



J-HES

Jurnal Hukum Ekonomi Syariah

Volume 08 | Nomor 01 | Juni 2024
p-ISSN: 2549-4872 | e-ISSN: 2654-4970

Kontribusi Jual Beli Online dalam Mendukung Pemulihan Ekonomi: Perspektif Ekonomi Syariah di Masa Pasca Pandemi

Nurhayati

Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Majene | nurhayatijallo@yahoo.co.id

Abstrak

Pasar Majene adalah pusat perputaran ekonomi, khususnya dalam sektor jual beli, karena mayoritas masyarakat Majene bekerja di bidang perdagangan. Pandemi COVID-19 mengakibatkan diberlakukannya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), dan dampaknya masih dirasakan hingga pasca pandemi, menyebabkan kebingungan di kalangan pedagang di Pasar Sentral Majene mengenai cara memutar roda perekonomian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana jual beli online dapat menjadi peluang untuk meningkatkan perekonomian dan untuk mengidentifikasi kelemahan serta keunggulan jual beli online bagi masyarakat Majene. Penelitian ini menggunakan metode field research dengan pendekatan kualitatif deskriptif, menggunakan sumber data primer dan sekunder. Metode pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dan pengamatan melalui YouTube. Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk mengatasi permasalahan ekonomi, para pedagang di Pasar Sentral Majene menambah metode penjualan mereka dengan sistem jual beli online menggunakan aplikasi WhatsApp dan Facebook. Mereka mengunggah gambar-gambar dagangan mereka di aplikasi tersebut. Kelemahan dari jual beli online adalah penjual harus selalu siap dengan kuota internet, rajin membuka aplikasi, menghadapi keraguan konsumen terhadap barang dagangan, dan seringkali diminta untuk menyediakan ongkos kirim gratis. Namun, jual beli online juga memiliki keunggulan seperti dapat berjualan dari rumah, tetap dapat berkumpul dengan keluarga, pekerjaan rumah tetap terkontrol dan selesai dengan baik, menghemat biaya transportasi ke pasar, serta menghemat biaya kebersihan di pasar.

Kata Kunci: Covid-19; Ekonomi Syariah; Jual Beli Online; Pemulihan Ekonomi; Peningkatan

Online Buying and Selling in Improving the Economy during the Covid-19 Pandemic

Abstract

Majene Market is the center of economic circulation, especially in the buying and selling sector, because the majority of Majene people work in the trade sector. The COVID-19 pandemic resulted in the imposition of Large-Scale Social Restrictions (PSBB), and the impact is still being felt until after the pandemic, causing confusion among traders in Majene Central Market regarding how to turn the wheels of the economy. This research aims to find out how online buying and selling can be an opportunity to improve the economy and to identify the weaknesses and advantages of online buying and selling for the people of Majene. This research uses field research method with descriptive qualitative approach, using primary and secondary data sources. Data collection methods include observation, interviews, and observation through YouTube. The results show that to overcome economic problems, traders in Majene Central Market add their sales methods with an online buying and selling system using WhatsApp and Facebook applications. They upload pictures of their merchandise on these applications. The disadvantages of online buying and selling are that sellers must always be ready with internet quota, diligently open the application, face consumer doubts about merchandise, and are often asked to provide free shipping costs. However, online trading also has advantages such as being able to sell from home, still being able to gather with family, homework remains controlled and well done, saving transportation costs to the market, and saving cleaning costs at the market.

Keywords: Covid-19; Sharia Economics; Online Buying and Selling; Economic Recovery; Improvement.

PENDAHULUAN

Sebagai sistem kehidupan, Islam memberikan warna dalam setiap dimensi kehidupan manusia, termasuk dunia ekonomi. Sistem Islam ini berusaha mendialektikkan nilai-nilai ekonomi dengan nilai akidah dan etika (Wahyuddin et al., 2023). Artinya, kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh manusia dibangun dengan dialektika antara nilai materialisme dan spiritualisme (Mansyur et al., 2024). Kegiatan ekonomi yang dilakukan

tidak hanya berbasis pada nilai materi, tetapi juga memiliki sandaran transendental, sehingga bernilai ibadah (Basyariah et al., 2023). Selain itu, konsep dasar Islam dalam kegiatan muamalah (ekonomi) juga sangat konsen terhadap nilai-nilai humanisme.

