

## **Analisis Sistem Transaksi E-Commerce Shopee dan Tokopedia Dalam Perspektif Ekonomi Islam**

**Afifatunnada<sup>1</sup>, Nurul Anwar Firdaus<sup>2</sup>, Opy<sup>3</sup>, Dede Abdurrohman<sup>4</sup>**

<sup>1,2,3,4</sup>Universitas Islam Bunga Bangsa Cirebon

Email : [nadaafifatun@gmail.com](mailto:nadaafifatun@gmail.com)<sup>1</sup>, [nurulanwarfqgaruda25@gmail.com](mailto:nurulanwarfqgaruda25@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[opyyy779@gmail.com](mailto:opyyy779@gmail.com)<sup>3</sup>, [de2cluster@gmail.com](mailto:de2cluster@gmail.com)<sup>4</sup>

Received: 2025-10-23; Accepted: 2025-11-17; Published: 2025-12-30

### **ABSTRAK**

Studi ini bertujuan untuk mengevaluasi mekanisme transaksi di platform e-commerce Shopee dan Tokopedia dari perspektif ekonomi Islam. Metodologi yang diterapkan adalah kualitatif deskriptif, dengan mengumpulkan data melalui wawancara dengan pengguna aktif di kedua platform tersebut. Temuan studi ini menunjukkan bahwa sebagian besar partisipan menganggap sistem transaksi di Shopee dan Tokopedia cukup sederhana, praktis, dan efisien, terutama karena berbagai pilihan pembayaran yang tersedia, seperti pembayaran tunai saat pengiriman, transfer bank, dan dompet elektronik. Selain itu, promosi, pengiriman gratis, dan keragaman produk merupakan faktor utama yang memengaruhi konsumen untuk berbelanja online. Namun, beberapa masalah teridentifikasi, seperti barang yang tidak sesuai dengan deskripsinya, keterlambatan pengiriman, dan penjual yang tidak dapat dipercaya. Masalah-masalah ini terkait dengan unsur gharar dan tadlis, yang dilarang dalam Islam. Dari segi kepatuhan syariah, transaksi di kedua platform tersebut umumnya memenuhi aturan jual beli, seperti kejelasan kontrak, kesepakatan antara penjual dan pembeli, dan perlindungan konsumen melalui mekanisme pengembalian dana dan pengaduan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa sistem e-commerce telah mengakomodasi prinsip-prinsip ekonomi Islam, namun masih perlu perbaikan dalam hal transparansi dan integritas penjual agar semua transaksi benar-benar sesuai dengan aturan bisnis Islam.

**Kata Kunci:** *E-commerce, Shopee, Tokopedia, Transaksi Online, Ekonomi Islam*

## ABSTRACT

This study aims to evaluate the transaction mechanisms in the Shopee and Tokopedia e-commerce platforms from an Islamic economic perspective. The methodology applied is descriptive qualitative, collecting data through interviews with active users on both platforms. The findings of this study indicate that most participants consider the transaction systems on Shopee and Tokopedia to be fairly simple, practical, and efficient, mainly due to the various payment options available, such as cash on delivery, bank transfer, and e-wallet. In addition, promotions, free shipping, and product diversity are the main factors that influence consumers to shop online. However, several problems were identified, such as items not matching their descriptions, late deliveries, and untrustworthy sellers. These problems are related to the elements of *gharar* and *tadlis*, which are prohibited in Islam. In terms of sharia compliance, transactions on both platforms generally meet the rules of buying and selling, such as clarity of contract, agreement between seller and buyer, and consumer protection through refund and complaint mechanisms. The conclusion of this study is that the e-commerce system has accommodated the principles of Islamic economics, but still needs improvement in terms of transparency and seller integrity so that all transactions are truly in accordance with Islamic business rules.

**Keywords:** *E-commerce, Shopee, Tokopedia, Online Transactions, Islamic Economics*

## PENDAHULUAN

Dalam banyak aspek kehidupan manusia, kemajuan dalam teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah interaksi sosial dan ekonomi. Hadirnya media sosial sebagai platform baru untuk transaksi ekonomi dan komunikasi adalah salah satu perubahan yang menonjol. Pada awalnya, media sosial hanya digunakan sebagai jejaring sosial, tetapi sekarang telah berkembang menjadi pasar virtual di mana orang dan perusahaan dapat bertransaksi tanpa batasan waktu atau tempat. Dari berbelanja hingga berbisnis secara online, kemajuan ini pasti memberikan banyak kemudahan dan kemudahan bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari (Altsaury et al. 2024)

Perkembangan yang begitu pesat ini, bagaimanapun, menimbulkan banyak masalah, terutama dalam hal hukum Islam. Segala bentuk interaksi dan transaksi ekonomi yang dilakukan oleh orang Muslim, baik tradisional maupun kontemporer, diatur oleh hukum muamalah Islam. Dalam dunia digital yang semakin kompleks, terutama dengan munculnya transaksi virtual melalui media sosial, pertanyaan tentang keabsahan, etika, dan kepatuhan terhadap hukum menjadi lebih penting (Umar 2024)

Toko online seperti Shopee, Tokopedia, dan TikTok Shop telah menjadi saluran utama untuk aktivitas jual-beli masa kini. Selain memfasilitasi transaksi, platform ini menawarkan strategi pemasaran seperti live shopping, yang dapat memengaruhi

perilaku pembeliannya. Pengguna Shopee dan TikTok membuat keputusan impulsif untuk membeli barang-barang karena alasan seperti ketakutan kehilangan barang (FoMO), pesan kelangkaan, dan diskon harga. Hal ini menunjukkan bagaimana komponen tertentu dalam pemasaran e-commerce dapat melanggar etika ekonomi syariah (Lutviari et al. 2024)

