

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Fiqih Muamalah

a. Definisi Fiqih Muamalah

Fiqih muamalah terdiri dari dua kata, yakni fiqih (الفقه) dan muamalah (المعاملة). Untuk lebih memahami maksud dan maknanya, perlu dijelaskan definisi dari kedua kata ini secara terpisah dan kemudian menghubungkannya sehingga menjadi satu kesatuan.¹

Kata fiqih secara etimologis berasal dari kata kerja yaitu yang berarti paham, mengerti, pintar, dan bijaksana. Yang menunjukkan kepada “maksud sesuatu” atau “ilmu pengetahuan”. Oleh sebab itu, setiap ilmu yang berkaitan dengan sesuatu disebut dengan ilmu fiqih. Menurut Zaenuddin Ali kata fiqih secara etimologi artinya pemahaman, pengertian, dan pengetahuan.²

Sedangkan secara terminologi kata fiqih memiliki definisi yang berbeda-beda dari para ulama’ :

- 1) Menurut imam Abu Hanifah definisi fikih yaitu sebagai

معرفة النفس ما لها وما عليها

“Pengetahuan tentang hak dan kewajiban manusia”

- 2) Menurut imam syafi’i memberikan suatu batasan definisi fikih sebagai berikut :

الْعِلْمُ بِالْأَحْكَامِ الشَّرْعِيَّةِ الْعَمَلِيَّةِ الْمَكْتَسَبُ مِنْ أَدِلَّتِهَا
التَّفْصِيلِيَّةِ

Artinya : “Suatu ilmu yang membahas hukum syariat yang bersifat amaliyah (praktis) yang diperoleh dari dalil yang terperinci”.³

¹ Subairi, *Fiqh Muamalah* (Pamekasan: Duta Media Publishing, 2021), 1.

² M.M Dr. Hj. Ru’fah Abdullah, *Fiqh Muamalah* (Banten: Media Madani, 2020), 1.

³ Ali Bin Muhammad al-Jurzani, *Kitab Al-Ta’rifat* (Beirut: Dar alKutub al-Ilmiyah, 1983).

- 3) Menurut H. Lammens, S.J., seorang guru besar bahasa Arab di Universitas Joseph, Beirut yang dikutip dalam buku Pengantar Fikih Muamalah karya Mashuda Abdurrahman, mendefinisikan fiqih sama dengan syariah. Kata fiqih, secara bahasa menurut H. Lammens adalah hukum (*wisdom*). Menurut pandangannya, fiqih merupakan pengetahuan dan pengaturan mengenai norma dan hukum dalam konteks ketuhanan dan manusiawi (*rerum divinarum atque humanarum notitia*).
- 4) Menurut Abdul Wahab Khallaf mengartikan fiqih sebagai pengetahuan tentang regulasi-regulasi hukum syariah terkait tindakan-tindakan manusia, yang dihasilkan melalui dalil-dalil terperinci atau sebagai himpunan hukum syariah seputar tindakan manusia yang didasarkan pada dalil-dalil yang terperinci.⁴
- 5) Menurut Al-Amidi, seorang cendekiawan dari aliran Syafi'i, mendefinisikan fiqih sebagai pengetahuan tentang norma-norma hukum syariah yang ditarik dari dalil-dalil terperinci. Di sisi lain, para cendekiawan Malikiyah mendefinisikan fiqih sebagai pengetahuan tentang instruksi- atau perintah syariat dalam konteks situasi-situasi khusus yang diperoleh melalui penerapan teori istidlal atau proses pencarian hukum dari dalil-dalil.⁵

Ibnu Khaldun menjelaskan bahwa pengetahuan mengenai peraturan-peraturan Allah SWT terkait tindakan manusia, yang mencakup kewajiban, larangan, anjuran, tindakan yang tidak disukai, dan tindakan yang diperbolehkan, yang dapat ditemukan dalam al-Qur'an, hadis, serta bukti-bukti lainnya. Oleh karena itu, jika mengambil kesimpulan hukum atas suatu tindakan berdasarkan bukti-bukti tersebut, maka itulah yang disebut sebagai fiqih.⁶

⁴ Abdul Wahab Khallaf, *Ibnu Ushul Al-Fiqh* (Jakarta: Al-Majlis al-A'la al-Indonesia Li al-Da'wah Islamiyah, 1972), 11.

⁵ Koko Khaerudin Hariman Surya Siregar, *Fikih Muamalah Teori Dan Implementasi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2019), 2-3.

⁶ Muhammad Ustman Syabir, *Al-Madkhal Ila Fiqh Al-Muamalat AlMaliyah* (Oman: Dar al-Nafis, 2010), 10.

Penjelasan ini mengindikasikan bahwa fikih secara umum berkaitan dengan perilaku dan tindakan manusia yang dapat diamati secara nyata, baik dalam hubungannya dengan Sang Pencipta (*vertikal*) maupun dalam hubungannya dengan sesama manusia (*horizontal*). Dalam konteks ini, fikih tidak hanya membatasi diri pada pengetahuan tentang hukum-hukum tindakan, tetapi juga mencakup pemahaman terhadap sumber-sumber hukum, penafsiran dalil, identifikasi alasan hukum (*'illah hukum*), tujuan hukum (*maqasid hukum*), serta berbagai elemen lain yang relevan dengan hukum.⁷

Kata muamalah berasal dari kata *عامل - يعامل - مفاعلة* dengan (wazan) *فاعل - يفاعل - مفاعلة* yang artinya berinteraksi dalam jual beli atau hal lainnya.⁸ Istilah muamalah juga mencakup tindakan berinteraksi, bergaul, atau berbaur dengannya. Istilah muamalah itu sendiri adalah tukar-menukar barang atau sesuatu yang memberi manfaat dengan cara yang ditentukan. Penting untuk ditekankan bahwa penggunaan kata “muamalah” terbatas pada konteks manusia dan alam sekitarnya tanpa memandang perbedaan.⁹

Secara terminologi, muamalah dapat dikelompokkan menjadi dua definisi yang berbeda, yakni muamalah dalam makna yang luas dan dalam makna yang sempit. Definisi muamalah dalam arti luas yaitu "menghasilkan duniawi supaya menjadi sebab suksesnya masalah *ukhrawy*".¹⁰ Menurut Muhammad Yusuf Musa yang dikutip oleh Abdul Majid “Muamalah adalah aturan Tuhan yang harus diikuti dan dipatuhi dalam kehidupan bermasyarakat untuk menjaga kepentingan umat manusia.”¹¹ Oleh sebab itu, definisi muamalah dalam arti luas yaitu aturan-aturan atau

⁷ Muhammad Ustman Syabir, *Al-Madkhal Ila Fiqh Al-Muamalat AlMaliyah* (Oman: Dar al-Nafis, 2010), 10.

⁸ Ahmad Mukhtar Abdul Hamid Umar, *Mu'jam Al-Lughah Al-'Arabiyah Al-Mu'asirah*, Jil. 2 (Kairo: 'Alam al-Kutub, 2008), 1554.

⁹ Muhammad Ustman Syabir, *Al-Madkhal Ila Fiqh Al-Muamalat AlMaliyah* (Oman: Dar al-Nafis, 2010), 11.

¹⁰ Lihat al-Dimyati, *I'annah Al-Thalibin* (Semarang: Toha Putra, 1995), 2.

¹¹ Lihat Abdul Majid, *Pokok-Pokok Fiqh Muamalah Dan Hukum Kebendaan Dalam Islam* (Bandung: IAIN Sunan Gunung Jati, 1985), 1.

hukum-hukum Allah SWT yang mengatur manusia dalam urusan duniawi dalam norma bermasyarakat.

Adapun muamalah dalam arti sempit yang di definisikan oleh beberapa ulama adalah sebagai berikut:

- 1) Menurut Hendi Suhendi yang mengutip dari Hudhari Byk, muamalah adalah semua akad yang membolehkan saling menukarkan manfaatnya.¹²
- 2) Menurut Rasyid Ridha, muamalah adalah tukar menukar sesuatu yang bermanfaat dengan tata cara yang telah ditentukan.¹³

Dari definisi yang telah dipaparkan diatas, dapat kita pahami bahwa definisi muamalah dalam arti yang sempit yaitu semua akad yang membolehkan manusia untuk saling menukar manfaatnya dengan tata cara dan aturan-aturan yang telah di tetapkan Allah SWT dan manusia wajib mentaatinya.

Muamalah adalah interaksi antara individu dalam usaha memenuhi kebutuhan jasmani dengan cara yang paling baik sesuai dengan prinsip-prinsip dan tuntutan agama.¹⁴ Agama Islam memberikan fasilitas dengan memberikan sebuah panduan normatif dan etika untuk mendukung manusia dalam upaya mereka mencari kekayaan dan memberikan kesempatan bagi perkembangan manusia dalam aspek muamalah. Hal ini juga bertujuan untuk memastikan bahwa perkembangan manusia tersebut tidak mengakibatkan kerugian bagi pihak-pihak lain yang terlibat dalam proses ini.¹⁵

Menurut pandangan golongan Syafi'i, muamalah merujuk pada aspek fiqh yang berkaitan dengan urusan dunia, kecuali perkawinan dan hukuman. Ini mencakup hukum-hukum yang mengatur interaksi manusia dengan

¹² Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), 2.

¹³ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), 2.

¹⁴ Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007), 1.

¹⁵ Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007), 8.

sesama manusia dan lingkungannya, dengan tujuan memenuhi kebutuhan hidupnya.¹⁶

Adapun pengertian fiqh muamalah adalah bidang pengetahuan yang berkaitan dengan kegiatan atau transaksi yang telah diatur sesuai dengan hukum-hukum syariat Islam. Ini mencakup perilaku manusia dalam kehidupan sehari-hari yang didasarkan pada pedoman-pedoman Islam yang diperoleh dari dalil-dalilnya. Ruang lingkup fiqh muamalah mencakup semua aktivitas muamalah manusia, yang mencakup hukum-hukum Islam atau peraturan-peraturan yang mengatur tindakan sebagai wajib, sunnah, haram, makruh, atau mubah. Dalam kerangka hukum fiqh, ini mencakup hukum-hukum yang berkaitan dengan ibadah dalam hubungan vertikal antara manusia dengan Allah dan hubungan horizontal antara manusia dengan sesama manusia.¹⁷

b. Pembagian Fiqh Muamalah

Para ulama fiqh memiliki pandangan yang beragam tentang pembagian fiqh muamalah tergantung pada sudut pandang mereka, baik dalam pengertian luas maupun sempit. Ibnu Abidin, sebagai salah satu ulama, menggolongkan fiqh muamalah dalam pengertian luas menjadi lima bagian,¹⁸ yaitu:

- 1) *Mu'awadah maliyah* (transaksi keuangan)
- 2) *Munakahat* (hukum pernikahan)
- 3) *Mukhasamat* (pertikaian)
- 4) *Amanat*
- 5) *Tirkah* (warisan).¹⁹

Dari penjelasan diatas muamalah, menjadi topik yang memiliki cakupan yang luas. Setiap hubungan antara individu masuk kedalam ruang lingkup muamalah. Hal tersebut mengakibatkan muamalah menjadi topik yang beragam dan seringkali tidak terkait satu sama lain,

¹⁶ Masduha Abdurrahman, *Pengantar Dan Asas-Asas Hukum Perdata Islam* (Semarang: Centar Media, 1992), 31.

¹⁷ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), 65.

