

PERAN IJTIHAD DALAM KEMAJUAN TEKNOLOGI : STUDI KASUS APLIKASI E-COMMERCE

Ria Safaria¹

¹Institut Agama Islam Negeri Pontianak

Email : riasafa3105@gmail.com

Abstrak

Peran ijtihad dalam menjawab tantangan serta permasalahan-permasalahan di era kontemporer saat ini sangat dibutuhkan untuk perkembangan hukum islam. Seiringnya perkembangan teknologi, kegiatan transaksi maupun kegiatan jual beli menjadi lebih fleksibel dan mudah diakses. Melalui ijtihad hukum-hukum ekonomi islam dapat terealisasi dan relevan terhadap kegiatan-kegiatan transaksi seperti dalam aplikasi *e-commerce*. Munculnya aplikasi *e-commerce* disebabkan oleh perkembangan teknologi yang pesat. Adanya aplikasi ini memberikan kemudahan bagi konsumen dan masyarakat yang memiliki usaha dan bertujuan mengembangkan usaha mereka. Pada masyarakat muslim, hukum-hukum ekonomi islam sangat diperlukan untuk mempermudah jalannya transaksi jual beli, agar terhindar dari riba, gharar serta penipuan. Metode ijtihad memberikan kemudahan dan peran para mujtahid juga sangat penting dalam memberikan pandangan hukum terutama pada kegiatan jual beli seperti pada aplikasi *e-commerce*. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan studi literatur. Studi literatur ini dapat diperoleh dari buku, jurnal terdahulu maupun artikel yang tersedia.

Kata Kunci: Peran Ijtihad, Teknologi, *E-Commerce*

Abstract

The role of ijtihad in addressing challenges and issues in the contemporary era is crucial for the development of Islamic law. With the advancement of technology, transactions and buying and selling activities have become more flexible and accessible. Through ijtihad, Islamic economic laws can be realized and made relevant to transactional activities, such as those in e-commerce applications. The emergence of e-commerce applications is driven by rapid technological development. These applications provide convenience for consumers and businesses seeking to expand their operations. In Muslim communities, Islamic economic laws are essential to streamline transactions and avoid usury, gharar, and fraud. The ijtihad method provides convenience, and the role of mujtahids is also crucial in providing legal opinions, especially on buying and selling activities, such as those in e-commerce applications. The research method used in this study is a literature review. This literature review can be obtained from books, previous journals, and available articles.

Keywords: Role of Ijtihad, Technology, *E-Commerce*.

PENDAHULUAN

Maraknya jual beli online menjadi salah satu kegiatan yang sering terjadi dan menjadi kebiasaan bagi masyarakat seiringnya kemajuan teknologi. Teknologi sebagai media untuk mempromosikan produk maupun sebagai perantara antara pembeli dan penjual. Jual beli online juga sudah dianggap sebagai alternatif dan memudahkan bagi masyarakat yang ada di daerah tersebut maupun masyarakat di luar daerah untuk memesan barang yang diinginkan. Efisiensi dalam berbelanja dan banyaknya pilihan merupakan faktor pendukung munculnya jual beli online. Hanya dalam satu klik pada gawai masing-masing dapat memperoleh kepuasan tersendiri dan keuntungan bagi produsen barang maupun aplikasi *e-commerce* itu sendiri. Hal tersebut dapat memengaruhi perekonomian dan meningkatkan taraf hidup masyarakat.

Teknologi merupakan alat penghubung untuk berkomunikasi, berinteraksi dan menjadi sarana dalam pengembangan produk maupun peningkatan perekonomian. Selain itu, era digital juga menghadirkan tantangan dalam menjaga keaslian dan otentisitas sumber-sumber hukum Islam. Informasi yang sudah beredar di dunia maya biasanya