Selain itu, model bisnis toko TikTok dan Shopee, yang bergantung pada interaksi media sosial dan konten promosi yang menarik, dapat menjadi masalah yang rumit dalam hal pelanggaran prinsip ekonomi syariah. Aspek-aspek ini mungkin mendorong sebagian pengguna untuk melakukan pembelian impulsif, yang dapat menyebabkan masalah etika dan moral, terutama dalam hal membelanjakan uang tanpa pertimbangan yang matang. Akibat interaksi e-commerce yang mempengaruhi pola konsumsi masyarakat saat ini, ini menyebabkan perubahan besar dalam persepsi dan kepuasan konsumen. Akibatnya, kisah-kisah yang muncul di platform ini mungkin bukan hanya membantu meningkatkan penjualan, tetapi juga dapat memicu perilaku konsumsi yang tidak etis dalam ekonomi syariah.

Ekonomi syariah mengandalkan ajaran Islam yang menekankan keadilan, transparansi, dan larangan unsur-unsur negatif seperti gharar (ketidakpastian), riba (bunga), dan penipuan. Karena sifat transaksi digital yang seringkali cepat, kompleks, dan tanpa interaksi langsung, penerapan prinsip-prinsip ini menjadi tantangan tersendiri. Oleh karena itu, sangat penting untuk melakukan analisis menyeluruh terhadap praktik penjualan produk di Shopee, toko TikTok yang dimiliki Tokopedia, untuk menemukan kemungkinan pelanggaran ekonomi syariah (Khaw et al. 2023)

Budaya belanja masyarakat di era digital mengalami transformasi yang signifikan. Pemahaman dan penerapan ekonomi syariah dalam e-commerce juga dipengaruhi oleh perubahan ini. Ketika jumlah platform digital yang berkembang pesat menjadi lebih banyak, itu tidak hanya memengaruhi ekonomi makro, tetapi juga menghadirkan tantangan baru bagi konsumen untuk mempertahankan nilai-nilai etis saat melakukan transaksi. Oleh karena itu, diskusi tentang praktik penjualan produk di toko Shopee dan TikTok harus diteliti secara menyeluruh untuk menghindari pelanggaran ekonomisyariah. Ini mencakup evaluasi perilaku konsumen dan aspek pemasaran serta aspek hukum yang terkait dengan transaksi digital. Studi mendatang harus mempelajari lebih lanjut tentang kebutuhan untuk menyediakan lingkungan yang dapat melindungi konsumen di tengah banjir e-commerce saat ini. Selain itu, mereka harus menyarankan kebijakan yang sejalan dengan prinsip ekonomi syariah untuk memberikan jaminan kepada semua pihak yang terlibat. (Firdos, Fajar, and Maulia 2025)

Penelitian sebelumnya lebih banyak berkonsentrasi pada elemen teknologi, kepuasan pelanggan, dan perilaku konsumen dalam e-commerce. Namun, masih sedikit penelitian yang secara khusus mempelajari mekanisme transaksi e-commerce yang didasarkan pada prinsip ekonomi Islam, terutama pada dua platform utama di Indonesia, Shopee dan Tokopedia. Salah satu masalah yang muncul adalah sistem transaksi yang digunakan oleh platform e-commerce Shopee dan Tokopedia saat melakukan jual beli online, serta seberapa sesuai sistem tersebut dengan prinsip ekonomi Islam yang menekankan keadilan, transparansi, dan larangan riba, gharar, dan tadhlis, yang merupakan istilah untuk penipuan. Selain itu, perlu dianalisis bagaimana prinsip etika bisnis Islam diterapkan pada strategi promosi dan pemasaran di kedua platform tersebut. Ini karena berbagai metode promosi, seperti diskon besar-besaran, penjualan flash, dan pembelian langsung, sering mendorong perilaku konsumen.

Sebaliknya, mencari elemen yang mungkin mengganggu prinsip ekonomi syariah dalam transaksi dan taktik pemasaran e-commerce adalah hal yang sangat penting. Oleh karena itu, studi ini berupaya secara menyeluruh untuk menilai bagaimana nilai-nilai dan prinsip ekonomi Islam dapat digabungkan ke dalam transaksi dan kampanye pemasaran di platform e-commerce seperti Shopee dan Tokopedia. Langkah ini diambil untuk menciptakan ekosistem digital yang mencerminkan nilai keadilan (al-'adl), keseimbangan (mīzān), serta tanggung jawab dalam muamalah sehingga e-commerce mampu beroperasi sesuai dengan etika ekonomi syariah. Tujuan analisis dalam penelitian ini meliputi:

1. Mengkaji proses transaksi jual beli secara online di platform e-commerce Shopee dan Tokopedia, termasuk langkah-langkah transaksi, cara pembayaran, dan cara interaksi antara penjual serta pembeli.
2. Menganalisis kesesuaian sistem transaksi di Shopee dan Tokopedia dengan prinsip ekonomi Islam, terutama dalam hal keadilan, keterbukaan, larangan riba, larangan gharar (ketidakjelasan), dan tadhlis (penipuan).
3. Mengidentifikasi penerapan prinsip etika bisnis Islam dalam strategi pemasaran di Shopee dan Tokopedia, seperti penerapan diskon, flash sale, live shopping, serta strategi pemasaran yang memanfaatkan rasa khawatir kehilangan (FoMO).
4. Menemukan aspek-aspek yang dapat melanggar prinsip syariah, baik dalam sistem transaksi maupun taktik pemasaran di kedua platform e-commerce tersebut.
5. Memberikan rekomendasi yang jelas mengenai integrasi nilai-nilai ekonomi Islam ke dalam sistem transaksi dan praktik pemasaran, agar Shopee dan

Tokopedia dapat menciptakan ekosistem e-commerce yang lebih adil, transparan, amanah, dan sesuai dengan ketentuan muamalah syariah.

