

MANAJEMEN PERENCANAAN BISNIS SYARIAH PADA E-COMMERCE**Efriza Pahlevi Wulandari¹, Muhammad Akbar², Nurfadilah Sindika Sari³, Achmad Shidiq⁴**^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tadulako⁴Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung

Email Correspondence: efriza.febi@gmail.com

Article History:

Received: 2024-08-22, Accepted: 2024-08-31, Published: 2024-09-28

ABSTRACT

The large digital market in Indonesia has made startups mushroom in Indonesia. If this continues, online business competition will become increasingly tight and a mature business plan is needed to survive and compete with competitors. The application of sharia principles to online businesses and their planning has been studied for a long time, so it is not something new. However, sharia business planning has not been fully applied to online businesses. This study uses a descriptive analysis method through a literature review of journals and articles. Sharia business planning in online businesses must pay attention to maqashid sharia through the implementation of buying and selling transaction procedures, namely buyers register and sign in, buyers choose products, make purchases, make payments, sellers send products to buyers, and certain conditions such as returns and exchanges. The implementation of the transaction procedure for buying and selling must be in accordance with the principles of buying and selling in Islam which are carried out with elements of willingness with the existence of a contract, the benefits of the object and subject being transacted, justice with pricing and taking reasonable profits, not exploiting, being honest about the product information conveyed in detail, freedom from khiyar, avoiding elements that are prohibited in Islam, namely maisir, gharar, usury and haram, and sahih, namely the conditions and pillars of buying and selling on e-commerce are met.

Keywords: *Plan, Sharia Business, E-Commerce.*

ABSTRAK

Besarnya pasar digital di Indonesia membuat perusahaan rintisan (*startup*) menjamur di Indonesia. Jika hal ini terus berlanjut maka persaingan bisnis online akan semakin ketat dan perlu adanya perencanaan bisnis yang matang untuk dapat bertahan dan bersaing dengan competitor. Penerapan prinsip syariah pada bisnis online dan perencanaannya sudah dikaji sejak lama, sehingga bukanlah suatu hal baru. Namun perencanaan bisnis syariah belum sepenuhnya diterapkan pada bisnis online. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif melalui kajian pustaka pada jurnal dan artikel. Perencanaan bisnis syariah dalam bisnis online harus memperhatikan *maqashid syariah* melalui pengimplementasian prosedur transaksi jual beli yaitu pembeli melakukan registrasi dan sign in, pembeli memilih produk, melakukan pembelian, melakukan pembayaran, penjual melakukan pengiriman produk kepada pembeli, dan kondisi tertentu seperti retur dan penukaran. Pengimplementasian prosedur transaksi jual beli tersebut harus sesuai dengan prinsip-prinsip jual beli dalam Islam yang dilakukan dengan unsur kerelaan dengan adanya akad, kemanfaatan obyek dan

subjek yang ditransaksikan, keadilan dengan penetapan harga dan mengambil keuntungan yang wajar, tidak melakukan eksploitasi, jujur akan informasi produk yang disampaikan secara detail, kebebasan adanya khiyar, menghindari unsur yang dilarang dalam Islam yaitu maisir, gharar, riba dan haram, serta shahih yaitu syarat dan rukunnya jual beli pada e-commerce terpenuhi.

Kata Kunci : Perencanaan, Bisnis Syariah, E-Commerce.

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 berdampak pada seluruh aspek kehidupan baik dampak positif maupun dampak negatif, salah satu dampak positif adanya pandemi Covid-19 menjadikan kita untuk dapat mengikuti perkembangan IPTEK saat ini. Sejalan dengan hal tersebut tak dapat dipungkiri bahwa kita hidup berdampingan dengan teknologi yang serba digital hampir seluruh bidang tak luput dari pengaruh digitalisasi termasuk bidang ekonomi. Selama pandemi terjadi, data Kementerian Keuangan tahun 2021 menunjukkan transaksi digital meningkat sebesar 25% per 2021 artinya ini menunjukan bahwa masyarakat mulai bertransformasi menggunakan layanan digital dalam memenuhi kebutuhannya, hal ini merupakan peluang besar bagi para pelaku bisnis untuk memperluas pangsa pasar melalui *e-commerce* dan bertahan di era pandemi saat ini (Nurlela, 2021).

Besarnya pasar digital di Indonesia turut membuat perusahaan rintisan (*startup*) menjamur di Indonesia. Menteri Perindustrian (Menperin) Agus Gumiwang Kartasasmita mengatakan dalam berita Kompas bahwa hingga 11 Januari 2024, jumlah perusahaan rintisan atau startup di Indonesia mencapai 2.566. Jumlah tersebut menempatkan Indonesia di peringkat ke-6 dunia sebagai negara terbanyak yang memiliki startup (Kompas.com, 2024). Jika hal ini terus berlanjut maka persaingan bisnis online akan semakin ketat dan perlu adanya perencanaan bisnis yang matang untuk dapat bertahan dan bersaing dengan kompetitor, perencanaan bisnis syariah merupakan salah satu pilihan bagi para pelaku usaha yang akan mendirikan *startup*, melalui perencanaan dan pengelolaan bisnis syariah maka wirausahawan akan mampu menentukan strategi yang tepat dalam membidik pangsa pasar dan bersaing dengan kompetitor yang sudah ada.