Pandemi COVID-19 telah memberikan dampak yang signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk perekonomian global (Amrita et al., 2021; Khairul Akbar et al., 2022). Pembatasan sosial dan berbagai

kebijakan pembatasan mobilitas yang diterapkan oleh banyak negara untuk mengendalikan penyebaran virus telah mengakibatkan penurunan tajam dalam aktivitas ekonomi. Banyak sektor usaha yang mengalami kerugian besar, dan banyak pekerja yang kehilangan pekerjaan (Rohmah, 2020). Dalam situasi ini, jual beli online atau e-commerce telah muncul sebagai solusi penting untuk menjaga stabilitas ekonomi.

Pasar Sentral Majene adalah salah satu pasar tradisional di Kabupaten Majene (Polda Sulbar, 2021), di mana segala aktivitas perekonomian, khususnya kegiatan jual beli, berpusat (Balai POM di Mamuju, 2023). Pemberlakuan PPKM telah menyebabkan penurunan signifikan dalam aktivitas di pasar ini, baik dari sisi penjual maupun pembeli, sehingga kehadiran mereka menurun drastis.

Setelah melakukan observasi awal di Pasar Sentral Majene, peneliti menemukan bahwa beberapa pedagang yang sebelumnya memperoleh hasil penjualan antara 300-500 ribu per hari sebelum pemberlakuan PPKM, kini hanya mendapatkan penghasilan sekitar 50-150 ribu saja, bahkan pernah tidak mendapatkan apa-apa sama sekali (pedagang mainan di Pasar Sentral Majene, 27 Mei 2021).

Ini berarti bahwa pemberlakuan PPKM karena COVID-19 dapat melemahkan perekonomian masyarakat dan mengurangi minat mereka untuk mengunjungi pasar-pasar. Padahal, 90% rutinitas masyarakat Majene

adalah berdagang, sehingga pusat kegiatan transaksi masyarakat berada di pasar sentral Majene.

Seiring dengan meningkatnya akses internet dan perkembangan teknologi digital, jual beli online telah berkembang pesat dan menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat modern. Selama masa pandemi, banyak bisnis yang beralih ke platform online untuk mempertahankan operasi mereka (Orinaldi, 2020). Transaksi jual beli online tidak hanya memungkinkan kelangsungan bisnis, tetapi juga memberikan kontribusi signifikan terhadap pemulihan ekonomi (Suhedi & Alfarisi, 2023). Konsumen yang terbatas mobilitasnya tetap dapat melakukan pembelian barang dan jasa secara online, yang pada gilirannya membantu menggerakkan roda perekonomian.

Namun, di tengah perkembangan ini, penting untuk meninjau jual beli online dari perspektif hukum Islam (Fauzi, 2023). Hukum Islam memiliki prinsip-prinsip yang mengatur transaksi bisnis, termasuk jual beli (Ulum, 2020), untuk memastikan bahwa transaksi tersebut adil, transparan, dan tidak merugikan salah satu pihak. Prinsip-prinsip seperti kejujuran, keadilan, dan larangan riba harus diterapkan dalam setiap transaksi, termasuk dalam konteks e-commerce.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji kontribusi jual beli online terhadap pemulihan ekonomi di era pasca pandemi COVID-19 dari perspektif hukum Islam. Melalui

penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana transaksi jual beli online dapat selaras dengan prinsip-prinsip hukum Islam dan bagaimana praktik-praktik tersebut dapat mendukung pemulihan ekonomi yang berkelanjutan dan berkeadilan.

Penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi tantangan dan peluang dalam menerapkan prinsip-prinsip hukum Islam dalam jual beli online. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi praktis bagi pelaku bisnis, regulator, dan pemangku kepentingan lainnya dalam mengembangkan ekosistem e-commerce yang sesuai dengan nilai-nilai Islam dan mampu berkontribusi positif terhadap pemulihan ekonomi di era pasca pandemi.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif yaitu metode *deskriptif analisis*, yaitu metode untuk menggambarkan dan memaparkan objek penelitian. sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer bersumber dari pihak masyarakat, yakni para pedagang yang ada di pasar sentral Majene yang menggunakan sistem online dalam memasarkan produknya atau dengan kata lain menjual produknya dengan sistem online. Data Sekunder adalah data yang bermanfaat dari literature-

literatur jurnal ilmiah, serta dari chanel youtube.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi observasi, wawancara, dan pengamatan media sosial. Observasi dilakukan langsung di lokasi penelitian, sementara wawancara dilakukan dengan pedagang dan pembeli di Pasar Sentral Majene untuk memahami dampak PPKM terhadap aktivitas ekonomi mereka. Pengamatan terhadap media sosial seperti Facebook, WhatsApp, dan YouTube juga dilakukan untuk memahami pandangan masyarakat mengenai PPKM dan mengumpulkan data tambahan dari diskusi dan postingan terkait.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif yaitu data-data yang dikumpulkan dalam bentuk kata bukan angka. Data yang diperoleh kemudian dianalisa dalam bentuk kalimat terhadap hasil penelitian. Data yang diperoleh melalui wawancara dan pengamatan media sosial akan dianalisis secara kualitatif kemudian disajikan dalam bentuk deskriptif dengan menguraikan dan menjelaskan mengenai jual-beli online di Pasar Sentral Majene.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Jual Beli Online (*E-Commerce*) dalam Pandangan Syari'at Islam