¹⁸ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), 2.

¹⁹ Ibnu Abidin, *Radd Al-Muhtar 'ala Al-Darr Al-Mukhtar*, Jil 1 (Beirut: Dar al-Fikr, 1992), 79.

sehingga diperlukan sekat atau batasan yang jelas untuk menjelaskan setiap aspeknya²⁰

Istilah fikih muamalah saat ini telah mengalami perubahan makna yang lebih sempit. Penggunaan istilah muamalah saat ini seringkali terbatas pada transaksi-transaksi keuangan. Lebih jarang kita mendengar istilah muamalah digunakan dalam konteks pidana Islam atau warisan. Penyempitan makna ini telah memberikan dampak positif pada studi ilmu fikih muamalah maliyah. Buku-buku atau penelitian-penelitian tentang muamalah sekarang lebih fokus pada aspek-aspek akad keuangan tanpa lagi membahas aspek-aspek lainnya.²¹

Menurut Masduki (1987) yang mengemukakan dari Al-Fikri dalam kitab "*Al-Muamalah al-Madiyah wa al-Adabiyah*" mengklasifikasikan fikih muamalah menjadi dua bagian, yakni sebagai berikut:

- 1) *Al-Mu'amalah al-Maddiyah* adalah jenis muamalah yang berfokus pada objek transaksi. Hal ini menyebabkan sebagian ulama berpendapat bahwa *al-Mu'amalah al-Maddiyah* adalah muamalah yang berkaitan dengan benda atau memiliki sifat kebendaan. Dalam muamalah ini, salah satu unsur yang penting adalah benda, baik benda yang bersifat halal, haram, atau syubhat. Selain itu, sifat-sifat lain dari benda tersebut juga memainkan peran penting dalam menentukan keabsahan sebuah transaksi.
- 2) *Al-Mu'amalah al-Adabiyah* adalah jenis muamalah yang dianalisis dari sudut pandang adab dan tata aturan dalam transaksi. Faktor-faktor seperti kejujuran, keamanan, keamanan, dan ketidakpaksaan merupakan instrumen yang sangat memengaruhi kesuksesan dan keabsahan dalam muamalah ini.²²

Muamalah madiyah yang ditegaskan oleh al-Fikri adalah aturan-aturan yang dianalisis dari sudut pandang objeknya. Oleh karena itu, dalam konteks jual beli barang

²⁰ Rahmad Hidayat, *Fikih Muamalah Teori Dan Prinsip Hukum Ekonomi Syariah* (Medan: CV. Tungga Esti, 2022), 7.

²¹ Rahmad Hidayat, *Fikih Muamalah Teori Dan Prinsip Hukum Ekonomi Syariah* (Medan: CV. Tungga Esti, 2022), 8.

²² Ismail Nawawi, in *Fikih Muamalah Klassik Dan Kontemporer* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2012), 12.

bagi umat Muslim tujuan utamanya yaitu bukan hanya untuk mencari keuntungan semata, melainkan secara vertikal untuk meraih ridha Allah SWT dan secara juga horizontal untuk mendapatkan keuntungan materi. Sementara dalam muamalah al-adabiyah, aturan-aturan Allah SWT yang harus diikuti lebih berkaitan dengan aspek subjeknya, termasuk kesepakatan kedua belah pihak, masalah kejujuran, menghindari dusta, dan praktik-praktik lainnya yang mengedepankan etika dan moral.²³

Dengan demikian, dapat dipahami bahwa fikih muamalah adalah cabang ilmu fikih yang membahas berbagai aspek pertukaran barang atau sesuatu yang memberikan manfaat, dengan mematuhi aturan-aturan yang telah ditentukan. Ini mencakup transaksi seperti jual beli, penyewaan, pemberian dan penerimaan hadiah, peminjaman, urusan pertanian, kemitraan, dan berbagai jenis usaha lainnya.²⁴

c. Ruang Lingkup Fiqih Muamalah

Berdasarkan pembagian muamalah, maka ruang lingkup fiqh muamalah juga terbagi menjadi dua, yaitu ruang lingkup yang bersifat *adabiyah* dan ruang lingkup muamalah yang bersifat *madiyah*.

Ruang lingkup muamalah yang bersifat adabiyah mencakup hal-hal seperti *ijab* (tawaran) dan *qabul* (penerimaan), kesepakatan saling meridhai, ketiadaan unsur keterpaksaan dari salah satu pihak, hak dan kewajiban dalam transaksi, kejujuran pedagang, masalah penipuan, pemalsuan, penimbunan, dan semua aspek yang berasal dari indra manusia yang berkaitan dengan peredaran harta dalam kehidupan berkelompok atau berkomunitas. Ini adalah bagian dari fikih muamalah yang menekankan etika, moralitas, dan tata krama dalam interaksi sosial dan transaksi ekonomi.²⁵

Adapun ruang lingkup dalam muamalah madiyah adalah sebagai berikut:

²³ Dr. Hj. Ru'fah Abdullah, *Fiqh Muamalah* (Banten: Media Madani, 2020), 4-5.

²⁴ Dr. Hj. Ru'fah Abdullah, *Fiqh Muamalah* (Banten: Media Madani, 2020), 5.

²⁵ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), 5.

- 1) Jual beli (*bai'*)
- 2) Gadai (*rahn*)
- 3) Jaminan atau tanggungan (*kafalah*)
- 4) Pemindahan hutang (*hawalah*)
- 5) Bangkrut (*taflis*)
- 6) Pembatasan untuk bertindak (*hajr*)
- 7) Perseroan atau perkongsian (*syirkah* atau *musyarakah*)
- 8) Kerjasama lahan pertanian (*musaqoh* atau *mukharabah*)
- 9) Upah (*ujrah*)
- 10) Sayembara (*ji'alah*)
- 11) Pembagian kekayaan bersama (*qismah*)
- 12) Pemberian (*hibah*)
- 13) Pembebasan utang atau kewajiban (*ibra'*)
- 14) Perdamaian (*sulh*)
- 15) Pemberian barang lewat pesanan (*salam* atau *salaf*)
- 16) Peminjaman uang (*qard*)
- 17) Pinjaman barang (*ariyah*)
- 18) Sewa menyewa (*ijarah*)
- 19) Penitipan barang (*wadiah*) dan beberapa masalah lainnya.²⁶

d. Tinjauan Islam Terhadap Muamalah

Muamalah atau transaksi keuangan adalah salah satu aspek penting dalam Islam. Sebagai pedoman bagi kehidupan manusia, Islam mengatur segala aspek kehidupan, termasuk interaksi keuangan antara individu. Oleh karena itu, para ulama telah menjelaskan ayat-ayat Al-Qur'an dan hadis Nabi dalam bidang ilmu fikih muamalah untuk memahaminya secara lebih mendalam. Terkait muamalah, ada beberapa aspek penting yang perlu dipahami dalam pandangan Islam, antara lain:

- 1) Islam tidak menciptakan muamalah dalam masyarakat.

Islam tidak memperkenalkan praktik-praktik transaksi keuangan yang baru saat datang melalui Rasulullah saw. Saat Islam diperkenalkan, masyarakat telah mengamalkan berbagai praktik ekonomi. Pada masa itu, berbagai kegiatan ekonomi seperti perdagangan, penyewaan, peminjaman dengan jaminan,

²⁶ Rachmat Syafe'i, *Fikih Muamalah Maliyah* (Bandung: Pustaka Setia, 2001), 15.

investasi modal, dan lain sebagainya berlangsung sesuai dengan keinginan dan tradisi yang berlaku. Oleh karena itu, sejumlah istilah dan praktik keuangan seperti *bai'*, *syirkah*, *muḍārabah*, *qarḍ*, dan sebagainya sudah umum dikenal pada masa tersebut. Ini sesuai dengan hadis Rasulullah saw yang mencatat bahwa beliau sendiri terlibat dalam praktik *syirkah* sebelum beliau diangkat menjadi Rasul.

كُنْتُ شَرِيكِي فِي الْجَاهِلِيَّةِ فَكُنْتُ خَيْرَ شَرِيكِ لَا يُدَارِينِي وَلَا ثَمَارِي (رواه ابن ماجه و الطبراني)

Artinya : “Dulu pada zaman Jahiliyah engkau menjadi mitraku. Engkau mitra yang paling baik, engkau tidak mengkhianatiku dan tidak membantahku.” [HR. Ibnu Majah dan Thabarani]²⁷

Mengenai praktik ekonomi pada saat itu, Islam hadir dengan tujuan untuk memperbaiki dan membersihkannya. Beberapa praktik yang dianggap merugikan satu pihak, tidak terlalu jelas, mengandung unsur paksaan, berpotensi berbahaya, dan sejenisnya, dibersihkan oleh hukum Islam. Ketika alur dari sebuah praktik sesuai dengan kemaslahatan, maka praktik tersebut tetap dijaga, sementara jika terdapat unsur yang berbahaya dan melanggar kebaikan, maka dihindari bahkan dinyatakan sebagai haram.²⁸

- 2) Islam mengatur muamalah dengan kaidah-kaidah umum
Hukum Islam membawa pedoman-pedoman umum yang mengatur praktik-praktik muamalah. Pedoman-pedoman ini kemudian menjadi referensi utama bagi sebagian besar transaksi keuangan yang bertujuan untuk kemaslahatan dan kebaikan umat manusia. Beberapa dari prinsip-prinsip ini adalah:

²⁷ Muhammad Ibnu Majah, *Sunan Ibnu Majah* (Beirut: Dar alRisalah al-alamiyah, 2009), 388.

²⁸ Muhammad Ustman Syabir, *Al-Madkhal Ila Fiqh Al-Muamalat AlMaliyah* (Oman: Dar al-Nafis, 2010), 17-19.

a) Adanya Ridha dan Kebaikan Bagi Jiwa

Ridha dalam muamalah menjadi salah satu unsur yang penting. Hal ini sesuai dengan firman Allah ta'ala:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ
بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ...

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka samasuka di antara kamu. [QS. Al-Nisa: 29]²⁹

Ibnu Arabi dalam menafsirkan bahwa ayat ini termasuk dalam ayat-ayat yang mengatur hukum-hukum dalam kehidupan sosial. Bahkan, prinsip-prinsip akad *mu'awadah* didasarkan pada konsep yang terdapat dalam ayat ini.³⁰ Ayat ini menjadi dasar untuk melarang transaksi yang melibatkan kecurangan, perjudian, atau tindakan yang merampas hak orang lain dengan tidak adil.

b) Menepati janji dan kesepakatan

Kesepakatan atau perjanjian adalah elemen penting dalam transaksi antara dua belah pihak, baik itu perjanjian yang dibuat dengan cara sederhana berdasarkan norma-norma sosial yang berlaku maupun perjanjian yang melibatkan berbagai tahap. Setiap individu yang terlibat dalam transaksi diharapkan mematuhi prinsip-prinsip dasar, persyaratan, dan kesepakatan yang telah disetujui.

²⁹ Anisa Rizky Febriani, “Surat An Nisa Ayat 29: Larangan Mengambil Harta Orang Lain Dan Bunuh Diri,” Detik Hikmah, Diakses pada 5 November 2023, <https://www.detik.com/hikmah/khazanah/d-6655892/surat-an-nisa-ayat-29-larangan-mengambil-harta-orang-lain-dan-bunuh-diri>.

³⁰ Ibnu Arabi Al-Maliki, *Ahkam Al-Qur'an, Jil. 1* (Beirut: Dar alKutub al-Ilmiyah, 2003), 137.

