

Editor :
Andri Nurwandri., S.Sy., M.Ag., C.Ed



E-COMMERCE & PRAKTEK KEADILAN EKONOMI

(Perspektif Syariah terhadap Persaingan Usaha)

Dr. Siti Ameliyah, S.Ag., S.Pd.I., M.H.I
Yanuardin, SE., ME.I,
Drs. M. Thahir, S.Pd.I., M.Ag

E-COMMERCE & PRAKTEK KEADILAN EKONOMI

(Perspektif Syariah terhadap Persaingan Usaha)

**Dr. Siti Ameliyah, S.Ag., S.Pd.I., M.H.I
Yanuardin, SE., ME.I,
Drs. M. Thahir, S.Pd.I., M.Ag**



E-COMMERCE DAN PRAKTEK KEADILAN EKONOMI (Perspektif Syariah terhadap Persaingan Usaha)

Tim Penulis:

Dr. Siti Ameliyah, S.Ag., S.Pd.I., M.H.I
Yanuardin, SE., ME.I
Drs. M. Thahir., S.Pd.I., M.Ag

Desain Cover:

Usman Taufik

Sumber Ilustrasi:

www.freepik.com

Tata Letak:

Handarini Rohana

Editor:

Andri Nurwandri., S.Sy., M.Ag., C.Ed

ISBN:

978-634-246-247-8

Cetakan Pertama:

September, 2025

Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang

by Penerbit Widina Media Utama

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT:

WIDINA MEDIA UTAMA

Komplek Puri Melia Asri Blok C3 No. 17 Desa Bojong Emas
Kec. Solokan Jeruk Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat

Anggota IKAPI No. 519/JBA/2025

Website: www.penerbitwidina.com

Instagram: @penerbitwidina

Telepon (022) 87355370

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim,

Segala puji hanya bagi Allah SWT, Zat Yang Maha Mengetahui dan Maha Mengatur segala urusan makhluk-Nya. Dengan izin dan pertolongan-Nya, buku ini yang berjudul ***“E-Commerce dan Praktek Keadilan Ekonomi (Perspektif Syariah terhadap Persaingan Usaha)”*** dapat disusun dan diselesaikan.

Transformasi digital telah menciptakan lanskap ekonomi baru, di mana e-commerce menjadi salah satu pilar utama dalam aktivitas bisnis modern. Namun, di balik efisiensi dan kemudahan yang ditawarkan, terdapat persoalan-persoalan mendasar yang perlu dikritisi: mulai dari praktik persaingan usaha yang tidak sehat, monopoli platform digital, eksploitasi data konsumen, hingga marginalisasi pelaku usaha kecil. Dalam konteks ini, urgensi untuk mengkaji ulang arah perkembangan ekonomi digital melalui lensa keadilan menjadi tidak terelakkan.

Islam sebagai sistem hidup yang komprehensif memiliki perangkat nilai dan prinsip ekonomi yang mampu menjawab tantangan zaman termasuk dinamika e-commerce. Prinsip-prinsip seperti keadilan (al-‘adl), kemaslahatan (al-maslahah), kejujuran (ash-shidq), dan larangan atas praktik zalim seperti riba, gharar, dan tadlis, menjadi fondasi etis yang sangat relevan untuk ditawarkan sebagai alternatif terhadap paradigma kapitalisme digital yang kerap abai terhadap nilai-nilai kemanusiaan.

Buku ini tidak sekadar memberikan deskripsi fenomena e-commerce, tetapi juga menghadirkan analisis kritis dan solusi normatif berdasarkan prinsip-prinsip syariah, khususnya dalam konteks persaingan usaha. Penulis berharap buku ini mampu memberikan kontribusi pemikiran bagi para akademisi, regulator, pelaku usaha, dan mahasiswa dalam membangun ekosistem ekonomi digital yang adil, inklusif, dan berkelanjutan.

Ucapan terima kasih disampaikan kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan masukan dalam proses penulisan buku ini. Kritik dan saran yang membangun sangat kami harapkan demi penyempurnaan karya ini di masa mendatang. Semoga buku ini menjadi amal yang bermanfaat dan dapat menjadi bagian dari ikhtiar kolektif menuju tatanan ekonomi yang lebih berkeadilan sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Wassalamu‘alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Asahan, September 2025

(Penulis)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim,

Segala puji dan syukur ke hadirat Allah SWT, Tuhan semesta alam, yang dengan limpahan rahmat dan karunia-Nya, ilmu pengetahuan terus tumbuh, berkembang, dan menjadi petunjuk bagi umat manusia dalam menghadapi kompleksitas zaman. Shalawat dan salam kita haturkan kepada Nabi Muhammad SAW, sosok agung yang mewariskan prinsip-prinsip universal Islam termasuk dalam bidang ekonomi dan perdagangan yang menjunjung tinggi keadilan, kejujuran, dan keberkahan.

Di era disrupsi digital saat ini, perubahan struktur ekonomi terjadi secara masif dan cepat. *E-commerce* telah menjelma menjadi kekuatan dominan dalam praktik perdagangan global. Namun, di balik kemajuan tersebut, muncul tantangan besar: ketimpangan informasi, praktik persaingan tidak sehat, dominasi platform raksasa, serta absennya nilai etika dalam interaksi ekonomi digital. Ini menjadi sinyal kuat bahwa modernitas teknologi tidak selalu sejalan dengan nilai-nilai keadilan.

Dalam konteks inilah, kehadiran buku ***“E-Commerce dan Praktek Keadilan Ekonomi (Perspektif Syariah terhadap Persaingan Usaha)”*** menjadi sangat relevan dan signifikan. Buku ini tidak sekadar menjadi bahan bacaan akademis, melainkan juga merupakan tawaran solusi paradigmatis atas problematika ekonomi digital yang semakin kompleks. Penulis berhasil menggali dan menyandingkan antara dinamika *e-commerce* kontemporer dengan prinsip-prinsip keadilan ekonomi Islam, yang bersumber dari Al-Qur'an, Sunnah, serta ijtihad para ulama.

Fakultas Syariah Institut Agama Islam Daar Ulum Asahan merasa bangga dan mengapresiasi hadirnya karya ini. Buku ini mencerminkan semangat intelektual yang progresif sekaligus komitmen moral untuk menghadirkan nilai-nilai syariah dalam realitas kekinian. Hal ini sejalan dengan visi kami untuk menjadikan keilmuan syariah tidak hanya relevan secara tekstual, tetapi juga kontekstual mampu menjadi panduan etis dan normatif dalam menghadapi tantangan zaman. Kami berharap buku ini dapat memperkaya khazanah keilmuan syariah, memperluas wawasan civitas akademika, serta menginspirasi para mahasiswa, dosen, dan praktisi untuk terus berkontribusi dalam membangun tatanan ekonomi yang berkeadilan, berintegritas, dan bertanggung jawab.