Di era baru ini, kajian tentang ekonomi syariah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Seperti halnya pemanfaatan teknologi digital dalam sebagian aktivitas kehidupan manusia khususnya dalam bidang bisnis. Data statista menunjukkan perkembangan bisnis digital (*e-commerce*) di Indonesia cukup besar dengan total 58,63 juta pada tahun 2023. Jumlah pengguna di pasar e-commerce di Indonesia diperkirakan akan terus meningkat antara tahun 2024 dan 2029 dengan total 33,5 juta pengguna atau bertambah sekitar 51 persen. Dengan semakin meningkatnya jumlah

pengguna e-commerce tentu risiko pasar yang ditimbulkan juga semakin tinggi. Seperti maraknya penipuan baik dari kualitas maupun harga barang, barang yang dijual tidak memiliki manfaat dan tergolong barang yang dilarang dalam agama Islam, eksploitasi sumberdaya untuk mendapatkan keuntungan maksimal, dan risiko lainnya yang dapat merusak aktivitas ekonomi dalam bisnis e-commerce.

Dalam bisnis syariah menuntut adanya minimalisasi risiko setiap transaksi sehingga dibutuhkan perencanaan yang matang dengan berpedoman pada maqashid syariah untuk menjalankan bisnis agar terhindar dari risiko-risiko yang ditimbulkan. Pentingnya perencanaan bisnis syariah menjadi langkah awal untuk menjalankan proses bisnis selanjutnya sehingga tujuan utama bisnis syariah dapat tercapai. Tentu hal ini membutuhkan kajian yang mendalam sebagai acuan para pengguna e-commerce untuk mengembangkan bisnis syariah melalui e-commerce.

Penelitian mengenai perencanaan bisnis syariah telah dilakukan oleh beberapa peneliti. Oleh karena itu, penelitian-penelitian terdahulu tersebut digunakan sebagai acuan dan dasar perbandingan dalam penyusunan penelitian ini. Penelitian Hadi menjelaskan bahwa agama adalah hal yang mendasar. Agama merupakan pedoman dan penjelasan dalam menjalankan kegiatan pengelolaan usaha untuk membedakan usaha yang halal dan haram. Bentuk implementasinya adalah dalam berbisnis tidak boleh melanggar syariat. Maqoshid Syariah adalah tujuan turunnya syariat oleh Allah SWT kepada umat. Maqoshid Syari'ah memiliki lima faktor yaitu prestasi keagamaan, peningkatan kualitas sumber daya manusia (IDHH), peningkatan kualitas ilmu pengetahuan, peningkatan kualitas keturunan dan peningkatan kekayaan (Hadi, 2013).

Penelitian menunjukkan bahwa sesuai dengan sistem otonomi daerah, setiap daerah wajib mengenali seluruh potensi daerahnya masing-masing, terus berinovasi, meningkatkan dan mengembangkan promosi melalui teknologi sosial dan mendapat dukungan pemerintah agar dapat terus berkembang untuk membantu meningkatkan kualitas sumber daya manusia (Istiqomah & Andriyanto, 2018). Hal ini mendorong bagi pelaku bisnis untuk memanfaatkan perkembangan teknologi dan memanfaatkan sumberdaya alam dengan sebaik-baiknya untuk kemashlahatan hidup. Penelitian lain menunjukkan pelaku bisnis online menerapkan prinsip syariah yaitu pertama, prinsip jual beli dalam Islam secara khusus mencakup kerelaan (ridhaiyyah), kemaslahatan atau kesejahteraan, keadilan, ketuhanan (tauhid), kejujuran, kebebasan, etika (akhlak) dan kebenaran (sahih) (Ulum, 2020).

Berdasarkan penelitian terdahulu di atas, penerapan prinsip syariah pada bisnis online dan perencanaannya sudah dikaji sejak lama, sehingga bukanlah suatu hal baru. Namun perencanaan bisnis syariah belum sepenuhnya diterapkan pada bisnis online. Sehingga hal ini menjadi menarik untuk dikaji ulang mengenai perencanaan bisnis syariah pada bisnis online dalam memperluas pangsa pasarnya.

KAJIAN LITERATUR

Bisnis online adalah bisnis yang dipasarkan di internet dengan berbagai cara agar bisa menghasilkan uang. Berbeda sekali dengan perdagangan secara offline, dimana jika ingin membeli suatu barang harus mendatangi tempat dimana barang tersebut dijual. Kesimpulannya, menggunakan bisnis online sangatlah sederhana. Namun jika Anda seorang pebisnis online, bisnis online sangatlah sederhana. Hal pertama yang perlu Anda tanamkan adalah kejujuran dalam berbisnis. Karena orang-orang percaya pada Anda dan sebaliknya.