Dalam hal ini, Allah swt berfirman dalam surat Al-Maidah ayat 1 yang berbunyi:³¹

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, penuhilah akad-akad itu” [QS. Al-Maidah: 1]³²

- c) Larangan berbuat gharar (ketidakjelasan atau penipuan)

Gharar adalah suatu keadaan yang mencakup ketidakjelasan atau unsur-unsur penipuan. Rasulullah SAW bersabda:

حَدَّثَنَا ابْنُ إِدْرِيسَ عَنْ عُبَيْدِ اللَّهِ عَنْ أَبِي الزِّنَادِ
عَنِ الْعُرْجِ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ
وَسَلَّمَ نَهَى عَنْ بَيْعِ الْعَرَرِ زَادَ عُثْمَانُ وَالْحَصَاةِ

Artinya : Telah menceritakan kepada kami Ibnu Idris dari ‘Ubaidullah dari Abu Az Zinad dari Al A’raj dari Abu Hurairah, bahwasanya Nabi shallallahu ‘alaihi wasallam mengeluarkan larangan untuk menjual dengan menggunakan gharar (yaitu transaksi jual beli yang melibatkan ketidakjelasan, penipuan, pertaruhan, dan segala hal yang merugikan). Imam Saraskhy menyatakan bahwa gharar adalah suatu situasi yang menyimpan konsekuensi yang tersembunyi. Karena itu, pelarangan gharar bertujuan sebagai tindakan pencegahan untuk menghindari kerugian yang mungkin terjadi pada salah

³¹ Rahmad Hidayat, *Fikih Muamalah Teori Dan Prinsip Hukum Ekonomi Syariah* (Medan: CV. Tungga Esti, 2022), 15.

³² Lusiana Mustinda, “Surat Al Maidah Ayat 1 Arab Dan Terjemahnya,” Detknews, Diakses pada 5 November 2023. <https://news.detik.com/berita/d-5110490/surat-al-maidah-ayat-1-32-dan-48-arab-latin-dan-terjemahannya>.

satu pihak di masa depan akibat ketidakjelasan.³³

d) Larangan melakukan riba

Para ulama fikih sepakat bahwa praktek riba adalah haram. Riba secara etimologis berarti "tambahan." Namun, dalam konteks *qarḍ* (pinjaman) atau transaksi, riba merujuk pada kelebihan atau keuntungan yang diperoleh oleh salah satu pihak tanpa memberikan manfaat yang setara kepada pihak lain, yang tidak dibenarkan oleh syariat. Allah SWT berfirman:³⁴

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda [QS. Ali Imran: 130]³⁵

e) Larangan melakukan *qimar* (perjudian atau spekulasi)

Qimar adalah permainan yang melibatkan taruhan atas harta, di mana pemenang akan mengambil harta dari yang kalah, tanpa memandang siapa yang kalah. Ini juga dapat dijelaskan sebagai perjudian atau spekulasi yang tidak sah dan berisiko. *Qimar* sering dianggap sebagai bagian dari garar karena terdapat ketidakjelasan dalam transaksi tersebut. Allah SWT berfirman dalam surat Al-Maidah ayat 90:³⁶

³³ Muhammad bin Ahmad Al-Syarkhasy, *Al-Mabsut Jil. 25* (Beirut: Dar al-Ma'rifah, 1993), 162.

³⁴ Rahmad Hidayat, *Fikih Muamalah Teori Dan Prinsip Hukum Ekonomi Syariah* (Medan: CV. Tungga Esti, 2022), 17.

³⁵ "QS. Ali 'Imran Ayat 30," *Liputan6*, Diakses pada 5 November 2023, <https://www.liputan6.com/quran/ali-imran/30>.

³⁶ Rahmad Hidayat, *Fikih Muamalah Teori Dan Prinsip Hukum Ekonomi Syariah* (Medan: CV. Tungga Esti, 2022), 17.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ
وَالْأَزْلَمُ رِجْسٌ مِّنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ
تُفْلِحُونَ ﴿٣٧﴾

Artinya : "Hai orang-orang yang beriman! Sesungguhnya minuman keras, perjudian, berkorban untuk berhala, dan mengundi nasib dengan anak panah adalah perbuatan keji yang termasuk perbuatan setan. Maka hindarilah perbuatan-perbuatan tersebut agar kamu beruntung."³⁷

- f) Kewajiban berlaku adil dan larangan berbuat *zalim*
Prinsip berlaku adil dan tidak berbuat zalim adalah aturan umum dalam syariat Islam, termasuk dalam muamalah (urusan dunia). Dalam konteks muamalah, Islam melarang dengan tegas mengambil harta orang lain dengan cara zalim dan mendorong penghormatan terhadap prinsip keadilan dalam semua aspek kehidupan. Allah SWT berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ
بِالْقِسْطِ

Artinya : "Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil".³⁸

- 3) Islam mengikat muamalah dengan akidah dan akhlak
Akidah adalah pondasi fundamental dalam agama yang menjadi pedoman bagi seorang Muslim dalam menjalani aktivitasnya. Dalam hal urusan harta,

³⁷ "QS. Al-Ma'idah Ayat 90," Liputan6, Diakses pada 5 November 2023, <https://www.liputan6.com/quran/al-maidah/90>.

³⁸ "QS. Al-Ma'idah Ayat 8," Kalam, Diakses pada 5 November 2023, <https://kalam.sindonews.com/ayat/8/5/al-maidah-ayat-8>.

Islam mengajarkan bahwa segala sesuatu di alam semesta adalah milik Allah, dan manusia hanya diberi izin untuk memanfaatkannya. Kepemilikan manusia terhadap harta bukanlah kepemilikan mutlak, melainkan merupakan amanah dari Allah SWT. Manusia dilarang menganggap harta sebagai tujuan utama, tetapi harus melihatnya sebagai sarana untuk mencari keridhaan Allah SWT. Kesadaran akan pentingnya mencari keridhaan Allah SWT seharusnya menjadi pertahanan bagi umat Muslim dari transaksi-transaksi yang dilarang dalam Islam.³⁹

Dalam Islam juga akhlak atau etika juga menjadi salah satu dasar yang sangat penting bagi umat muslim dalam semua aktivitas, termasuk dalam muamalah (urusan dunia). Oleh karena itu, sikap-sikap seperti jujur, amanah, memenuhi janji, dan menjaga perkataan sangat ditekankan dalam menjalankan aktivitas muamalah. Hal ini menunjukkan bahwa Islam menginginkan agar setiap tindakan yang dilakukan oleh umatnya memiliki arah yang benar dan membawa manfaat bagi seluruh manusia, mencerminkan prinsip-prinsip kebaikan dan keadilan dalam semua aspek kehidupan.⁴⁰

- 4) Praktik muamalah harus sejalan dengan *maqasid syari'ah*.

Islam sebagai agama yang sempurna, mengajarkan kepada umatnya pentingnya menjaga harta sebagai salah satu tujuan utama syariat. Menjaga harta dalam Islam tidak hanya berarti melindunginya dari pencurian atau kerugian materi, tetapi juga mencakup pemahaman bahwa harta harus dijaga agar tetap suci dan bermanfaat. Konsep kesucian harta memiliki dua dimensi, yaitu kesucian dari asal-usulnya (sumber) dan kemana harta tersebut digunakan (penggunaannya). Seorang Muslim tidak hanya harus memastikan bahwa sumber harta halal, tetapi juga harus memastikan bahwa penggunaan harta tersebut

³⁹ Rahmad Hidayat, *Fikih Muamalah Teori Dan Prinsip Hukum Ekonomi Syariah* (Medan: CV. Tungga Esti, 2022), 18.

⁴⁰ Rahmad Hidayat, *Fikih Muamalah Teori Dan Prinsip Hukum Ekonomi Syariah* (Medan: CV. Tungga Esti, 2022), 19.

sejalan dengan prinsip-prinsip moral dan syariat Islam. Dalam konteks muamalah, yang melibatkan perputaran uang dan transaksi, sangat penting bagi pelaku muamalah untuk memastikan bahwa semua tindakan dan transaksinya sesuai dengan prinsip-prinsip syariat, sehingga tidak melanggar aturan dan nilai-nilai Islam. Ini mencerminkan komitmen untuk menjaga kesucian harta dari segala aspek, baik sumbernya maupun penggunaannya, serta untuk menjalankan muamalah dengan integritas dan akhlak yang baik sesuai dengan ajaran Islam.⁴¹

Maqasid syari'ah bertujuan untuk memastikan pemenuhan tujuan kehidupan manusia di dunia dan akhirat. Syariat Islam datang untuk mengamankan kesejahteraan manusia dan untuk menjauhkan mereka dari segala hal yang dapat merusak dan membahayakan. Dalam kerangka *maqasid syari'ah*, ada lima hal utama yang sangat penting karena mereka berhubungan langsung dengan kesejahteraan hidup seorang Muslim. Kelima hal tersebut adalah menjaga agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta.⁴²

e. Karakteristik Fiqih Muamalah

Fiqih muamalah disusun dalam satu pembahasan yang terpisah karena memiliki sifat dan kekhususan yang memungkinkan penanganan yang independen. Selain berakar pada ruang lingkup yang berkaitan dengan harta dan uang, fikih muamalah juga memiliki karakteristik atau ciri khas yang mencerminkan identitasnya. Beberapa karakteristik fikih muamalah antara lain:

1) Hukum dan asalnya adalah boleh atau halal

Dalam fikih muamalah, prinsip dasarnya adalah bahwa segala sesuatu dianggap boleh dan halal kecuali jika ada dalil yang secara jelas melarangnya.⁴³ Ini merupakan kebalikan dari prinsip hukum dalam fikih ibadah, di mana suatu ritual ibadah dianggap tidak sah

⁴¹ Rahmad Hidayat, *Fikih Muamalah Teori Dan Prinsip Hukum Ekonomi Syariah* (Medan: CV. Tungga Esti, 2022), 19.

⁴² Rahmad Hidayat, *Fikih Muamalah Teori Dan Prinsip Hukum Ekonomi Syariah* (Medan: CV. Tungga Esti, 2022), 19.

⁴³ Sa'uddin Muhammad, *Al-Mu'amalat Al- Maliyyah Al-Mu'ashirah Fi Dhau' Al-Islam* (Beirut: al-Maktab al-Islami, 2002), 119.

sampai ada dalil yang membenarkannya.⁴⁴ Sebagaimana hadits yang diriwayatkan Ibnu Qayyim al-Jauziyyah:

فالأصل في العبادات البطلان حتى يقوم دليل على
الأمر، والأصل في العقود والمعاملات الصحة حتى
يقوم دليل على البطلان والتحريم .