harus diverifikasi terlebih dahulu atas kebenarannya, sehingga diperlukan kehati-hatian dalam mengambil rujukan dari internet. Pada aplikasi *e-commerce*, teknologi sangat penting penggunaannya dan pengembangannya agar produk yang dihasilkan dapat menarik konsumen dan mendapatkan keuntungan dari penilaian produk yang diterima oleh pembeli. Kemajuan teknologi dapat berdampak positif maupun negatif terhadap perkembangan perekonomian digital seperti pada aplikasi *e-commerce*. Dampak positif nya teknologi yang maju dapat memperluas pasar maupun target pasar dan dapat mengembangkan usaha tersebut, serta mempermudah dalam memperoleh barang yang diinginkan. Namun, dampak negatif nya teknologi yang semakin maju dapat menimbulkan kriminalitas dalam dunia digital seperti, penipuan, pencurian data, serta peretasan. Maka dari itu, teknologi dalam prinsip syariah dapat digunakan sebagai sarana maupun media dakwah yang bertujuan untuk kemaslahatan umat dan digunakan sesuai prinsip-prinsip syariah dan tidak menentang hukum-hukum syariah yang berlaku.

Salah satu metode hukum islam yang dapat diterapkan yaitu, metode ijtihad.

Ijtihad merupakan metode hukum islam yang dapat digunakan pada masa kontemporer saat ini, yang bertujuan untuk memberikan pedoman hukum yang berlaku sesuai prinsip syariah dan kemajuan teknologi. Ijtihad dihasilkan dari kesepakatan para mujtahid yang sudah kompeten dalam bidang hukum islam maupun yang menguasai hadist-hadist serta landasan utama seperti makna ayat suci Al-Qur'an dan penafsirannya. Ijtihad juga menjadi salah satu hukum islam yang fleksibel dan dapat digunakan pada masa kontemporer saat ini.

Ijtihad yang berkembang menjadi fatwa dapat menentukan hukum yang relevan dengan kehidupan manusia yang terus berubah. Sebagai metode penggalan hukum yang logis dan rasional, ijtihad selalu didasarkan pada penelitian atau eksperimen terhadap hukum-hukum yang berlaku di masyarakat (**Zainal Abidin, 2020**). Oleh karena itu ijtihad pada akad-akad kontemporer saat ini adalah fenomena permasalahan terbaru yang timbul dan ditemukan ketika telah selesainya diturunkannya Al-Quran dan hadis serta telah wafatnya Rasulullah SAW. yang pada saat itu belum terdapat sebuah hukum yang mengatur permasalahan tersebut dengan pasti, atau masalah tersebut belum

ditemukan kala itu. Sehingga dalam menemukan sumber hukum memerlukan ijtihad dan kesepakatan para ulama mujtahid dalam menjawab permasalahan tersebut dengan mengacu pada sumber hukum Islam yang utama yaitu Al-Quran, hadist, ijma' dan qiyas (**Mizar Aulia, 2023**).

Electronic commerce atau yang biasa disebut e-commerce merupakan suatu sistem perdagangan yang memanfaatkan media elektronik, terutama internet, sebagai sarana utama untuk melakukan transaksi bisnis. Dalam praktiknya, e-commerce memungkinkan individu, perusahaan, dan organisasi untuk membeli dan menjual barang atau jasa tanpa adanya interaksi fisik antara penjual dan pembeli. Model ini menjadi solusi modern yang mampu menjangkau konsumen lebih luas tanpa batasan geografis dan waktu. E-commerce telah mengubah paradigma perdagangan tradisional yang sebelumnya mengandalkan pertemuan langsung, toko fisik, serta proses transaksi manual. Dengan e-commerce, semua proses seperti pencarian produk, pemesanan, pembayaran, hingga pengiriman dapat dilakukan secara digital dan otomatis. Hal ini tidak hanya meningkatkan efisiensi, tetapi juga membuka peluang bagi pelaku

usaha kecil untuk bersaing di pasar yang lebih besar.

