuk tidak mengkonsumsi harta dengan cara-cara yang batil. Kata batil oleh Al-Syaukani dalam kitabnya Fath Al-Qadir, diterjemahkan ma laisa bihaqqin (segala apa yang tidak benar). Bentuk batil ini sangat banyak. Dalam konteksnya ayat yang terdapat di atas, sesuatu dapat dikatakan batil dalam jualbeli apabila dilarang dan tidak sesuai syara’. Adapun perdagangan yang batil jika di dalamnya terdapat unsur “MAGHRIB”merupakan singkatan dari maisir (judi), gharar (penipuan), riba, dan batil. Oleh karena itu, perbuatan yang melanggar nash-nash syar’i, juga dipandang sebagai batil seperti mencuri, merampok, korupsi dan sebagainya.

Untuk menghindari gharar, transaksi digital syariah harus mematuhi standar kejelasan objek, harga, dan waktu penyampaian. Platform e-commerce syariah harus memastikan bahwa spesifikasi produk dijelaskan secara rinci dan akurat, termasuk memberikan aturan pengembalian yang adil jika produk tidak sesuai dengan deskripsi. Prinsip anti-gharar dalam asuransi digital, juga dikenal sebagai Takaful, diwujudkan melalui mekanisme klaim yang jelas dan kontrak yang jelas tentang risiko yang ditanggung (Wahyudi et al., 2021).

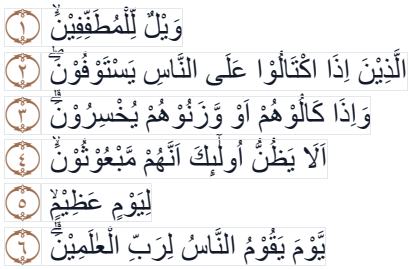
Platform digital syariah harus menghindari model bisnis yang melibatkan spekulasi atau perjudian dalam hal maisir. Ini termasuk menghindari sistem lootbox

CAUSA
ISSN 3031-0369
Jurnal Hukum dan Kewarganegaraan
Vol 16 No 2 Tahun 2025
Prefix doi.org/10.3783/causa.v2i9.2461

dalam game online, berdagang cryptocurrency secara spekulatif tanpa aset nyata, dan program promosi yang bergantung pada undian atau keberuntungan. Sebagai alternatif, platform dapat menerapkan sistem reward yang didasarkan pada loyalitas atau prestasi pengguna.

3.1.5. Prinsip Transparansi dan Kejujuran

Prinsip etika bisnis Islam seperti transparansi dan kejujuran (amanah) sangat penting di era digital karena informasi digital dapat dimanipulasi dengan mudah. Platform bisnis syariah harus menerapkan keterbukaan informasi tentang produk, layanan, biaya, dan risiko yang mungkin dihadapi konsumen. Yang dijelaskan di dalam quran surah Al-Mutaffifin ayat 1-6 :



Artinya: "Celakalah orang-orang yang curang (dalam menakar dan menimbang)! (Mereka adalah) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain, mereka minta dipenuhi. (Sebaliknya) apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka kurangi, tidakkah mereka mengira (bahwa) sesungguhnya mereka akan dibangkitkan, pada suatu hari yang besar (Kiamat), (yaitu) hari (ketika) manusia bangkit menghadap Tuhan seluruh alam?"

Maksud dari ayat tersebut bahwa dalam berbisnis tidak boleh melakukan kecurangan dalam hal apapun, harus selalu jujur, artinya prinsip kejujuran harus diterapkan oleh pelaku bisnis (Nahdi dan Mukhlis, 2023).

Dalam praktiknya, transparansi digital dapat diwujudkan melalui penggunaan teknologi blockchain untuk memastikan ketertelusuran produk halal dalam supply chain, sistem review produk yang autentik dan tidak dimanipulasi, serta kebijakan privasi data yang jelas dan mudah dipahami konsumen. Selain itu, digital marketing syariah harus menghindari penggunaan clickbait, iklan palsu, atau influencer dengan endorsement palsu (Alim, 2022).

3.1.6. Prinsip Maslahat (Kesejahteraan Umum)

Prinsip maslahat menekankan bahwa aktivitas ekonomi harus menguntungkan masyarakat secara keseluruhan daripada hanya menguntungkan segelintir individu. Dalam konteks bisnis digital, prinsip ini menuntut teknologi

CAUSA
ISSN 3031-0369
Jurnal Hukum dan Kewarganegaraan
Vol 16 No 2 Tahun 2025
Prefix doi.org/10.3783/causa.v2i9.2461

digunakan untuk meningkatkan inklusi ekonomi, mengurangi kesenjangan, dan memiliki dampak sosial yang positif. Dijelaskan di dalam Al-Quran pada surah Al-An'am ayat 164 :

قُلْ اَغَيْرَ اللّٰهِ اَبْغِيْ رَبًّا وَّهُوَ رَبُّ كُلِّ شَيْءٍۗ وَلَا تَكْسِبُ كُلُّ نَفْسٍ اِلَّا عَلَيْهَاۚ وَلَا تَزِرُ وَازِرَةٌ وِّزْرَ اُخْرٰىۗ ثُمَّ اِلٰى رَبِّكُمْ مَّرْجِعُكُمْ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ فِيْهِ تَخْتَلِفُوْنَ ﴿١٦٤﴾

Artinya: Katakanlah (Nabi Muhammad), "Apakah aku (pantas) mencari tuhan selain Allah, padahal Dialah Tuhan bagi segala sesuatu. Setiap orang yang berbuat dosa, dirinya sendirilah yang akan bertanggung jawab. Seseorang tidak akan memikul beban dosa orang lain. Kemudian, kepada Tuhanmulah kamu kembali, lalu Dia akan memberitahukan kepadamu apa yang dahulu kamu perselisihkan."