Semoga Allah SWT meridhai setiap langkah kita dalam menebarkan ilmu yang bermanfaat dan memperjuangkan nilai-nilai kebenaran.
Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Asahan, September 2025
Dekan Fakultas Syariah
Institut Agama Islam Daar Ulum Asahan

Dr. H. Syahrul Nasution, SHI, MA

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
PENDAHULUAN	ix
BAB 1 KONSEP DASAR E-COMMERCE	1
A. Definisi E-Commerce	1
B. Jenis – Jenis E- Commerce	4
C. Model Bisnis Dalam E- Commerce.....	6
D. Strategi Memilih Platfor E-Commerce	16
E. Komponen E-Commerce	17
BAB 2 PRINSIP KEADILAN DALAM EKONOMI ISLAM	25
A. Makna dan Landasan Keadilan Ekonomi Syariah	25
B. Konsep Kepemilikan, Distribusi, dan Konsumsi dalam Islam	34
C. Larangan Praktik Ekonomi tidak Adil	50
D. Prinsip Mashlaha dan Falah dalam Muamalah	57
BAB 3 E-COMMERCE DALAM PERSPEKTIF SYARIAH	65
A. Hukum Jual Beli Online dalam Islam	65
B. Validitas Akad dan Transaksi Digital	73
C. Syarat Kehalalan Produk dan Jasa dalam E-Commerce	78
D. Fatwa DSN MUI Tentang Jual Beli Elektronik	84
E. Peran Digital Platform dalam Menegakkan Prinsip Syariah	89
BAB 4 PERSAINGAN USAHA DALAM ERA E-COMMERCE	95
A. Pengertian Persaingan Usaha.....	95
B. Dinamika Persaingan Dalam Dunia Digital	96
C. Praktik Persaingan tidak Sehat dalam E-Commerce	98
D. Regulasi Nasional Terkait Persaingan Usaha (UU. No. 5 Tahun 1999)	109
BAB 5 PERSPEKTIF SYARIAH TERHADAP PERSAINGAN USAHA	113
A. Etika Bisnis Dalam Islam	113
B. Prinsip Tanshif al-Amwal (Distribusi Kekayaan yang Adil).....	121
C. Konsep Al-Musawah (Kesetaraan) dan Al-Adl (Keadilan)	127
D. Larangan Monopoli dan Dzalim terhadap Pelaku Usaha Lain	132
E. Persaingan sebagai Wasilah untuk Meningkatkan Kualitas Produk...	137

BAB 6 STRATEGI MEWUJUDKAN E-COMMERCE YANG ADIL DAN SYARIAH • 141

- A. Edukasi Pelaku Usaha tentang Prinsip Ekonomi Islam 141
- B. Sertifikasi Halal dan Kepatuhan Platform..... 144
- C. Peran Pemerintah dan Lembaga Pengawas Syariah 149
- D. Inovasi Digital Berbasis Nilai Syariah 155
- E. Kolaborasi Platform Syariah dan Regulator..... 164
- F. Perlindungan Konsumen dan Kepastian Hukum 174

DAFTAR PUSTAKA 185

PROFIL PENULIS 193

PENDAHULUAN

E-COMMERCE DAN PRAKTEK KEADILAN EKONOMI (Perspektif Syariah terhadap Persaingan Usaha)

A. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi telah mengubah banyak aspek kehidupan, termasuk ekonomi. Perdagangan elektronik, atau e-commerce, adalah salah satu dampak paling nyata dari transformasi digital ini, yang telah merevolusi cara orang melakukan transaksi. E-commerce membuka peluang baru bagi bisnis untuk masuk ke pasar yang lebih luas, termasuk pasar usaha kecil dan menengah (UKM).¹ Sebaliknya, kemunculan berbagai platform internet raksasa telah menimbulkan masalah baru, khususnya dalam hal persaingan bisnis. Praktik persaingan yang tidak sehat dapat disebabkan oleh ketimpangan daya saing antara bisnis besar dan kecil, dominasi pasar oleh pemain tertentu, dan penggunaan algoritma untuk mengontrol harga dan preferensi konsumen. Kondisi ini dalam jangka panjang dapat menyebabkan ketidakadilan ekonomi dan menghambat pertumbuhan usaha kecil.

Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) dan Undang-undang Cipta Kerja, antara lain, mengatur perdagangan digital. Namun, masih ada masalah untuk menjalankan regulasi ini dengan baik, terutama dalam mengawasi praktik bisnis di ruang digital, yang sering melampaui yurisdiksi nasional.² Menurut Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU), pendekatan hukum dan ekonomi yang lebih adaptif diperlukan karena jenis persaingan di sektor digital semakin kompleks dan memiliki ciri-ciri yang berbeda dari pasar konvensional.³

Pada tahun 2024, sektor e-commerce Indonesia diperkirakan bernilai \$65 miliar, atau sekitar Rp 1.026,1 triliun. Daya tarik pembelian langsung yang makin digemari pelanggan di berbagai platform digital menjadi salah satu faktor utama di balik ekspansi ini.⁴ Menurut survei Statista Pada bulan Januari 2023, di antara 1.434 orang dewasa berusia 18 tahun ke atas, 70,13%

¹ Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2021). *Laporan Statistik E-Commerce Nasional Tahun 2021*. Jakarta: Kominfo Press.

² Kementerian Perdagangan RI. (2020). *Sosialisasi PP No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik*. Jakarta: Kemendag.

³ KPPU RI. (2022). *Kajian Persaingan Usaha di Sektor Ekonomi Digital*. Jakarta: Direktorat Advokasi dan Kebijakan Persaingan.