Peran ijtihad dan para mujtahid memberikan kemudahan bagi masyarakat pada masa kontemporer dan permasalahan yang sering terjadi dengan kemajuan teknologi yang sesuai dengan prinsip syariah serta berlandaskan Al-Qur'an dan hadist. Terutama pada permasalahan kegiatan perekonomian seperti jual beli online melalui aplikasi *e-commerce*. Makadari itu, dengan penulisan pendahuluan di atas, penulis tertarik untuk meneliti mengenai **“Peran Ijtihad dalam Kemajuan Teknologi: Studi Kasus Aplikasi E-Commerce”**.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian studi literatur. Menurut M. Iqbal Hakim (2013) dalam **Afifah Ansori dan Martoyo (2024)**, Studi literatur yaitu penelitian yang dilakukan dengan menggunakan literatur (kepuustakaan) baik berupa buku, catatan, maupun laporan hasil penelitian yang terdahulu. Studi literatur bertujuan untuk mencari sumber-sumber teori yang relevan yang dijadikan sebagai rujukan dalam sebuah penelitian. Pada penelitian ini, penulis berharap penelitian ini dapat menjadi sumber ataupun referensi

dan perbandingan antar penelitian sebelumnya, juga dapat lebih diperluas teori nya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pengertian Ijtihad

Kata ijtihad berasal dari kata berbahasa Arab “دَّهَج” yang berarti “pencurahan segala kemampuan untuk memperoleh sesuatu dari berbagai urusan”. Ringkasnya, ijtihad berarti “sungguh-sungguh” atau “bekerja keras dan gigih untuk mendapatkan sesuatu”. Sedangkan secara teknis menurut Abdullahi Ahmed An Na'im ijtihad berarti penggunaan penalaran hukum secara independen untuk memberikan jawaban atas sesuatu masalah ketika al-Qur'an dan al-Sunnah diam tidak memberi jawaban. Lebih jauh ia mengatakan bahwa ijtihad telah menuntun para perintis hukum pada kesimpulan dimana konsensus masyarakat atau para ulama atas suatu masalah harus dijadikan sebagai salah satu sumber syari'ah. Dan al-Qur'an dan Sunnah itu yang mendukung dan mendasari ijtihad sebagai sumber syari'ah (**Bunga Aulia Humairoh, Laila Alvia Farikha dkk, 2023**).

Ijtihad juga dapat relevan dengan permasalahan-permasalahan kontemporer yang terjadi saat ini. Perkembangan zaman

yang semakin maju menjadi tantangan tersendiri bagi sebagian ulama maupun masyarakat yang sangat membutuhkan landasan hukum atas suatu kejadian maupun kegiatan jual beli, penggunaan aplikasi *e-commerce* dan masih banyak lainnya. Para mujtahid yang terpilih juga harus kompeten di setiap bidang ilmu terutama ilmu hukum islam dan menguasai makna serta tafsir dari ayat suci Al-Qur'an dan menguasai hadist.

Hukum ijtihad bagi mujtahid yang bersangkutan maupun bagi mujtahid lainnya pada hakikatnya belum dapat dipastikan bahwa hukum itu adalah hukum syara'. Hukum ijtihad menjadi hukum syara' hanya menurut anggapan atau dugaan mujtahid yang bersangkutan. Karena itu ulama ushul menegaskan bahwa mujtahid tidak membuat hukum dari dia sendiri sekalipun ia menggunakan metode ijtihad dengan ra'yu. Sebab ia sebenarnya hanya menggali untuk menemukan hukum syara' menurut dugaannya, dengan cara memperhatikan petunjuk-petunjuk dan isyarat-isyarat yang telah diberikan oleh syara' (Allah dan Rasul-Nya) guna memperoleh hukum syara' itu sendiri. Demikian pula hukum ijtihad mengikat dan menjadi hujjah bagi orang-orang yang meminta fatwa kepada mujtahid tentang

suatu masalah, sebab mazhab orang yang meminta fatwa tersebut mengikat mazhab muftinya. Karena itu ia harus mengikuti pendapat muftinya menurut ulama ushul fiqh (Usman Jafar, 2019).

B. Perkembangan E-Commerce dalam Hukum Islam

Electronic commerce atau yang biasa disebut *e-commerce* merupakan suatu sistem perdagangan yang memanfaatkan media elektronik, terutama internet, sebagai sarana utama untuk melakukan transaksi bisnis. Dalam praktiknya, *e-commerce* memungkinkan individu, perusahaan, dan organisasi untuk membeli dan menjual barang atau jasa tanpa adanya interaksi fisik antara penjual dan pembeli. Model ini menjadi solusi modern yang mampu menjangkau konsumen lebih luas tanpa batasan geografis dan waktu. *E-commerce* telah mengubah paradigma perdagangan tradisional yang sebelumnya mengandalkan pertemuan langsung, toko fisik, serta proses transaksi manual. Dengan *e-commerce*, semua proses seperti pencarian produk, pemesanan, pembayaran, hingga pengiriman dapat dilakukan secara digital dan otomatis. Hal ini tidak hanya meningkatkan efisiensi, tetapi juga membuka peluang bagi pelaku

usaha kecil untuk bersaing di pasar yang lebih besar.