Dalam ayat tersebut menjunjukkan bahwa manusia melakukan bisnis pada hakikatnya adalah anugerah dari Allah SWT. Maka manusia sebagai pelaku bisnis lakukan sesuai ketentuannya, kemudian bertanggung jawab kepada manusia karena manusia merupakan mitra yang harus dihormati hak dan kewajibannya dalam berbisnis (Wati, Arif, dan Devi, 2022).

Platform digital syariah memiliki kemampuan untuk menerapkan prinsip-prinsip bermanfaat melalui program-program seperti pasar yang mengutamakan barang-barang UMKM lokal, sistem pembayaran digital yang memudahkan distribusi zakat dan sedekah, dan fintech yang memberikan akses pembiayaan kepada kelompok masyarakat yang selama ini tidak memiliki dana. Bisnis sosial yang menggabungkan misi sosial juga merupakan cara untuk menerapkan prinsip maslahat di era digital (Bakar & Othman, 2020).

3.1.7. Prinsip Kehalalan dan Thayyib

Prinsip halal dan thayyib (baik/berkualitas) mencakup produk fisik serta konten digital, layanan, dan model bisnis. Platform digital syariah harus memastikan bahwa seluruh ekosistem bisnisnya bebas dari unsur haram, baik dalam produk yang dijual, konten yang disebarluaskan, maupun cara pemasarannya. Dijelaskan dalam Al-Quran surah Al-Baqarah ayat 168 :

يٰٓاَيُّهَا النَّاسُ كُلُوْا مِمَّا فِى الْاَرْضِ حَلٰلًا طَيِّبًاۖ وَّلَا تَتَّبِعُوْا خُطُوٰتِ الشَّيْطٰنِۗ اِنَّهٗ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِيْنٌ ﴿١٦٨﴾

"Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkahsetan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata."

Al-Qur'an menekankan pentingnya makanan yang halal (diperbolehkan syariat) dan thayyib (baik untuk kesehatan dan tidak berlebihan). Konsumsi makanan

halal dikaitkan dengan keberkahan, kesehatan fisik, dan ketenangan jiwa. Pemenuhan kebutuhan pangan halal menjadi salah satu dasar pengembangan ekonomi syariah. Makanan halal yang dikonsumsi dengan niat ibadah menciptakan maslahah (manfaat umum) baik di dunia maupun akhirat. Makanan halal mendorong perkembangan ekonomi syariah dengan memenuhi kebutuhan masyarakat Muslim secara etis (Nasrudin et al., 2023).

Dalam e-commerce, ini berarti melakukan pemeriksaan ketat terhadap barang yang dijual untuk memastikan bahwa barang tersebut benar-benar halal; contohnya, konten dapat difilter untuk menghindari iklan atau produk yang mengandung pornografi atau konten ilegal lainnya. Selain itu, platform media sosial syariah harus menerapkan moderasi konten yang ketat untuk mencegah penyebaran hoax, ujaran kebencian, dan materi negatif lainnya yang bertentangan dengan prinsip Islam.

Dalam era bisnis digital, penerapan prinsip ekonomi syariah merupakan kebutuhan mendesak sekaligus tantangan menantang yang membutuhkan pemahaman mendalam dan solusi inovatif. Meskipun transformasi digital telah membuka banyak peluang untuk kemajuan ekonomi syariah, ia juga menimbulkan masalah baru yang memerlukan penelitian menyeluruh. Dalam setiap aspek operasi platform digital, tujuh prinsip dasar bisnis digital syariah harus diintegrasikan secara menyeluruh: tauhid, keadilan (al-'adl), larangan riba, larangan gharar dan maisir, transparansi dan kejujuran, maslahat, dan kehalalan dan thayyib. Komitmen untuk menerapkan prinsip-prinsip ini lebih dari sekadar formalitas; itu adalah komitmen untuk menciptakan ekosistem bisnis yang membawa kesejahteraan dan kemakmuran bagi semua pemangku kepentingan. Bisnis digital syariah berfokus pada menghindari hal-hal yang haram, tetapi juga menciptakan nilai tambah (maslahah) bagi masyarakat melalui inovasi teknologi yang membawa keberkahan dan kesejahteraan ekonomi umat.