Saat ini sudah banyak layanan digital untuk menunjang bisnis online, salah satunya e-commerce. E-commerce merupakan suatu proses bisnis yang menggunakan teknologi elektronik yang menghubungkan dunia usaha, konsumen dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik dan pertukaran atau penjualan barang, jasa dan informasi secara elektronik (Utomo, 2020). Saat melakukan e-commerce, menggunakan Internet adalah pilihan yang disukai kebanyakan orang karena kenyamanan Internet. Melalui e-commerce, penjual dan pembeli dapat bertransaksi tanpa harus bertemu langsung, sehingga tentunya memudahkan proses transaksi. lebih mudah dan cepat.

Akad dalam transaksi online menggunakan akad salam, akad yang banyak dijumpai dalam transaksi berbasis syariah di Indonesia (Darmawansyah & Polindi, 2020). Salam adalah akad pembiayaan syariah dimana pembeli memesan suatu produk atau barang dan terlebih dahulu melakukan pembayaran kepada penjual, selanjutnya penjual akan memproses produk atau barang tersebut sesuai syarat dan waktu yang telah ditentukan oleh kedua belah pihak (Muhamma et al., 2017). Ulama Syafi'i dan Hanabi mendefinisikannya akad salam sebagai akad yang ditandatangani dengan menetapkan ciri-ciri tertentu dengan membayar harganya terlebih dahulu, sedangkan barangnya dikirimkan kepada (pembeli) kemudian (Siregar & Khoerudin, 2019). Dalam Islam perlu lebih jelas lagi dalam memberikan landasan hukum, mengenai landasan hukum Islam dalam hal ini dijelaskan dalam surat Al-Baqarah ayat 282.

مُسَمَّي فَاك تَبُوهُ يَأْتِيهِمُ الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا نَدَّيْتُمْ بِدِينٍ إِلَىٰ أَجَلٍ

“Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu‘amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya” (QS Al-Baqarah:282) (Putra, 1989).

1. Jual Beli dalam Islam

Mengenai prinsip jual beli pada awal Islam, pertama akad Ijab dan Kabul, kegunaan benda dan subjek transaksi bermanfaat secara fungsional, keadilan untuk semua pembeli (tanpa diskriminasi), harga dan keuntungan yang wajar. dan tidak melakukan monopoli, Yang Ilahi tidak melakukan eksploitasi dan tidak melakukan riba, kejujuran mempunyai informasi yang benar dan lengkap mengenai mutu, harga dan waktu penyerahan barang, tidak melakukan penipuan, kebebasan memilih (hak yang dimiliki). oleh pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi penjualan harus melanjutkan transaksinya atau membatalkannya), akhlak/etika untuk berbuat baik dan menjauhi keburukan dalam bertransaksi, syarat-syarat otentik dari rukun tersebut terpenuhi. Kedua, para pihak yang berkontrak (penjual dan pembeli) harus memenuhi syarat-syarat tertentu, mumayyiz, baligh, tidak terpaksa dan bukan orang yang mubadzir. Ketiga, objek akad jual beli syariah harus memenuhi kriteria sebagai barang nyata dan ada, suci, memiliki manfaat, milik sendiri, dapat diserahterimakan dan adanya sighthat. Keempat, harga atau penukaran disepakati masing-masing pihak dan dibayarkan pada saat transaksi, jika terhutang maka jangka waktu pelunasannya harus ditentukan dengan jelas (Suhadi, 2015).

2. Perencanaan Bisnis Syariah

Dalam segala bidang termasuk bisnis, “perencanaan” merupakan fungsi terpenting dan pertama dalam aktivitas sehari-hari. Beberapa rumusan pengertian perencanaan telah dikemukakan oleh para ahli. Termasuk Storn dan Winkel (1993) dalam Sina (2006) mencatat Perencanaan adalah proses pemilihan tujuan organisasi, menentukan kebijakan dan program yang diperlukan untuk mencapai tujuan tertentu, dan menyelaraskan kebijakan dan program sesuai dengan kemampuan dan kondisi yang berkembang menentukan metode yang diperlukan untuk memastikan implementasi program (Ibrahim, 1996).

Handoko merumuskan bahwa perencanaan adalah proses mendasar yang dilakukan manajer dalam menentukan tujuan dan cara mencapainya (Handoko, 2012). Hafiduddin dan Tanjung merumuskan bahwa perencanaan adalah kegiatan pertama dalam bekerja yang berupa memikirkan hal-hal yang berkaitan dengan pekerjaan guna mencapai hasil yang optimal (Hafidhuddin & Tanjung, 2019).

