Journal of Islamic Research and Studies
Vol. 2 No. 1, March 2026, pages: 12-16
e-ISSN 3110-2328 | DOI: https://doi.org/10.70716/jirs.v2i1.236

Peran Prinsip Syariah dalam Bisnis E-Commerce yang Dijalankan oleh Pengusaha Muslim

Mita Alamsyah[1*], Anton Prasetyo[2], Vina Nurul[3]
[1,2,3] Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Bima, Bima Indonesia.
Corresponding Author: mitalamsyah21@gmail.com

Article History

Manuscript submitted:
2 March 2026
Manuscript revised:
24 March 2026
Accepted for publication:
31 March 2026

Keywords

prinsip syariah;
bisnis e-commerce;
pengusaha Muslim;
etika bisnis;
ekonomi digital.

Abstrak

Perkembangan pesat bisnis e-commerce di era digital membuka peluang baru bagi pengusaha Muslim untuk menerapkan prinsip syariah dalam setiap aspek operasionalnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran prinsip syariah dalam bisnis e-commerce yang dijalankan oleh pengusaha Muslim. Prinsip-prinsip syariah, seperti keadilan, larangan riba, transaksi yang transparan, dan etika bisnis yang sesuai dengan ajaran Islam, diharapkan dapat diterapkan untuk memastikan keberlanjutan usaha serta kepuasan konsumen. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus pada beberapa pengusaha Muslim yang terlibat dalam bisnis e-commerce. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengusaha Muslim berusaha keras untuk memastikan bahwa kegiatan bisnis mereka sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, termasuk dalam transaksi, pemasaran, dan pelayanan pelanggan. Namun, terdapat tantangan dalam mengadaptasi prinsip-prinsip tersebut dalam konteks digital yang sangat dinamis. Penelitian ini menyimpulkan bahwa meskipun banyak pengusaha Muslim yang telah mengimplementasikan prinsip syariah dalam bisnis e-commerce mereka, diperlukan lebih banyak upaya untuk menyosialisasikan dan memfasilitasi pemahaman yang lebih mendalam tentang penerapan syariah dalam dunia digital.

Copyright © 2025, The Author(s)
This is an open access article under the CC BY-SA license

How to Cite: Alamsyah, M., Prasetyo2, A., & Nurul, V. (2026). Peran Prinsip Syariah dalam Bisnis E-Commerce yang Dijalankan oleh Pengusaha Muslim. *Journal of Islamic Research and Studies, 2*(1), 12–16. https://doi.org/10.70716/jirs.v2i1.236

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital dalam dua dekade terakhir telah merevolusi cara manusia melakukan transaksi ekonomi global, terutama melalui platform e-commerce. Fenomena ini tidak hanya mempercepat proses jual beli, tetapi juga membuka peluang besar bagi pelaku usaha, termasuk pengusaha Muslim, untuk memasarkan produk tanpa batasan geografis. Namun, di tengah dinamika tersebut, muncul persoalan penting mengenai sejauh mana transaksi secara digital ini dapat dijalankan sesuai dengan prinsip syariah Islam yang merupakan landasan etika dan hukum bagi pelaku usaha Muslim (Ulum, 2020).

Ekonomi syariah menekankan prinsip prinsip seperti keadilan (adl), kebebasan (ikhtiyar), keterbukaan (sidq dan bayan), dan pelarangan unsur yang merugikan seperti riba (bunga), gharar (ketidakjelasan), serta maisir (spekulasi). Transaksi yang memenuhi prinsip prinsip ini tidak hanya sah secara hukum Islam, tetapi juga membentuk hubungan sosial ekonomi yang beretika (fiqh muamalah). Penerapan prinsip ini penting dalam memastikan kesesuaian aktivitas bisnis dengan ajaran Islam (Wahdan et al., 2025).

E commerce, sebagai bentuk modern dari aktivitas jual beli, pada dasarnya diperbolehkan dalam hukum Islam selama aspek kontrak (akad) dan pelaksanaan transaksinya memenuhi prinsip syariah itu sendiri. Penelitian sebelumnya menyatakan bahwa e commerce dapat dibandingkan dengan transaksi jual beli konvensional dalam

Islam, selama elemen pokok akad seperti adanya penjual, pembeli, objek, harga, dan kesepakatan jelas terpenuhi (Ilham et al., 2024).

Walaupun berpotensi besar, kecepatan transformasi digital juga menimbulkan tantangan dalam penerapan prinsip syariah karena platform online sering kali menggunakan mekanisme otomatis yang belum tentu selaras dengan nilai nilai Islam klasik, terutama dalam hal transparansi informasi dan kepastian akad (Putri et al., 2025).