### 3.2. Tantangan Penerapan Prinsip Syariah dalam E-Commerce di Era Bisnis Digital

E-Commerce atau perdagangan elektronik, merupakan aktivitas bisnis yang melibatkan konsumen, produsen, penyedia layanan dan perantara perdagangan dengan memanfaatkan jaringan internet. E-Commerce telah menjadi bagian penting dalam transformasi ekonomi digital, memungkinkan transaksi bisnis berlangsung dengan lebih cepat, efisien dan tanpa batas geografis. Namun, pertumbuhan pesat sektor ini juga menghadirkan tantangan seperti ketidakadilan dalam distribusi keuntungan, kurangnya transparansi dalam transaksi, serta maraknya praktik bisnis

CAUSA
ISSN 3031-0369
Jurnal Hukum dan Kewarganegaraan
Vol 16 No 2 Tahun 2025
Prefix doi.org/10.3783/causa.v2i9.2461

yang tidak sesuai dengan prinsip syariah. Oleh karena itu, penerapan prinsip syariah dalam E-Commerce menjadi langkah strategis. Prinsip syariah yang utama dalam *E-Commerce* adalah keadilan, transparansi dan keseimbangan antara hak dan kewajiban penjual dan pembeli, melarang transaksi yang mengandung riba (bunga), gharar (ketidakjelasan) dan maysir (perjudian). Berikut salah satu ayat Al – Qur'an yang menyelaskan tentang keadilan adalah Surat Al Maidah Ayat 8:

وَاتَّقُوا لِلتَّقْوٰىۖ اَقْرَبُ هُوَ اِعْدِلُوْاۗ اَلَّا عَلٰى قَوْمٍ شَنَاٰنُ يَجْرِمَنَّكُمْ وَلَا بِالْقِسْطِۖ شُهَدَاۤءَ لِلّٰهِ قَوَّامِيْنَ كُوْنُوْا اٰمَنُوْا الَّذِيْنَ يٰٓاَيُّهَا
﴿٨﴾ تَعْمَلُوْنَ بِمَا خَبِيْرٌۢ اللّٰهَ اِنَّ اللّٰهَۗ

Artinya: "Wahai orang-orang yang beriman, jadilah kamu penegak (kebenaran) karena Allah (dan) saksi-saksi (yang bertindak) dengan adil. Janganlah kebencianmu terhadap suatu kaum mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlakulah adil karena (adil) itu lebih dekat kepada takwa. Bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha teliti terhadap apa yang kamu kerjakan."

Tujuan dari prinsip-prinsip ini, menurut Othman dan Rahman (2017) adalah untuk mencegah tindakan yang merugikan salah satu pihak dan mendorong transaksi yang sah secara hukum Islam. Menurut prinsip transparansi, setiap informasi yang terkait dengan produk atau jasa yang dijual harus dikomunikasikan dengan jelas kepada konsumen. Hal ini berisi informasi tentang harga, kualitas dan syarat pengembalian barang. Gharar dalam prinsip syariah harus dihindari, yang merujuk pada ketidakpastian atau kebingungan suatu transaksi. Sebagai contoh, prinsip syariah dapat menganggap transaksi tidak sah jika sebuah produk dijual dengan informasi yang tidak jelas statusnya (Ali & Ghazali, 2020).

Selain itu, keadilan dalam prinsip syariah menegaskan bahwa konsumen tidak boleh dieksploitasi. Penjual tidak boleh memanipulasi pelanggan dengan cara yang tidak etis, seperti iklan yang menyesatkan atau harga yang tidak wajar. Oleh karena itu, peraturan yang jelas dan ketat tentang cara melakukan transaksi yang adil sangat penting di platform e-commerce syariah. Hal ini sejalan dengan Hassan (2016), yang menggarisbawahi betapa pentingnya integritas dalam transaksi digital. Selain itu, prinsip yang sangat penting adalah larangan riba, yang berarti pembeli tidak perlu membayar bunga atau biaya tambahan dalam suatu transaksi. Dalam transaksi jual beli online, riba dapat terjadi apabila pelanggan dikenakan biaya tambahan di luar harga barang yang disepakati, seperti bunga untuk pembayaran cicilan. Berikut larangan praktik riba dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 275:

الرِّبٰواۗ وَحَرَّمَ الْبَيْعَ اللّٰهُ وَاَحَلَّ

Artinya; "Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.a

CAUSA
ISSN 3031-0369
Jurnal Hukum dan Kewarganegaraan
Vol 16 No 2 Tahun 2025
Prefix doi.org/10.3783/causa.v2i9.2461

**Tantangan Penerapan Prinsip Syariah dalam *E-Commerce***

Penerapan Prinsip Syariah dalam E-Commerce di dunia digital menghadapi sejumlah masalah yang cukup sulit untuk diatasi. Pelaku bisnis *E-Commerce* tidak memahami prinsip syariah dengan baik, yang merupakan salah satu tantangan utama. Banyak pelaku usaha tidak memahami bagaimana menjaga transaksi halal di platform mereka, yang menyebabkan produk atau layanan tidak memenuhi standar syariah sepenuhnya. Oleh karena itu, pelaku bisnis *E-Commerce* membutuhkan pelatihan dan pendidikan yang lebih komprehensif tentang prinsip-prinsip syariah (Siregar & Nasution, 2020).

Salah satu contohnya adalah platform *E-Commerce* syariah, bahwa tidak adanya pengawasan yang memadai terhadap platform *E-Commerce* syariah yang merupakan tantangan berikutnya. Regulasi yang jelas tidak ada di banyak negara, termasuk Indonesia, tentang bagaimana platform *E-Commerce* harus menjalankan bisnisnya sesuai dengan prinsip syariah. Jika tidak ada peraturan yang ketat, sulit bagi pembeli untuk memastikan bahwa barang atau jasa yang mereka beli benar-benar halal. Menurut Hassan (2016), meskipun ada lembaga yang diakui halal, seperti Majelis Ulama Indonesia (MUI), kurangnya kesadaran dan pengawasan yang efektif dapat menyebabkan tindakan yang bertentangan dengan prinsip Islam.