Oleh karena itu, pengertian perencanaan dalam pengelolaan usaha adalah proses pencapaian tujuan usaha (keuntungan secara kontinyu) yang memanfaatkan sumber daya organisasi (manajemen) seperti sumber daya manusia, modal, bahan, peralatan, dan metode yang digunakan dengan efektif dan efisien. secara spesifiknya, pembahasan Bisnis syariah adalah segala kegiatan usaha yang dapat dilakukan menurut ketentuan Syariah (Sudrajat & Mutinida, 2020).

3. Perencanaan Dalam Perspektif Bisnis Syariah

Menurut perspektif bisnis syariah, perencanaan adalah kegiatan awal yang dilakukan oleh bisnis syariah dalam bentuk memikirkan hal-hal yang terkait dengan bisnis yang dijalankan agar mendapatkan hasil yang optimal. Ini dianggap sebagai sunnatullah dalam manajemen pada umumnya maupun manajemen bisnis syariah, seperti yang ditunjukkan oleh ayat-ayat berikut dalam Al-Qur'an:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

“Hai orang-orang yang beriman, bertaqwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat) dan bertaqwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.” (QS. Al-Hasyr:18)(Putra, 1989).

Selain makna tersebut, dapat memahami hadist berikut dari Nabi Muhammad SAW:

“Jika engkau ingin mengerjakan sesuatu pekerjaan maka pikirkanlah akibatnya, maka jika perbuat itu baik, ambilah dan jika perbuatan itu jelek, maka tinggalkanlah (Hadits Riwayat Ibnu Mubarak).

Dapat dimaknai perencanaan merupakan dasar untuk memulai pekerjaan dengan niat yang baik agar di ridhoi oleh Allah. Dengan membuat perencanaan terlebih dahulu, pekerjaan dapat berjalan dengan baik dan menghasilkan keuntungan.

4. Menyusun Perencanaan Syariah

Setiap perencanaan dikatakan baik jika diterapkan prinsip-prinsip perencanaan syariah, yaitu: Pertama, didasarkan pada keyakinan bahwa apa yang dilakukan adalah "baik". Standar baik dalam agama Islam adalah yang sesuai dengan ajaran Islam. Kita tidak boleh merencanakan sesuatu yang dilarang oleh agama kita. seperti bisnis judi, narkoba, dan pelacur. Selanjutnya, pastikan bahwa tindakan yang diambil memiliki banyak manfaat. Ini bermanfaat bagi orang yang melakukan perencanaan dan orang lain juga. Merencanakan sesuatu sekadar untuk kepentingan

pribadi tidak akan bertahan lama, jadi manfaat yang relatif lama harus diperhatikan. Ketiga, didasarkan pada disiplin ilmu yang relevan dengan tujuan perencanaan. Untuk perencanaan bisnis dalam bidang transportasi, misalnya, perencanaan harus sesuai dengan pengetahuan yang ada tentang kendaraan yang akan digunakan. Pengetahuan ini termasuk pengetahuan tentang perawatan kendaraan, lintasan kendaraan, bagaimana menemukan sopir yang jujur, perhitungan setoran sopir, dan hal-hal lainnya. Keempat, studi banding harus dilakukan sebelum membuat perencanaan untuk mengetahui perusahaan mana yang memiliki pengelolaan terbaik dan bagaimana mereka melakukannya dengan sukses. Hasil studi banding ini akan menambah wawasan dan pengetahuan kita serta memudahkan kita membuat perencanaan bisnis. Kelima, kita harus dapat memahami bagaimana prosesnya dari perencanaan yang direncanakan hingga pelaksanaannya, sehingga kita dapat memahami dari mana memulai, ke mana, dan apa yang dilakukan dalam perjalanan menuju ke sana (Kalim, 2014).

Tujuan dan rencana organisasi telah menjadi konsep umum dalam pemahaman masyarakat tentang organisasi, termasuk dalam lingkup kegiatan bisnis. Suatu tujuan adalah keadaan yang diharapkan di masa depan yang ingin dicapai oleh organisasi. Bisnis didirikan untuk tujuan tertentu, dan tujuan ini dibuat untuk mendefinisikan dan menyatakan tujuan tersebut. Oleh karena itu, tujuan ini sangat penting bagi organisasi seperti bisnis (Hafidhuddin & Tanjung, 2019).

