

Peran E-Commerce Pada Ekonomi Syariah Di Era 5.0

Iga Mawarni

STAI Nahdlatul Wathan Samawa Sumbawa Besar-NTB

igam44945@gmail.com

Raudhatul Ilmi

STAI Nahdlatul Wathan Samawa Sumbawa Besar -NTB

raudhatulilmi04@gmail.com

Feri Irawan

STAI Nahdltul Wathan Samawa Sumbawa Besar-NTB

feri.irawan@stainwsamawa.ac.id

Abstract

The role of e-commerce in a rapidly developing economy touches on various aspects from the definition of e-commerce to its impact in the context of the sharia economy in the Society 5.0 era. E-commerce, as electronic commerce, influences the way we conduct transactions and its relationship to Islamic sharia principles such as bai' as-salam. The definition of e-commerce is detailed from various points of view, discussing types of transactions, advantages, disadvantages, and transaction mechanisms. The concept of e-commerce is also compared with principles in Islamic law, such as conformity with sharia and the principles of trade that are permitted in Islam. Apart from that, the role of e-commerce in Society 5.0 is also explained, highlighting how technology affects human life as a whole, including the economic aspect. Society 5.0 is described as a vision that includes the use of technology to maintain a balance between economic progress and solving social problems. This research uses a literature study method to present a variety of information about e-commerce, online transactions, sharia aspects, and their relationship with the Society 5.0 era.

Keywords: E-commerce, Islamic Economics, Era 5.0

Abstrak

Peran e-commerce dalam ekonomi yang berkembang cepat, menyentuh beragam aspek dari definisi e-commerce hingga dampaknya dalam konteks ekonomi syariah di era Society 5.0. E-commerce, sebagai perdagangan elektronik, memengaruhi cara kita melakukan transaksi dan hubungannya dengan prinsip-prinsip syariah Islam seperti bai' as-salam. Definisi e-commerce diperinci dari berbagai sudut pandang, membahas jenis-jenis transaksi,

kelebihan, kelemahan, dan mekanisme transaksi. Konsep e-commerce juga dibandingkan dengan prinsip-prinsip dalam hukum Islam, seperti kesesuaian dengan syariat dan prinsip-prinsip perdagangan yang dibolehkan dalam Islam. Selain itu, peran e-commerce dalam Society 5.0 juga dipaparkan, menyoroti bagaimana teknologi mempengaruhi kehidupan manusia secara menyeluruh, termasuk dalam aspek ekonomi. Society 5.0 dijelaskan sebagai visi yang mencakup pemanfaatan teknologi untuk menjaga keseimbangan antara kemajuan ekonomi dan penyelesaian masalah sosial. Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka untuk menyajikan beragam informasi tentang e-commerce, transaksi online, aspek syariah, serta hubungannya dengan era Society 5.0.

Kata Kunci: E-commerce, Ekonomi syariah, Era 5.0

PENDAHULUAN

Perkembangan perekonomian yang cepat telah menciptakan beragam jenis dan variasi barang maupun jasa. Dengan dukungan teknologi dan informasi, arus transaksi barang dan jasa telah melewati batas-batas wilayah negara, konsumen pada akhirnya dihadapkan pada berbagai pilihan jenis barang dan jasa yang ditawarkan secara variatif.

Aktivitas perdagangan melalui media sosial ini populer disebut dengan electronic commerce (E-Commerce). E-commerce merupakan kegiatan perjanjian jual beli dengan karakteristik yang berbeda dengan kegiatan transaksi jual beli biasa, dengan daya jangkauan yang tidak hanya bersifat lokal tetapi juga bersifat global. Transaksi e-commerce menjadi rintangan yang positif sekaligus menjadi rintangan yang negatif. Dapat dikatakan positif dikarenakan keadaan tersebut dapat memberikan manfaat dimana konsumen memiliki kebebasan untuk memilih jenis dan kualitas barang atau jasa sesuai dengan kebutuhannya.

Dikatakan negatif apabila kondisi tersebut menyebabkan pihak konsumen menjadi lebih lemah dari pihak pelaku usaha yang dapat memicu kekecewaan dan kerugian. Aktivitas jual beli secara online pada kenyataannya sering kali menyebabkan berbagai macam persoalan terhadap transaksi perdagangan.