Kedua, ulasan konsumen yang merupakan hasil evaluasi oleh pengguna produk atau layanan dalam bentuk komentar tertulis, yang mencakup pengalaman, pendapat atau kesan mereka setelah menggunakan produk tersebut. Dalam E-Commerce, ulasan konsumen memberikan informasi mendetail tentang kualitas produk, kelebihan, kekurangan dan kesesuaian dengan deskripsi yang diberikan. Selain membantu calon pembeli untuk lebih memahami produk, ulasan ini berfungsi sebagai sumber informasi yang dianggap lebih transparan dan dapat dipercaya karena ditulis langsung oleh pengguna. Ulasan yang positif seringkali meningkatkan kepercayaan dan minat untuk membeli, sementara ulasan negatif dapat berfungsi sebagai peringatan, mendorong konsumen untuk mempertimbangkan kembali pilihan mereka atau mencari alternatif lain. Banyak platform E-Commerce menyediakan fitur ulasan pelanggan untuk membantu pembeli dalam mengambil keputusan. Namun, adanya ulasan palsu atau manipulatif dapat menyesatkan konsumen dan merugikan penjual. Dalam perspektif syariah yaitu siddiq, ulasan harus didasarkan pada pengalaman nyata dan tidak boleh digunakan sebagai alat persaingan tidak sehat.

Selain itu, pertumbuhan *E-Commerce* menghadapi tantangan teknologi. Banyak platform e-commerce tidak menggunakan teknologi mereka untuk mendukung transaksi syariah. Sebagai contoh, ada platform tertentu yang tidak menyediakan

CAUSA
ISSN 3031-0369
Jurnal Hukum dan Kewarganegaraan
Vol 16 No 2 Tahun 2025
Prefix doi.org/10.3783/causa.v2i9.2461

sistem pembayaran yang memungkinkan transaksi tanpa bunga, yang jelas bertentangan dengan prinsip syariah. Untuk mencapai hal ini, diperlukan inovasi dalam hal pengembangan teknologi baru dan penggabungan sistem pembayaran yang sesuai dengan aturan islam. Adanya kesulitan untuk membangun kepercayaan antara pelanggan dan platform juga sangat penting. Karena tidak ada jaminan bahwa transaksi akan sepenuhnya mematuhi hukum Islam, maka diperlukannya prinsip-prinsip syariah di dalam bisnis digital untuk menciptakan lingkungan bisnis sesuai syariah membangun kepercayaan konsumen, fokus pada keadilan, memanfaatkan teknologi untuk pangsa pasar yang lebih baik, dan optimalisasi media sosial sesuai prinsip bisnis syariah. Hal ini membantu membangun reputasi positif dan meningkatkan keterlibatan konsumen sesuai dengan nilai-nilai Islam.

**Studi Kasus**

Obeservasi lapangan terhadap dua aplikasi E-commerce yang sangat popular di Indonesia, yaitu Shopee dan TikTok Shop by Tokopedia, untuk mengidentifikasikan praktik penjualan barang yang berpotensi melanggar prinsip ekonomi syariah, seperti riba, gharar, dan tadlish. Hasil observasi ini disajikan dalam bentuk table dan gambar yang telah diolah secara ilmiah agar mudah dipahami oleh pembaca.

| **Aspek Syariah** | **Shopee** | **TikTok Shop** | **Prinsip Ekonomi Syariah** |
|---|---|---|---|
| Fitur PayLater / Spinjam | Ada, pada PayLater bunga mulai dari 0%, SPinjam bunga mulai dari 0% + biaya layanan dan proteksi keamanan. | Ada, bunga 0% + biaya tambahan. | Riba (tidak sesuai syariah islam) |
| Barang Non-Halal | Rokok elektrik, minuman keras, jimat, pakaian vulgar, alat panganan untuk sex (yang hanya digunakan untuk pasangan suami istri yang sudah sah saja, dengan tujuan tertentu). | Produk makanan yang belum bersertifikasi halal, aksesoris dengan simbol tertentu. | Gharar (tidak sesuai syariah islam) dan berpotensi untuk menyesatkan konsumen. |