Dengan demikian, tujuan merupakan gambaran dari apa yang ingin dicapai oleh organisasi, dan perencanaan merupakan cetak biru (*blue print*) dari pencapaian tujuan tersebut. Selain itu, rencana juga merupakan perangkat atau alat (*tool*) yang digunakan untuk mencapai tujuan tersebut.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian pada penelitian ini adalah kajian literatur (*literatur review*) yang mana mengkaji secara umum terhadap literatur yang ada dan dihimpun dengan melakukan kajian pustaka melalui jurnal/artikel, buku dan dokumen yang lain (Sugiyono, 2013). Data-data yang diperoleh tersebut kemudian dianalisis menggunakan metode analisis deskriptif. Metode ini dilakukan dengan cara mendeskripsikan dan analisis, tidak cukup dengan menguraikan tetapi juga memberikan penjelasan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Transaksi Jual beli merupakan salah satu aktivitas bisnis yang telah di ajarkan oleh Rasulullah semenjak beliau masih muda, dalam Surat Al-Baqarah Ayat 254 telah dijelaskan bahwa :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِمَّا رَزَقْنَاكُمْ مِنْ قَبْلِ أَنْ يَأْتِيَ يَوْمٌ لَا بَيْعَ فِيهِ وَلَا خُلَّةَ وَلَا شَفَاعَةَ وَالْكَافِرُونَ هُمْ
الظَّالِمُونَ ٢٥٤

"Hai orang-orang yang beriman, belanjakanlah (di jalan Allah) sebagian dari rezeki yang telah Kami berikan kepadamu sebelum datang hari yang pada hari itu tidak ada lagi jual beli dan tidak ada lagi syafa'at. Dan orang-orang kafir itulah orang-orang yang zalim."

Pada Surat Al Baqarah ayat 275 juga dijelaskan bahwa Allah memperbolehkan transaksi jual beli dan melarang riba :

وَاحْلَ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

"... padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba," (Putra, 1989)

Dari kedua ayat diatas dapat disimpulkan bahwa Allah menganjurkan kita untuk melakukan transaksi jual beli untuk mencapai kebaikan dan keberkahan di jalan Allah, Rasulullah selain menyebarkan ajaran agama islam beliau merupakan pebisnis yang jujur dan dapat dipercaya. Berdagang sendiri merupakan bentuk usaha yang sangat dianjurkan oleh Rasulullah, Nabi Muhammad sendiri merupakan sosok pedagang yang belajar dari pamannya yang bernama Abu Thalib (Halimastussyadiyah, 2024).

Sebenarnya, transaksi jual beli memiliki peran yang sangat penting dalam kehidupan umat manusia. Jual beli menjadi cara bagi manusia untuk memenuhi kebutuhan satu sama lain. Ini juga menunjukkan bahwa manus (Sudarto et al., 2020) ia adalah makhluk sosial yang membutuhkan partisipasi manusia lain untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Adanya pandemi covid-19 menjadikan transformasi digital tak terkecuali sektor ekonomi hal ini merupakan tantangan tersendiri bagi para pelaku bisnis untuk dapat menggunakan layanan digital dalam kegiatan usahanya, perkembangan teknologi ini melahirkan platform (*e-commerce*) yang memudahkan kita dalam melakukan transaksi apalagi di era pandemi saat ini, pertumbuhan bisnis online mengalami peningkatan yang signifikan seiring dengan di tandainya tingkat penggunaan uang elektronik yang

mengalami kenaikan, hal ini mencerminkan bahwa tingginya tingkat minat masyarakat pada layanan digital .

Pertumbuhan bisnis online yang semakin pesat menjadi tantangan tersendiri bagi para pelaku bisnis sehingga perlu adanya perencanaan bisnis yang matang untuk dapat mengelola dan membidik pangsa pasar yang akan dituju. tanpa adanya perencanaan bisnis yang matang maka dapat dipastikan bangkrut akan menjadi titik akhir dari bisnis tersebut. Dalam melakukan perencanaan bisnis syariah pada bisnis online terdapat tahapan-tahapan yang perlu diperhatikan, pertama yaitu penentuan tujuan dari bisnis online yang harus sesuai dengan *maqoshid syariah*. Kedua, melakukan survei mengenai minat dan perilaku konsumen yang menjadi sasaran pasar yang akan dituju. Ketiga, analisis SWOT adalah analisis situasi yang mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, dan ancaman (Strengths, Weaknesses, and Opportunities) suatu organisasi, serta kesempatan, kesempatan, dan ancaman dari lingkungan. Keempat, perlu adanya implementasi dari perencanaan yang telah diterapkan, transaksi jual beli pada bisnis online berjalan dengan tahapan sebagai berikut:

1. Pembeli melakukan *registrasi* dan *sign in*

Dalam melakukan transaksi pada bisnis online pembeli diharuskan memiliki akun pada *e-commerce* yang tersedia. Bagi pembeli yang baru pertama kali dan belum memiliki akun pada *e-commerce* yang tersedia maka pembeli di minta untuk melakukan registrasi dengan mengisi formulir registrasi sedangkan pembeli yang sudah memiliki akun pada *e-commerce* bisa melakukan *sign in* pada *e-commerce* terlebih dahulu.