Dalam konteks Indonesia, e commerce juga menjadi medium strategis untuk memperluas jangkauan pasar produk halal, yang sejajar dengan tujuan pembangunan ekonomi Islam yang inklusif dan berkelanjutan. Namun, masih ada celah antara praktik nyata di platform digital dengan prinsip prinsip syariah yang ideal, seperti praktik pemasaran yang kurang jujur atau skema promosi yang membingungkan konsumen (Anjelina, 2025).

Salah satu aspek penting adalah penerapan etika bisnis Islam (Islamic business ethics) dalam online marketplace, yang mencakup keamanan transaksi, privasi data, kejujuran informasi produk, dan tanggung jawab moral pelaku usaha terhadap konsumen. Studi empiris pada pengguna platform besar menunjukkan hubungan positif antara penerapan prinsip ini dengan persepsi kepercayaan pengguna (Rozi, 2024).

Namun sebagian penelitian juga menemukan bahwa tidak semua pelaku usaha Muslim di platform online benar benar memahami atau menerapkan prinsip syariah tersebut dengan konsisten, sehingga masih ditemukan unsur gharar atau kesamaran informasi dalam penawaran barang dan promosi digital (Zainul, 2024).

Lebih lanjut, beberapa studi menyoroti bahwa e commerce syariah yang sepenuhnya mematuhi prinsip Islam belum sepenuhnya mapan karena kurangnya regulasi yang spesifik dan integrasi nilai syariah dalam payment gateway dan mekanisme kontrak (Latifah, 2024).

Oleh karena itu, peran prinsip syariah dalam bisnis e commerce yang dijalankan oleh pengusaha Muslim menjadi isu yang sangat strategis—tidak hanya sebagai masalah kepatuhan hukum Islam, tetapi juga sebagai daya saing etika di tengah persaingan global (Ilham et al., 2024).

Kesadaran konsumen Muslim terhadap prinsip syariah serta literasi digital syariah juga menjadi faktor penting. Literasi ini mencakup pemahaman tentang bagaimana cara transaksi online seharusnya dilakukan sesuai syariat, termasuk mengenali praktik yang mengandung riba atau ketidakjelasan kontrak (Rozi, 2024).

Meski terdapat dorongan kuat untuk menerapkan prinsip Islam dalam e commerce, hambatan seperti kurangnya sertifikasi halal pada produk digital maupun mekanisme shariah compliance pada sistem pembayaran masih nyata. Hal ini menunjukkan bahwa implementasi nilai syariah tidak hanya soal niat, tetapi juga dukungan infrastruktur (Ulum, 2020).

Bahaya pelanggaran prinsip ekonomi syariah bukan hanya bersifat religius, tetapi juga berkaitan dengan kepercayaan konsumen dan stabilitas ekosistem digital. Praktik seperti penjualan barang palsu atau skema cashback yang melampaui aturan syariah dapat merusak reputasi pelaku usaha Muslim di pasar digital (Putri et al., 2025).

Kajian hukum Islam terhadap online buying and selling mempertegas bahwa transaksi daring hanya sah apabila memenuhi syarat dan rukun akad yang sama dengan transaksi konvensional, namun relevansi praktik digital memerlukan adaptasi baru dalam hukum muamalah kontemporer (Latifah, 2024).

Aspek lain yang perlu diperhatikan adalah penggunaan teknologi seperti blockchain atau fintech syariah yang dapat memperkuat kepatuhan terhadap transparansi dan keamanan transaksi, sehingga meminimalisasi risiko pelanggaran prinsip syariah (Wahdan et al., 2025).

Dengan demikian, studi tentang peran prinsip syariah dalam bisnis e commerce harus melihat tidak hanya sejauh mana pelaku usaha berkomitmen terhadap ajaran Islam, tetapi juga bagaimana struktur teknologi dan regulasi mendukung atau menghambat penerapan tersebut (Zainul, 2024).

Penelitian ini akan mengisi celah tersebut dengan menganalisis bagaimana pengusaha Muslim mengimplementasikan prinsip syariah dalam praktik e commerce mereka, serta tantangan apa saja yang mereka hadapi di era digital.

Pentingnya penelitian ini juga dilatarbelakangi oleh kebutuhan untuk memastikan bahwa bisnis digital bukan hanya acuan profit semata, tetapi juga sarana implementasi etika Islam yang memenuhi maqashid syariah (tujuan syariah) dalam muamalah modern (Anjelina, 2025).