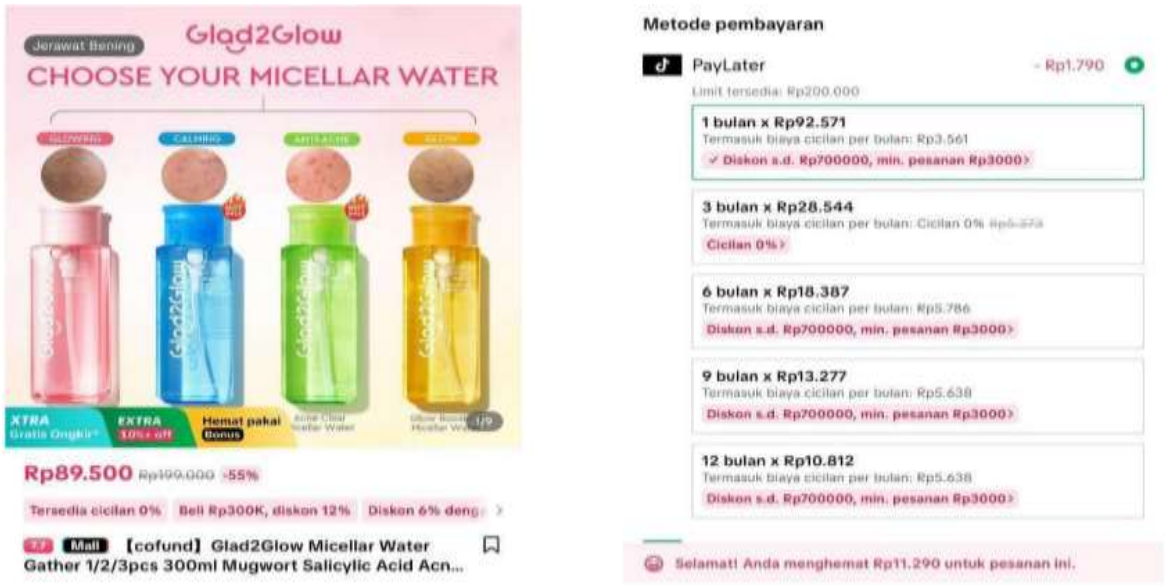
CAUSA
ISSN 3031-0369
Jurnal Hukum dan Kewarganegaraan
Vol 16 No 2 Tahun 2025
Prefix doi.org/10.3783/causa.v2i9.2461

| | | | |
|---|---|---|---|
| Deskripsi Produk | Terkadang ada deskripsi yang tidak jelas, berlebihan pada keterangan terkait keunggulan produk. Bahkan ada toko yang sama sekali tidak mencantumkan deskripsi produk. | Terkadang ada deskripsi yang tidak jelas, berlebihan pada keterangan terkait keunggulan produk. Bahkan ada toko yang sama sekali tidak mencantumkan deskripsi produk. | Tadlis (tidak sesuai dengan syariah Islam) |
| Ulasan Palsu | Banyak ditemukan, biasanya pada toko baru dan toko yang menjual jasa atau barang yang sepi peminat. | Toko baru, rendah followers, dan toko yang ingin menaikkan rating. Bisa juga lewat FYP content produk. | Tadlis dan tadlis (tidak sesuai dengan syariah islam) menyesatkan konsumen. |
| Akad Jual Beli | Ada, namun akad tidak sempurna. | Ada, namun akad tidak sempurna. | Akad ba' mu'athah (jika untuk akad yang bener), Riba, gharar, dan tadlis, namun belum sepenuhnya Shopee dan TikTok Shop ini memenuhi syariah islam. |

**1. Observasi lapangan dari TikTok by Tokopedia**

Dari tabel 1. akan dijelaskan lebih detailnya lagi menggunakan beberapa gambar visual dan penjelasan tabel terkait bunga Payleter pada sebuah produk. Gambar tangkap layar dan tabel visual dibawah ini akan menjelaskan secara detail dan rinci tentang bunga yang didapatkan sesuai dengan jangka bulan cicilan produk. Serta mengidentifikasi pelanggaran potensi prinsip syariah syariah.

CAUSA
ISSN 3031-0369
Jurnal Hukum dan Kewarganegaraan
Vol 16 No 2 Tahun 2025
Prefix doi.org/10.3783/causa.v2i9.2461




**Gambar 1. Produk Dari Tiktok Shop Dan Cicilan Payleter Yang Mengandung Riba**

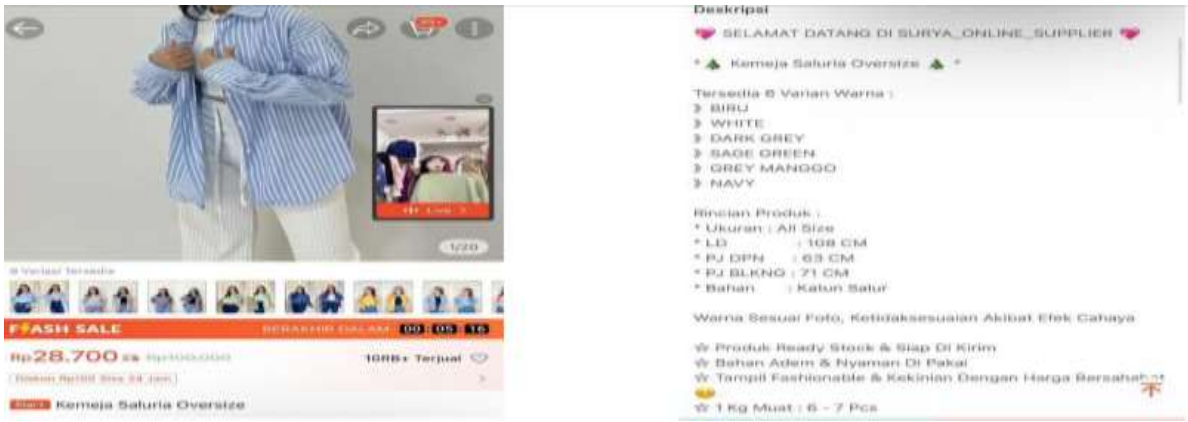
Dari dua gambar diatas menunjukkan riba dan gharar dari produk yang dijual. Ribanya ditunjukan pada gambar 1. Dimana gambar ini menunjukan adanya bunga dari harga yang sebenarnya. Lebih detailnya bisa dibuktikan dari tabel dibawah ini:

| Harga Asli Produk | Harga Cicilan Paylater | Total Harga Setelah Paylater | Total Jumlah Bunga | Prinsip Ekonomi Syariah |
|---|---|---|---|---|
| Rp. 89.000 | 1 bulan x Rp. 92.571 | Rp. 92.571 | 4.01% | Riba (harga bertambah dari yang aslinya) |
| Rp. 89.000 | 3 bulan x Rp. 28.544 | Rp. 85.632 | -3.78% | Bukan riba (karena dapat subsidi aplikasi TikTok Shop), namun bisa jadi gharar karena keterangan yang kurang spesifik. |
| Rp. 89.000 | 6 bulan x Rp. 18.387 | Rp. 110.322 | 23.96 % | Riba |
| Rp. 89.000 | 9 bulan x Rp. 13.277 | Rp. 119.493 | 34.26 % | Riba |
| Rp. 89.000 | 12 bulan x Rp. 10.812 | Rp. 129.744 | 45.78 % | Riba |

**2. Observasi Lapangan Dari Shopee**

CAUSA
ISSN 3031-0369
Jurnal Hukum dan Kewarganegaraan
Vol 16 No 2 Tahun 2025
Prefix doi.org/10.3783/causa.v2i9.2461

Observasi lapangan dilakukan secara langsung terhadap platform Shopee, sekaligus mengidentifikasi praktik jual beli yang sesuai dengan potensi prinsip syariah. Terkait harga, deskripsi produk yang dijual, akad penjualan, serta ulasan dari konsumen. Seluruh data tersebut dikumpulkan melalui dokumentasi tangkap layar. Perhatikan gambar yang ada dibawah ini:




**Gambar 2. Deskripsi Produk**




**Gambar 3. Ulasan Konsumen Terkait Penilaian Produk**




**Gambar 4. Rokok Elektrik**

CAUSA
ISSN 3031-0369
Jurnal Hukum dan Kewarganegaraan
Vol 16 No 2 Tahun 2025
Prefix doi.org/10.3783/causa.v2i9.2461

Dari gambar 4 di atas menjelaskan bahwa barang tersebut termasuk melanggar potensi prinsip syariah, yaitu tadlis dan produk non-halal. Pada gambar 2 dan 3 barang yang sampai kepada konsumen tidak sesuai dengan deskripsi produk yang dijual dan ulasan kekecewan konsumen terhadap produk yang dijual. Kemudian gambar 4 yaitu rokok elektrik yang secara maslihat diharamkan bagi umat muslim, dan dapat membahayakan untuk organ tubuh manusia. Hasil observasi lapangan dari Platform E-commerce TikTok Shop by Tokopedia dan Shopee masih melanggar potensi prinsip syariah. Hasil dari observasi dua e-commerce tersebut masih mengandung riba, gharar dan tadlis.

**Penerapan Prinsip Syariah Dalam E-Commerce**

Perkembangan teknologi digital telah membwa banyak perubahan, salah satunya adalah dengan adanya E-Commerce. Namun demikian, tetap harus memperhatikan prinsip syariah agar terimplementasinya prinsip syariah sebagai berikut:

1. Transparan Dalam prinsip syariah sangat menekankan nilai kejujuran, dalam hal apapun terutama pada akad jual beli. Seperti, deskripsi produk yang jelas, produk yang sama dengan foto produk, akad yang jelas, kondisi produk yang baik, dan ulasan produk yang jujur.
2. Menghindari Ketidakjelasan (Gharar) Gharar adalah suatu hal yang harus dihindari dari proses jual beli, sebagai penjual produk tidak boleh memberikan informasi yang tidak jelas terkait produk yang akan dijual kepada konsumen. Semua informasi terkait produk harus jelas pada deskrip produk untuk menghindari kekecewaan konsumen.
3. Larangan Riba (Bunga) Riba adalah hal yang sangat dilarang dalam agama islam. Hal ini banyak terjadi pada proses jual beli, istilah yang biasa dikenal adalah kredit. Seiring berjalannya waktu sistem kredit ini juga mengalami perkembangan dengan istilah lain Payleter. Payleter ini dapat ditemukan pada e-commerce mulai dari bunga 0% dan denda jika ada keterlambatan pembayaran cicilan yang sifatnya mengandung riba.

Adapun solusi dari larangan-larangan yang harus dihindari E-Commerce seperti dibawah ini:

1. Menciptakan e-commerce tanpa pembayaran yang mengandung riba dan gharar.
2. Menerapkan sifat jujur dan transaparan pada diri.
3. Menjaga etika dalam berjualan tanpa menyesatkan konsumen.

Dengan menerapkan prinsip dan solusi yang baik, maka terciptalah platform e-commerce yang baik juga. Sebagai penjual produk dan konsumen yang

memperhatikan potentsi prinsip ekonomi syariah harus memberikan contoh-contoh yang baik agar diikuti oleh pengguna lainnya.