⁴ tekno. kompas. com, di akses tanggal 25 Mei 2025

BAB 1

KONSEP DASAR E-COMMERCE

A. DEFENISI E-COMMERCE

1. Pengertian E- Commerce

E-commerce atau *Electronic Commerce*, jika ditinjau dari asal katanya, terdiri dari dua kata, yakni *electronic* yang berarti elektronik dan *commerce* yang berarti perdagangan. Secara etimologis, e-commerce mengindikasikan arti perdagangan melalui media elektronik. Dalam pengertian yang lebih operasional, *e-commerce* dapat didefinisikan sebagai proses pelaksanaan transaksi bisnis yang mencakup aktivitas distribusi, pembelian, penjualan, hingga pelayanan jasa yang dilakukan secara elektronik melalui jaringan komputer, terutama internet, serta jaringan eksternal lainnya seperti intranet dan ekstranet.⁶

E-commerce tidak hanya terbatas pada pertukaran barang dan jasa, tetapi juga mencakup aktivitas lain seperti pemasaran digital, manajemen inventaris secara daring, dan layanan pelanggan secara virtual. Dengan kata lain, e-commerce merupakan transformasi dari sistem perdagangan konvensional menjadi perdagangan digital yang berbasis teknologi informasi dan komunikasi. Implementasi *e-commerce* dalam dunia bisnis telah mengubah paradigma transaksi, memungkinkan pelaku usaha menjangkau pasar secara global tanpa harus memiliki toko fisik. Selain itu, konsumen juga mendapatkan manfaat berupa kemudahan akses, efisiensi waktu, dan transparansi informasi. Perkembangan ini tidak terlepas dari pesatnya inovasi teknologi digital serta adopsi internet secara masif dalam kehidupan sehari-hari.

Electronic commerce, atau e-commerce, adalah suatu proses terjadinya transaksi jual beli yang dalam praktiknya dilakukan secara online melalui media elektronik.⁷ E-commerce memungkinkan individu atau perusahaan untuk melakukan kegiatan perdagangan barang dan jasa tanpa batasan waktu dan tempat, hanya dengan menggunakan perangkat elektronik seperti komputer, ponsel, atau tablet yang terhubung ke internet. Dalam praktiknya, e-commerce mencakup berbagai aktivitas, mulai dari pencarian produk,

⁶ Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2021). *E-Commerce 2021: Business, Technology, and Society* (16th ed.). Pearson Education

⁷ <https://developers.bri.co.id/news/ketahui-perkembangan-e-commerce-di-indonesia-pengertian-jenis-dan-manfaatnya>

BAB 2

PRINSIP KEADILAN

DALAM EKONOMI ISLAM

A. MAKNA DAN LANDASAN KEADILAN EKONOMI SYARIAH

1. Makna Keadilan Ekonomi Syariah

Dalam ekonomi syariah, keadilan adalah prinsip utama yang membantu mengimbangi aspek material dan spiritual ekonomi. Dalam Islam, penerapan keadilan, terutama dalam hal transaksi ekonomi, dipandang sebagai cara untuk mencegah ketimpangan sosial dan eksploitasi, yang sering dikaitkan dengan larangan riba.²⁵ Dalam Islam, penerapan keadilan, khususnya dalam transaksi ekonomi, dipandang sebagai upaya nyata untuk mencegah ketimpangan sosial, kesenjangan ekonomi, dan bentuk-bentuk eksploitasi yang dapat merusak struktur sosial.

Salah satu manifestasi keadilan dalam ekonomi syariah adalah larangan riba, karena riba dianggap menciptakan keuntungan yang tidak adil dan merugikan pihak lain, terutama pihak yang lemah secara ekonomi. Selain itu, keadilan juga tercermin dalam larangan terhadap praktik gharar (ketidakjelasan), maysir (judi), penipuan, serta manipulasi harga dan informasi. Dengan demikian, sistem ekonomi Islam berupaya menciptakan lingkungan bisnis yang tidak hanya menguntungkan secara finansial, tetapi juga menjunjung tinggi nilai-nilai etika, keberkahan, dan tanggung jawab sosial.

Keadilan ekonomi syariah merupakan prinsip fundamental dalam sistem ekonomi Islam yang menjadi landasan moral, sosial, dan hukum dalam seluruh aktivitas ekonomi umat. Tujuannya adalah untuk mewujudkan kehidupan yang seimbang, berkeadilan, dan berkelanjutan, dengan mengedepankan nilai-nilai utama dalam Islam, yakni keadilan (*'adl*), kemaslahatan (*maslahah*), dan keseimbangan (*tawazun*). Keadilan dalam konteks ekonomi syariah tidak dimaknai sebagai kesamaan absolut (*equality*), melainkan keadilan proporsional (*equity*) yaitu memberikan hak kepada setiap pihak sesuai dengan peran, kontribusi, dan kebutuhannya, serta

²⁵ Sufi Indrayani, et. all, Konsep Keadilan dalam Ekonomi Syariah (QS. Al-Baqarah: 275-281), Indonesian Research Journal on Education, e-ISSN: 2775 -8672, p-ISSN: 2775 -9482Volume 5Nomor 1Tahun 2025Halaman: 73-79.

BAB 3

E-COMMERCE DALAM PERSPEKTIF SYARIAH

A. HUKUM JUAL BELI ONLINE DALAM ISLAM

1. Jual Beli Online

a. Pengertian Jual Beli Online

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah melahirkan berbagai bentuk transaksi baru, salah satunya adalah jual beli online (e-commerce). Transaksi ini memungkinkan penjual dan pembeli bertransaksi tanpa harus bertemu secara langsung. Kegiatan jual beli online saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat seiring dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Masyarakat semakin terbiasa melakukan transaksi secara daring karena dianggap lebih praktis, efisien, dan fleksibel, tanpa harus bertatap muka secara langsung antara penjual dan pembeli.

Hal ini juga didukung oleh meningkatnya kualitas dan keberagaman platform digital, seperti marketplace, aplikasi e-commerce, serta media sosial yang menyediakan fitur transaksi daring yang semakin aman dan *user-friendly*. Situs-situs e-commerce besar seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, dan lainnya turut berperan dalam memfasilitasi proses jual beli yang cepat dan luas jangkauannya. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), jual beli diartikan sebagai suatu persetujuan saling mengikat antara penjual dan pembeli, di mana penjual bertindak sebagai pihak yang menyerahkan barang, sementara pembeli adalah pihak yang membayar harga atas barang tersebut.⁵⁰

Definisi ini menegaskan bahwa jual beli merupakan bentuk akad atau perjanjian yang bersifat mengikat secara hukum, karena melibatkan hak dan kewajiban yang harus dipenuhi oleh kedua belah pihak. Dalam perspektif ini, transaksi jual beli tidak hanya dimaknai sebagai pertukaran barang dan uang, tetapi juga sebagai komitmen sosial dan hukum yang mencerminkan adanya kesepakatan bersama.