Perkembangan teknologi digital dan meningkatnya aktivitas jual beli online melalui platform e-commerce seperti Shopee dan Tokopedia telah membawa perubahan besar dalam sistem transaksi ekonomi masyarakat, yang membuat penelitian ini penting untuk dilakukan. Di tengah kemudahan dan efisiensi yang ditawarkan, muncul berbagai masalah terkait keabsahan transaksi, transparansi informasi, dan praktik pemasaran yang dapat melanggar prinsip ekonomi Islam, seperti adanya unsur gharar (ketidakpastian), tadhlis (penipuan), dan kemungkinan riba dalam sistem pembayaran.

Selain itu, penelitian sebelumnya lebih banyak melihat e-commerce dari sudut pandang teknologi, kepuasan pelanggan, atau perilaku konsumen. Namun, penelitian yang secara khusus melihat mekanisme transaksi e-commerce yang didasarkan pada prinsip ekonomi Islam masih sedikit, terutama pada dua platform besar di Indonesia, Shopee dan Tokopedia. Akibatnya, penelitian ini sangat penting untuk mengisi celah kajian ilmiah ini.

Selain itu, penelitian ini sangat penting karena dapat membantu regulator, pelaku e-commerce, dan kelompok Muslim memahami bagaimana transaksi digital dapat dilakukan sesuai dengan prinsip syariah. Hasilnya diharapkan dapat memberikan rekomendasi kebijakan dan etis untuk penerapan sistem transaksi serta strategi pemasaran yang sejalan dengan nilai-nilai keadilan, kejujuran, dan tanggung jawab dalam ekonomi Islam. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya berkontribusi pada kemajuan ilmu ekonomi Islam di dunia digital, tetapi juga berkontribusi pada pembentukan lingkungan e-commerce Indonesia yang adil, jelas, dan sesuai dengan hukum Islam.

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan tujuan utama untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai sistem transaksi e-commerce dalam perspektif ekonomi Islam. Pendekatan kualitatif dipilih karena sifat penelitian ini tidak berorientasi pada pengujian hipotesis atau perhitungan statistik, melainkan berupaya menggali makna, nilai, dan prinsip-prinsip normatif yang terkandung dalam praktik transaksi digital di platform Shopee dan Tokopedia.

Pendekatan deskriptif berfungsi untuk memberikan gambaran empiris secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fenomena transaksi daring, sehingga memungkinkan peneliti menilai kesesuaian antara praktik e-commerce dengan prinsip-prinsip muamalah Islam seperti keadilan (*al-'adl*), kejujuran (*ash-shidq*), transparansi (*al-wudhuh*), serta larangan terhadap riba, gharar, dan *tadlis* (Rahayu et al. 2025). Melalui pendekatan ini, penelitian tidak hanya menguraikan data empiris, tetapi juga menginterpretasikan nilai-nilai etika Islam dalam konteks ekonomi digital modern. Dengan demikian, pendekatan kualitatif deskriptif menjadi relevan untuk memahami relasi antara aspek normatif (ajaran Islam) dan aspek empiris (praktik transaksi digital) secara kontekstual, mendalam, dan reflektif.

### **Objek dan Subjek Penelitian**

**Objek penelitian** ini adalah sistem transaksi yang diterapkan pada platform e-commerce Shopee dan Tokopedia, meliputi seluruh proses jual-beli digital mulai dari pemesanan, pembayaran, pengiriman, pengembalian barang, hingga kebijakan promosi. Pemilihan objek ini didasarkan pada dominasi kedua platform dalam ekosistem perdagangan digital Indonesia, serta relevansinya terhadap kajian ekonomi Islam kontemporer yang menyoroati interaksi antara efisiensi teknologi dan etika bisnis berbasis nilai-nilai syariah.

**Subjek penelitian** adalah pengguna aktif Shopee dan Tokopedia, khususnya mahasiswa Muslim yang sering melakukan transaksi secara daring. Pemilihan subjek dilakukan secara purposif (*purposive sampling*), dengan mempertimbangkan bahwa mahasiswa Muslim merupakan kelompok yang memiliki literasi digital tinggi, tingkat aktivitas transaksi online yang intensif, serta kesadaran religius yang memengaruhi cara mereka memahami praktik ekonomi dalam kerangka nilai-nilai Islam. Pandangan dan pengalaman subjek penelitian diharapkan dapat memberikan perspektif empiris yang merefleksikan penerapan prinsip syariah dalam aktivitas e-commerce sehari-hari.

### **Sumber Data**

Penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data, yaitu data primer dan data sekunder, yang berfungsi saling melengkapi dalam menghasilkan pemahaman yang komprehensif dan valid.

#### **1. Data Primer**

Data primer diperoleh secara langsung melalui hasil wawancara semi-terstruktur dan observasi online terhadap pengguna aktif e-commerce.