Penerapan prinsip syariah dalam E-Commerce merupakan kebutuhan mendesak di tengah pesatnya perkembangan teknologi digital dan meningkatnya jumlah transaksi online. Berbagai temuan dari observasi TikTok Shop dan Shopee menunjukkan bahwa praktik riba, gharar dan tadlis masih sering terjadi, baik melalui sistem PayLater, deskripsi produk yang tidak jelas, maupun ulasan palsu yang menyesatkan konsumen. Hal ini menandakan bahwa ekosistem digital belum sepenuhnya siap menerapkan prinsip keadilan, transparansi dan kejujuran sebagaimana diajarkan dalam islam. Karena itu, pemahaman pelaku usaha, regulasi pemerintah dan kesadaran konsumen perlu ditingkatkan agar transaksi yang berlangsung benar-benar sesuai dengan hukum syariah dan tidak merugikan pihak mana pun.

Dengan terus memperkuat literasi syariah, mengoptimalkan pengawasan, serta mengembangkan teknologi yang mendukung transaksi halal, maka platform E-Commerce dapat berkembang secara sehat dan selaras dengan kaidah Islam. Solusi seperti menciptakan metode pembayaran tanpa riba, memperjelas informasi produk dan menjaga integritas ulasan merupakan langkah signifikan untuk membangun kepercayaan serta menciptakan lingkungan bisnis yang lebih adil. Diharapkan nanti kolaborasi antara regulator, pelaku usaha dan masyarakat diharapkan mampu mendorong terciptanya E-Commerce syariah yang tidak hanya modern dan efisien, tetapi juga membawa keberkahan serta manfaat yang lebih besar bagi umat.

## 4.Kesimpulan

Berdasarkan riset yang sudah dilakukan dengan metode normatif maka didapatkan hasil bahwa prinsip-prinsip syariah sangat sesuai dan relevan untuk diterapkan dalam bisnis digital. Karena prinsip-prinsip syariah seperti larangan riba, gharar (ketidakpastian), dan maisir (spekulasi), serta penekanan pada transparansi, keadilan, kejujuran, dan produk halal, dapat diintegrasikan secara efektif ke dalam platform e-commerce dan layanan digital dengan dukungan teknologi modern. Teknologi digital memungkinkan pencatatan transaksi yang lebih transparan, pemantauan dalam waktu nyata, dan kemudahan verifikasi produk. Transformasi digital telah mengubah lanskap bisnis global secara fundamental, menciptakan peluang sekaligus tantangan baru bagi implementasi prinsip-prinsip ekonomi syariah.

Dalam e-commerce, penerapan prinsip syariah menghadapi beberapa tantangan yang meliputi salah satu tantangan utama yaitu pelaku bisnis e-commerce

tidak memahami prinsip syariah dengan baik. Kedua, banyaknya ulasan konsumen yang tidak jujur dan manipulatif yang bertentangan dengan prinsip siddiq, yang berarti kejujuran. Ketiga, kendala dalam teknologi e-commerce yaitu kurangnya platform yang memungkinkan pembayaran tanpa riba yang memenuhi persyaratan syariah. Selain itu, ada juga tantangan lain seperti, ketidakadilan dalam distribusi keuntungan, kurangnya transparansi dalam transaksi, serta maraknya praktik bisnis yang tidak sesuai dengan prinsip syariah.

**Daftar Pustaka**

Fasya, G. (2021). Peran hukum ekonomi syariah dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, *1*(2), 88–92.

Putra, D. A. S., & Yadi, S. (2025). Peran kompilasi hukum ekonomi syariah dalam menghadapi tantangan ekonomi digital. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, *17*(1), 158–162.

Salsabila, S., Alfaizah, K., Sari, F. N., Rohani, T. W., Sutoni, M. R., & Abdillah, M. H. (2025). Tantangan Dan Peluang Pengembangan Bisnis Syariah Di Era Digital. *Journal of Economics and Business*, *3*(1), 96–104.

Wigati, S., Akbar, D., & Wicaksana, D. H. (2024). Relevansi dan Tantangan Penerapan Prinsip Ekonomi Syariah dalam Era Ekonomi Digital. *Ma'mal: Jurnal Laboratorium Syariah Dan Hukum*, *5*(5), 498–517.

Nurhasanah, S., & Mukhtar, S. (2021). Halal certification challenges in Indonesian e-commerce: An empirical investigation. *Halal Journal*, *4*(2), 234–256. doi:10.1108/HJ-11-2020-0089

Rahman, M. S., Haque, M. A., & Khan, S. A. (2022). Halal supply chain integrity in e-commerce: Cross-contamination risks and mitigation strategies. *Supply Chain Management: An International Journal*, *27*(5), 689–714. doi:10.1108/SCM-09-2021-0423

Tieman, M., & Darun, M. R. (2022). Blockchain technology for halal supply chain management: Implementation challenges in Southeast Asia. *Journal of Islamic Marketing*, *13*(10), 2134–2156. doi:10.1108/JIMA-02-2021-0048

Fauzi, A. M., & Muhamat, A. A. (2020). Aqad in digital transactions: Contemporary fiqh perspective on e-commerce. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, *12*(2), 289–312. doi:10.15408/aiq.v12i2.16234

Hidayat, R., & Saputra, A. (2021). Implementation of salam contract in pre-order e-commerce transactions. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, *6*(2), 145–168. doi:10.20885/JEKI.vol6.iss2.art3

Aziz, N. A., & Husin, M. M. (2022). Buy now pay later from shariah perspective: Compliance issues in Indonesian e-commerce. *International Journal of Islamic Economics and Finance*, *5*(2), 198–221. doi:10.18196/ijief.v5i2.13456