Secara etimologis, istilah "jual beli" merupakan gabungan dari dua kata, yaitu *jual* dan *beli*. Menurut Suhrawardi, kata "jual" menunjukkan adanya perbuatan menyerahkan barang dengan imbalan tertentu, sedangkan "beli"

⁵⁰ Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa, Edisi IV (Jakarta: PT Gramedia Pustaka, 2008), hlm 589

BAB 4

PERSAINGAN USAHA

DALAM ERA E-COMMERCE

A. PENGERTIAN PERSAINGAN USAHA

Persaingan usaha adalah kompetisi yang terjadi antara para pelaku usaha dengan tujuan utama untuk menarik perhatian dan minat calon konsumen. Dalam persaingan ini, pelaku usaha berupaya menawarkan produk atau jasa yang mereka miliki dengan cara yang paling menarik dan efektif. Strategi yang digunakan meliputi penyajian produk atau jasa yang berkualitas, promosi yang kreatif dan tepat sasaran, serta pelaksanaan kampanye pemasaran (*market campaign*) yang mampu membangun kesadaran dan preferensi konsumen terhadap produk atau jasa tersebut.⁸⁷

Melalui berbagai upaya tersebut, pelaku usaha berharap dapat mempengaruhi calon konsumen agar memilih produk atau jasa mereka dibandingkan dengan pesaing lain di pasar. Persaingan usaha yang sehat mendorong inovasi, peningkatan kualitas layanan, dan efisiensi, yang pada akhirnya memberikan manfaat bagi konsumen dan perkembangan ekonomi secara keseluruhan. Namun, persaingan juga harus dijalankan secara etis dan sesuai dengan regulasi agar tidak menimbulkan praktik-praktik curang atau merugikan pihak lain.

Persaingan usaha dianggap sebagai hal yang lumrah karena tujuan utamanya adalah untuk mencapai kesuksesan usaha melalui inovasi, efisiensi, dan peningkatan kualitas produk atau layanan. Dalam konteks ekonomi yang sehat, persaingan mendorong pelaku usaha untuk terus berupaya memberikan yang terbaik bagi konsumen. Aspek ini diatur dan diregulasikan dalam Undang-undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja.⁸⁸ dan Keputusan Presiden Nomor 80 Tahun 2008 tentang Perubahan Atas Keputusan Presiden Nomor 75 Tahun 1999 Tentang Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU).⁸⁹

⁸⁷ Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing* (16th ed.). Pearson Education, hlm. 200-220

⁸⁸ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja

⁸⁹ Keputusan Presiden Nomor 80 Tahun 2008 tentang Perubahan Atas Keputusan Presiden Nomor 75 Tahun 1999 Tentang Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU)

BAB 5

PERSPEKTIF SYARIAH

TERHADAP PERSAINGAN USAHA

A. ETIKA BISNIS DALAM ISLAM

Etika bisnis dalam Islam merupakan seperangkat nilai moral dan prinsip syariah yang mengatur bagaimana seorang Muslim seharusnya menjalankan aktivitas ekonomi dan usahanya dengan cara yang adil, jujur, dan bertanggung jawab.¹⁰⁰ Prinsip dasar dari etika bisnis Islam tidak hanya berfokus pada pencapaian keuntungan materi, tetapi juga pada pencapaian keberkahan (barakah) dan keseimbangan antara kepentingan individu dan masyarakat. Dalam pandangan Islam, kegiatan bisnis bukan sekadar alat mencari keuntungan, tetapi juga sarana ibadah dan kontribusi sosial.

Nilai-nilai yang menjadi fondasi etika bisnis Islam antara lain adalah kejujuran (ṣidq), keadilan (ʿadl), amanah (dapat dipercaya), larangan penipuan (gharar), dan larangan riba (bunga). Praktik bisnis yang dilakukan secara curang, seperti manipulasi harga, penimbunan (iḥtikār), monopoli, atau penipuan informasi, dikecam keras dalam Islam karena merusak kepercayaan dan keadilan dalam pasar. Etika bisnis ini bersumber dari Al-Qurʿan surat Al-Ahzab ayat 70:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar (QS. Al-Ahzab:70)

Kejujuran dan kebenaran sangat penting dalam berbisnis. Kemudian Hadis Nabi Muhammad SAW, serta fatwa dan ijtihad ulama, yang secara tegas memberikan batasan dan arahan dalam bertransaksi. Sebagai contoh, dalam hadis riwayat Muslim, Rasulullah SAW bersabda, *“Pedagang yang jujur dan amanah akan bersama para nabi, orang-orang yang benar, dan para syuhada.”* (HR. Muslim). Hal ini menunjukkan betapa tingginya nilai etika dalam praktik bisnis Islam, yang tidak hanya menentukan kesuksesan di dunia, tetapi juga menjadi bagian dari amal yang bernilai akhirat.

¹⁰⁰ <https://darulabroribs.sch.id/memahami-etika-bisnis-dalam-islam>

BAB 6

STRATEGI MEWUJUDKAN E-COMMERCE YANG ADIL DAN SYARIAH

A. EDUKASI PELAKU USAHA TENTANG PRINSIP EKONOMI ISLAM

Pertumbuhan e-commerce syariah menawarkan solusi alternatif bagi konsumen Muslim yang ingin bertransaksi sesuai nilai-nilai Islam. Namun, masih banyak pelaku usaha yang belum memahami prinsip ekonomi Islam secara menyeluruh, sehingga berpotensi melanggar etika bisnis syariah, baik secara sengaja maupun tidak. Strategi mewujudkan e-commerce yang adil dan syariah, khususnya melalui edukasi pelaku usaha tentang prinsip ekonomi Islam, melibatkan beberapa aspek penting yang harus diterapkan agar transaksi online sesuai dengan nilai-nilai Islam dan memberikan manfaat ekonomi sekaligus keberkahan.

Strategi Edukasi untuk pelaku usaha tentang Prinsip Ekonomi Islam:

1. Pelatihan Prinsip Ekonomi Islam untuk UMKM Digital

Pelatihan prinsip ekonomi Islam untuk UMKM digital sangat penting dalam membentuk fondasi bisnis yang tidak hanya menguntungkan secara finansial, tetapi juga selaras dengan nilai-nilai syariah. Materi pelatihan ini dimulai dengan memahami berbagai larangan dalam ekonomi Islam, seperti riba (bunga), gharar (ketidakjelasan), maysir (judi), *ta'dlis* (penipuan dalam kualitas/kuantitas produk), dan ihtikar (penimbunan barang untuk menaikkan harga). Para pelaku UMKM diajak untuk mengenali bentuk-bentuk praktik ini dalam konteks bisnis digital dan bagaimana menghindarinya agar tidak melanggar prinsip keadilan dan kejujuran dalam transaksi.