- Wawancara semi-terstruktur dilakukan dengan panduan pertanyaan terbuka yang memungkinkan responden memberikan jawaban secara reflektif dan

mendalam. Tujuannya adalah untuk menggali pengalaman, persepsi, serta pandangan mereka mengenai kejelasan akad, kejujuran penjual, transparansi harga, dan keadilan sistem pembayaran pada platform yang digunakan.

- Observasi online dilakukan untuk menelaah secara langsung mekanisme transaksi digital di Shopee dan Tokopedia, termasuk sistem pembayaran, fitur promosi, kebijakan refund, serta interaksi antara penjual dan pembeli. Observasi ini memberikan data empiris tentang sejauh mana praktik transaksi sesuai dengan prinsip-prinsip muamalah Islam.

## **2. Data Sekunder**

Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber tertulis yang kredibel, seperti literatur akademik, jurnal ilmiah, artikel ilmiah, buku teks ekonomi Islam, laporan riset terdahulu, dan dokumen resmi dari Shopee serta Tokopedia. Selain itu, penelitian ini juga mengacu pada fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI), regulasi pemerintah mengenai perdagangan elektronik, dan literatur fiqh muamalah kontemporer. Penggunaan data sekunder ini bertujuan untuk memberikan landasan konseptual, memperkuat validitas temuan lapangan, serta memastikan keterkaitan antara hasil penelitian dan teori ekonomi Islam yang relevan.

## **Teknik Pengumpulan Data**

Proses pengumpulan data dilakukan dengan memanfaatkan beberapa teknik kualitatif utama yang bersifat saling melengkapi, yaitu:

### **1. Wawancara Semi-Terstruktur**

Teknik ini digunakan untuk menggali pandangan, sikap, dan pengalaman pengguna aktif Shopee dan Tokopedia dalam melakukan transaksi online. Model semi-terstruktur memberikan ruang bagi peneliti untuk mengeksplorasi aspek-aspek penting di luar panduan pertanyaan awal, sehingga menghasilkan data yang lebih kaya, kontekstual, dan mendalam.

### **2. Observasi Online**

Observasi dilakukan dengan cara mengamati langsung sistem transaksi dan fitur-fitur pada platform e-commerce, termasuk proses pembelian, metode pembayaran digital, serta kebijakan pengembalian barang. Teknik ini memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman empiris mengenai pola transaksi digital dan potensi ketidaksesuaian dengan prinsip keadilan, kejujuran, dan transparansi menurut perspektif Islam.

### **3. Dokumentasi**

Dokumentasi mencakup pengumpulan data dari berbagai sumber tertulis seperti kebijakan resmi perusahaan, ketentuan layanan, laporan publik, serta informasi yang tersedia di situs resmi Shopee dan Tokopedia. Teknik ini juga mencakup kajian terhadap literatur akademik dan regulasi terkait e-commerce dan ekonomi Islam yang berfungsi sebagai dasar analisis dan pembandingan terhadap data primer.

#### **Teknik Analisis Data**

Analisis data dilakukan dengan menggunakan model interaktif Miles dan Huberman (Huberman and Miles 1994), yang meliputi tiga tahap utama berikut:

##### **1. Reduksi Data (Data Reduction)**

Pada tahap ini, peneliti menyeleksi, memfokuskan, dan menyederhanakan data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Proses reduksi ini dilakukan dengan mengidentifikasi data yang relevan terhadap fokus penelitian, khususnya yang berkaitan dengan nilai-nilai keadilan, transparansi, kejujuran, serta larangan riba, gharar, dan tadlis dalam transaksi digital.

##### **2. Penyajian Data (Data Display)**

Data yang telah direduksi kemudian disusun dalam bentuk narasi deskriptif yang sistematis dan tematik. Penyajian data bertujuan untuk memperlihatkan hubungan antara hasil temuan empiris dengan teori ekonomi Islam, sehingga menghasilkan pemahaman yang utuh dan analisis yang dapat diverifikasi.

##### **3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (Conclusion Drawing/Verification)**

Tahap akhir ini merupakan proses interpretasi terhadap data yang telah disajikan dengan menghubungkannya pada kerangka teori dan prinsip ekonomi Islam. Penarikan kesimpulan dilakukan secara induktif didasarkan pada pola, kategori, dan makna yang muncul dari data lapangan dan diverifikasi secara berulang untuk menjamin validitas serta konsistensi hasil penelitian (Issn 2023).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Tinjauan Pustaka**

#### **1. Konsep E-Commerce**

Konsep e-commerce berasal dari konsep bisnis tradisional, atau bisnis offline, di mana transaksi terjadi secara langsung antara penjual dan pembeli. Menurut Wikipedia, e-commerce adalah sistem informasi yang digunakan untuk melakukan transaksi bisnis secara elektronik. Menurut (Alverson et al. 1999), e-commerce mencakup sekumpulan teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang terus berkembang yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas melalui transaksi

elektronik, dan perdagangan barang, pelayanan, dan informasi dilakukan secara elektronik. Perdagangan elektronik juga mencakup penggunaan jaringan komunikasi dan komputer untuk proses bisnis, perspektif publik tentang bisnis, dan bagaimana transaksi dapat dilakukan secara elektronik. Semakin banyak orang di Indonesia yang menggunakan internet karena akses internet yang lebih mudah dan lebih murah. Perkembangan pendidikan dan teknologi juga membantu meningkatkan jumlah orang yang menggunakan internet di Indonesia. Tidak mengherankan bahwa e-commerce Indonesia telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Ini karena e-commerce tidak hanya membuat perdagangan lebih mudah bagi bisnis, tetapi juga memberikan keuntungan unik bagi konsumen. (Rasyidi, Baihaki, and Shofwan n.d.)