Proses transaksi e-commerce diawali dari masalah promosi, pemasaran, penjualan, dan pembayaran. Seperti kerugian yang diakibatkan oleh pelaku usaha terhadap konsumen yang dipicu karena kesengajaan, ketidakjujuran, bisnis yang tidak sehat, kesalahan manusia, atau kesalahan yang disebabkan oleh sistem elektronik, sehingga di antaranya mengalami kerugian yang menyebabkan para konsumen menjadi takut untuk berbelanja online¹.

Dampak perkembangan teknologi menjajaki hingga ke Indonesia. Hal ini ditandai dengan semakin meluasnya bisnis e-commerce. E-commerce telah memperbarui perilaku penjual dan konsumen dalam bertransaksi, diawali dari menawarkan barang, memasarkan hingga bertransaksi. Semua dilakukan tanpa batas waktu dan jarak yang dilakukan tanpa perlu bertatap muka secara langsung. Website e-commerce saat ini telah banyak ditawarkan, bukan hanya website berbayar melainkan banyak pula yang gratis sehingga tidak ada alasan bagi pelaku usaha untuk tidak ikut serta dalam berbisnis melalui media e-commerce.

Islam sebagai agama universal yang tidak lepas oleh zaman untuk mengatur akidah, syariah dan akhlak secara menyeluruh, menjadi pedoman bagi setiap muslim untuk melakukan kegiatan transaksi bisnis e-commerce. Karena salah satu kegiatan penting terkait hubungan antar manusia adalah ekonomi². Di dalam ekonomi syari'ah, e-commerce memiliki persamaan dengan bai' as-salam jika dilihat dari pembayaran yang sifatnya disegerakan serta penyerahannya pun yang sifatnya ditangguhkan.

¹ Elisa Siti Widyastuti, Tiya Rissa Kamila, and Panji Adam Agus Saputra, 'PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE: SUATU PERSPEKTIF HUKUM ISLAM', *Milkiyah: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 1.2 (2022), 43–50 <<https://doi.org/10.46870/milkiyah.v1i2.208>>.

² Mahmudah Mulia Muhammad, 'TRANSAKSI E-COMMERSE DALAM', 2 (2020), 76–86.

Prinsip e-commerce diperbolehkan dalam hukum Islam asalkan transaksi ini jauh pada gharar, riba, dan maysir. Proses transaksi dalam e-commerce yaitu setelah pembeli merasa barang yang dibutuhkan sesuai dengan kebutuhan, kemudian pembeli akan membayar sesuai dengan nominal yang telah disepakati. Jika pembayaran sudah terbukti lunas, kemudian penjual mengemas barang dan mengirimkannya kepada pembeli baik itu diantarkan oleh penjual maupun diantarkan oleh jasa ekspedisi. E-commerce sama halnya dengan transaksi secara langsung yaitu memiliki unsur-unsur terjadinya transaksi, terdapat 3 unsur yaitu pihak yang bertransaksi, barang atau jasa yang akan diperjualbelikan dan ijab kabul transaksi³.

Pemerintah Jepang memperkenalkan istilah society 5.0 untuk menggambarkan situasi di mana teknologi tidak hanya mengambil alih posisi manusia dalam bekerja, tetapi juga kemanusiaan dalam masyarakat. Menurut pemerintah Jepang, society 5.0 adalah masyarakat yang berpusat pada manusia yang mampu menggunakan sistem yang menggabungkan dunia nyata dan virtual untuk menjaga keseimbangan antara kemajuan ekonomi dan masalah sosial⁴.

Ekonomi menjadi dasar untuk memenuhi kebutuhan dan kesejahteraan seseorang. Jika dalam ekonomi konvensional kesejahteraan diartikan sebagai tercukupinya kebutuhan untuk mencapai kepuasan pribadi maka ekonomi syariah memandang kesejahteraan dengan perspektif yang lebih luas. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peran e-commerce pada ekonomi syariah di era society 5.0.⁵

³ Elisa Siti Widyastuti, Tiya Rissa Kamila, and Panji Adam Agus Saputra, 'PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE: SUATU PERSPEKTIF HUKUM ISLAM', *Milkiyah: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 1.2 (2022), 43–50 <<https://doi.org/10.46870/milkiyah.v1i2.208>>.

⁴ Vera Maria, 'No Title', 4.1 (2023), 121–28.