Selain itu, konsep halal-thayyib menjadi fondasi utama dalam produk dan transaksi. Produk yang dipasarkan harus tidak hanya halal dari sisi bahan dan proses, tetapi juga *thayyib*, yakni baik, bersih, dan bermanfaat bagi konsumen. Dalam transaksi digital, pelaku UMKM diajak untuk memastikan kejelasan informasi, transparansi harga, dan kejujuran dalam penawaran baik melalui platform e-commerce maupun media sosial.

Pelatihan ini juga menekankan pentingnya etika dalam muamalah, terutama dalam konteks akad jual beli. Akad harus memenuhi rukun dan syarat yang sah, seperti kejelasan barang, kesepakatan harga, dan kerelaan kedua belah pihak. Etika seperti amanah, kejujuran, dan tanggung jawab harus dijunjung tinggi agar bisnis tidak hanya berkembang, tetapi juga berkah

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Manan, *Hukum Ekonomi Syariah dalam Perspektif Kewenangan Peradilan Agama di Indonesia* (Jakarta: Kencana, 2006), hlm. 32.
- Abdulrahman Al-Jarizi, 1994. *Fiqh Empat Madzhab*, Semarang: CV Asy Syifa.
- Abu Bakar Mas'ud bin Ahmad al-Kassâny, Badai'u al-Shanai' fî Tartîbi al-Syarâi', Beirut: Daru al-Kutub Al-Ilmiyyah, 1986 M, Juz 5, hal. 129
- Agrawal,A.,Gans, J., & Goldfarb, A (2018) The Algoritmik Economy. Harvard Business Review 96 (10), 128-133
- Ahmad Azhar Baasyir,2004. Asas-Asas Hukum Muamalat (Hukum Perdata Islam),Yogyakarta: UII Press
- Ahmad bin Muhammad bin Ali al-Fayoumy al-Muqry, Al Misbahul al Munir fî Gharîbi al-Syarhi al-Kabîr, Kairo: Daru al-Ma'ârif, 2016: 90
- Akhmad Muslih, 2021. *Etika Bisnis Islam: Prinsip dan Implementasi*, Jakarta: Pustaka Al-Hikmah.
- Al-Buthi,2001. Dawabit al-Maslahah fi asy-Syari,,ah al-Islamiyyah , Beirut: Muassasah al-Risalah.
- Al-Fauzan,2005. Saleh. *Fiqh Praktis sehari-hari*. Jakarta: Gema Insani.
- Al-Zuhaili, Wahbah. *Fiqh al-Islâmî wa Adillatuh*. Damaskus: Dâr al-Fikr, 1984.
Lihat juga Fatwa DSN-MUI No. 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Dalam Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (E-Commerce)
- Al-Zuhayli, Wahbah. *Al-Fiqh al-Islami wa Adillatuh*, Vol. 4, Damaskus: Dar al-Fikr, 1989
- Andi Fahmi Lubis, dkk. (2017). Buku Teks Hukum Persaingan Usaha, Edisi. II. Komisi Pengawas Persaingan Usaha
- Andrianto, A. (2021). *Strategi Pemasaran Digital UMKM di Era Ekonomi Digital*. Yogyakarta: Deepublish.
- Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Anwar, K. (2001). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, hlm. 125.
- APJII. *Laporan Survei Internet APJII 2023–2024: Penetrasi & Perilaku Pengguna Internet Indonesia*, Jakarta: APJII, 2024, hlm. 52.
- Aulia, M., & Yustiardhi, A.F. (2020). *An overview of Indonesian regulatory framework on Islamic financial technology (fintech)*.
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi Keempat Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Bank Indonesia. *Laporan Ekonomi dan Keuangan Digital Indonesia 2023*, Jakarta: Bank Indonesia.
- BPJPH. (2021). *Sertifikasi Halal dalam Era Digital: Peluang dan Tantangan*. Jakarta: Kementerian Agama RI.
- Chapra, Umer, 2001, *The Future of Economics: An Islamic Perspective*, diterjemahkan oleh Ikhwan Abidin, *Masa Depan Ilmu Ekonomi: Sebuah Tinjauan Islam*, Jakarta, Gema Insani Press hlm. 49
- Chapra, Umer.M. 1992. *Islam and the Economic Challenge* Herndon, VA: International Institute of Islamic Thought.
- Dawimatus Sholihah & Wildatul Jannah, Implementasi Etika pada E-Commerce di Indonesia, *I'THISOM: Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 1 No. 1, April 2022.
- Departemen Pendidikan Nasional, 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, Edisi IV, Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Dewan Syari'ah Nasional MUI, "Fatwa Dewan Syari'ah Nasional No: 05/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Jual Beli Salam" (Jakarta, 2000).
- Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN -MUI). (2009). Fatwa No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS).
- Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, *Fatwa Nomor 116/DSN-MUI/IX/2017* tentang Ketentuan Penggunaan Uang Elektronik Secara Syariah.
- Dewan Syariah Nasional MUI, "Fatwa DSN MUI No. 04/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Murabahah" (Jakarta, 2000)
- DinarStandard. (2023). *State of the Global Islamic Economy Report 2023*. Fatwa No. 146/DSN-MUI/XII/2021
- Hamid, Munir, 2022. *Ahmad Perspektif Etika Bisnis Islam dalam Upaya Pengawasan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*, Lamongan: Universitas Islam Darul 'ulum.
- HR. Bukhari dan Muslim. Lihat juga dalam An-Nawawi, *Riyadhus Shalihin*, Bab Amanah.
- HR. Muslim, No. 102. Lihat juga Imam Nawawi, *Syarah Shahih Muslim*, Jilid 1.
- Ibn al-Manzur, *Lisan al-„Arabal-Muhit* (Beirut: Dar al-Fikr, 1972), Juz II, hal. 348
- Indonesia Jadi Negara dengan Populasi Muslim Terbesar di Dunia, *iNewsSragen.id*, 3 Maret 2025
- Irawan, M. (2023). *Transformasi Digital dalam Keuangan Islam: Peluang dan Tantangan*, *Jurnal STIE AAS*, hlm. 112-130.
- Jurnal SIBATIK*, "Blockchain dalam Ekonomi Islam," 2023, hlm. 20-35.