Saat ini jual beli online merupakan suatu kegiatan yang sangat marak dilakukan oleh masyarakat, apalagi fasilitas atau situs yang menjadi alat

utama yang digunakan untuk melakukan transaksi online sekarang ini semakin berkembang atau semakin banyak. Meskipun demikian para pembeli juga harus pintar dalam memilih barang yang akan dibeli melalui online karena dalam sistem online penjual hanya menjelaskan spesifikasi dan gambar barang yang bisa jadi berbeda dengan kenyataannya, sehingga para pembeli harus pandai dalam bertransaksi khususnya transaksi dalam sistem online.

Jual beli online adalah persetujuan yang saling mengikat antara pembeli dan penjual tanpa harus bertemu langsung dengan kata lain hanya melalui internet atau media sosial lainnya dalam melakukan transaksi suatu barang yang akan dibeli (Palevy et al., 2020).

Dalam transaksi jual beli online, penjual dan pembeli tidak bertemu langsung dalam satu tempat melainkan melalui dunia maya (Jasri et al., 2022). Adapun yang menjadi subjek jual beli online tidak berbeda dengan jual beli secara konvensional, yaitu pelaku usaha selaku penjual yang menjual barangnya dan pembeli sebagai konsumen yang membayar harga barang. Penjualan dan pembelian online terkadang hanya dilandasi oleh kepercayaan, artinya pelaku jual beli online kadang tidak jelas sehingga rentan terjadinya penipuan.

Adapun yang menjadi objek jual beli online, yaitu barang atau jasa yang dibeli oleh konsumen, namun barang atau jasa tidak dilihat langsung oleh

pembeli selaku subjek jual beli online (Triantika et al., 2020). Sangat berbeda dengan jual beli secara konvensional dimana penjual dan pembeli dapat bertemu dan melihat objek jual beli secara langsung, sehingga memungkinkan pembeli mendapatkan kepastian terkait dengan kualitas barang yang ingin dibelinya, sehingga sangat minim terjadi tindakan penipuan.

Begitu juga dalam hukum Islam yang dikenal dengan *muamalah* yang pada dasarnya hukumnya boleh selama tidak ada dalil yang melarang hal tersebut (Jasri et al., 2023). Dalam jual beli online ini sama halnya dengan akad- *as-salam* sehingga dibolehkan dalam Islam.

Jual beli diperbolehkan berdasarkan al-Qur'an, as-Sunnah, ijma' dan qiyas. Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Baqarah: 275:

وَاحْلَ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Terjemahnya:

“Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba...”
(Al-Qur'an Kemenag Online, 2024)

Rasulullah SAW bersabda dari Rafi' bin Khadij, ia berkata:

قِيلَ يَا رَسُولَ اللَّهِ أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ قَالَ عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ

Terjemahnya:

Rasulullah ditanya, “Wahai Rasulullah, pekerjaan apakah yang paling baik?” Beliau menjawab, “Pekerjaan seseorang dengan tangannya sendiri dan setiap perniagaan yang mabrur (diberkahi).” (HR. Ahmad dan Al

Bazzar; shahih lighairihi) (Quran Tazkia, 2024)

Berkaitan dengan ayat dan hadis di atas, dalam Islam, segala bentuk jual-beli diperbolehkan selama tidak bertentangan dengan syari'at Islam. Hal ini mencakup semua jenis transaksi, termasuk yang dilakukan secara digital atau dikenal sebagai jual-beli online. Jual-beli online, seperti halnya transaksi konvensional, harus memenuhi prinsip-prinsip dasar yang diatur dalam syari'at, seperti kejujuran, keadilan, dan tidak mengandung unsur riba, gharar (ketidakpastian), atau maisir (perjudian) (Hastharita & Jasri, 2024).

Dengan demikian, meskipun jual-beli dilakukan melalui platform digital, selama transaksi tersebut sesuai dengan ketentuan dan etika yang ditetapkan oleh Islam, maka dianggap sah dan diperbolehkan. Inovasi dalam teknologi harus dimanfaatkan untuk mendukung transaksi yang lebih efisien dan transparan, tanpa mengabaikan nilai-nilai syari'at Islam.