Ketersediaan platform seperti marketplace, media sosial, dan website pribadi menjadi faktor pendorong pertumbuhan pesat sektor ini. Selain sebagai sarana jual beli, e-commerce juga mencakup berbagai aspek dalam rantai pasokan dan manajemen bisnis. Kegiatan seperti pengelolaan inventori, sistem pembayaran elektronik, layanan pelanggan, pemasaran digital, serta analisis perilaku konsumen menjadi bagian integral dalam operasional e-commerce. Oleh karena itu, e-commerce tidak hanya dianggap sebagai alat transaksi, tetapi juga sebagai ekosistem bisnis digital yang terintegrasi dan dinamis **(Muh Ikhsan, Nasrullah bin Sapa dan Abdul Syatar, 2025)**. Kegiatan e-commerce merupakan akad jual beli salam dan Istisna, transaksi jual beli merupakan sebuah transaksi dengan kegiatan pembayaran di awal atau di muka, pun halnya dengan e-commerce yang pada saat transaksi, pembeli melaksanakan sebuah hak khiyar atau pilihannya pada objek benda yang dibutuhkan sesuai pada kebutuhan dan juga keinginan si pembeli **(Qanitah An Nabila A'yun, Nafisah Maulidia Chusma, dkk, 2021)**.

Seiring perkembangan zaman dan kemajuan teknologi yang semakin pesat dapat dijadikan sebagai peluang, pengembangan pasar, kemajuan negara, serta dapat memberikan manfaat bagi masyarakat. Seperti halnya UMKM atau usaha perdagangan lainnya dapat meraup pendapatan yang lebih besar ketika toko mereka memberikan pelayanan pesanan melalui aplikasi *e-commerce* yang dapat menjangkau luas konsumen serta wilayah pemesanannya. Namun, tetap berhati-hati dalam melakukan transaksi ataupun membagikan data pribadi, karena semakin mudah dijangkau juga semakin maraknya penipuan.

Transaksi perdagangan melalui sistem elektronik, pada prinsipnya dalam Islam diperbolehkan sepanjang tidak mengandung beberapa unsur berikut:

- a. Riba, yaitu penetapan bunga atau melebihi jumlah pengembalian yang tidak sesuai dengan harga pokoknya;
- b. Gharar, yaitu situasi dengan penuh ketidakpastian yang terjadi pada pihak-pihak yang bertransaksi. Ketidakpastian ini menyangkut kualitas, kuantitas, harga, maupun waktu terjadinya transaksi;

- c. Penipuan, yaitu suatu situasi dimana salah satu pihak ikut dalam suatu perjanjian dengan harapan memperoleh keuntungan, namun kenyataannya malah sebaliknya;
- d. Paksaan, yaitu suatu tindakan yang tidak menyenangkan untuk suatu hal yang tidak disetujui oleh orang tersebut;
- e. Maisir, yaitu kegiatan bertaruh (baik uang maupun barang) atau secara harfiah dijelaskan bahwa maisir ialah memperoleh sesuatu atau keuntungan dengan sangat mudah tanpa bekerja keras
- f. Haram, yaitu segala sesuatu yang dilarang, baik itu berupa aktivitas maupun barang tidak diperbolehkan dilakukan transaksi dalam Islam **(Wilda Sri Wahyuni, Andi Tenripadang dan Basyirah Mustarin, 2022)**.