Artinya : "Prinsip dasar dalam ibadah adalah bahwa suatu ibadah dianggap tidak sah kecuali jika ada dalil yang memerintahkannya, sementara prinsip dasar dalam akad dan muamalat adalah bahwa suatu akad dianggap sah kecuali ada dalil yang menunjukkan bahwa akad tersebut batal dan haram."⁴⁵

Karakteristik tersebut dilandasi dengan dalil yang terdapat dalam Al-Qur'an Surat Yunus ayat 59:

قُلْ أَرَأَيْتُمْ مَا أَنزَلَ اللَّهُ لَكُمْ مِنْ رِزْقٍ فَجَعَلْتُمْ مِنْهُ
حَرَامًا وَحَلَلًا قُلْ ءَإِنَّ اللَّهَ أَذِنَ لَكُمْ ۖ أَمْ عَلَى اللَّهِ
تَفَتُّورٌ ﴿٥٩﴾

Artinya : Katakanlah: “Terangkanlah kepadaku tentang rezki yang diturunkan Allah kepadamu, lalu kamu jadikan sebagiannya haram dan (sebagiannya) halal”. Katakanlah: “Apakah Allah telah memberikan izin kepadamu (tentang ini) atau kamu mengada-adakan saja terhadap Allah?”⁴⁶

⁴⁴ Abu Muhammad, Shalih bin Muhammad dkk, *Majmu'ah Al-Fawa'id Al-Bahiyyah 'ala Manzuhumah Al-Qawa'id Al-Fiqhiyyah* (t.tp: Darus Shami'i, 2000), 75.

⁴⁵ Ibnu Qayyim Al-Jauziyyah, *I'lam Al-Muwaqqi'in 'an Rabb Al-Alamin* (Beirut: Darul Kutub al-Ilmiyah, 1991), 259.

⁴⁶ “QS. Yunus Ayat 59,” Liputan6, Diakses pada 5 November 2023, <https://www.liputan6.com/quran/yunus/59>.

Ini adalah ayat yang diturunkan kepada mereka yang mempraktikkan tradisi nenek moyang mereka dengan mengharamkan makanan dan bentuk muamalah yang sebenarnya dihalalkan oleh Allah SWT.

Adapun hadist Nabi yang diriwayatkan oleh Tirmidzi sebagai berikut:

الصَّلْحُ جَائِزٌ بَيْنَ الْمُسْلِمِينَ، إِلَّا صَلْحًا حَرَّمَ حَلَالًا،
أَوْ أَحَلَّ حَرَامًا، وَالْمُسْلِمُونَ عَلَى شُرُوطِهِمْ، إِلَّا شَرْطًا
حَرَّمَ حَلَالًا، أَوْ أَحَلَّ حَرَامًا

Artinya: “Berdamailah dengan sesama kaum muslim itu diperbolehkan, kecuali jika perdamaian tersebut menghalalkan suatu yang haram atau mengharamkan suatu yang halal. Dan kaum muslim harus mematuhi persyaratan yang telah mereka sepakati, kecuali jika persyaratan tersebut memungkinkan untuk mengharamkan suatu yang halal atau menghalalkan suatu yang haram”.⁴⁷

Hadis tersebut menjelaskan bahwa dalam bertransaksi, berbagai syarat dapat disepakati oleh kedua belah pihak selama syarat-syarat tersebut tidak melanggar aturan agama. Oleh karena itu, ketika kita dihadapkan pada situasi muamalah kontemporer yang tidak memiliki petunjuk langsung dari Al-Quran, Sunnah, atau ijtihad ulama terdahulu, kita seharusnya menganggap kasus tersebut sebagai halal dan boleh, kecuali jika ada indikasi yang jelas bahwa ada unsur-unsur yang haram dalam transaksi tersebut.⁴⁸

2) Orientasi Illat dan Mashlahat

Fikih muamalat selalu memiliki dasar rasional yang melibatkan pertimbangan *maslahat* (kebaikan) dan *mudarat* (kerugian) dalam kehidupan manusia di

⁴⁷ Abu Hasan Al-Daruquthni, *Sunan Al-Daruquthni Jil. 3* (Beirut: Muassanah Al-Risalah, 2004), 426.

⁴⁸ Abu Hasan Al-Daruquthni, *Sunan Al-Daruquthni Jil. 3* (Beirut: Muassanah Al-Risalah, 2004), 427.

balik setiap hukumnya. Ini berbeda dengan ibadah, di mana tata cara ritual ibadah tertentu tidak bisa dijelaskan dengan akal manusia.⁴⁹ Kita tidak dapat menanyakan mengapa shalat Subuh harus dua rakaat, atau mengapa tayamum harus menggunakan tanah, dan sejenisnya. Allah memerintahkan ibadah dalam cara tertentu, dan kita melaksanakannya sesuai dengan perintahnya tanpa mencari tahu alasan di balik kewajiban tersebut. Namun dalam fikih muamalah, dalam setiap larangan atau perintahnya terdapat illat atau alasan hukum yang dapat dipahami dengan nalar manusia. Ini dapat disebabkan oleh keinginan untuk mencapai kemaslahatan atau menghindari kerugian.

Contoh-contoh seperti larangan *riba* yang bertujuan untuk mencegah eksploitasi kreditur terhadap debitur⁵⁰, larangan *maisir* (judi) yang bertujuan untuk mencegah kemalasan dalam bekerja⁵¹, dan larangan *gharar* yang bertujuan untuk mengaktifkan prinsip saling rida (*'an taradhin*) dalam transaksi jual beli dan mencegah unsur ketidakpastian,⁵² sehingga tidak ada pihak yang merasa dirugikan,⁵³ adalah beberapa contoh kasus di mana hukum dalam fikih muamalah memiliki alasan rasional yang melibatkan pertimbangan maslahat dan mudarat dalam kehidupan manusia.

Ibnu Qayyim al-Jauziyyah juga menggarisbawahi bahwa jika hukum diterapkan tanpa berdasarkan pada prinsip-prinsip keadilan, kemaslahatan, rahmat, dan hikmah, maka itu bisa dianggap sebagai penafsiran yang keliru. Apa yang mereka terapkan bukanlah substansi asli dari syariat,

⁴⁹ Umar sulaiman Abdullah Al-Asyqar, *Madkhal Ila Asy- Syari'ah Wa Al-Fiqh Al-Islamiy* (Yordan: Dar an-Nafais, 2010), 41.

⁵⁰ Abdurrahman As-Sa'di, *Tafsir Kalam Al-Mannan* (Riyadh: al-Muassasah as-Sa'diyyah, 2002), 340.

⁵¹ Sulaiman bin Ahmad Al-Mulhim, *Al-Qimar Haqiqatuhu Wa Ahkmuhu* (Riyadh: Dar Kunuz Isybilia, 2007), 155.

⁵² Nadratuzaaman Hosen, "Analisis Bentuk Gharar Dalam Transaksi Ekonomi," *Al- Iqtishad* 1, no.1 (2009): 59.

⁵³ Abdurrahman As-Sa'di, "No Title," in *Bahjah Qulub Al- Abrar Wa Qurratu Uyuuni Al-Akhyar Fi Syarhi Jawaani Al-Akhbaar* (Beirut: Dar Al-Jail, 1992), 164.

melainkan dipaksakan karena keterbatasan pengetahuan yang dimiliki. Akibatnya, mereka terjerumus ke dalam jurang kesalahan yang berujung pada kesempitan.⁵⁴ Oleh karena itu, ketika kita mengevaluasi kasus-kasus kontemporer yang terkait dengan masalah muamalah, kita perlu mempertimbangkan prinsip-prinsip maqashidus syariah sebagai dasar dari pembentukan hukumnya. Ini tidak hanya berarti mengacu pada format akad yang diambil dari teks-teks syariah tanpa memperhatikan alasan hukum yang terkandung dalamnya.

3) Praktik muamalah umumnya bersandar pada kebiasaan masyarakat

Pada umumnya, praktik muamalah yang berlaku dalam masyarakat adalah hasil kesepakatan masyarakat itu sendiri, baik yang disampaikan secara lisan maupun tertulis. Pengaturan mengenai penamaan transaksi, penilaian nilai benda, pengaturan kepemilikan harta, cara melakukan pembelian, pemberian layanan, dan aspek lainnya tidak diuraikan secara terperinci dalam syariat. Syariat hanya memberikan pedoman-pedoman umum dengan tujuan mencegah praktik-praktik yang curang, konflik, penipuan, dan hal-hal negatif lainnya. Sedangkan aspek-aspek teknis tersebut dibiarkan pada kebiasaan dan kesepakatan yang diterima oleh masyarakat.⁵⁵

4) Kolaborasi antara syariat dan hukum manusia

Salah satu keunggulan muamalah adalah sifatnya yang dapat dengan mudah diterima oleh syariah maupun hukum buatan manusia. Ini berasal dari prinsip dasar dalam muamalah, yaitu prinsip kebolehan. Syariah tidak secara rinci mengatur tata cara atau alur suatu transaksi, tetapi membiarkan hal ini tergantung pada kemaslahatan yang ada. Oleh karena itu, hukum atau pemerintah memiliki legitimasi syariah untuk membuat peraturan yang bertujuan untuk kepentingan semua pihak yang terlibat dalam transaksi. Peraturan

⁵⁴ Ibnu Qayyim Al-Jauziyyah, *I'lam Al-Muwaqqi'in 'an Rabb Al-Alamin* (Beirut: Darul Kutub al-Ilmiyah, 1991), 11.

⁵⁵ Rahmad Hidayat, *Fikih Muamalah Teori Dan Prinsip Hukum Ekonomi Syariah* (Medan: CV. Tungga Esti, 2022), 23.

yang dikeluarkan oleh pemerintah dalam kerangka syariah dan tidak bertentangan dengan syariat harus dihormati oleh masyarakat. Tidak taat pada pemimpin yang adil juga dianggap sebagai pelanggaran syariat.⁵⁶

f. Fiqih Muamalah dalam Undang-undang

Dalam kerangka peraturan perundang-undangan, tidak ada ketentuan yang secara menyeluruh mencakup fiqh muamalah. Undang-undang hanya mengatur hal-hal yang berhubungan dengan perbankan syariah, yang memang dianggap sangat penting oleh masyarakat. Hubungan yang kooperatif antara masyarakat Muslim dan pemerintah telah menghasilkan keputusan dan tindakan yang mengakomodasi kepentingan bersama. Salah satu kepentingan masyarakat adalah memiliki akses kepada lembaga keuangan yang dapat melayani transaksi ekonomi tanpa menggunakan sistem bunga. Masyarakat menginginkan lembaga yang mendukung kegiatan ekonomi tanpa bunga.⁵⁷

Masuknya fiqh muamalah ke dalam UU No 21 Tahun 2008 tidak lepas dari proses pembentukan UU tersebut yang disahkan pada rapat paripurna DPR RI, 17 Juni 2008, dengan partisipasi dari unsur pemerintah yang diwakili oleh Menteri Keuangan, Sri Mulyani Indrawati, dan Menteri Agama, M. Maftuh Basyuni. Dasar dari pengesahan Undang-Undang No 21 Tahun 2008 adalah karena sistem perbankan yang ada memiliki kelemahan dalam menghadapi fluktuasi ekonomi yang disebabkan oleh sistem bunga yang bersifat konflik. Dalam sistem tersebut, penetapan tingkat bunga dilakukan oleh bank secara sepihak, sementara nasabah menginginkan tingkat bunga yang tinggi saat menyimpan uang dan rendah saat meminjam uang.⁵⁸

Tujuan dari pengesahan hukum dalam Undang-Undang No 21 Tahun 2008 adalah untuk mencapai

⁵⁶ Rahmad Hidayat, *Fiqih Muamalah Teori Dan Prinsip Hukum Ekonomi Syariah* (Medan: CV. Tungga Esti, 2022), 23.

⁵⁷ Jundiandi, *Pengaturan Hukum Perbankan Syariah Di Indonesia* (Malang: UIN Malang Press, 2017), 26.