2. Memilih Produk

Tahap selanjutnya pembeli dapat memilih dan memilah produk yang di inginkan sesuai dengan ketersediaan produk pada *e-commerce*. Pada tampilan produk dapat diterapkan beberapa ketentuan sebagai berikut:

- a. Apabila suatu produk terdapat tulisan "*sold out*" maka produk tersebut habis dan tidak dapat dipilih oleh konsumen.
- b. Panduan spesifikasi produk mulai dari ukuran, berat dan material produk dijelaskan dengan detail sebagai sumber informasi produk bagi konsumen.
- c. Video mengenai review produk hal ini akan meyakinkan konsumen akan keorisinalitas produk yang ditawarkan.
- d. Panduan perawatan produk agar produk yang dibeli tidak cepat rusak dan tetap terawat.

Panduan tersebut meliputi jenis bahan yang digunakan serta cara merawat bahan secara baik dan benar.

- e. Fitur penilaian dari konsumen yang akan membantu penjual dalam meyakinkan pembeli bahwa produk yang dikirimkan memiliki kualitas yang baik serta sekaligus dapat menjadi bahan evaluasi pembeli jika terdapat review kurang baik dari pembeli.

3. Melakukan Pembelian

Setelah pembeli memilih produk yang diinginkan dan yakin akan produk yang dipilih pembeli dapat melakukan klik tombol “beli atau keranjang”. Jika pembeli melakukan klik pada tombol “beli” maka produk yang dipilih akan terkonfirmasi pada akun penjual dan pembeli dapat segera melakukan pembayaran sedangkan jika pembeli melakukan klik pada tombol “keranjang” maka produk pilihan pembeli akan masuk pada keranjang dan dapat dilakukan perubahan sewaktu-waktu mengenai spesifikasi pesanan produk (Darmawansyah & Polindi, 2020)¹

4. Melakukan Pembayaran dan Konfirmasi

Untuk melanjutkan proses pembelian, pembeli harus membayar jumlah tertentu yang tercantum dalam faktur, yang terdiri dari harga barang dan biaya kirim. Jika pembeli tidak melakukan pembayaran dalam waktu 24 jam setelah pemesanan dilakukan, maka pesanan akan dibatalkan secara otomatis oleh sistem. Sebaliknya, jika pembeli sudah melakukan pembayaran, maka akan otomatis terkonfirmasi pada sistem e-commerce penjual dan segera diterima dan diproses untuk pengiriman barang.

5. Pengiriman Produk kepada Pembeli

Produk akan dikirim ke alamat yang terdaftar oleh pembeli setelah pembayaran selesai. Untuk melakukan pengiriman, Anda dapat menggunakan jasa ekspedisi pihak ketiga seperti JNE, Ninja Ekspres, dan Grab. Tarif masing-masing perusahaan pengiriman menentukan biaya pengiriman, yang dibebankan kepada pembeli dan ditambahkan ke harga barang yang dibeli.

6. Retur atau Penukaran

Apabila terjadi kerusakan atau cacat produk pada saat diterima oleh pembeli maka pembeli dapat melakukan pengembalian dengan menyertakan bukti video unboxing produk dan melakukan klik “retur” kurang dari 1 x 24 jam setelah produk diterima. Pengembalian produk dapat dilakukan dengan beberapa sebab, antara lain; spesifikasi produk yang diterima tidak sesuai dengan

spesifikasi produk yang telah dipesan, terdapat cacat barang yang telah diterima oleh pembeli bukan karena kelalaian pembeli.

Selain prosedur jual beli seperti yang diuraikan di atas, dalam *e-commerce* haruslah memiliki beberapa ketentuan dan kebijakan lain, diantaranya;

1. Kebijakan privasi, menyimpan dan melindungi data dan informasi seluruh pelanggan serta tidak akan menggunakannya untuk kepentingan eksploitasi, sehingga data tersebut tidak akan dijual, disewa atau dibagikan kepada pihak lain.
2. Layanan *first pay first served*, layanan dimana mendahulukan pembeli yang melakukan pembayaran lebih dahulu.
3. Sebagai bentuk ekspansi usaha dan untuk memudahkan akses situs melalui perangkat mobile bisnis online menyediakan aplikasi yang dapat diunduh secara gratis di Playstore dan AppStore.
4. Menggandeng para pelaku bisnis lainnya yang sesuai dengan produk yang ditawarkan pada konsumen (Ulum, 2020).

Berdasarkan alur dan proses transaksi jual beli online pada situs *e-commerce* tersebut dapat dilihat bahwa prinsip-prinsip jual beli dalam Islam terimplementasi dalam beberapa bentuk sehingga diperlukan perencanaan yang matang untuk memanfaatkan *e-commerce* untuk transaksi jual beli, antara lain:

1. Kerelaan dengan adanya akad (Sanjaya, 2022), apabila konsumen telah melakukan pembayaran secara tidak langsung konsumen telah menyepakati akad jual beli tersebut;
2. Kemanfaatan obyek dan subjek transaksi (Jamaluddin et al., 2022), Barang yang akan diperjualbelikan tentunya harus memiliki manfaat baik dan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam yaitu terhindar dari yang haram. Dengan melakukan pembelian pada *e-commerce* artinya objek dan subjek merupakan kebutuhan pembeli, sedangkan keuntungan merupakan harapan dari penjual.
3. Keadilan dengan penetapan harga dan keuntungan yang wajar (Lisa, 2023), dunia bisnis sangat rawan terjadinya mark up harga barang untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya, bahkan dilakukan dengan cara yang curang. Hal ini tentu akan merugikan banyak pihak, tidak hanya pembeli saja, tetapi bisa merusak pasar secara keseluruhan. Dalam Islam tentu ini dilarang karena telah terjadi distorsi pasar yang diakibatkan oleh perilaku manusia yang menguntungkan dirinya sendiri;

4. Tidak melakukan eksploitasi (Ulum, 2020), menyadari bahwa segala yang ada di dunia ini adalah milik Tuhan Yang Maha Esa dan telah dianugerahkan kepada manusia sebagai sumberdaya yang dapat dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya untuk kelangsungan hidup manusia. Dalam konteks bisnis online, tidak boleh rakus terhadap penguasaan pasar, karena banyak pihak yang juga membutuhkan sumberdaya untuk mencukupi kebutuhan hidupnya;
5. Kejujuran akan informasi produk yang telah dijabarkan secara detail (Ambawani & Mukarromah, 2020), sangat penting menjelaskan produk sesuai dengan kondisinya tanpa melebih-lebihkan bahkan menyebarkan informasi kebohongan karena akan menimbulkan transaksi gharar yang dilarang dalam agama Islam. Perlu disadari bahwa dengan munculnya e-commerce telah menjadi peluang besar bagi Masyarakat untuk memanfaatkannya terutama untuk meningkatkan kesejahteraan. Dengan demikian harus mencontoh sifat-sifat utama nabi dan rasul dalam seluruh kegiatan ekonomi, yaitu *sidiq* (benar), *amanah* (dapat dipercaya), *tabligh* (menyampaikan kebenaran), dan *fathanah* (cerdas/ berilmu).
6. Kebebasan adanya *khiyar* (Amilia & Elviani, 2023), pihak yang bertransaksi memiliki hak untuk memilih melanjutkan pembelian atau membatalkannya. Keadaan ini yang perlu disiapkan dengan sebaik-baiknya khususnya untuk pembeli yang seringkali membatalkan pembelian setelah barang diserahkan kepada jasa pengiriman. Demikian kepada penjual/produsen agar menjual barang dengan kondisi yang sebenarnya dan sesuai dengan ketersediaan produk.
7. Menghindari unsur yang dilarang dalam Islam (Ritonga et al., 2023), diantaranya *maysir* (untung-untungan), *gharar* (ketidakjelasan), *riba* (mengambil keuntungan berlipat-lipat), dan *haram* (objek dan transaksinya). Pada e-commerce sangat rentan terjadi hal-hal ini, sehingga Islam selalu menitikberatkan bahwa unsur-unsur tersebut adalah unsur utama yang wajib dihindari oleh para pelaku bisnis e-commerce.
8. *Shahih* yaitu syarat dan rukunnya jual beli terpenuhi (Swanty Maharani & Akhmad Yusup, 2022). Islam mengatur syarat dan rukun jual beli, Dimana apabila salah satu syarat dan rukun jual beli tersebut tidak terpenuhi maka transaksi jual beli yang dilakukan dianggap tidak sah.

PENUTUP

Transaksi Jual beli merupakan salah satu aktivitas bisnis yang telah di ajarkan oleh Rasulullah semenjak beliau masih muda, dalam Surat Al-Baqarah Ayat 254 dan Surat Al Baqarah ayat 275 dijelaskan bahwa Allah memperbolehkan transaksi jual beli dan, melarang riba dari kedua ayat tersebut dapat disimpulkan bahwa Allah menganjurkan kita untuk melakukan transaksi jual beli untuk mencapai kebaikan dan keberkahan dijalan Allah, selain itu Rasulullah menyebarkan ajaran agama Islam beliau merupakan pebisnis yang jujur dan dapat dipercaya. Dalam perencanaan bisnis syariah dalam bisnis online harus memperhatikan *maqoshid syariah* melalui pengimplementasian prosedur transaksi jual beli 1) Pembeli melakukan *registrasi* dan *sign in*; 2) Memilih produk, 3) Melakukan pembelian; 4) Melakukan pembelian dan pembayaran; 5) Pengiriman produk kepada pembeli; 6) Retur dan penukaran. Implementasi bisnis online harus sesuai dengan prinsip-prinsip jual beli dalam Islam yaitu kerelaan dengan adanya akad; kerelaan dengan adanya akad, kemanfaatan obyek dan subjek yang ditransaksikan, keadilan dengan penetapan harga dan mengambil keuntungan yang wajar, tidak melakukan eksploitasi, jujur akan informasi produk yang disampaikan secara detail, kebebasan adanya khiyar, menghindari unsur yang dilarang dalam Islam yaitu maisir, gharar, riba dan haram, serta shahih yaitu syarat dan rukunnya jual beli pada e-commerce terpenuhi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambawani, T., & Mukarromah, S. (2020). Praktik Jual Beli Online dengan Sistem Pre-order pada Online Shop dalam Tinjauan Hukum Islam. *Alhamra Jurnal Studi Islam*, 1(1), 35. <https://doi.org/10.30595/ajsi.v1i1.9115>
- Amilia, A. P., & Elviani, V. (2023). Implementasi Khiyar Dalam Jual Beli Online (Studi Kasus Ketidaksesuaian Objek Pada Marketplace Shopee). *Al Qadhi*, 1(2), 188–200. <https://doi.org/10.62214/jaq.v1i2.136>
- Darmawansyah, T. T., & Polindi, M. (2020). Akad As-Salam dalam Sistem Jual Beli Online (Studi Kasus Online Shopping di Lazada.co.id). *Jurnal Aghinya Stiesnu Bengkulu*, 3(1), 20–39.
- Hadi, K. (2013). Manajemen perusahaan berbasis maqoshid syariah. *Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Pranata Sosial*, 2(1), 39–46.
- Hafidhuddin, D., & Tanjung, H. (2019). *Manajemen Syariah Dalam Politik 1.Pdf* (p. 77).
- Halimastussyadiyah. (2024). *5 Cara Berdagang Sukses dan Berkah Seperti Rasulullah SAW*.
- Handoko, T. (2012). *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. 2.
- Ibrahim, A. (1996). *Manajemen Syariah* (p. 74).