Proses Transaksi Jual beli Online

Sebelum melakukan transaksi dalam jual beli online, langkah pertama yang harus dilakukan oleh para penjual adalah memperkenalkan produk yang akan dijual melalui internet untuk menarik perhatian para pembeli (Endriastuti & Permatasari, 2018). Sementara itu, hal pertama yang harus dilakukan oleh pembeli sebelum melakukan transaksi adalah mencari

barang yang akan dibeli melalui internet atau media sosial.

Setelah pembeli menemukan barang yang dicari dari penjual, langkah selanjutnya adalah kedua belah pihak melakukan transaksi secara online. Dalam proses ini, mereka biasanya membuat perjanjian untuk memastikan bahwa transaksi berlangsung dengan aman dan sah. Perjanjian ini dapat mencakup berbagai aspek seperti metode pembayaran, waktu pengiriman, dan ketentuan pengembalian barang. Dengan adanya perjanjian ini, baik penjual maupun pembeli merasa lebih terlindungi dan percaya bahwa transaksi akan berjalan lancar.

Setelah transaksi selesai dan produk telah didistribusikan ke tangan konsumen, proses berikutnya adalah aktivitas purnajual. Pada tahap ini, penjual dan pembeli melakukan berbagai aktivitas atau komunikasi untuk memastikan bahwa produk yang diterima sesuai dengan harapan konsumen. Aktivitas purnajual ini sangat penting untuk menjaga kepuasan pelanggan dan membangun hubungan jangka panjang antara penjual dan pembeli. Penjual biasanya akan menanyakan kepuasan pelanggan, menangani keluhan, dan memberikan layanan tambahan jika diperlukan.

Tujuan dari interaksi purnajual ini adalah agar di kemudian hari terjadi kembali transaksi bisnis antara kedua pihak yang didasari pada kepuasan pelanggan (Khusna, 2020). Dengan memberikan layanan purnajual yang

baik, penjual dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Pelanggan yang puas cenderung akan kembali membeli produk dari penjual yang sama di masa depan dan mungkin juga merekomendasikan penjual tersebut kepada orang lain. Oleh karena itu, aktivitas purnajual menjadi bagian penting dalam strategi bisnis untuk mempertahankan dan memperluas basis pelanggan.

Upaya Pemulihan Ekonomi Masyarakat Majene Melalui Jual Beli Online dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah

Pandemi COVID-19 telah memberikan dampak signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk sektor perdagangan (Sari & Suryan, 2021). Banyak pedagang mengalami penurunan pendapatan drastis akibat berkurangnya aktivitas ekonomi dan pembatasan sosial (Pujowati et al., 2022). Untuk memahami lebih dalam mengenai tantangan yang dihadapi para pedagang dan bagaimana mereka beradaptasi di tengah situasi ini, kami melakukan wawancara dengan beberapa pedagang. Berikut adalah pernyataan dari Bapak Samsul dan Ibu Juliana yang menggambarkan pengalaman mereka selama pandemi:

“Pandemi ini menyebabkan dagangan kami sepi, awalnya kami merasa bingung bagaimana cara untuk menjual barang dagangan kami, namun dengan adanya sosial media kami memutuskan untuk menjualnya lewat online. Saya

biasa memasang foto dagangan di facebook dan whatsapp. Dan Alhamdulillah dagangan saya mulai terjual lagi, walaupun sebenarnya tidak seperti sebelum adanya virus ini”

“Pandemi sangat menyulitkan kita dalam mencari nafkah, terutama dalam memasarkan barang yang saya jual. Namun saya mencoba untuk menjual secara online agar jualan saya bisa terjual, walaupun hasil jual beli online yang saya lakukan saat ini tidak terlalu banyak tetapi ini cukup membantu untuk memutar modal yang telah saya keluarkan”.

Temuan dari hasil penelitian ini menunjukkan bagaimana pandemi COVID-19 telah berdampak signifikan pada para pedagang, menyebabkan penurunan drastis dalam penjualan mereka. Awalnya, mereka merasa bingung dan tidak tahu bagaimana cara menjual barang dagangan mereka dalam kondisi yang terbatas. Namun, dengan memanfaatkan media sosial seperti Facebook dan WhatsApp, mereka mulai memasarkan barang-barang mereka secara online.

Pedagang memasang foto-foto dagangan mereka di platform-platform ini dan mulai melihat adanya peningkatan penjualan, meskipun tidak sebaik sebelum pandemi. Penggunaan media sosial terbukti menjadi solusi yang efektif untuk mengatasi penurunan pendapatan yang diakibatkan oleh pembatasan sosial.