⁵⁸ Lutfiyah Arifin, "Arus Baru Perbankan Syariah Di Indonesia: Transformasi Fiqh Muamalah Dalam Peraturan Perundang-Undangan," *AKSY: Jurnal Ilmu Akuntansi Dan Bisnis Syariah* 1, no. 1 (2019): 121–28.

Almaslahat, dengan mengembangkan sistem ekonomi berdasarkan prinsip-prinsip Islam seperti keadilan, kemanfaatan, keseimbangan, dan keuniversalitas. Konsep ini tercermin dalam isi Undang-Undang tersebut yang bertujuan untuk mendukung pelaksanaan pembangunan nasional dengan tujuan mewujudkan keadilan dan pemerataan kesejahteraan rakyat. Dampak yang lebih luas adalah terciptanya masyarakat yang sejahtera dan adil, yang hidup dalam suasana damai dan bahagia di bawah berkat Allah SWT.⁵⁹ Dalam terminologi hukum Islam, hal ini dikenal sebagai "*al maslahat*" dan merupakan titik temu antara Undang-Undang dengan tujuan hukum Islam.

2. *E- Commerce*

a. *Pengertian E- Commerce*

E-commerce juga dikenal sebagai "perdagangan elektronik", adalah penggunaan jaringan komunikasi dan komputer untuk menjalankan proses bisnis. Cara yang paling umum untuk melakukan *e-commerce* adalah dengan mengakses internet dan menggunakan browser web untuk membeli dan menjual barang.⁶⁰ *E-commerce* adalah kegiatan bisnis yang dilakukan secara elektronik melalui jaringan internet atau melalui jalur komunikasi digital dan melibatkan penjualan barang atau jasa. Sebagai konsep baru dalam pemasaran, *e-commerce* tidak hanya membuka pasar baru untuk barang atau jasa yang ditawarkan dan mempermudah vendor dan penjual menjalankan bisnis mereka.⁶¹

Saat ini, istilah *e-commerce* sering digunakan dan dikaitkan dengan internet, tetapi tidak ada yang memiliki definisi yang jelas. Ini disebabkan oleh fakta bahwa perkembangan *e-commerce* selalu mengalami perubahan dan bentuk baru. Namun demikian, tidak adanya pengertian yang seragam tidak berarti tidak ada pengertian *e-*

⁵⁹ Juhaya S Praja, *Epistimologi Hukum Islam*, disertasi dalam atang abdul hakim, (Bandung: Refika Aditama, 2011), 72.

⁶⁰ Mc Leod Pearson, *Sistem Informasi Manajemen* (Jakarta: Salemba, 2008), 59.

⁶¹ Adi Nugroho, *E-Commerce Memahami Perdagangan Modern Di Dunia Maya* (Bandung: Informatika, 2006), 20.

commerce sama sekali. Berikut adalah definisi *e-commerce* menurut para ahli:⁶²

- 1) Menurut definisi yang diberikan oleh Amir Hartman dalam bukunya "Net Ready" Hartman, *e-commerce* adalah jenis mekanisme bisnis elektronik yang berfokus pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet sebagai media untuk pertukaran barang atau jasa baik antara dua perusahaan atau antara perusahaan dan konsumen langsung.⁶³
- 2) Menurut Laudon & Laudon, *e-commerce* adalah proses di mana pelanggan membeli dan menjual barang secara otomatis dari perusahaan ke perusahaan dengan menggunakan komputer sebagai perantara.⁶⁴
- 3) Menurut Kalakota dan Whinston, ada beberapa perspektif yang dapat digunakan untuk mendefinisikan *e-commerce* sebagai berikut:
 - a) Dari segi komunikasi, *e-commerce* adalah pengiriman informasi, produk/jasa, atau pembayaran melalui jaringan telepon, jaringan komputer/Internet, atau media elektronik lainnya.
 - b) Dalam konteks proses bisnis, *e-commerce* melibatkan penerapan teknologi untuk menjalankan transaksi bisnis secara otomatis dan mengelola alur kerja bisnis.
 - c) Dari sudut pandang pelayanan, *e-commerce* berfungsi sebagai alat untuk mengakomodasi keinginan konsumen dan mengelola sumber daya perusahaan dengan tujuan mengurangi biaya pelayanan, meningkatkan kualitas produk, dan mempercepat layanan.
 - d) Dari perspektif online, *e-commerce* memberikan kemampuan untuk membeli dan menjual produk,

⁶² Riswandi, "Transaksi On-Line (E-Commerce)□: Peluang Dan Tantangan Dalam Perspektif Ekonomi Islam," *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. 13, no. April (2019): 15–38.

⁶³ Diana Afriani, "Pengaruh E-Commerce Terhadap Pelanggan Dan Perkembangan Toko Linda Busana Pekanbaru ," *Jurnal Ilmiah Skylandsea* 2, no. 2 (2018): 157–64.

⁶⁴ Diana Afriani, "Pengaruh E-Commerce Terhadap Pelanggan Dan Perkembangan Toko Linda Busana Pekanbaru ," *Jurnal Ilmiah Skylandsea* 2, no. 2 (2018): 157–64.

berbagi informasi, serta menyediakan layanan lain secara daring (*online*) melalui Internet dan platform online lainnya.⁶⁵

- 4) Menurut turban, *e-commerce* dapat didefinisikan sebagai proses membeli, menjual, atau pertukaran barang, layanan, dan informasi melalui jaringan komputer, termasuk internet. Definisi ini berasal dari ide dasar *e-commerce*, yaitu mengotomatisasi sebanyak mungkin proses bisnis dalam suatu organisasi.⁶⁶

b. Jenis-jenis E-Commerce

E-commerce merupakan kegiatan membuat, mengelola, dan memperluas hubungan komersial melalui internet. Dengan peningkatan teknologi informasi, keberadaan *e-commerce* meningkatkan persaingan bisnis perusahaan karena memungkinkan mereka untuk berinteraksi dengan konsumen. Perkembangan konsumen terhadap *e-commerce* sangat dipengaruhi oleh ketersediaan sumber informasi yang luas dan beragam, serta kemajuan teknologi informasi yang pesat. Penggunaan teknologi informasi dapat berdampak pada kinerja organisasi secara keseluruhan, bukan hanya di bidang organisasi bisnis. *E-commerce* dapat dimasukkan ke dalam berbagai kategori berdasarkan beberapa faktor. Menurut rintho dalam bukunya, setidaknya ada 7 jenis *e-commerce*, yaitu.⁶⁷

1) *Business to Bussiness (B2B)*

Perdagangan antar bisnis (B2B) adalah jenis perdagangan yang mencakup seluruh transaksi elektronik yang melibatkan barang atau jasa yang dilakukan antar bisnis atau perusahaan. Produsen dan pedagang tradisional biasanya adalah pengguna dari jenis perdagangan ini.

2) *Business to Customer (B2C)*

Bisnis ke konsumen (B2C) adalah jenis bisnis di mana bisnis hanya menjual produk kepada konsumen sebagai pemakai. Dengan munculnya internet, jenis *e-*

⁶⁵ Riswandi, "Transaksi On-Line (E-Commerce)□: Peluang Dan Tantangan Dalam Perspektif Ekonomi Islam."

⁶⁶ Afriani, "Pengaruh E-Commerce Terhadap Pelanggan Dan Perkembangan Toko Linda Busana Pekanbaru."

⁶⁷ Turban Dkk, *Electronic Commerce 7th* (United State: Pearson, 2012), 42–43.

commerce ini terus berkembang dengan cepat karena adanya *website*.

3) *Customer to Customer (C2C)*

Jenis *e-commerce* yang disebut C2C mencakup semua transaksi elektronik barang atau jasa antar pelanggan. biasanya, transaksi ini dilakukan melalui pihak ketiga yang menyediakan platform online yang juga disebut *marketplace* untuk melakukan transaksinya.

4) *Customer to Business (C2B)*

Suatu model bisnis di mana individu menawarkan berbagai barang dan jasa kepada perusahaan tertentu, yang kemudian membeli atau membayar barang dan jasa tersebut. Konsep ini merupakan kebalikan dari bisnis kepada pelanggan (B2C).

5) *Business to Administration (B2A)*

Jenis *e-commerce* ini mencakup semua transaksi yang dilakukan melalui internet antara pemerintah dan bisnis. Dalam beberapa tahun terakhir, jenis *e-commerce* ini terus meningkat seiring dengan investasi pemerintah dalam *e-government*.

6) *Customer to Administration*

Jenis C2A ini mencakup seluruh transaksi elektronik yang dilakukan antara individu dan pemerintah.

7) *Online to Offline*

Semua transaksi antara pemerintah dan bisnis yang dilakukan melalui internet termasuk dalam kategori *e-commerce* ini. Seiring dengan investasi pemerintah dalam *e-government*, kategori *e-commerce* ini terus meningkat dalam beberapa tahun terakhir. Jenis *e-commerce* ini menarik konsumen dari platform online ke toko fisik. Meskipun *e-commerce* telah menggantikan beberapa bisnis ritel konvensional, masih ada beberapa aspek pembelian fisik yang tidak dapat dilakukan secara digital. Intinya, jenis ini menggabungkan *e-commerce* dan metode ritel fisik. Dalam contoh ini, konsumen dapat membeli produk secara online di situs web penjual dan kemudian dapat

mengambilnya secara langsung di toko terdekat yang dimiliki perusahaan.⁶⁸

c. Karakteristik E-Commerce

Transaksi e-commerce berbeda dengan transaksi konvensional karena mereka memiliki ciri-ciri tertentu, antara lain:

1) Transaksi Tidak Ada Batas.

Bisnis besar dan kecil tidak dihalangi untuk bergerak ke luar negeri karena batas geografis. Kecanggihan internet membuat batas negara (ruang dan waktu) tidak ada lagi. Penjual dapat dengan mudah menemukan pembeli di seluruh dunia dalam hitungan detik, dan pembeli dapat mendapatkan produk yang diinginkan di mana pun mereka mau.

2) Transaksi yang Anonim

Hal ini jelas berbeda dari transaksi jual beli konvensional di mana penjual dan pembeli bertemu secara langsung. Namun, dalam transaksi *e-commerce*, penjual dan pembeli tidak perlu bertemu langsung, dan identitas asli kedua pihak tidak diperlukan. Pembayaran dapat dilakukan secara otoritas.

3) Barang tak Berwujud.

Seperti data, software, atau gagasan, dapat dibeli secara online.⁶⁹

d. Kelebihan dan Kekurangan E-Commerce

Setiap hal pasti memiliki kelebihan dan kekurangan tersendiri, termasuk penggunaan *e-commerce*. Semua hal pasti memiliki kelebihan dan kekurangan yang dapat dievaluasi dari berbagai sudut pandang, baik dari perusahaan maupun pembeli. Menurut Rintho, ada beberapa kelebihan yang dapat diperoleh dengan penjualan menggunakan sistem *e-commerce* adalah sebagai berikut:

1) Aliran Pendapatan.

Ini adalah aliran pendapatan baru yang mungkin lebih menguntungkan daripada metode transaksi konvensional.

⁶⁸ Rintho R. Rerung, *E-Commerce Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi* (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 20–31.

⁶⁹ Rintho R. Rerung, *E-Commerce Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi* (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 19-20.

2) Pangsa pasar

Dengan keunggulan teknologi *e-commerce*, sangat mudah untuk mengidentifikasi pangsa pasar untuk merencanakan strategi.