- Istiqomah, I., & Andriyanto, I. (2018). Analisis SWOT dalam Pengembangan Bisnis (Studi pada Sentra Jenang di Desa Kaliputu Kudus). *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 5(2), 363. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v5i2.3019>
- Jamaluddin, J., Nurfayda, A., & Erviana, A. (2022). Jual Beli E-Commerce Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *El-Fata: Journal of Sharia Economics and Islamic Education*, 1(1), 1–15. <https://doi.org/10.61169/el-fata.v1i1.1>
- Kalim, M. (2014). *Perencanaan Syariah*. 4(August), 1–43.
- Lisa, H. (2023). Analisis Mekanisme Penetapan Harga Jual dan Jasa di Percetakan Tembilahan dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Hukum*, 1(1), 47–55.
- Muhamma, I., Rasikh, M., & Arif, M. (2017). *Subulus Salam Syarah Bulughul Maram*.
- Nurlela, N. (2021). E-Commerce, Solusi di Tengah Pandemi COVID-19. *Jurnal Simki Economic*, 4(1), 47–56. <https://doi.org/10.29407/jse.v4i1.53>
- Putra, T. (1989). *Al-Qur'an da Terjemahnya/Departemen Agama Republik Indonesia*.
- Ritonga, R., Tinggi, S., Islam, A., & Mandailing, N. (2023). *Izdihar : Jurnal Ekonomi Syariah ANALISIS FIQH ISLAM TERHADAP. April*.
- Sanjaya, M. I. (2022). Kerelaan Dalam Transaksi Jual Beli Menurut Teks Ayat Dan Hadis Ahkam Jual Beli (Telaah Yuridis Dan Sosiologis). *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 1(2), 587–595. <https://doi.org/10.55681/sentri.v1i2.255>
- Siregar, H. S., & Khoerudin, K. (2019). Fiqh Mu'amalah. In *Pt Remaja Rosdakarya*.
- Sudarto, A., Nufus, Z., & Munawaroh, S. (2020). *Manajemen Strategi Syariah Pedagang Makanan dan Minuman Di Era New Normal*. 80–94.
- Sudrajat, B., & Mutinida, S. (2020). Ekonomi Kreatif Sebagai Ide Bisnis Syariah: Tinjauan Literature Tentang Pengaruhnya Dalam Pembentukan Binsis Kreatif. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi*, 3(2), 2620–7680. <http://repository.usu.ac.id>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suhadi, M. D. (2015). Implementasi Prinsip Islam Dalam Aktivitas Ekonomi: Alternatif Mewujudkan Keseimbangan Hidup. *Jurnal Penelitian*, 9(1), 67–92. <https://doi.org/10.21043/jupe.v9i1.851>
- Swanty Maharani, & Akhmad Yusup. (2022). Analisis Pendapat Madzhab Imam Syafi'i tentang Jual Beli Pesanan dan Implementasinya pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Riset Ekonomi Syariah*, 41–46. <https://doi.org/10.29313/jres.v2i1.793>
- Ulum, M. (2020). Prinsip-Prinsip Jual Beli Online dalam Islam dan Penerapannya pada e-Commerce Islam di Indonesia. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 17(1), 49–64. <https://doi.org/10.34001/jdeb.v17i1.1115>
- Utomo, W. (2020). Modul Tutorial E-Commerce. *Repository.Unkris.Ac.Id*, 2–86.