- Kalakota, R., & Whinston, A. B. (1997). *Electronic Commerce: A Manager's Guide*. Reading, MA: Addison-Wesley
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2021). *Laporan Statistik E-Commerce Nasional Tahun 2021*. Jakarta: Kominfo Press.
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2023). *Laporan Kinerja Ekspor Produk Halal Indonesia*.
- Kementerian Perdagangan RI. (2020). *Sosialisasi PP No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik*. Jakarta: Kemendag.
- Kementerian Perdagangan RI. *Perkembangan E-Commerce di Indonesia: Tantangan dan Peluang UMKM Go Digital*, Jakarta: Kemendag, 2023.
- Keputusan Presiden Nomor 80 Tahun 2008 tentang Perubahan Atas Keputusan Presiden Nomor 75 Tahun 1999 Tentang Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU)
- Khosy'ah, 2014. *Fiqh Muamalah Perbandingan*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- KNEKS. (2023). *Program Kampus Ekonomi Syariah dan Santripreneur*. Diakses dari <https://kneks.go.id>
- Kneks.go.id, Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia Tahun 2023
- Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah. (2023). *Laporan Tahunan KNEKS 2022*. Jakarta: KNEKS
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing* (16th ed.). Pearson Education, hlm. 200-220
- KPPU RI. (2022). *Kajian Persaingan Usaha di Sektor Ekonomi Digital*. Jakarta: Direktorat Advokasi dan Kebijakan Persaingan.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2021). *E-Commerce 2021: Business, Technology, and Society* (16th ed.). Pearson Education
- Laudon, K.C., & Traver, C.G. (2021). *E-Commerce: Business, Technology, Society*. 15th Edition. Pearson Education.
- LPPOM MUI, *Pedoman Sistem Jaminan Halal (SJH)*, Edisi Revisi 2020.
- M. B. H. Anto, "Pengantar Ekonomi Mikro Islami," in Ekonisia, Yogyakarta: Ekonisia, 2003.
- M. Hasbi Ash-Shiddieqy, *Pengantar Fiqh Muamalah*, Jakarta: Bulan Bintang, 1996, hlm. 35.
- Majelis Ulama Indonesia, "Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 24 Tahun 2017 Tentang Hukum Dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial" (Jakarta, 2017).
- Megasyariah.co.id, Mengenal KYC, Prosedur Nasabag untuk Tingkatkan Keamanan Transaksi, 2025
- Mengelola Bisnis Tahun 2025 di Era Transformasi Digital, Altitude Solutions, 2025.

- Muhammad bin Ahmad al-Anshary al-Qurthuby, *Al-Jâmi' li Ahkâmi al-Qur'ân*, Beirut: Daru al-Fikr, tt., 9/204
- Muhammad Yunus, *Kamus Arab Indonesia*, (Jakarta: Yayasan Penyelenggaraan Penerjemah dan Penafsir al-Qur'an, 1973), hal. 219
- Nasution, Edwin Mustafa et. al, 2010. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Kencana, Jakarta,
- Nasution, Khoiruddin .1996. *Islam dan Ekonomi: Telaah Historis dan Filosofis*, Yogyakarta: UII Press, hlm. 37.
- Nugroho, R. (2020). *Manajemen Bisnis Digital*. Yogyakarta: Deepublish.
- Nurul Afifah, ANALISIS HUKUM ISLAM TERHADAP JUAL BELI ONLINE, *Jurnal Hukum Bisnis Islam* Volume 09, Nomor 01, Juni 2019 p-ISSN: 2088-4869/ e-ISSN: 2597-4351
- OJK (2024). *Transformasi Digital pada Perbankan Syariah Indonesia*, *Jurnal Universitas Pahlawan*, hlm. 45-60.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2019). *Peraturan OJK No. 13/POJK.02/2018 tentang Inovasi Keuangan Digital di Sektor Jasa Keuangan*.
- Patel, N., *The Dark Side of SEO: Negative SEO Tactics*, 2023; *Digital Marketing Journal*, 2024
- Paul A. Samuelson dan William D. Nordhaus, *Economics*, 19th ed. (New York: McGraw-Hill, 2010), hlm. 482.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, Pasal 53–55.
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2020 tentang Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah
- Pratama, A. (2021). *Strategi Pemasaran Digital untuk UMKM*. Jakarta: Grasindo.
- Putri Wita Stefhani, 2023. *Persaingan Usaha Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*, Metro: IAIN Metro.
- Rahmadi Indra Tektona, 2023. et.all, *Hukum Ekonomi Syariah*, Banten: PT. SADA KUNIA PUSTKA,
- Rayport, J.F., & Jaworski, B.J. (2002). *Introduction to E-Commerce*. McGraw-Hill Higher Education.
- Republik Indonesia, Undang-undang RI Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Bab II, Pasal 3.
- Republik Indonesia, Undang-undang RI Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Bab II, Pasal 4
- Ruslan Adul Ghafur Noor. 2013. *Konsep Distribusi Dalam Ekonomi Islam Dan Format Keadilan Ekonomi Di Indonesia*. Yogyakarta, Pustaka Pelajar, Cet I., 76-88

- Said Ramadhan al- Buti , *Ḍawābiṭ al-Maṣlaḥah fī al-Syarī'ah al-Islāmiyyah*, cet. ke-4 (Beirut: Mu'assasah al-Risālah, 1973), hlm. 40
- Sayyid Qutb, *Fi Zilal al-Qur'an* (Dalam Bayang-Bayang Al-Qur'an), terj. M. Quraish Shihab (Jakarta: Lentera Hati, 2005), hlm. 112.
- Statistik Kementerian Perdagangan Republik Indonesia 2024
- Suhrawardi Lubis. 2000. *Hukum Ekonomi Islam*. Sinar Grafika Offset:Jakarta, hlm 128
- Suyanto, Asep Herman, 2009. *Step by Step Web Design Theory and Practices*, Yogyakarta: Andi
- Suyanto. (2021). *E-Commerce: Strategi Pemasaran Produk dan Jasa Secara Online*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Syarifuddin, Amir. 2008. *Ushul Fiqh*, Jilid II, cet. ke-4 Jakarta: Kencana Prenada Media Group, hal. 208
- tekno. kompas. com, di akses tanggal 25 Mei 2025
- Tren Transformasi Digital 2025: Dampaknya pada Bisnis dan Industri, Indibiz, 2024.
- <https://krishnapratama.wordpress.com>
- Turban, E., King, D., Lee, J.K., Liang, T.P., & Turban, D.C. (2018). *Electronic Commerce: A Managerial and Social Networks Perspective*. 8th Edition. Springer.
- Undang-Undang No. 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi, Pasal 20–26. Lihat juga Fatwa DSN-MUI No. 116/DSN-MUI/IX/2017 tentang Layanan Keuangan Digital Berbasis Syariah.
- Undang-Undang No. 3 Tahun 2006 tentang Perubahan atas UU No. 7 Tahun 1989 tentang Peradilan Agama, Pasal 49 huruf i. Lihat juga PERMA No. 14 Tahun 2016 tentang Tata Cara Penyelesaian Perkara Ekonomi Syariah.
- Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH).
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Pasal 1 angka 17.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi, Pasal 35–40.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, Pasal 4 dan 6.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, Pasal 4 dan Pasal 67.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 4.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 4 huruf c dan Pasal 7 huruf b.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 4 huruf c dan Pasal 10

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 4 huruf d

Wijaja, Gunawan, et.al 2003. , Seri Hukum Perikatan , Cet. I; Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, hlm 7.