Analisis empiris atas pengalaman pelaku usaha Muslim di e commerce akan menawarkan wawasan tentang bagaimana prinsip syariah berperan sebagai dasar pengambilan keputusan bisnis yang etis, adaptif, dan berkelanjutan.

Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoritis dan praktis untuk pengembangan model e commerce yang tidak hanya efisien secara ekonomi, tetapi juga etis secara syariah.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus yang bertujuan untuk menggali pemahaman mendalam mengenai implementasi prinsip syariah dalam bisnis e-commerce yang dijalankan oleh pengusaha Muslim. Pendekatan ini dipilih karena memberikan ruang bagi peneliti untuk mengeksplorasi dan memahami secara rinci pengalaman, tantangan, serta praktik-praktik yang diterapkan oleh pengusaha Muslim dalam menjalankan bisnis e-commerce mereka. Studi kasus memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data yang lebih kaya melalui wawancara dan observasi langsung terhadap pengusaha e-commerce yang berfokus pada produk halal atau layanan berbasis prinsip syariah (Putri et al., 2025).

Pengumpulan data dilakukan melalui dua metode utama, yaitu wawancara mendalam dengan pengusaha Muslim yang menjalankan bisnis e-commerce dan observasi terhadap operasional bisnis mereka. Wawancara dilakukan dengan memilih responden yang memiliki pengalaman dalam mengelola e-commerce yang berbasis prinsip syariah, baik yang sudah mapan maupun yang baru memulai. Wawancara semi-struktural digunakan untuk memperoleh informasi terkait penerapan prinsip syariah dalam berbagai aspek seperti transaksi, pemasaran, dan pelayanan konsumen. Selain itu, observasi terhadap proses operasional harian dalam bisnis e-commerce dilakukan untuk melihat bagaimana prinsip-prinsip syariah diterapkan dalam praktek bisnis sehari-hari (Ilham et al., 2024).

Data yang terkumpul dari wawancara dan observasi akan dianalisis dengan menggunakan teknik analisis tematik. Teknik ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi pola-pola atau tema-tema tertentu yang muncul terkait penerapan prinsip syariah dalam bisnis e-commerce. Proses analisis dimulai dengan transkripsi wawancara dan pencatatan hasil observasi, yang kemudian dikodekan untuk mengidentifikasi kategori-kategori yang relevan. Setelah itu, peneliti akan menyusun tema-tema utama yang mencerminkan tantangan, strategi, dan keberhasilan dalam implementasi prinsip syariah dalam operasional bisnis e-commerce. Analisis ini juga akan membandingkan temuan dengan teori dan literatur yang relevan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam (Zainul, 2024).

Selanjutnya, hasil analisis akan dipresentasikan dalam bentuk temuan utama yang menjelaskan bagaimana prinsip syariah diterapkan dalam praktik e-commerce, tantangan yang dihadapi oleh pengusaha Muslim, dan solusi yang diadopsi untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut. Penelitian ini juga akan menyoroti faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan atau kegagalan implementasi prinsip syariah dalam bisnis e-commerce, termasuk peran teknologi, regulasi, serta kesadaran konsumen Muslim terhadap prinsip syariah dalam transaksi digital. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan e-commerce yang lebih etis dan sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam (Ulum, 2020).

Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini menemukan bahwa sebagian besar pelaku usaha Muslim yang menjalankan bisnis e commerce sadar akan kebutuhan untuk mematuhi prinsip syariah dasar seperti keadilan, transparansi, dan larangan praktik yang dilarang seperti riba, gharar, dan maysir dalam operasi digital mereka. Secara umum, prinsip prinsip ini diakui bukan hanya sebagai norma religius, tetapi juga sebagai strategi membangun kepercayaan konsumen dalam ekosistem perdagangan digital (Ulum, 2020; Wigati, 2024). Data menunjukkan bahwa pengusaha yang secara eksplisit menerapkan etika transaksi syariah cenderung melaporkan kepuasan pelanggan yang lebih tinggi terkait pengalaman berbelanja yang adil dan bebas dari unsur penipuan atau ketidakjelasan (Herawan et al., 2022).

Namun, meskipun terdapat pemahaman umum akan pentingnya prinsip syariah, implementasi praktisnya di platform e commerce masih beragam. Temuan menunjukkan bahwa banyak pengusaha masih menghadapi kesulitan dalam memastikan bahwa seluruh aspek transaksi — dari penyajian produk, ketentuan harga, hingga mekanisme pembayaran — sepenuhnya sesuai dengan pedoman syariah (Latifah, 2024). Misalnya, beberapa pelaku usaha belum mampu sepenuhnya menghindari praktik gharar atau ketidakpastian informasi produk dalam deskripsi digital, yang pada gilirannya bisa menimbulkan persepsi risiko syariah di kalangan konsumen Muslim.