## 2. Prinsip Transaksi Dalam Ekonomi Islam

### a) Prinsip Keadilan (Al-'Adl)

Keadilan merupakan landasan utama dalam setiap bentuk muamalah, termasuk transaksi e-commerce. Dalam konteks digital, prinsip ini menuntut agar semua pihak, baik penjual maupun pembeli memiliki kedudukan yang setara dan tidak ada yang dirugikan. Keadilan dalam e-commerce dapat diwujudkan melalui harga yang wajar, kualitas produk yang sesuai dengan deskripsi, serta pengiriman tepat waktu (Handayani 2024). Allah SWT berfirman:

وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ ۗ وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ  
بِالْقِسْطِ ۚ لَا تُكَلِّفُوا نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا ۚ وَإِذَا قُلْتُمْ فَاعْدِلُوا وَلَوْ كَانَ ذَا قُرْبَىٰ ۗ وَبِعَهْدِ اللَّهِ أَوْفُوا ۗ  
ذَٰلِكُمْ وَصَّيْنَاكُمْ بِهِ ۖ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴿١٥٦﴾

“Janganlah kamu mendekati (menggunakan) harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih bermanfaat, sampai dia mencapai (usia) dewasa. Sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak membebani seseorang melainkan menurut kesanggupannya. Apabila kamu berbicara, lakukanlah secara adil sekalipun dia kerabat(-mu). Penuhilah pula janji Allah. Demikian itu Dia perintahkan kepadamu agar kamu mengambil pelajaran.”(QS. Al-An’am: 152)

Dalam praktiknya, penyelenggara e-commerce juga harus memastikan bahwa sistem algoritma, promosi, dan kebijakan refund atau pengembalian

barang tidak menimbulkan ketimpangan atau diskriminasi terhadap konsumen.

**b) Prinsip Kejujuran (Ash-Shidq)**

Kejujuran menjadi kunci utama dalam menjaga kepercayaan konsumen di dunia digital. Dalam e-commerce, bentuk kejujuran dapat berupa penyampaian informasi produk yang benar, tidak melebih-lebihkan kualitas barang, serta tidak memanipulasi ulasan pelanggan (fake review) (Maulidina 2024). Rasulullah SAW bersabda: “Pedagang yang jujur dan terpercaya akan bersama para nabi, orang-orang yang benar, dan para syuhada.” (HR. Tirmidzi)

Kejujuran juga harus diterapkan oleh pembeli, misalnya dengan tidak membatalkan pesanan secara sepihak setelah penjual mengeluarkan biaya pengiriman atau produksi. Dengan demikian, transaksi digital tetap mencerminkan nilai-nilai moral dan tanggung jawab bersama.

**c) Prinsip Transparansi (Al-Wudhuh)**

Transparansi dalam e-commerce berarti seluruh informasi yang berkaitan dengan transaksi harus disampaikan secara jelas kepada pihak-pihak yang terlibat. Ini mencakup deskripsi produk, harga, biaya pengiriman, garansi, kebijakan pengembalian, serta identitas penjual (Rahman 2024). Ketidakjelasan informasi sering kali menjadi sumber sengketa dalam transaksi online. Oleh sebab itu, platform e-commerce syariah wajib memastikan bahwa data transaksi terekam secara aman dan dapat diakses oleh konsumen sebagai bentuk akad yang sah menurut syariah (Maulidina 2024). Dalam prinsip Islam, akad harus memenuhi unsur ijab dan qabul (kesepakatan), yang dalam e-commerce dapat dilakukan melalui persetujuan digital (digital consent) selama kedua belah pihak memahami dan menerima isi perjanjian dengan jelas.

**d) Prinsip Tolong-Menolong (Ta’awun)**

Prinsip ta’awun atau kerja sama dalam kebaikan juga menjadi ruh utama dalam transaksi e-commerce. Platform digital dapat menjadi sarana untuk memperkuat jaringan ekonomi umat, khususnya dengan memberdayakan pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) melalui model bisnis berbasis syariah. Allah SWT berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْلُوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهُدْيَ وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا آمِينَ الْبَيْتِ  
الْحَرَامِ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَا نُ قَوْمٍ أَن صَدُّوكُمْ  
عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَن تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا  
اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٢٠٠﴾

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syiar-syiar (kesucian) Allah, jangan (melanggar kehormatan) bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) hadyu (hewan-hewan kurban) dan qalā'id (hewan-hewan kurban yang diberi tanda), dan jangan (pula mengganggu) para pengunjung Baitulharam sedangkan mereka mencari karunia dan rida Tuhannya! Apabila kamu telah bertahalul (menyelesaikan ihram), berburulah (jika mau). Janganlah sekali-kali kebencian(-mu) kepada suatu kaum, karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat melampaui batas (kepada mereka). Tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah sangat berat siksaan-Nya.” (QS. Al-Maidah: 2). Penerapan ta'awun dalam e-commerce terlihat pada model bisnis crowdfunding syariah, marketplace halal, atau platform zakat digital, yang membantu perputaran ekonomi umat berdasarkan prinsip keadilan dan solidaritas sosial.