⁵ Muhammad.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif yang mana penelitian ini dilakukan bersumber pada studi pustaka dengan berbagai referensi jurnal terbaik. Penelitian Pustaka (*library research*) yaitu Penelitian yang dilaksanakan dengan mengumpulkan data dan landasan teoritis dengan mempelajari karya ilmiah, jurnal serta artikel terkait sesuai dengan penelitian yang diteliti. Setelah semua data telah berhasil diperoleh dan dianalisis secara kualitatif kemudian disajikan secara deskriptif yaitu menjelaskan, menguraikan, menggambarkan permasalahan yang berhubungan dengan transaksi e-commerce dalam ekonomi syariah. Era 5.0

HASIL DAN PEMBAHASAN

Definisi E-Commerce

E-commerce atau kependekan dari electronic commerce perdagangan secara elektronik, merupakan transaksi bisnis yang terjadi dalam jaringan elektronik, seperti internet. Siapapun yang dapat mengakses komputer, memiliki sambungan ke internet, dan memiliki cara untuk membayar barang-barang atau jasa yang mereka beli, dapat berpartisipasi dalam e-commerce⁶.

Menurut Turban dkk (2015,9), kerangka dasar e-commerce terdiri dari orang penjual, pembeli, perantara, sistem informasi, kebijakan umum kebijakan dan peraturan atau regulasi lainnya, pemasaran dan periklanan seperti promosi, konten website dan sebagainya layanan pendukung ini adalah layanan pendukung seperti

⁶ Muhammad.

logistik, pembayaran dan lain-lain Kemitraan bisnis kemitraan bisnis seperti program afiliasi dan lain-lain⁷.

E-commerce adalah proses konsumen membeli dan menjual produk secara elektronik dari satu bisnis ke bisnis lainnya, dengan menggunakan komputer sebagai perantara dalam transaksinya. Media yang dapat digunakan dalam perdagangan elektronik adalah internet. Belanja online adalah pembelian, penjualan dan pendistribusian barang dan jasa melalui sistem elektronik. Misalnya saja radio, televisi dan jaringan komputer atau internet.

Namun menurut (Siregar 2010) E-commerce adalah proses penjualan, pembelian atau pertukaran produk, jasa dan informasi yang dapat dilakukan melalui jaringan komputer. E-commerce adalah bagian dari perdagangan elektronik yang mencakup lebih luas, tidak hanya bisnis, tetapi juga kerjasama dengan mitra bisnis, layanan pelanggan, tawaran pekerjaan. E-commerce juga memerlukan teknologi informasi database, surat elektronik e-mail, dan teknologi non-komputer lainnya. E-commerce sebagai sistem pengiriman untuk perdagangan, barang dan metode pembayaran termasuk pembelian dan penjualan produk secara online dengan komputer dan browser web⁸.

Saat ini, menurut Kalakota dan Whinston, ada banyak cara untuk mendefinisikan e-commerce⁹. Terdapat berbagai macam pandangan antara lain:

1. Dari sudut pandang komunikasi, e-commerce adalah pengiriman informasi, produk/jasa atau melalui jaringan telepon, jaringan komputer/Internet atau jaringan elektronik lainnya.

⁷ Proses Pengembangan and E-commerce D I Era, 'Peran Digitalisasi Teknologi Informasi Dalam Proses Pengembangan E-Commerce Di Era 4.0 Dan Society 5.0', 225–32.

⁸ Muhammad. Hal.18

⁹ Dedi Riswandi and others, 'No Title', 1.1 (2019).

2. Dari perspektif proses bisnis, e-commerce adalah penggunaan teknologi melalui transaksi bisnis dan alur kerja otomatis.
3. Dari sudut pandang layanan, ini adalah alat perdagangan elektronik yang menjawab kebutuhan perusahaan konsumen dan berhasil mengurangi biaya layanan sekaligus meningkatkan kualitas dan kecepatan layanan.
4. Dari perspektif online, e-commerce menawarkan kemampuan untuk membeli dan menjual produk dan informasi di Internet dan layanan online lainnya

E-Commerce, menurut Laudon dkk. (2014) adalah penggunaan Internet, situs web dan aplikasi untuk transaksi bisnis digital antara bisnis dan individu. Sementara itu, Turban dkk. (2015,7) E-commerce adalah penggunaan Internet untuk membeli, menjual, memperdagangkan atau menukar data barang dan jasa. Secara umum, E-Commerce adalah penjualan atau pembelian barang antar perusahaan, perorangan, atau badan lain melalui jaringan komputer¹⁰.