Di dalam e-commerce, terdapat berbagai jenis transaksi yang terjadi antara penjual dan pembeli melalui platform perdagangan elektronik. Berikut adalah beberapa jenis transaksi yang umum terjadi dalam e-commerce:

- 1) Pembelian Langsung (Straight Purchase), Transaksi paling umum di e-commerce, di mana konsumen

membeli produk langsung dari toko online dengan harga yang ditentukan;

- 2) Lelang Online (Online Auctions), konsumen dapat memenangkan produk melalui proses lelang online dengan menawarkan harga tertinggi dalam periode waktu tertentu;
- 3) Layanan Berlangganan (Subscription Services), konsumen membayar biaya bulanan atau tahunan untuk mendapatkan akses ke produk atau layanan secara terus-menerus;
- 4) Penjualan Tanpa Menyimpan Stok (Dropshipping), penjual online menjual produk tanpa harus menyimpan stok, dengan mengirimkan pesanan langsung dari pemasok ke pelanggan; dan
- 5) Pemasaran melalui Afiliasi (Affiliate Marketing), penjual memberikan komisi kepada afiliasi atas penjualan yang dihasilkan dari promosi produk mereka **(Abdul Kholik Khaerullah dan Syifa Rohmaniatul Hidayah, 2023)**.

Dalam praktiknya, e-commerce merupakan bentuk modern dari akad jual beli (al-bay'), di mana proses transaksi dilakukan tidak secara langsung (tatap muka), tetapi melalui sarana elektronik seperti website, aplikasi, maupun media

sosial. Dalam hukum Islam, hal ini tidak serta merta menjadikan transaksi tersebut tidak sah. Islam memandang bahwa media hanyalah alat (wasilah), sementara keabsahan transaksi ditentukan oleh terpenuhinya syarat dan rukun jual beli menurut syariah, yaitu:

- 1) Penjual dan pembeli yang berakal, baligh, dan bertindak atas dasar kehendak bebas.
- 2) Barang atau jasa yang memiliki nilai manfaat, halal, jelas spesifikasinya, dan dapat diserahkan.
- 3) Harga (tsaman) yang jelas dan disepakati.
- 4) Ijab dan qabul sebagai bentuk kesepakatan yang menunjukkan terjadinya akad.

Dalam konteks kekinian, Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) telah merespons perkembangan teknologi informasi dengan mengeluarkan fatwa-fatwa terkait transaksi elektronik. Misalnya, Fatwa DSN-MUI No. 112/DSN-MUI/IX/2017 tentang “Akad dalam Transaksi Komersial Berbasis Elektronik” menyatakan bahwa transaksi elektronik dibolehkan selama memenuhi rukun dan syarat akad sesuai dengan ketentuan syariah, serta tidak mengandung unsur yang diharamkan seperti gharar, riba,

maupun maysir. DSN-MUI juga mengatur bentuk pembayaran yang lazim digunakan dalam e-commerce, seperti uang elektronik dan kartu pembayaran, melalui fatwa No. 116/DSN-MUI/IX/2017 dan No. 117/DSN MUI/IX/2017. Dengan demikian, hukum ekonomi syariah telah membuka ruang yang luas bagi pelaksanaan e-commerce selama tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip dasar syariah. Dengan demikian, hukum e-commerce dalam perspektif hukum ekonomi syariah adalah mubah (boleh) selama terpenuhi prinsip-prinsip dasar transaksi syariah: kejelasan, kejujuran, kesepakatan, dan bebas dari unsur-unsur yang diharamkan. Keberadaan fatwa DSN-MUI turut memperkuat legalitas syariah terhadap aktivitas perdagangan digital ini, dan memberikan pedoman bagi pelaku usaha Muslim untuk menjalankan bisnis online secara halal dan berkah ((Muh Ikhsan, Nasrullah bin Sapa dan Abdul Syatar, 2025).

C. Jenis-jenis E-Commerce yang Populer di Indonesia

1. Shopee

Shopee, siapa yang tidak mengenal aplikasi e-commerce ini, yang penjualannya sangatlah banyak dari berbagai negara non-Muslim hingga negara Muslim, yang memiliki beberapa

komponen meliputi penjual, pembeli juga penyedia objek dagangan yang menerapkan sarana etika bisnis islam untuk kemaslahatan. Dalam aplikasi shopee ini transaksinya tidak selalu aman, meskipun keamanan telah dicek sedemikian rupa. Dan shopee ini mempunyai banyak peminat tertinggi hingga pada tahun 2021 ini. Dengan adanya aplikasi ini dapat memudahkan para customer untuk membeli apa yang dibutuhkan, dan pembayaran dapat dilakukan melalui transaksi antar bank, via indomaret maupun alfamart dan juga bisa melakukan pembayaran melalui shopee pay dan sistem COD (**Siska Risdianti, Sandy Rizki Febriadi 2019**).