3) Biaya Operasional

Akan mengeluarkan biaya yang lebih tinggi untuk mempekerjakan karyawan jika secara konvensional akan membutuhkan banyak karyawan untuk melayani. Mengurangi biaya untuk menggunakan kertas, seperti mencetak laporan, juga meningkatkan pendapatan.

4) Jangkauan Lebar

Yang berarti dapat menjangkau seluruh dunia.

5) Masyarakat umum dapat mengurangi pencemaran dan polusi lingkungan. Maksudnya, pelanggan tidak perlu menghabiskan lebih banyak waktu untuk berbelanja.⁷⁰

Salah satu kelemahan *e-commerce* adalah sebagai berikut:

1) Sangat bergantung pada teknologi informasi dan komunikasi.

2) Kurangnya undang-undang yang memadai untuk mengatur transaksi *e-commerce* di seluruh dunia.

3) Budaya pasar yang menolak perdagangan elektronik, yang berarti konsumen tidak dapat mencoba atau menyentuh produk.

4) Hilangnya privasi, cakupan regional, identitas, dan ekonomi negara.

5) Rawannya melakukan bisnis melalui internet.

6) Kualitas dan warna produk yang dijual belum tentu sama dengan gambar yang ditampilkan di website dan produk asli.⁷¹

3. UMKM

a. Pengertian UMKM

Di negara Kesatuan Republik Indonesia, pengertian UMKM sudah diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang UMKM. Pasal 1 UU tersebut menetapkan bahwa usaha mikro adalah usaha produktif yang dilakukan oleh individu atau badan usaha

⁷⁰ Rintho R. Rerung, *E-Commerce Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi* (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 33.

⁷¹ Tri Abdiansyah Perwiranegara, "Inovasi Transaksi Ekonomi Berbasis Digital di Pasar Tradisional Probolinggo," *SOSPOLI 1*, No. 3 (2021): 6.

perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro yang diatur dalam UU tersebut. Sementara itu, Usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh individu atau badan usaha yang buka, baik anak perusahaan atau bukan anak cabang, dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian langsung atau tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut disebut sebagai usaha kecil.⁷²

Di sisi lain, usaha mikro didefinisikan sebagai usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh individu atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian langsung atau tidak langsung dari usaha mikro, usaha kecil, atau usaha besar, dan memenuhi kriteria yang ditetapkan dalam UU tersebut.⁷³

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh individu atau badan usaha di semua sektor ekonomi. Usaha Mikro (UMI), Usaha Kecil (UK), Usaha Menengah (UM), dan Usaha Besar (UB) biasanya dibedakan berdasarkan nilai aset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan), omset rata-rata per tahun, atau jumlah pekerja tetap. Namun, definisi UMKM yang didasarkan pada tiga indikator ini berbeda-beda menurut negara. Karena itu, sulit untuk membandingkan seberapa penting atau apa peran UMKM di berbagai negara.⁷⁴

Menurut definisi Biro Pusat Statistik (BPS) dan Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (UMKM), usaha kecil adalah usaha dengan omzet kurang dari Rp 1 miliar per tahun dan usaha menengah adalah usaha dengan omzet antara Rp 1 miliar dan 50 miliar per

⁷² Tulus T.H. Tambunan, *UMKM Di Indonesia* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2009), 16–18.

⁷³ Tulus T.H. Tambunan, *UMKM Di Indonesia* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2009), 19.

⁷⁴ Tulus Tambunan, *Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Indonesia: Isu-Isu Penting* (Jakarta: LP3ES, 2012), 11.

tahun.⁷⁵ Secara keseluruhan, tujuan atau target yang ingin dicapai adalah menciptakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang kuat dan mampu berdiri sendiri, yang memiliki tingkat daya saing yang tinggi dan berperan sentral dalam memproduksi dan mendistribusikan kebutuhan dasar, bahan baku, serta dalam mendukung permodalan untuk menghadapi persaingan yang ketat.⁷⁶

b. Kriteria UMKM

Sebagaimana dirumuskan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, kriteria UMKM dapat dikelompokkan berdasarkan jumlah aset dan keuntungan yang dimiliki masing-masing badan usaha, yaitu sebagai berikut:

- 1) Usaha mikro, adalah usaha produktif milik individu atau badan usaha milik perorangan yang memenuhi persyaratan berikut:
 - a) Kekayaan bersihnya tidak boleh melebihi Rp. 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) itupun tidak termasuk tanah dan bangunan bisnis, dan hasil penjualan tahunan tidak boleh melebihi Rp. 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah).
- 2) Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan secara mandiri oleh individu atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan, dan tidak dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian langsung atau tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar. Usaha kecil memenuhi kriteria berikut:
 - a) Memiliki kekayaan bersih di atas Rp. 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) sampai Rp. 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) dan itu tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
 - b) Penjualan tahunan perusahaan berkisar antara Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) dan

⁷⁵ Sragih Rintan, "Menelusuri Penyebab Lambannya Perkembangan UMKM Di Desa Baru Dan Dusun Tuntungan Kecamatan Pancur Batu, Kabupaten Deli Serdang," *Jurnal Kewirausahaan* 5, no. 1 (2019): 8.

⁷⁶ Atsna Himmatul Aliyah, "Peran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat," *WELFARE Jurnal Ilmu Ekonomi* 3, no. 1 (2022): 64–72.

maksimal Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

- 3) Usaha Menengah adalah bentuk usaha ekonomi produktif yang beroperasi secara independen dan dijalankan oleh individu atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang dari usaha kecil atau usaha besar, dengan mematuhi kriteria berikut:

- a) Memiliki kekayaan bersih di atas Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) hingga Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah), tanpa termasuk tanah dan bangunan yang digunakan untuk bisnis.
- b) Menghasilkan pendapatan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah) hingga maksimal Rp50.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah).⁷⁷

Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS), definisi UMKM dibagi berdasarkan jumlah tenaga kerja. Usaha kecil adalah usaha yang mempekerjakan antara 5 hingga 19 orang, sementara usaha menengah adalah usaha yang mempekerjakan antara 20 hingga 99 orang.⁷⁸

c. **Klasifikasi UMKM**

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah kelompok usaha yang paling besar dari segi jumlah dan telah menunjukkan tingkat ketahanan yang tinggi terhadap krisis ekonomi. Oleh karena itu, perlu meningkatkan jumlah UMKM yang terdiri dari berbagai perusahaan. Bisnis Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) diklasifikasikan menurut kategori berikut:

- 1) *Livelihood Activities*, yaitu UMKM yang menawarkan kesempatan kerja untuk mencari nafkah di sektor informal, seperti pedagang kaki lima.
- 2) *Micro Enterprise*, adalah jenis usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang memiliki ciri-ciri pengrajin tetapi tidak memiliki ciri-ciri kewirausahaan.

⁷⁷ Lathifah Hanim and MS. Noorman, *UMKM (Usaha Mikro, Kecil, & Menengah) & BENTUK-BENTUK USAHA* (Semarang: UNISSULA PRESS, 2018), 10.

⁷⁸ Lathifah Hanim and MS. Noorman, *UMKM (Usaha Mikro, Kecil, & Menengah) & BENTUK-BENTUK USAHA* (Semarang: UNISSULA PRESS, 2018), 11.

- 3) *Small Dynamic Enterprise*, yaitu istilah yang mengacu pada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang telah menunjukkan semangat kewirausahaan dan kemampuan untuk menerima pekerjaan subkontrak dan terlibat dalam kegiatan ekspor.
- 4) *Fast Moving Enterprise*, yaitu usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang memiliki semangat kewirausahaan yang cepat bergerak akan berkembang menjadi usaha besar (UB).⁷⁹

d. Peranan UMKM

Diakui bahwa, tidak hanya di negara-negara sedang berkembang saja tetapi juga di negara-negara maju juga, usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi. Di negara maju, UMKM memiliki peran yang sangat penting, bukan hanya dalam menyerap tenaga kerja paling banyak dibandingkan usaha besar (UB), sebagaimana yang terjadi di negara sedang berkembang, tetapi juga dalam memberikan kontribusi yang besar terhadap pembentukan atau pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB), yang melebihi kontribusi dari usaha besar.⁸⁰

e. Karakteristik UMKM

Usaha kecil di Indonesia memiliki potensi besar untuk berkembang karena pasar yang luas, bahan baku yang mudah diakses, dan sumber daya manusia yang besar. Namun, perlu diperhatikan beberapa hal saat mengembangkan usaha kecil rumahan, seperti: pertumbuhan usaha harus diikuti oleh manajemen yang baik, perencanaan yang baik akan mengurangi kegagalan, dan penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi akan menunjang kelanjutan usaha tersebut. mengelola sistem produksi dengan efisien dan efektif serta melakukan inovasi dan terobosan akan membedakan usaha dari

⁷⁹ Ade Resalawati, “Pengaruh Perkembangan Usaha Kecil Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Pada Sektor UKM Indonesia” (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2011), 31.

⁸⁰ Tulus Tambunan, *Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Indonesia: Isu-Isu Penting* (Jakarta: LP3ES, 2012), 1.

pesaing merupakan langkah menuju keberhasilan dalam mengelola usaha.⁸¹

Dalam buku Pandji Anoraga diterangkan bahwa secara umum, sektor usaha memiliki karakteristik sebagai berikut:

- 1) Sistem pembukuan yang digunakan cenderung sederhana dan seringkali tidak mengikuti prinsip administrasi pembukuan yang standar. Terkadang, pembukuan tidak diperbarui secara teratur, sehingga sulit untuk melakukan evaluasi yang akurat terhadap kinerja usaha. Margin usaha yang cenderung tipis mengingat persaingan yang sangat tinggi.
- 2) Modal terbatas
- 3) Pengalaman menejerial dalam mengelola perusahaan masih sangat terbatas.
- 4) Skala ekonomi yang cenderung kecil sehingga sulit mengharapkan untuk mampu menekan pembiayaan dalam mencapai titik efisiensi jangka panjang.
- 5) Kemampuan pemasaran dan negosiasi serta diversifikasi pasar sangat terbatas.
- 6) Kemampuan untuk memperoleh sumber dana dari pasar modal sangat terbatas, mengingat keterbatasan dalam sistem administrasi. Untuk mengakses dana dari pasar modal, sebuah perusahaan harus mematuhi standar administrasi dan menjaga tingkat transparansi yang tinggi.⁸²

Karakteristik yang khas dari usaha mikro menunjukkan adanya potensi kelemahan yang dapat mengakibatkan masalah. Hal ini seringkali menghasilkan berbagai masalah internal, terutama dalam hal pendanaan yang mungkin sulit untuk ditemukan solusi yang jelas.⁸³

⁸¹ Judiono, Mohammad Djaelani, dkk “Peningkatan Pengrajin Sandal Dalam Skala Yang Lebih Besar Dan Luas Melalui Pengembangan Dan Pemasaran Hasil Produksi UMKM Werdoro Waru Sidoarjo,” *Jurnal Mengabdi Masyarakat Mengabdi Nusantara* 2, no. 1 (2023): 145.

⁸² Pandji Anoraga, *Ekonomi Islam Kajian Makro Dan Mikro* (Yogyakarta: PT. Dwi Chandra Wacana, 2010), 32.