E-commerce Dalam Ekonomi Syariah

Konsep jual beli dalam hukum Islam yang sangat mirip dengan konsep e-commerce adalah bai' as-salam, jika barang yang dipesan tidak secara digital. Bai' as salam adalah jual beli yang penyerahan barangnya ditunda tetapi harga barangnya segera dibayar. (Abu Zara: 1967). Dasar hukum bai' as Salam adalah QS Al-Baqarah [2:282]:

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman apabila kamu melakukan jual beli tidak secara tunai untuk waktu tertentu maka tuliskanlah"

¹⁰ Pengembangan and Era.

Ibnu Abbas menjelaskan tentang ayat dan perdagangan bai' as-salam: Sebagaimana terlihat dalam sabdanya: "salam yang dikukuhkan dalam kurun waktu tertentu adalah apa yang diijinkan dan dibolehkan Allah dalam Kitab-Nya."¹¹

Jual-beli al-salam dapat ditemukan dalilnya dalam sabda Rasulullah SAW, sebagaimana diriwayatkan oleh Bukhari dan Muslim dari Ibn Abbas:

من أسلف في شيء فقي كَيْلٍ مَعْلُومٍ وَوَزْنٍ مَعْلُومٍ إِلَى أَجَلٍ مَعْلُومٍ

Artinya: "Siapa yang melakukan jual-beli salam, hendaklah melakukannya dengan takaran dan timbangan yang jelas, sampai batas waktu tertentu".(HR.Bukhari dan Muslim)

Berdasarkan hadits tersebut, para Ulama sepakat memperbolehkan jual beli as-Salam asalkan sesuai dengan garis Nabi Muhammad SAW. Melalui definisi perdagangan Al-Salam di atas dapat disimpulkan bahwa sifat perdagangan antara Al-Salam dan e-commerce mempunyai konsep yang sama. Pengiriman barang akan ditunda dan harganya akan sama dengan uang¹².

Bai` As-salam memerlukan syarat-syarat tertentu yang harus dipenuhi¹³:

1. Pembayaran dilakukan secara tunai. Dengan kata lain as-salam artinya penyerahan, maka para ulama telah sepakat bahwa pembayaran harus dilakukan di muka atau tunai.
2. Dilakukan untuk produk yang kriterianya jelas.
3. Keabsahan spesifikasi produk pada saat pemutusan kontrak. Pembeli dan penjual terikat untuk menyepakati spesifikasi produk.
4. Kontrak pengiriman barang.

¹¹ 'No Title', 2.8 (2022).

¹² Muhammad.

¹³ Hendarsyah.

5. Produk yang diminta akan diluncurkan di pasaran sesuai dengan saat berakhirnya kontrak.
6. Produk yang diminta adalah produk yang pengirimannya dijamin oleh pengusaha.

Dalam e-commerce, kedua belah pihak melakukan transaksi jual beli melalui fasilitas online. Penjual menawarkan produknya dengan membuat daftar produk di situs web mereka dan situs lainnya. Produk yang dijual biasanya berisi informasi mengenai garansi produk sehingga konsumen dapat mengetahui apakah produk tersebut bagus. Ada banyak penawaran produk di berbagai website seperti Shopee, Lazada, Tokopedia. Pembayaran di e-commerce dapat dilakukan melalui transfer bank, pembayaran melalui Indomart atau Alfamart, cash on delivery, kartu kredit. Namun penggunaan kartu kredit dilarang dalam Islam karena mengandung unsur riba¹⁴.

Peran E-Commerce di Era 5.0

Berkat e-commerce, pedagang bisa menjual produknya ke pelanggan tanpa harus bertemu langsung. Aplikasi online menawarkan opsi untuk membeli dan menjual. Produsen dapat menggunakan aplikasi ini tidak hanya untuk memamerkan produk mereka tetapi juga untuk menjelaskannya. Hal ini membantu produsen mendapatkan hasil maksimal dari aplikasi dan memberikan kepercayaan lebih kepada pelanggan saat melakukan pembelian.¹⁵

Society 5.0 merupakan visi pemerintah Jepang untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat di masa depan. Kesejahteraan dapat dicapai dengan menggunakan teknologi ini sedemikian rupa sehingga dapat menyeimbangkan

¹⁴ Widyastuti, Kamila, and Agus Saputra, 'Perindungan Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce: Suatu Perspektif Hukum Islam'.