Bakar, N. A., & Othman, A. K. (2020). Maslahah framework for Islamic digital business model innovation. *Journal of Islamic Marketing*, *11*(6), 1443–1460. doi:10.1108/JIMA-05-2019-0095

Hasan, R., & Ashraf, M. A. (2021). Principles of justice in Islamic digital economy: Theory and practice. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, *14*(3), 567–584. doi:10.1108/IMEFM-08-2020-0421

Suharto, U., & Anwar, M.K. (2022). Enforcement gap in Islamic e-commerce regulation: Indonesia's experience. *Journal of Islamic Governance and Law*, 6(2), 167-192. https://doi.org/10.21111/jigl.v6i2.7234

Tieman, M., & Darun, M.R. (2022). Blockchain technology for halal supply chain management: Implementation challenges in Southeast Asia. *Journal of Islamic Marketing*, 13(10), 2134-2156. https://doi.org/10.1108/JIMA-02-2021-0048

Hakim, L., & Sari, D.P. (2022). Dispute resolution mechanisms in Islamic e-commerce: Current practices and challenges. *Journal of Islamic Business and Management*, 12(2), 178-196.

Khan, M.F., & Ahmad, Z. (2023). Business model sustainability of Islamic e-commerce platforms: Profitability vs shariah compliance trade-offs. *Journal of Islamic Finance*, 12(1), 45-67.

Aziz, A. (2019). Implementasi prinsip keadilan dalam platform marketplace syariah. Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah, 11(2), 201-220

Malik, A., & Zainuddin, M. (2022). Technology infrastructure requirements for shariah-compliant e-commerce: Cost analysis and implementation challenges. *Islamic Finance and Digital Economy Journal*, 5(3), 234-256.

Nurdin, N., & Yusof, S.A. (2020). Regulatory framework for Islamic e-commerce in Indonesia: Challenges and recommendations. *Indonesian Journal of Islamic Economics*, 13(2), 201-223.

Putri, A.R., & Hasanah, U. (2023). Merchant awareness of Islamic business principles in digital marketplace: Evidence from Indonesian SMEs. *Indonesian Journal of Islamic Economics*, 14(1), 78-102. https://doi.org/10.29040/al-mujaddid.v7i1.8523

Yusuf, H., & Ibrahim, P. (2023). Competitive strategy of Islamic e-commerce platforms against conventional giants: A resource-based view analysis. *Strategic Management Journal of Islamic Business*, 8(2), 134-158.

Fahrurrozi, M., & Anwar, K. (2021). Digital literacy and Islamic economic education: Challenges in Indonesian pesantren. *Journal of Islamic Education Studies*, 9(2), 234-258. https://doi.org/10.21154/jies.v9i2.3124

Aziz, R.A., & Rahman, S.A. (2022). Consumer awareness and behavior towards Islamic e-commerce in Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, 13(9), 1876-1895. https://doi.org/10.1108/JIMA-08-2021-0265

Malik, A., & Hassan, R. (2022). Technical complexity and development costs of shariah-compliant e-commerce platforms. *Islamic Finance and Digital Economy Review*, 4(3), 178-203. https://doi.org/10.1108/IFDER-06-2021-0034

Wahab, S.A., & Rahim, M.H. (2023). Cashback and voucher mechanisms in e-commerce: Shariah compliance analysis. *Islamic Economics and Finance Journal*, 8(1), 45-71. https://doi.org/10.18196/ief.v8i1.16789

Yusoff, M.E., & Rahman, A.A. (2023). Payment gateway integration challenges in Islamic e-commerce platforms. *Journal of Islamic Financial Studies*, 9(2), 156-181. https://doi.org/10.12785/jifs/092008

Nasrudin, N., Ruhendi, A., Nursari, N., & Jamaludin, J. (2023). Quranic Interpretation Of Halal Food and Its Implementation In The Economic Development Of Sharia. *ISLAMICA*. Sayyid Qutb, Tafsir Fidhilalil Quran (Beirut: Dar Asy-Syuruk, Juz II, 2004)

Ali, A., & Ghazali, M. (2020). Islamic principles in e-commerce transactions: the role of transparency and fairness. *Journal of Islamic Economics*, 12(1), 45-58.

Fata, Z., & Hofifah, H. (2025). Keadilan dan transparansi dalam e-commerce: menghadapi tantangan ekonomi digital dengan prinsip syariah. *Journal of Islamic Economics Studies and Practices*, *4*(1), 53-65.

Firdos, R. M., Fajar, M. I. W., & Maulia, N. (2025). Analisis Praktik Penjualan Produk Pada Shopee dan TikTok Shop by Tokopedia; Potensi Pelanggaran Prinsip Ekonomi Syariah Dalam E-Commerce. *JPIES: Jurnal Pelita Ilmu Ekonomi Syariah*, *2*(01).

Hassan, S. (2016). Principles of islamic finance in digital trade. *Islamic Finance Review*, 22(3), 112-123.

Othman, M., & Rahman, A. (2017). E- commerce and Islamic ethics: A study of ethical issues in online business. *Journal of Business Ethics*, 68(4), 381- 389. (*Transformasi E-Commerce Syariah: Prinsip Dan Tantangannya Dalam Islam Oleh: Lusiana Sofa*, n.d.)