2. Tokopedia

Tokopedia merupakan salah satu E-commerce yang mempunyai total peminat tertinggi pada sebuah data triwulan III di negara Indonesia di tahun 2018, strategi pada promosi yang dilaksanakan platform tokopedia ini memberikan sebuah hal dan iklan yang membuat customer tertarik, melalui sebuah promosi bahkan gratis ongkir dan juga iklan lainnya. Dengan mendapatkan sebuah barang yang tetap memiliki kualitas bagus, dan tokopedia ini ingin menjalin sebuah kepercayaan bagi para peminatnya untuk mengukur bahwa

platform tokopedia ini termasuk dalam e-commerce yang terpercaya dan akurat, namun pada sudut lainnya mereka hadir guna mewujudkan sebuah pemerataan aspek ekonomi pada negara Indonesia (**Fitri Noer Janah, Ghina Wahyuningsih 2019**).

3. Lazada

Platform lazada merupakan sebuah e-commerce yang banyak diminati oleh masyarakat Indonesia pada platform ini menyediakan jasa jual beli retail, lazada ini juga sangat lumayan baik dalam peringkat pertumbuhannya namun perusahaan ini berusaha agar tetap bisa menyediakan fasilitas kemudahan untuk customer. Dan lebih mudah untuk memilih jenis objek dari kategori apapun dari elektronik, dekorasi, fashion, objek kesehatan juga kecantikan dengan mudah mengakses nya dimanapun customer lazada singgah (**Deby Melani, Sandi Rizki Febriadi 2020**).

4. Bukalapak

Bukalapak merupakan sarana jual beli online dengan pemberian jaminan 100% uang kembali kepada customer, pada hasil survey di tahun 2016 bukalapak ada pada posisi 348. Platform e-commerce ini dibentuk untuk jangka waktu panjang dan sangat berharap bahwa bukalapak dapat

memberikan fasilitas kategori produk atau objek benda yang akan dijual beragam, serta pemberian sebuah konten media yang mudah. Bukalapak hadir bukan untuk menikmati hasil sendiri untuk perusahaannya, namun bagaimana mereka mementingkan perkembangan UKM yang tersebar luas di Indonesia, dapat dilihat pada visi misi bukalapak guna motivasi pada karya, karena bukalapak ini maih pada perkembangan untuk menjadi e-commerce tujuan para masyarakat atau customer bukalapak terus menerus akan mengupgrade lebih baik dan bukalapak sendiri sudah mendapat dana kepercayaan dari para inverstor dalam perjalanan bisnisnya (**Diniarti Novi Wulandari, Budi Santoso 2017**).

KESIMPULAN

Ijtihad merupakan metode yang dilakukan oleh para mujtahid yang kompeten di bidang ilmu hukum islam dalam memberikan fatwa atau hukum islam yang berlaku terutama pada kegiatan perekonomian seperti kegiatan jual beli serta penggunaan aplikasi *e-commerce* di kemajuan teknologi seperti saat ini. Fatwa-fatwa mengenai jual beli online dan penggunaan aplikasi *e-commerce* sangat membantu bagi para pelaku UMKM maupun pengusaha-pengusaha. Bukan

hanya dijadikan landasan hukum saja, tetapi dapat juga memberikan keberkahan didalamnya yang mana pada kegiatan jual beli online harus sesuai dengan prinsip syariah dan terhindar dari riba, gharar, maysir dan penipuan.