¹⁵ Maria.

perkembangan teknologi dan ekonomi, memecahkan masalah-masalah sosial yang berpusat pada manusia dan memfasilitasi semua aspek kelangsungan hidup manusia. Dalam Society 5.0 dapat disimpulkan bahwa seluruh aktivitas manusia sangat bergantung pada teknologi. Dapat dikatakan bahwa teknologi merupakan kebutuhan pokok yang mempengaruhi kehidupan manusia.¹⁶

Dalam kerangka perdagangan elektronik, masyarakat merupakan bagian dari masyarakat dalam society 5.0. Kebijakan dan peraturan e-commerce disesuaikan dengan masyarakat era 5.0 dalam hal pemanfaatan dan perkembangan teknologi. Maka pemasaran dan promosi masyarakat era 5.0 akan semakin mudah di e-commerce, karena masyarakat sudah terhubung dengan internet dan sudah menjadi gaya hidup mereka. Kemudian muncul layanan pendukung seperti logistik, pembayaran serta keamanan sistem dan jaringan. Di era Society 5.0, layanan dukungan tentunya akan diperkuat dengan bantuan Internet of Things (IoT), kecerdasan buatan (AI), cloud, robotika, drone dan teknologi sensor, memfasilitasi dukungan belanja online, juga dari segi keamanan. Sedangkan untuk kemitraan bisnis e-commerce, di era society 5.0, menjalin kemitraan menjadi lebih mudah dengan bantuan IoT dan teknologi mixed reality.¹⁷

KESIMPULAN

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa kita Menyoroti bagaimana teknologi mempengaruhi kehidupan manusia secara menyeluruh, termasuk dalam aspek ekonomi Society 5.0, dijelaskan sebagai visi yang mencakup pemanfaatan teknologi untuk menjaga keseimbangan antara kemajuan ekonomi dan penyelesaian masalah sosial. Kerangka dasar e-commerce terdiri dari orang penjual, pembeli,

¹⁶ Pengembangan and Era.

¹⁷ Hendarsyah.

perantara, sistem informasi, kebijakan umum kebijakan dan peraturan atau regulasi lainnya, pemasaran dan periklanan seperti promosi, konten website dan sebagainya layanan pendukung ini adalah layanan pendukung seperti logistik, pembayaran dan lain-lain kemitraan bisnis kemitraan bisnis seperti program afiliasi dan lain-lain.

E-commerce adalah bagian dari perdagangan elektronik yang mencakup lebih luas, tidak hanya bisnis, tetapi juga kerjasama dengan mitra bisnis, layanan pelanggan, tawaran pekerjaan. Dengan kata lain as-salam artinya penyerahan, maka para ulama telah sepakat bahwa pembayaran harus dilakukan di muka atau tunai. Pembeli dan penjual terikat untuk menyepakati spesifikasi produk. Produk yang diminta akan diluncurkan di pasaran sesuai dengan saat berakhirnya kontrak. Maka sebagian jumbuh ulama transaksi E-Commerce dibolehkan dengan catatan sesuai dengan kaidah Islam yang terdapat pada Al-Qur'an dan Hadis Nabi Muhammad SAW.

REFERENSI

Hendarsyah, Decky, 'E-Commerce Di Era Industri 4.0 Dan Society 5.0', *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 8.2 (2019), 171-84
<<https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v8i2.170>>

Maria, Vera, 'No Title', 4.1 (2023), 121-28

Muhammad, Mahmudah Mulia, 'Transaksi E-Commerce Dalam Islam', 2 (2020), 76-86 'No Title', 2.8 (2022)

Nurfayda, Anisa, and Anna Erviana, 'Jual Beli E-Commerce Dalam Perspektif Ekonomi Islam', 01.01 (2022), 1-15

Pengembangan, Proses, and E-commerce D I Era, 'Peran Digitalisasi Teknologi Informasi Dalam Proses Pengembangan E-Commerce Di Era 4.0 Dan Society 5.0', 225-32

Riswandi, Dedi, Universitas Nahdlatul, Ulama Nusa, and Tenggara Barat, 'No Title', 1.1

(2019)

Widyastuti, Elisa Siti, Tiya Rissa Kamila, and Panji Adam Agus Saputra, 'Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce: Suatu Perspektif Hukum Islam', *Milkiyah: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 1.2 (2022), 43-50 <<https://doi.org/10.46870/milkiyah.v1i2.208>>

— — —, 'Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce: Suatu Perspektif Hukum Islam', *Milkiyah: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 1.2 (2022), 43-50 <<https://doi.org/10.46870/milkiyah.v1i2.208>>