Yustisia, D. (2022). *Bisnis Digital untuk UMKM*. Yogyakarta: Deepublish.

Sumber Jurnal

Ahmad, R., & Siregar, H., "Implementasi Teknologi Blockchain dalam Institusi Keuangan Syariah," *Jurnal Inovasi Keuangan Syariah*, Vol. 5, No. 1, 2019, hlm. 112-125.

Dawimatus Sholihah & Wildatul Jannah, Implementasi Etika pada E-Commerce di Indonesia, *I'THISOM: Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 1 No. 1, April 2022.

Dedi Alamsah, Studi Kasus Praktik Predatory Pricing pada TikTokShop dan Dampaknya terhadap Pemanfaatan Media Sosial oleh UMKM di Indonesia, *ULIL ALBAB : Jurnal Ilmiah Multidisiplin* Vol.4, No.1, Desember 2024

I'thisom: Jurnal Ekonomi Syariah, "Analisis Pengaruh Penggunaan Teknologi Blockchain dalam Transaksi Keuangan Perbankan Syariah," Vol. 1, 2024, hlm. 45-60.

Imama Zuchroh, Inovasi Fintech Syariah: Analisis Dampak Penerapan Platform Digital Dalam Pembiayaan Mikro Untuk Pemberdayaan Ekonomi Umkm, Zaheen :Jurnal Pendidikan, Agama dan Budaya Volume 1 Nomor 2 April 2025E-ISSN : 3089-5243 Hal 143-155

Jurnal IKRAH, "Insentif Pajak Terhadap Koperasi Selaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)," Universitas Islam Sultan Agung, 2023.

Jurnal SIBATIK, "Blockchain dalam Ekonomi Islam," 2023, hlm. 20-35.

Mulyana, et.al, Sinergi Antara Bank Syariah dan P2P Lending Fintech dalam Meningkatkan Akses Pembiayaan bagi UMKM di Jawa Barat: Analisis Systematic Literature Review (SLR), *urnal Jhesy* Vol. 03; No. 02; 2025

Nurul Afifah, ANALISIS HUKUM ISLAM TERHADAP JUAL BELI ONLINE, *Jurnal Hukum Bisnis Islam* Volume 09, Nomor 01, Juni 2019 p-ISSN: 2088-4869/ e-ISSN: 2597-4351

- Putri, R.R., & Ramadana, M. (2022). *Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce di Era Digital*, Jurnal Manajemen dan Bisnis, Vol. 9(1), hlm. 33–40.
- Prajanto, A., & Pratiwi, R. D. (2019). Revolusi Industri 4.0: Desain Perkembangan Transaksi Dan Sistem . Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan (Jimat) Volume 10, No.1, 86-96.
- Prayitno, G., & Setyowati, R. (2020). *The existence of Sharia supervisory board in Sharia Fintech: Legal basis and problematic in Indonesia*. DOI:10.18592/sjhp.v20i2.4060 PDF
- Raihan Yahya Ismail,et.all, Peran Negara dalam Pengelolaan Keuangan Publik di Indonesia: Tinjauan Kitab Al-Amwal Karya Abu Ubaid, Journal of Comprehensive Science p-ISSN: 2962-4738 e-ISSN: 2962-4584 Vol. 4. No. 1 January 2025
- Ramadhan, F., "Peran Teknologi dalam Meningkatkan Inklusi Keuangan Syariah," *Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah*, Vol. 6, No. 1, 2022, hlm. 45-58.
- Rizka Handayani Pohan et al., "Dampak Insentif Fiskal Perpajakan Terhadap Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM)," *Indonesian Journal of Islamic Jurisprudence, Economic and Legal Theory*, Vol. 2, No. 4, 2024.
- Saputra, Upaya Fintech Syariah Mendorong Akselerasi Pertumbuhan UMKM di Indonesia, Qonun Iqtishad El Madani Journale ISSN 2827-7759Volume3 Nomor2 Juni 2024
- Sufi Indrayani, et. all, Konsep Keadilan dalam Ekonomi Syariah (QS. Al-Baqarah: 275-281), Indonesian Research Journal on Education, e-ISSN: 2775 –8672, p-ISSN: 2775 –9482Volume 5Nomor 1Tahun 2025
- Tenti Tri Apriani et al., "Transformasi Digital Berbasis E-Commerce Dalam Mendukung Pertumbuhan Ekonomi Syariah Yang Inklusif Dan Berkelanjutan," *Jurnal Bisnis dan Manajemen (JURBISMAN)*, Vol. 2, No. 4, Desember 2024.
- Yuni Mayanti dan Rani Putri Kusuma Dewi, *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Bisnis Islam*, Journal of Applied Islamic Economics and Finance, 2024, hlm. 35.

Sumber Internet:

<https://bpkh.go.id/apa-itu-gharar>

<https://darulabroribs.sch.id/memahami-etika-bisnis-dalam-islam>

<https://developers.bri.co.id/id/news/ketahui-perkembangan-e-commerce-di-indonesia-pengertian-jenis-dan-manfaatnya>

<https://etheses.iainkediri.ac.id/2085/3/931304411%20-%20BAB%20II.pdf>

<https://kantinit.com/kecerdasan-buatan/manipulasi-data-adalah-jenis-dampak-dan-cara-mengatasi>

<https://pageid.borong.com/blog/predatory-pricing/>

<https://www.bankmuamalat.co.id/index.php/artikel/pengertian-maysir>

<https://www.cnbcindonesia.com/news/20241122162657-8-590400/video-banjir-barang-palsu-di-e-commerce-bikin-resah-kita-bisa-apa>