**e) Larangan Gharar (Ketidakjelasan atau Spekulasi)**

Salah satu tantangan utama dalam e-commerce adalah potensi gharar, yaitu ketidakjelasan terhadap barang, harga, atau status kepemilikan. Misalnya, ketika penjual tidak menjelaskan spesifikasi produk dengan rinci, atau menjual barang yang belum dimiliki. Rasulullah SAW bersabda: “Rasulullah melarang jual beli yang mengandung gharar.” (HR. Muslim).

Untuk menghindari gharar, penjual harus memastikan bahwa produk yang ditawarkan benar-benar ada, dapat dikirim, dan sesuai dengan deskripsi yang tertera. Platform e-commerce syariah juga wajib memiliki sistem verifikasi dan jaminan agar transaksi berlangsung dengan kepastian hukum dan etika.

**f) Larangan Riba (Tambahan yang Diharamkan)**

Dalam konteks e-commerce, riba dapat muncul dalam bentuk sistem pembayaran berbasis bunga, seperti penggunaan kartu kredit konvensional atau cicilan berbunga. Oleh karena itu, transaksi yang melibatkan unsur bunga harus diganti dengan mekanisme pembiayaan syariah, seperti akad murabahah (jual beli dengan margin keuntungan tetap) atau ijarah (sewa-menyewa) (Rahmi, Fariza, and Farisi 2024). Allah SWT menegaskan:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

“Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya.” (QS. Al-Baqarah: 275). Selain itu, penyelenggara e-commerce juga perlu bekerja sama dengan lembaga keuangan syariah untuk menyediakan layanan pembayaran yang bebas dari unsur riba dan spekulasi.

#### g) Larangan Penipuan (Tadlis)

Tadlis atau penipuan dalam e-commerce bisa berbentuk manipulasi foto produk, penipuan harga, pengiriman barang palsu, atau pemberian ulasan palsu untuk meningkatkan penjualan (Rahman 2024). Praktik semacam ini dilarang keras dalam Islam karena merusak kepercayaan dan menyalahi prinsip kejujuran. Rasulullah SAW bersabda: “Barang siapa menipu, maka ia bukan termasuk golonganku (HR. Muslim). Oleh sebab itu, platform e-commerce yang berbasis syariah harus menerapkan sistem pengawasan yang ketat, seperti verifikasi identitas penjual, penilaian kredibilitas, serta sanksi terhadap pelanggaran etika bisnis.

## B. Hasil Penelitian

### 1. Kemudahan Sistem Transaksi di Shopee dan Tokopedia

Pertumbuhan platform perdagangan elektronik seperti Shopee dan Tokopedia menawarkan pengalaman bertransaksi yang dinyatakan mudah oleh sebagian besar pengguna. Hal ini tercermin dari tanggapan responden dalam wawancara, di mana mayoritas mengungkapkan bahwa proses pemesanan, pembayaran, hingga verifikasi barang sangat simpel dan cepat. Elemen seperti antarmuka aplikasi yang intuitif, variasi metode pembayaran, serta sistem checkout yang efisien menjadikan e-commerce lebih diminati dibandingkan belanja secara langsung. Kenyamanan ini

sejalan dengan teori perdagangan online yang menyatakan bahwa pengalaman pengguna merupakan faktor krusial dalam keberhasilan e-commerce.

Sebagai dasar hasil analisis, berikut ini adalah tabel singkat wawancara peserta yang menunjukkan pola transaksi serta pandangan mereka terhadap Shopee dan Tokopedia:

**Tabel 1 Ringkasan Hasil Wawancara Responden**

No.	Barang yang Dibeli	Alasan Memilih Online	Metode Pembayaran	Masalah yang dialami	Pandangan Syariah
1	Fashion, Skincare, dan makeup	Murah, praktis	COD, Transfer	Barang tidak sesuai	Melanggar jika ada penipuan
2	Baju, kerudung	Harga murah	COD	Barang tidak sesuai	Sebagian sesuai
3	Kerudung, aksesoris	Murah & cepat	COD	Pengiriman lama, barang rusak	Sesuai jika jujur
4	Baju	Efisien	E - wallet	Tidak ada masalah	Belum tahu
5	Skincare, fashion	Variatif	COD	Barang tidak sesuai	Sesuai
6	Skincare	Murah & simpel	COD	Barang tidak sesuai	Adil karena bisa refund
7	Skincare	Murah	COD	Retur dana	Sesuai
8	Baju	Cepat & murah	COD	Barang tidak sesuai	Sesuai syariat
9	Skincare, baju	Hemat Waktu	E - wallet	Barang tidak sesuai	Sebagian sesuai
10	Skincare, baju	Hemat Waktu	COD	Pengiriman lama	Belum sesuai (kurang)

Data dalam tabel tersebut menunjukkan bahwa kemudahan transaksi yang paling disukai mencakup fleksibilitas waktu, proses checkout yang cepat, dan variasi metode pembayaran terutama COD yang dianggap lebih aman karena pembeli bisa memeriksa barang terlebih dahulu. Dari sudut pandang ekonomi Islam, kenyamanan ini sesuai dengan prinsip al-taysir (kemudahan) yang mendorong aktivitas muamalah

tanpa hambatan yang berat. Dengan demikian, sistem transaksi yang sederhana dalam e-commerce dianggap sesuai dengan syariat selagi tidak melanggar ketentuan jual beli.