Perkembangan teknologi yang semakin maju sangat memudahkan dan memperluas pangsa pasar serta jangkauan konsumen yang semakin luas. Teknologi adalah alat maupun media yang digunakan untuk berkomunikasi, promosi, menyajikan berbagai macam fitur dan dapat digunakan untuk sarana pengembangan produk. Selain itu, era digital juga menghadirkan tantangan dalam menjaga keaslian dan otentisitas sumber-sumber hukum Islam. Informasi yang sudah beredar di dunia maya biasanya harus diverifikasi terlebih dahulu atas kebenarannya, sehingga diperlukan kehati-hatian dalam mengambil rujukan dari internet. Pada aplikasi *e-commerce*, teknologi sangat penting penggunaannya dan pengembangannya agar produk yang dihasilkan dapat menarik konsumen dan mendapatkan keuntungan dari penilaian produk yang diterima oleh pembeli.

Dalam praktiknya, *e-commerce* memungkinkan individu, perusahaan, dan organisasi untuk membeli dan menjual

barang atau jasa tanpa adanya interaksi fisik antara penjual dan pembeli. Model ini menjadi solusi modern yang mampu menjangkau konsumen lebih luas tanpa batasan geografis dan waktu. E-commerce telah mengubah paradigma perdagangan tradisional yang sebelumnya mengandalkan pertemuan langsung, toko fisik, serta proses transaksi manual. Dengan e-commerce, semua proses seperti pencarian produk, pemesanan, pembayaran, hingga pengiriman dapat dilakukan secara digital dan otomatis. Hal ini tidak hanya meningkatkan efisiensi, tetapi juga membuka peluang bagi pelaku usaha kecil untuk bersaing di pasar yang lebih besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Zainal. Akad Dalam Transaksi Muamalah Kontemporer. Al-Hikmah. Vol. 3, 2020.
- Ansori, A., & Martoyo. (2024). Mencari Tambahan Ilmu.
- Aulia, Mizar. "Kajian Fikih Kontemporer: Ruang Lingkup Dan Urgensitas Di Era Modernisasi." Jurnal Al-Nadhair <https://doi.org/10.61433/alnadhair.v2i2.36>. 2, no. 2 (2023): 22–34.
- A'yun, Q. A., Chusma, N. M., Aulia Putri, C. N., & Latifah, F. N. (2021). IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM DALAM TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE PADA E-COMMERCE POPULAR DI INDONESIA. *Jurnal Perbankan Syariah Darussalam Vol.1 No.2*.
- D. M., Febriadi, S. R., & Rosyadi Satria H, F. F. (2020). Tinjauan Fikih Muamalah Terhadap Jual Beli Najasy Pada Market Place Lazada.
- Humairoh, B. A., Farikha, L. A., Fazri, M. A., & D. N. (2023). Ijtihad Dalam Hukum Islam. *Sitasi Gemar Menulis Vol. 1 No. 2*.
- Ikhsan, M., Sapa, N. b., & Syatar, A. (2025). Ekonomi Digital dan Hukum Ekonomi Syariah: E-Commerce, Aset Digital dan Implikasi Hukumnya Menurut Hukum Islam. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-ilmu Sosial Vol. 03 No. 1*.
- Janah, F. N., Wahyuningsih, G., & Pusparini, M. D. (2019). Strategi Promosi Tokopedia Dalam Perspektif Hukum Islam. *At-Thulab Jurnal*, 1(1), 85–100.
- Khaerullah, A. K., & Hidayah, S. R. (2023). ANALISIS KONSEP CASHBACK DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE: PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI ISLAM. *Journal of Islamic Law Vol. 4 No.2*.

Siska Risdianti, Sandy Rizki Febriadi,
Muhammad Yunus. (2019). “Tinjauan
Fikih Muamalah Terhadap
Wanprestasi Marketplace Online
Shopee” 5: 494.

U. J. (2019). IJTIHAD DAN
URGENSINYA. *Al Risalah Vol.19
No.2*.

Wahyuni, W. S., Tenripadang, A., &
Mustarin, B. (2022). DAMPAK
PERDAGANGAN SISTEM
ELEKTRONIK DALAM
PERSPEKTIF SIYASAH
SYAR'IYYAH. *Jurnal Ilmiah
Mahasiswa Siyasa Syar'iyah Vol.3
No.2*.

Wulandari, D. N., Santoso, B., & Athar, H.
S. (n.d.). Etika Bisnis E-Commerce
Berdasarkan Maqashid Syariah Pada
Marketplace Bukalapak.com. *JMM:
Master Of Management Journal, 6
(1)*.