<https://www.edibasics.com>

<https://www.kompasiana.com/ilhamakbarjunaidiputra>

<https://www.shieldtag.co/id/blog/belanja-aman-cara-kenali-review-produk-yang-palsu>

www.comparatio.com

PROFIL PENULIS



Dr. Siti Ameliyah. S.Ag. S.Pd.I. M.Hi, anak Pertama dari Sembilan bersaudara dari Pasangan Wahdi Sinaga dan Faridah Simamora Yang Lahir pada tanggal 29 Nopember 1973 di Air Teluk Kabupaten Asahan Medan Sumatera Utara. Mengenyam Pendidikan Dasar SD N Mutiara Kisaran pada tahun 1987, Madrasah Tsanawiyah Swasta Cokroaminoto Kisaran tamat pada tahun 1990, melanjutkan ke Madrasah Aliyah Swasta Kisaran lulus tahun 1993, pada tahun 1998 menyelesaikan Pendidikan Srata Satu (S1) di Institut Agama Islam Daar Al Ulum (AIDU) Asahan Fakultas Syariah Prodi Hukum Keluarga Islam (Alhwal Al Syakhsyiyah), pada tahun 2013 menyelesaikan S2 pada Prodi Hukum Islam, kemudian melanjutkan Pendidikan S3 menyelesaikannya pada tahun 2024. Pengalaman pekerjaan mulai dari staf di Notaris Ali Ansari Kisaran dari tahun 1998-1999, staf Biro IAIDU Asahan dari tahun 1999-2002, Kepala Perpustakaan dan Laboratorium Bahasa dan Komputer di PMDU Asahan tahun 2002-2012, Ka. Prodi Hukum Keluarga Islam pada Fakultas Syariah IAIDU Asaha dari 2012-2021, Wakil Dekan pada Fakultas Syariah IAIDU Asahan dari 2021 sampai sekarang.



Yanuardin, S.E., M.E.I., Lahir sebagai anak kedelapan dari pasangan Alm. Arbain dan Sarinun pada tanggal 01 Januari 1982 di Medan, kota Medan Sumatera Utara. Mengenyam pendidikan dasar di SDN 060823 Medan tamat tahun 1994, melanjutkan pendidikan Madrasah Tsanawiyah UMN Alwashliyah Medan tamat tahun 1997, dan Madrasah Aliyah Muallimin Univa Medan lulus tahun 2000. Pada tahun 2004 menyelesaikan pendidikan Strata satu (S1) di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Swadaya Medan. Pada tahun 2014 menyelesaikan pendidikan n Strata dua (S2) Prodi Ekonomi Islam di UINSU Medan dan mendapat gelar Magister Ekonomi Islam. Kemudian pada tahun 2018 sampai sekarang (2025) melanjutkan ke pendidikan Strata tiga (S3) Proram studi Ekonomi Syariah di UINSU Medan. Pengalaman pekerjaan: Mulai dari sebagai guru di UPMI Medan (2005 – 2007), Staf Pasasi PT. Jasa Angkasa Semesta Bandara Polonia Medan (2007 – 2012). Ka.Litbang SMK Penerbangan PBD MEDAN (2013 – 2014). Wakil Kepala Sekolah bidang

HUBINMAS SMK Penerbangan PBD Medan (2014-2018). Wakil Kepala Sekolah bidang Kesiswaa di SMA TARUNA PBD Medan (2019 – 2022). Dosen tetap di IAIDU Asahan Kisaran (2015 – sekarang). Hingga saat ini aktif di Lembaga Swadaya Masyarakat Teropong Keadilan dan Hukum (LSM TKH) Sumatera Utara, pengurus di PERGUNU Sumatera Utara dan Dewan Pakar di Lembaga Pemberdayaan Masyarakat (LPM) Kecamatan Medan Amplas Medan.



Drs. M. Thahir, S.Pd.i, M.Ag, lahir pada tanggal 16 Oktober 1963 di Batu VIII Asahan, anak dari pasangan M. Nafiah dan Kaminem. Mengenyam pendidikan di MIS Alwashliyah Desa Lubuk Palas Air Joman Asahan tamat pada tahun 1977 dan MTs Pesantren Modern Darul Al Uluum Asahan tamat tahun 1980. Kemudian MAS Pesantren Modern Daar Al Uluum Asahan tamat tahun 1983. Melanjutkan pendidikan Strata satu (S1) di IAIN

Sunan Kalijaga Yogyakarta Fakultas Syariah tamat tahun 1992 dan Fakultas Tarbiyah Institut Agama Islam Daar Al Uluum (IAIDU) Asahan Kisaran tamat tahun 2006. Pada tahun 2015 menamatkan Strata dua (S2) Jurusan Hukum Islam di PPS. UINSU Medan. Memiliki istri bernama Marhamah, S.Ag, MM dan 4 orang anak yaitu Miftahul Irhami, ST., M.Fikri Abdur Raziq , SH,. Muthia Rahma Fadhila dan M.Husni Al Fata. Saat ini profesi sebagai Dosen Tetap di Fakultas Syariah IAIDU Asahan Kisaran. Pengalaman Organisasi: Anggota Komisi Pendidikan dan Kaderisasi MUI Kabupaten Asahan selama 3 priode. Wakil Ketua Tag Kwando Indonesia Kabupaten Asahan selama 1 priode. Sekretaris Tag Kwando Indonesia Kabupaten Asahan selama 2 priode. Sekretaris HAPKINDO Indonesia Kabupaten Asahan selama 2 priode. Katib Suriah NU Kabupaten Asahan selama 3 priode. Dan Wakil Ketua Suriah NU Kabupaten Asahan selama 1 priode.

E-COMMERCE & PRAKTEK KEADILAN EKONOMI

(Perspektif Syariah terhadap Persaingan Usaha)

Transformasi digital telah menciptakan lanskap ekonomi baru, di mana e-commerce menjadi salah satu pilar utama dalam aktivitas bisnis modern. Namun, di balik efisiensi dan kemudahan yang ditawarkan, terdapat persoalan-persoalan mendasar yang perlu dikritisi: mulai dari praktik persaingan usaha yang tidak sehat, monopoli platform digital, eksploitasi data konsumen, hingga marginalisasi pelaku usaha kecil. Dalam konteks ini, urgensi untuk mengkaji ulang arah perkembangan ekonomi digital melalui lensa keadilan menjadi tidak terelakkan. Islam sebagai sistem hidup yang komprehensif memiliki perangkat nilai dan prinsip ekonomi yang mampu menjawab tantangan zaman termasuk dinamika e-commerce. Prinsip-prinsip seperti keadilan (al-'adl), kemaslahatan (al-maslahah), kejujuran (ash-shidq), dan larangan atas praktik zalim seperti riba, gharar, dan tadlis, menjadi fondasi etis yang sangat relevan untuk ditawarkan sebagai alternatif terhadap paradigma kapitalisme digital yang kerap abai terhadap nilai-nilai kemanusiaan.



SCANME

www.penerbitwidina.com
@penerbitwidina
penerbit widina
penerbitwidina@gmail.com
widina store
widina bookstore

0815-7000-699

Ekonomi & Perbankan

ISBN 978-634-246-247-8



9

786342

462478