⁸³ Pandji Anoraga, *Ekonomi Islam Kajian Makro Dan Mikro* (Yogyakarta: PT. Dwi Chandra Wacana, 2010), 33.

f. Kelebihan dan Kelemahan UMKM

Dengan ukuran yang relatif kecil dan tingkat fleksibilitas yang tinggi, usaha kecil dan menengah memiliki sejumlah keunggulan, terutama dalam hal penciptaan dan operasional. UMKM memiliki kontribusi yang signifikan terhadap menggerakkan perekonomian suatu negara, bukan hanya karena mereka merupakan bibit yang mendukung pertumbuhan bisnis besar, tetapi juga karena mereka menyediakan layanan tertentu kepada masyarakat yang, dalam konteks bisnis besar, dianggap kurang efisien dari segi biaya.⁸⁴ Berikut adalah beberapa kelebihan UMKM:

1) Fleksibilitas Operasional

Biasanya, usaha kecil menengah dikelola oleh tim kecil dengan masing-masing anggota memiliki wewenang pengambilan keputusan. Hal ini memberi UMKM lebih banyak fleksibilitas dalam menjalankan operasi sehari-hari mereka. Bisnis skala kecil ini lebih kompetitif karena dapat merespon dengan cepat terhadap perubahan, seperti perubahan selera konsumen atau tren produk.

2) Kecepatan Inovasi

Dengan kurangnya struktur hierarki organisasi dan kendali dalam UMKM, produk-produk dan gagasan baru dapat dirancang, dikerjakan, dan diperkenalkan secara cepat. Meskipun ide-ide brilian tersebut mungkin berasal dari karyawan dan bukan pemiliknya, hubungan dekat di antara mereka membuat gagasan tersebut cenderung lebih mudah didengar, diterima, dan dilaksanakan.

3) Struktur biaya rendah

Banyak usaha kecil menengah yang tidak memiliki kantor di kompleks perkantoran. Sebagian dari mereka menjalankan bisnisnya dari rumah, dengan anggota keluarga sebagai pekerja. Hal ini membantu mengurangi biaya tambahan dalam operasional mereka. Selain itu, usaha kecil menengah juga mendapatkan dukungan dari pemerintah, organisasi

⁸⁴ Nuramalia Hasanah, dkk., *Mudah Memahami Usaha Micro Kecil Dan Menengah* (Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2020), 22.

non-pemerintah, dan bank dalam bentuk insentif pajak, donasi, serta hibah. Faktor ini memiliki dampak yang signifikan terhadap pembiayaan dalam pendirian dan operasional mereka.

4) Kemampuan fokus di sektor yang spesifik

UMKM tidak diwajibkan untuk mencapai tingkat penjualan yang besar agar dapat mencapai titik impas (break even point - BEP) pada modal yang mereka investasikan. Hal ini memungkinkan usaha kecil menengah untuk fokus pada sektor produk atau pasar yang lebih spesifik. Sebagai contoh, bisnis kerajinan rumahan dapat fokus pada satu jenis dan model kerajinan tertentu dan melayani permintaan konsumen yang spesifik untuk mencapai keuntungan.⁸⁵

Kelemahan dalam Usaha Mikro sering kali juga menjadi faktor penghambat dan permasalahan, terdiri dari dua faktor:

1) Faktor Internal

- a) Terbatasnya kemampuan sumber daya manusia.
- b) Kendala dalam pemasaran produk, dimana sebagian besar pengusaha Industri Kecil lebih mengutamakan aspek produksi daripada fungsi-fungsi pemasaran. Oleh karena itu, mereka memiliki keterbatasan dalam mengakses informasi pasar dan jaringan pasar, sehingga sebagian besar hanya berfungsi sebagai produsen saja.
- c) Kecenderungan konsumen yang belum sepenuhnya percaya pada mutu produk Industri Kecil.
- d) Kendala dalam permodalan usaha, dengan sebagian besar Industri Kecil bergantung pada modal sendiri dalam jumlah yang relatif kecil.⁸⁶

2) Faktor Eksternal

- a) Iklim usaha masih belum kondusif

Koordinasi antara berbagai pihak yang terlibat dalam UMKM masih belum optimal.

⁸⁵ Nuramalia Hasanah, dkk., *Mudah Memahami Usaha Micro Kecil Dan Menengah* (Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2020), 22-23.

⁸⁶ Lathifah Hanim and MS. Noorman, *UMKM (Usaha Mikro, Kecil, & Menengah) & BENTUK-BENTUK USAHA* (Semarang: UNISSULA PRESS, 2018), 47-48.

Lembaga pemerintah, institusi pendidikan, lembaga keuangan, dan asosiasi usaha cenderung beroperasi secara terpisah. Selain itu, beberapa masalah yang belum terselesaikan mencakup aspek legalitas badan usaha, kelancaran prosedur perizinan, tata letak lokasi usaha, biaya transaksi yang tinggi, kurangnya infrastruktur yang memadai, serta kebijakan terkait pendanaan untuk UMKM.

b) Infrastruktur

Keterbatasan sarana dan prasarana usaha, terutama dalam hal peralatan teknologi, adalah salah satu hambatan utama. Sebagian besar UMKM masih menggunakan teknologi yang relatif sederhana.

c) Akses

Keterbatasan akses terhadap bahan baku seringkali mengakibatkan UMKM harus menggunakan bahan baku berkualitas rendah. Selain itu, akses terhadap teknologi menjadi masalah, terutama ketika pasar dikuasai oleh perusahaan atau grup bisnis tertentu. Disamping teknologi, UMKM juga sering kesulitan untuk mengikuti perubahan yang cepat dalam mengikuti selera konsumen, terutama jika mereka telah berhasil menembus pasar ekspor dan harus bersaing dengan perusahaan-perusahaan yang lebih besar.⁸⁷

4. *Live Streaming*

a. Definisi dan Indikator *Live Streaming*

Live streaming adalah fitur yang juga memberikan manfaat yang signifikan bagi masyarakat. Melalui *live streaming*, kita dapat tetap mengikuti berita yang sedang disiarkan saat ini. Misalnya, ketika kita sibuk bekerja dan tidak memiliki waktu untuk menonton televisi, kini kita dapat dengan mudah tetap terhubung melalui fitur *live streaming* yang memungkinkan kita untuk tetap terkini meskipun tengah sibuk dengan pekerjaan yang padat.⁸⁸

⁸⁷ Lathifah Hanim and MS. Noorman, *UMKM (Usaha Mikro, Kecil, & Menengah) & BENTUK-BENTUK USAHA* (Semarang: UNISSULA PRESS, 2018), 48-49.

⁸⁸ Ana Ramadhayanti, "Penggunaan Fitur Live Streaming Sebagai Marketing Communication Dan Leadcustomer Terhadap Peningkatan Penjualan," *Jurnal Manajemen Dewantara* 7, no. 1 (2023): 119.

Menurut Song dkk, *Live Streaming* didefinisikan sebagai platform yang merupakan bagian dari fitur perdagangan yang mengintegrasikan interaksi sosial secara *real-time* ke dalam perdagangan elektronik. Konsumen dapat mengirimkan komentar secara *real-time* melalui fitur komentar, yang memungkinkan mereka berkomunikasi dengan penjual.⁸⁹ Menurut Liem, *Live Streaming* adalah fitur terbaru dalam toko online di mana penjual dapat secara langsung mempersembahkan produk mereka kepada calon pembeli. Tujuan utama dari *live streaming* ini sebenarnya adalah untuk lebih memperkenalkan produk dan toko serta menarik pelanggan baru, dengan bonus tambahan yaitu terjadinya penjualan langsung selama *live streaming*. Untuk menggunakan fitur live streaming, penjual harus mengintegrasikan aplikasi penjual dan aplikasi pembeli.⁹⁰

Live streaming shopping merupakan evolusi baru dalam perdagangan online atau e-commerce, yang telah mengubah dinamika perdagangan sosial dengan berbagai cara, seperti:

- 1) Dalam belanja online tradisional, pelanggan hanya dapat melihat produk melalui teks dan foto. Namun, dalam berbelanja melalui live streaming sang streamer atau penjual memiliki kesempatan untuk mempresentasikan produk yang dijual secara langsung sekaligus memberikan informasi yang lebih mendalam kepada pelanggan atau calon pembeli.
- 2) Dalam perdagangan sosial tradisional, pelanggan yang tertarik pada suatu produk harus meninggalkan halaman produk untuk menghubungi vendor. Namun, dalam pembelian saat siaran langsung, pembeli dapat langsung mengajukan pertanyaan melalui bagian komentar, dan streamer dapat segera memberikan tanggapan.

⁸⁹ Veni Raida Velia Farera dan Gabrile Diarya, “Pengaruh Live Streamingtiktok Terhadap Kepercayaan Konsumen Produk Jims Honey Di Surabaya Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian,” *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 11, no. 2 (2023): 126.

⁹⁰ Ana Ramadhayanti, “Penggunaan Fitur Live Streaming Sebagai Marketing Communication Dan Leadcustomer Terhadap Peningkatan Penjualan,” *Jurnal Manajemen Dewantara* 7, no. 1 (2023): 119.

- 3) Dalam perdagangan sosial tradisional, karena umumnya tidak terdapat interaksi tatap muka antara penjual dan pelanggan, calon pembeli sering meragukan keabsahan barang. Live streaming shopping menjadi solusi ideal untuk masalah ini. Pelanggan dapat mengajukan pertanyaan melalui bagian komentar, dan penjual dapat merespons dengan menggunakan siaran langsung untuk memberikan layanan pelanggan yang lebih intensif dan bimbingan kepada pelanggan. Hal ini dapat langsung memengaruhi keputusan pembelian pelanggan.⁹¹

Tujuan dari *live streaming* adalah untuk memperkenalkan produk unggulan dan mempromosikan nama toko atau merek kita. Dengan demikian, kita berharap bahwa pengunjung akan menjadi trafik yang masuk secara otomatis ke toko *online* kita. Trafik toko *online* ini mengindikasikan bahwa pengunjung secara aktif mencari dan mengunjungi toko kita. Untuk mencapai tujuan ini, praktik *live streaming* perlu dilakukan sesering mungkin agar merek atau toko kita semakin dikenal oleh banyak orang.⁹² Menurut penelitian oleh Netrawati dkk, terdapat tiga aspek yang dapat digunakan sebagai indikator untuk mengevaluasi live streaming, yaitu: penilaian terhadap mutu produk, tingkat kredibilitas dari pembawa acara, penawaran potongan harga.⁹³

B. Penelitian Terdahulu

Berikut ini adalah beberapa penelitian terdahulu yang digunakan sebagai acuan, rujukan, dan bahan perbandingan antara persamaan dan perbedaan yang relevan dengan penelitian ini antara lain sebagai berikut :

⁹¹ Iswantoro Afiful Huda, “Keterjangkauan Teknologi Informasi Terhadap Minat Pembelian Yang Dimediasi Oleh Live Streaming Shopping” (2021), http://eprints.ums.ac.id/98365/16/np_iswantoro_%28Mnj%29_r.pdf.

⁹² Ana Ramadhayanti, “Penggunaan Fitur Live Streaming Sebagai Marketing Communication Dan Leadcustomer Terhadap Peningkatan Penjualan,” *Jurnal Manajemen Dewantara* 7, no. 1 (2023): 119.