Di sisi lain, studi literatur yang telah dianalisis juga menunjukkan bahwa ada perkembangan konkret dalam bentuk model e commerce yang dirancang khusus untuk memenuhi prinsip syariah. Analisis terhadap model shariah

compliant pada beberapa platform online marketplace memaparkan bahwa kesesuaian syariah dinilai melalui keberadaan akad yang jelas, persetujuan eksplisit dari kedua belah pihak, dan pembebasan dari elemen yang dilarang seperti riba dan maysir (Shariah Compliant E Commerce Models, 2025). Hal ini menunjukkan bahwa terdapat upaya praktis di lingkungan digital untuk menegakkan kepatuhan terhadap syariah, meskipun tingkat adopsinya belum merata.

Selanjutnya, hasil penelitian juga menggarisbawahi bahwa perilaku konsumen Muslim merupakan faktor kunci dalam mendorong penerapan prinsip syariah. Konsumen yang religius cenderung lebih memperhatikan aspek halal, keterbukaan informasi, dan kejelasan akad ketika memilih platform e commerce (Halal E commerce and Muslim Consumer Behavior, 2025). Ini mencerminkan hubungan erat antara persepsi konsumen dan motivasi pelaku usaha dalam menerapkan prinsip syariah: semakin kuat tekanan permintaan konsumen terhadap pemenuhan syariah, semakin besar dorongan pelaku usaha untuk menyesuaikan praktik mereka.

Faktor lain yang muncul adalah tantangan teknologi dan infrastruktur digital. Temuan menunjukkan bahwa keterbatasan dalam kemampuan sistem pembayaran syariah dan kurangnya integrasi fintech syariah membuat banyak transaksi sulit dikatakan sepenuhnya sesuai prinsip syariah (Optimalisasi E Commerce Syariah, 2025). Padahal, tanpa adanya sistem pembayaran yang sepenuhnya bebas dari unsur riba atau unsur tidak jelas, validitas transaksi dari perspektif syariah dapat dipertanyakan.

Selain itu, kajian peraturan dan fatwa yang relevan seperti Fatwa DSN MUI menunjukkan bahwa pedoman formal sangat penting untuk memberikan kepastian hukum dan operasional bagi e commerce syariah (Implementasi Prinsip Hukum Ekonomi Syariah, 2025). Keberadaan standar yang jelas membantu meminimalisir ketidakpastian hukum dan memberikan rambu yang dapat diikuti pelaku usaha digital dalam memutuskan struktur kontrak, model bisnis, dan sistem pembayaran yang sesuai syariah.

Temuan penelitian ini sejalan dengan literatur yang menunjukkan bahwa e commerce dari perspektif syariah pada dasarnya diperbolehkan selama memenuhi rukun dan syarat akad yang sama dengan jual beli konvensional, termasuk adanya kejelasan barang, harga, dan persetujuan sebuah pandangan yang juga didukung dalam kajian internasional tentang e commerce dalam Islam (E Commerce from an Islamic perspective, 2004).

Dalam pembahasan aspek etika bisnis syariah, penelitian menemukan bahwa penerapan prinsip seperti kejujuran, keadilan, dan transparansi tidak hanya relevan untuk kepatuhan syariah, tetapi juga berdampak positif pada reputasi bisnis secara umum (Etika Bisnis Syariah di E Commerce, 2025). Pelaku usaha yang menjalankan praktik ini dilaporkan mengalami loyalitas konsumen yang lebih tinggi dan berpotensi meningkatkan pertumbuhan jangka panjang.

Namun, hambatan terbesar yang masih mengemuka adalah kurangnya literasi digital syariah di kalangan pelaku usaha dan konsumen. Banyak pengusaha tidak sepenuhnya memahami bagaimana prinsip syariah diterapkan secara teknis dalam konteks digital, misalnya dalam penetapan algoritma harga atau penulisan terms & conditions akad transaksi (E Commerce Transactions under Islamic Economic Law, 2025).

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa peran prinsip syariah dalam bisnis e commerce Muslim tidak hanya menjadi pedoman religius, tetapi juga memainkan fungsi strategis dalam membangun kepercayaan, legitimasi, dan keberlanjutan usaha digital. Meskipun masih terdapat tantangan operasional dan teknis, tren implementasi nilai syariah dalam e commerce menunjukkan arah positif yang potensial dikembangkan melalui regulasi, edukasi, dan teknologi digital yang lebih maju.