## **2. Kelebihan dan Kekurangan Transaksi Menurut Konsumen**

Keuntungan dari bertransaksi melalui platform seperti Shopee dan Tokopedia jelas terlihat dari feedback yang diberikan oleh responden, termasuk harga yang lebih kompetitif, banyaknya penawaran, dan ragam produk yang lengkap. Pengguna merasakan bahwa pengalaman berbelanja secara online memberikan kenyamanan yang lebih tinggi karena bisa dilakukan kapan saja tanpa perlu pergi ke toko fisik. Fitur penilaian dan ulasan juga memudahkan konsumen dalam membuat keputusan, sehingga mengurangi kemungkinan pembelian barang yang tidak sesuai. Temuan ini sesuai dengan faktor-faktor yang mendorong pertumbuhan e-commerce yang telah diungkap dalam penelitian terdahulu, seperti harga, kemudahan, dan kelengkapan produk.

Di sisi lain, beberapa kekurangan juga muncul dengan cukup jelas berdasarkan wawancara yang dilakukan. Keluhan yang paling umum ditemukan adalah mengenai barang yang tidak sesuai dengan deskripsi, kualitas yang tidak memenuhi harapan, keterlambatan dalam pengiriman, serta penjual yang kurang dapat dipercaya. Masalah-masalah ini berhubungan dengan gharar, yaitu ketidakjelasan dalam transaksi yang dilarang dalam Islam. Dalam hadis, Rasulullah SAW bersabda: "Rasulullah melarang jual beli gharar." (HR. Muslim). Ketika foto produk tidak selaras, deskripsi tidak lengkap, atau penjual menyembunyikan cacat pada barang, itu termasuk dalam kategori tadlis (penipuan) yang bertentangan dengan prinsip syariah.

Beberapa responden juga menyebutkan adanya praktik manipulasi penilaian dari toko tertentu, yang membuat konsumen tertipu oleh kredibilitas yang tidak sebenarnya. Tindakan seperti ini mencerminkan kurangnya transparansi dan kejujuran, yang merupakan nilai fundamental dalam ekonomi Islam. Ketidakjujuran dalam bisnis dapat merugikan konsumen dan mengancam kepercayaan terhadap pasar. Dalam ajaran Islam, para pedagang seharusnya mengutamakan amanah dan kejujuran. Rasulullah SAW bersabda: "Pedagang yang jujur dan amanah akan bersama dengan para nabi, shiddiqin, dan syuhada." (HR. Tirmidzi). Maka dari itu, meskipun e-commerce memberikan banyak manfaat, masih ada sejumlah kelemahan yang perlu dibenahi agar transaksi dapat berlangsung secara etis dan sesuai dengan prinsip syariah.

### 3. Evaluasi Kesesuaian Sistem Transaksi dengan Prinsip Ekonomi Islam

Berdasarkan hasil wawancara, mayoritas responden berpendapat bahwa aktivitas transaksi di Shopee dan Tokopedia umumnya telah mematuhi prinsip-prinsip dalam ekonomi Islam. Hal ini dapat dilihat dari transparansi harga, penjelasan rinci mengenai produk, serta adanya fitur perlindungan konsumen seperti kemungkinan pengembalian dan refund. Proses escrow, di mana dana ditahan oleh platform sampai barang diterima oleh pembeli, menunjukkan adanya upaya untuk menyeimbangkan kepentingan dua belah pihak. Ini melambangkan akad jual beli yang sah dalam Islam, yang melibatkan kesepakatan ('an tarāḍin) dan kejelasan perjanjian.

Prinsip keadilan dalam Islam diungkapkan dalam ayat Al-Qur'an:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا  
أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (QS. An-Nisa: 29).

Selama penjual tidak menyembunyikan informasi dan pembeli memahami apa yang mereka beli, maka transaksi tersebut dianggap sah dan halal. Responden juga merasa bahwa platform tersebut telah cukup adil karena memberikan fasilitas bagi pembeli untuk melapor terhadap penipuan dan memperoleh ganti rugi jika terjadi ketidakcocokan barang.

Namun, beberapa responden menyoroti bahwa pelaksanaan prinsip syariah masih belum sepenuhnya optimal, karena terdapat penjual yang tidak jujur atau melakukan penipuan dengan foto dan penilaian produk. Ini menunjukkan bahwa masalah terletak pada perilaku individu penjual, bukan pada sistem marketplace itu sendiri. Ketidakjujuran tersebut merupakan pelanggaran tadlis yang dapat merugikan konsumen. Oleh karena itu, meskipun sistem e-commerce telah mendukung prinsip-prinsip Islam, diperlukan lebih banyak edukasi dan pengawasan bagi pelaku usaha agar transaksi bebas dari elemen yang dilarang dalam Islam seperti gharar, tadlis, dan ketidakjujuran.

## KESIMPULAN

Berdasarkan analisis yang dilakukan terhadap sistem transaksi di Shopee dan Tokopedia serta wawancara dengan responden, dapat ditarik kesimpulan bahwa kedua platform e-commerce ini menawarkan kemudahan yang signifikan dalam aktivitas jual beli. Kenyamanan ini terlihat dari proses pemesanan yang mudah, berbagai pilihan metode pembayaran, serta tampilan aplikasi yang ramah pengguna. Aspek kemudahan ini menjadikan e-commerce pilihan utama bagi konsumen, terutama karena fleksibilitas dalam waktu dan efisiensi biaya yang ditawarkan.