⁹³ Rizky Dermawan dan Sri Rahmayanti, “Pengaruh Live Streaming, Content Marketing, Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada TikTok Shop Di Surabaya,” *Seiko: Journal of Management & Business* 6, no. 1 (2023): 339.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Tahun	Judul	Hasil Penelitian
1.	Maudy Vena Meylinda Kusnadi (2017)	Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Minat Beli Melalui Sistem Online Shop (Studi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Alaudin Makassar)	Pandangan ekonomi Islam tentang Minat Beli di Online Shop adalah bahwa berbisnis melalui platform online diperbolehkan selama tindakan tersebut tidak melibatkan unsur kezaliman, produk yang dijual tidak cacat, tidak ada unsur riba, dan tidak ada penipuan. Menurut beberapa sumber informasi atau mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN alaudin yang telah diwawancarai, berbelanja di Online Shop dianggap sah selama produk yang dibeli jelas, tidak mengandung unsur riba atau gharar, dan adanya kesepakatan yang saling disetujui antara pembeli dan penjual. ⁹⁴
Persamaan: Kedua penelitian sama-sama membahas mengenai pandangan ekonomi islam dalam transaksi melalui <i>e-commerce</i>. Perbedaan : penelitian terdahulu tidak membahas dampak dan fitur dari <i>e-commerce</i> yaitu live streaming.			
2.	Umrah Yani Umar (2021)	Analisis Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Penerapan <i>Khiyar Aib</i> Dan <i>Khiyar Syarat</i> Jual Beli Pakaian Via Live Facebook Di Kota Parepare.	Transaksi jual beli secara langsung melalui aplikasi Facebook adalah diperbolehkan (<i>mubah</i>) dalam Islam, dengan syarat-syarat bahwa transaksi tersebut memberikan manfaat (<i>maslahat</i>) dan menghindari kerugian (<i>mudharat</i>). Selain itu, transaksi ini harus dilakukan dengan persetujuan

⁹⁴ Maudy Vena Meylinda Kusnadi, “Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Minat Beli Melalui Sistem Online Shop (Studi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Alaudin Makassar)” (2017).

No	Nama dan Tahun	Judul	Hasil Penelitian
			kedua belah pihak. Jika salah satu pihak tidak puas karena adanya kesalahan produksi barang, maka prinsip <i>khiyar</i> (opsi untuk mengembalikan barang) berlaku. ⁹⁵
	Persamaan : Kedua penelitian ini membahas analisis ekonomi islam pada sandang melalui live streaming dengan perspektif ekonomi islam. Perbedaan: Objek penelitian terdahulu membahas penerapan khiyar sedangkan penelitian ini dampak dari transaksi menurut perspektif ekonomi islam.		
3.	Khaerina Azizah (2022)	Jual Beli Online Dengan Live Streaming Perspektif Hukum Positif Dan Maqashid Syariah	Penjualan dan pembelian online melalui live streaming dapat digolongkan ke dalam sektor e-commerce. Terkait dengan permasalahan pembatalan sepihak atau tindakan penipuan dalam transaksi jual beli live streaming, hal ini merupakan tindakan yang tidak baik yang dilakukan oleh konsumen. Itikad baik adalah prinsip yang harus dipegang oleh semua pihak dalam transaksi jual beli, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang. Dalam konteks maqashid syariah, jual beli live streaming diizinkan jika tidak melanggar prinsip syariah. Namun, tindakan pembatalan sepihak atau penipuan dalam transaksi jual beli live streaming yang mengakibatkan kerugian bagi pelaku usaha dapat dianggap melanggar dua unsur maqashid syariah, yaitu

⁹⁵ Umrah Yani Umar, “Analisis Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Penerapan Khiyar Aib Dan Khiyar Syarat Jual Beli Pakaian Via Live Facebook Di Kota Parepare.” (2021).

No	Nama dan Tahun	Judul	Hasil Penelitian
			menjaga agama (hifdz din) dan menjaga harta (hifdz mal). ⁹⁶
	Persamaan : Kedua penelitian ini sama-sama dalam konteks perspektif ekonomi syariah. Perbedaan: Penelitian sebelumnya memiliki fokus pada hukum sedangkan penelitian ini berfokus pada dampak.		
4.	Jumriani (2022)	Etika Komunikasi Pemasaran (<i>Live Streaming Shopping</i>) Di Media Sosial Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah	hakikat etika komunikasi pemasaran adalah etika atau aturan tentang benar salahnya tindakan komunikasi dalam memasarkan produk di media sosial baik komunikasi verbal maupun non-verbal. ⁹⁷
	Persamaan: Kedua kajian ini membahas dari segi penjualan atau pelaku usaha. Perbedaan: Kajian sebelumnya membahas transaksi <i>e-commerce</i> dalam perspektif etika komunikasi. Sedangkan penelitian ini bertujuan untuk menganalisis mengenai dampak dalam transaksi live streaming.		
5.	Laela Saadah (2018)	Analisis jual beli <i>online</i> ditinjau dari perspektif ekonomi islam (studi kasus basis svhent cirebon).	Penjualan dan pembelian melalui platform online diizinkan karena memiliki konteks dan metode yang serupa dengan transaksi jual beli salam. Transaksi di svhent mencakup proses pemesanan, pembayaran, dan pengiriman. Konsekuensi dari jual beli di platform svhent setelah mengadopsi sistem online membuat pelaksanaan transaksi menjadi lebih mudah, dengan pemasar hanya perlu mengunggah gambar

⁹⁶ khaerina Azizah, “Jual Beli Online Dengan Live Streaming Perspektif Hukum Positif Dan Maqashid Syariah (Studi Kasus Online Shop Felixstorebdg)” (2022).

⁹⁷ Jumriani, “ETIKA KOMUNIKASI PEMASARAN (LIVE STREAMING SHOPPING) DI MEDIA SOSIAL DALAM PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH,” *Al-Amwal: Journal of Islamic Economic Law* 7, no. 1 (2022).

No	Nama dan Tahun	Judul	Hasil Penelitian
			produk. Melalui pemasaran online, produk tersebut dapat mencapai berbagai wilayah, dan kegiatan jual beli dapat dilakukan dari rumah tanpa memerlukan waktu yang lama. Pendapatan dari bisnis online juga telah mengalami peningkatan seiring waktu.. ⁹⁸
	Persamaan: Kedua penelitian tersebut membahas transaksi e-commerce ditinjau dari ekonomi islam. Perbedaan: penelitian sebelumnya tidak spesifik hanya dituliskan jual beli, sedangkan penelitian ini memiliki fokus pada transaksi live streaming.		

C. Kerangka Berpikir

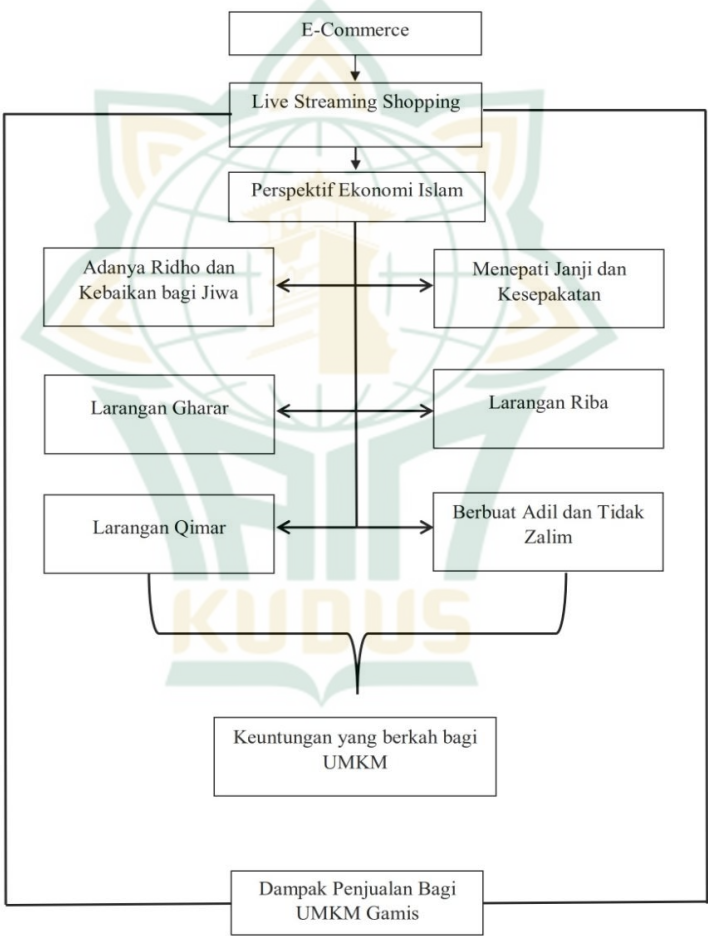
Di era modernisasi saat ini, mahasiswa cenderung lebih tertarik pada hal-hal yang cepat dan efisien karena kemajuan teknologi yang semakin pesat. Berkembangnya teknologi berbisnis saat ini sangat memudahkan para penjual untuk menjual barang dagangannya melalui *e-commerce*. Berkembangnya platform *e-commerce* saat ini telah membawa perubahan dengan adanya fitur *live streaming*. dengan adanya fitur *live streaming* ini penjual dapat berkomunikasi dengan konsumen secara *real time*. Fungsi dari *live streaming* yakni adalah untuk meningkatkan penjualan, meningkatkan eksposur toko, serta memperkuat citra merek dari barang yang di jual oleh sang penjual.

Namun, disamping memberikan kemudahan *e-commerce* juga memberikan dampak negatif. Sistem transaksi yang tidak melibatkan pertemuan langsung antara penjual dan pembeli dapat menghasilkan persepsi risiko yang berbeda pada setiap individu. Selain itu, ketidaksesuaian antara gambaran produk dengan barang yang diterima kadang-kadang dapat menyebabkan ketidakpuasan bagi pembeli. Karena sedikitnya perusahaan *e-commerce* yang menyatakan bahwa sistem yang mereka sediakan selalu mematuhi prinsip-prinsip ekonomi islam, maka risiko-risiko yang terkait

⁹⁸ Laela Saadah, “Analisis Jual Beli Online Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Basis Svhent Cirebon).” (Skripsi, IAI Bunga Bangsa Cirebon, 2018).

dengan *e-commerce* tidak dapat diabaikan, termasuk risiko terjadinya kecurangan dalam transaksi.

Dalam penelitian ini, kerangka berpikir merupakan alur berpikir yang digunakan. Kerangka berpikir ini disusun secara menyeluruh dan sistematis setelah memperoleh dasar teori yang mendukung pelaksanaan penelitian. Tujuannya adalah untuk memberikan arah yang tepat kepada penelitian, sehingga sesuai dengan permasalahan dan tujuan yang telah ditetapkan. Berikut adalah gambaran tentang bagaimana kerangka berpikir dalam penelitian ini disusun:



Gambar 2.1
Kerangka Berpikir

Keterangan:

Dari kerangka berpikir tersebut, menunjukkan bahwa *e-commerce* memberikan fitur yang sedang trend pada saat ini yaitu *live streaming shopping*. Dengan adanya fitur live streaming dapat memberi dampak yang cukup signifikan bagi penjualan UMKM gamis. Dalam menjalankan bisnis online atau *e-commerce* para pelaku bisnis dituntut supaya memenuhi kriteria dalam jual beli menurut perspektif ekonomi islam. Adapun hal yang harus dilaksanakan dari jual beli bagi seorang muslim yakni adanya ridho dan kebaikan bagi individu, harus menepati janji, menghindari gharar, menghindari riba, menghindari qimar, dan berbuat adil serta tidak zalim. Dengan adanya sikap tersebut para penjual diharapkan mendapatkan keuntungan yang berkah bagi usahanya