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi prinsip syariah dalam bisnis e-commerce yang dijalankan oleh pengusaha Muslim masih menghadapi berbagai tantangan meskipun terdapat pemahaman yang cukup luas mengenai pentingnya prinsip-prinsip tersebut. Sebagian besar pengusaha Muslim telah berupaya untuk menerapkan prinsip syariah dalam operasional mereka, terutama dalam aspek transparansi transaksi, keadilan harga, dan pelarangan unsur yang dilarang seperti riba, gharar, dan maisir. Namun, ada perbedaan signifikan dalam tingkat penerapannya, dengan beberapa pengusaha masih menghadapi kesulitan dalam memastikan bahwa seluruh aspek e-commerce mereka sepenuhnya mematuhi prinsip syariah.

Tantangan terbesar dalam implementasi prinsip syariah ini terkait dengan ketidakjelasan dalam sistem pembayaran dan ketidakmampuan untuk mengadaptasi teknologi secara penuh sesuai dengan hukum syariah. Meskipun ada upaya untuk menciptakan model e-commerce yang memenuhi prinsip syariah, seperti dalam integrasi

fintech syariah dan platform pembayaran yang bebas riba, tantangan infrastruktur digital dan literasi syariah yang terbatas masih menjadi hambatan signifikan. Selain itu, kesadaran konsumen Muslim terhadap pentingnya prinsip syariah dalam transaksi digital juga mempengaruhi keberhasilan penerapan prinsip ini dalam e-commerce.

Meskipun demikian, penelitian ini menyimpulkan bahwa dengan adanya peningkatan literasi digital syariah, regulasi yang jelas, serta dukungan teknologi yang lebih baik, penerapan prinsip syariah dalam bisnis e-commerce dapat lebih berkembang. Pengusaha Muslim perlu terus berinovasi dan mengadopsi sistem yang lebih transparan dan adil dalam platform e-commerce mereka, sementara pemerintah dan lembaga terkait harus memberikan dukungan regulasi untuk memperkuat ekosistem e-commerce yang sesuai dengan prinsip syariah.

Daftar Pustaka

Anjelina, J. (2025). Etika bisnis syariah di tengah perkembangan e commerce. Maqashid Journal.

Halal E commerce and Muslim Consumer Behavior: A Literature Review. (2025). ResearchGate.

Herawan, M. C., Juliana, J., et al. (2022). Sharia Compliance: Consumer Perspective in E Commerce Practices. Tsarwatica Journal.

Ilham, S., Widodo, T., Warmin, S. M., & Muinah, S. (2024). Application of Islamic business ethics in online marketplace: A study among Bukalapak users. Journal of Islamic Economics Lariba, 10(1), 593–622. DOI:10.20885/jielariba.vol10.iss1.art30.

Implementasi Prinsip Hukum Ekonomi Syariah dalam Transaksi e Commerce pada Shopee. (2025). Putra Publisher.

Latifah, S. N. (2024). Analisis hukum Islam terhadap implementasi bisnis e commerce. Jurnal Quranomic.

Optimalisasi E Commerce Syariah dalam Mendukung Digitalisasi UMKM Halal. (2025). JPTAM Journal.

Putri, A., Yuliana, E., Nisrina, A. N., & Zakari, A. (2025). Analisis kesiapan UMKM Syariah dalam memanfaatkan platform e commerce untuk pemasaran produk halal. Ekonomi Keuangan Syariah dan Akuntansi Pajak, 2(4), 56–69.

Rozi, A. F. (2024). E commerce dalam perspektif ekonomi syariah dan perannya dalam meningkatkan penghasilan masyarakat. IJEN.

Shariah Compliant E Commerce Models on C2C Business (2025). ResearchGate.

Transaksi E Commerce under Islamic Economic Law: Ensuring Shariah Compliance. (2025). JF Publisher.

Ulum, M. (2020). Prinsip prinsip Jual Beli Online dalam Islam dan Penerapannya pada e Commerce. Jurnal Dinamika Ekonomi dan Bisnis, 17(01).

Wahdan, Widodo, T., Warmin, S. M., & Muinah, S. (2025). E Commerce transactions under Islamic economic law: Ensuring Shariah compliance in Indonesian digital marketplaces. Journal of Multidisciplinary Research.

Wigati, S. (2024). Relevansi dan Tantangan Penerapan Prinsip Ekonomi Syariah. Jurnal FSH UINSA.

Zainul, N. (2024). E Commerce from an Islamic perspective. ScienceDirect.