Namun, penelitian juga mengidentifikasi beberapa kekurangan yang sering dialami oleh konsumen, seperti barang yang tidak sesuai dengan deskripsi, pengiriman yang terlambat, dan perilaku penjual yang kurang dapat dipercaya. Masalah tersebut berkaitan langsung dengan elemen gharar dan tadlis yang dilarang dalam Islam. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun sistem transaksi telah dirancang dengan baik, penerapan di lapangan masih menyimpan potensi untuk pelanggaran etika bisnis syariah yang disebabkan oleh perilaku individu penjual.

Secara keseluruhan, sistem transaksi di Shopee dan Tokopedia dapat dinyatakan telah memenuhi sebagian besar prinsip-prinsip ekonomi Islam, terutama dalam hal kejelasan akad, perlindungan konsumen, dan metode pembayaran yang aman. Namun, peningkatan transparansi dan pengawasan terhadap penjual tetap menjadi sangat penting agar transaksi e-commerce sepenuhnya sejalan dengan nilai-nilai kejujuran, keadilan, dan amanah dalam syariat Islam. Dengan demikian, pendidikan ekonomi Islam bagi penjual dan konsumen menjadi langkah yang krusial untuk membangun ekosistem e-commerce yang lebih etis dan dapat dipercaya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Altsaury, Roychan Abdul Aziz, Muhammad Syarif Hidayatullah, Jamal Lutfi, and Ali As' ad. 2024. "Analisis Fatwa MUI No. 24 Tahun 2017 Dalam Menjawab Tantangan Etika Dan Transparansi Transaksi Virtual: Studi Kasus Pada Platform E-Commerce Shopee Dan Tokopedia." *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah: Aiconomia* 3(2):79–91.
- Alverson, William S., Barbara A. Whitlock, Reto Nyffeler, Clemens Bayer, and David A. Baum. 1999. "Phylogeny of the Core Malvales: Evidence from NdhF Sequence Data." *American Journal of Botany* 86(10):1474–86.
- Firdaus, Alvin, Halimah Zahrah, Arya Pramudita, M. Arsyad, Febby Setya, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, and Universitas Muhammadiyah Bandung. 2025. "Analisis Promosi Negatif Dalam Etika Bisnis Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce." 1(4):2362–69.

- Firdos, Refania Meilani, Muh Ilham Wahyu Fajar, and Nazhifah Maulia. 2025. "Analisis Praktik Penjualan Produk Pada Shopee Dan TikTok Shop by Tokopedia; Potensi Pelanggaran Prinsip Ekonomi Syariah Dalam E-Commerce." *JPIES: Jurnal Pelita Ilmu Ekonomi Syariah* 2(01).
- Handayani, Tuti. 2024. "Rekonstruksi Hukum Syarat Cakap Dalam Jual Beli Produk Barang Dan Jasa Melalui E-Commerce Berbasis Nilai Keadilan."
- Huberman, Michael, and Matthew Miles. 1994. "Manejo de Datos y Métodos de Análisis." *The Sage Handbook of Qualitative Research* 428–44.
- Issn, Japb. 2023. "Implementasi Program Redistribusi Tanah Obyek Landreform Di Lihat Dari Aspek Komunikasi Di Desa Lano Kecamatan Jaro Kabupaten Tabalong." 6(2014):1084–94.
- Khaw, J., J. K. T. Teoh, K. S. E. Loo, W. J. Kam, and E. V Fransiska. 2023. "Shopee: How Does E-Commerce Affect E-Consumer Perception And Satisfaction." *International Journal of Tourism and Hospitality in Asia Pasific* 6(1):1–13.
- Lutviari, Helda Widyanani, Arry Widodo, Anita Silvianita, and Nurafni Rubiyanti. 2024. "Analysis of Factors Affecting Impulse Buying on Shopee and TikTok Live Shopping Platforms: A Conceptual Paper." *International Journal of Integrative Sciences* 3(5):403–14.
- Maulidina, I. D. A. 2024. "TINJAUAN.HUKUM.EKONOMI.SYARIAH.TERHADAP PRAKTIK JUAL BELI PADA APLIKASI SHOPEE AFFILIATE."
- Rahayu, Depi Sri, Nopa Nur Patin, Universitas Sultan, and Muhammad Syafiuddin. 2025. "Transaksi Digital Berlandaskan Syariah : Mewujudkan Muamalah Yang Etis Dan Berkah Pada Era E-Commerce." 3(1):14–22. doi: 10.59996/al-fiqh.v3i1.411.
- Rahman, Taufiq Aulia. 2024. "Analisis Regulasi E-Commerce Terhadap Perlindungan Konsumen Pada Transaksi Jual Beli Online Dalam Perspektif Hukum Islam."
- Rahmi, Cinta, Muhammad Fariza, and Al Farisi. 2024. "Tantangan Dan Prospek Pengendalian Riba Dalam Transaksi Di E-Commerce ( Studi Kasus Transaksi Jual Beli Menggunakan Shopee Paylater )." 02(02):262–67.
- Rasyidi, Deandro, Muhammad Farhan Baihaki, and B. Egia Shofwan. n.d. "Konsep E-Commerce Sebagai Digital Market."
- Sari, Maya Rizki. n.d. *PERILAKU KONSUMEN DAN INOVASI*.
- Umar, Muhammad Abdullah. 2024. "Penggunaan Shopee Paylater Di Era Society 5.0 Perspektif Hukum Ekonomi Syariah." *Journal of Islamic Economic and Law (JIEL)* 1(2):25–32.