Meskipun penjualan online belum setinggi penjualan sebelum pandemi, kehadirannya telah membantu para

pedagang untuk tetap memutar modal dan bertahan dalam situasi yang penuh tantangan. Adaptasi terhadap transaksi digital ini menunjukkan fleksibilitas dan inovasi pedagang dalam menghadapi krisis ekonomi, serta menegaskan betapa pentingnya platform digital dalam menjaga kelangsungan usaha mereka (Lazuardi & Fauzi, 2024).

Temuan ini tidak hanya terjadi di satu wilayah, tetapi juga dirasakan oleh banyak masyarakat di berbagai daerah, termasuk di Surabaya (Putri et al., 2021). Berdasarkan berbagai sumber media, diketahui bahwa para pedagang di Surabaya telah mulai mengimplementasikan transaksi online sejak pandemi dan berlanjut hingga masa pascapandemi. Awalnya, opsi ini dipilih agar usaha tetap berjalan di tengah keterbatasan yang ada. Namun, ternyata transaksi online memberikan dampak positif yang terus dirasakan hingga saat ini, menjadi salah satu bentuk pemasaran baru yang sangat menguntungkan.

Dari hasil wawancara dan pengamatan yang dilakukan, terbukti bahwa penjualan online memiliki potensi besar untuk meningkatkan perekonomian, bahkan setelah pandemi. Namun, untuk meraih keberhasilan jangka panjang, masyarakat harus terus berinovasi dalam mengembangkan produk dan jasa yang mereka tawarkan, agar tetap menarik minat pelanggan.

Menurut Wilda, seorang pedagang ikan di Pasar Sentral Majene, pandemi mendorongnya untuk beralih

memasarkan dagangannya melalui Facebook dan WhatsApp. Awalnya, ia merasa canggung karena baru belajar jualan online, dan harus rajin mengecek Facebook atau WhatsApp untuk melihat apakah ada konsumen yang bertanya harga. Namun, Wilda menemukan bahwa berjualan online lebih praktis, karena tidak perlu membawa barang ke pasar dan bisa menghemat biaya tempat dan transportasi.

Selama berjualan online, Wilda bersyukur bahwa pendapatannya cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, terutama dibandingkan dengan penjualan di pasar yang dibatasi oleh kebijakan PPKM. Hampir setiap hari, ikan dan udang yang dijualnya habis dipesan oleh konsumen melalui Facebook dan WhatsApp, terutama karena layanan pengantaran ke rumah yang ia tawarkan.

Dari berbagai wawancara yang dilakukan, terlihat bahwa para pedagang di Pasar Sentral Majene, khususnya mereka yang beralih ke penjualan online selama pandemi, merasa bahwa langkah ini memungkinkan mereka untuk tetap mempertahankan perekonomian di tengah situasi yang sulit. Penggunaan platform seperti WhatsApp dan Facebook memudahkan mereka karena sudah familiar dengan aplikasi tersebut, di mana mereka hanya perlu membuat status di WhatsApp atau posting di Facebook untuk menawarkan dagangan.

Dengan cara ini, produk mereka dapat dilihat oleh teman-teman di

kedua platform tersebut. Sebagai strategi menarik konsumen, para pedagang juga menawarkan gratis ongkos kirim untuk wilayah sekitar, atau memberikan biaya kirim yang terjangkau sesuai jarak, baik menggunakan jasa kurir maupun diantar langsung oleh pedagang dengan syarat yang disepakati sebelumnya.

Hambatan yang dialami masyarakat dalam melakukan transaksi online

Dalam menjalankan usaha, tidak semua hal dapat berjalan dengan lancar sesuai harapan. Begitu pula dengan kegiatan jual-beli online, yang memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Meski menawarkan kemudahan, tidak sedikit hambatan yang dialami oleh masyarakat dalam menjalankan transaksi online (Tangkas et al., 2023). Demikian halnya yang dihadapi oleh masyarakat di Majene.

Saat ini, jual-beli online semakin marak, dengan berbagai produk seperti pakaian, mainan anak, ikan, sayuran, dan banyak lainnya. Dengan kemudahan ini, transaksi bisa dilakukan tanpa harus bertatap muka secara langsung, sehingga lebih cepat dan praktis. Namun, membuka lapak online tidak hanya memberikan keuntungan, tetapi juga menyertakan sejumlah tantangan.

Menurut salah satu penjual ikan di Pasar Sentral Majene, penjualan ikan secara online memiliki tantangan tersendiri. Konsumen kerap menanyakan ukuran, berat, dan harga per kilogram ikan, yang tidak selalu

mudah dijelaskan secara online. Namun, meskipun ada kesulitan, banyak konsumen tetap memilih untuk membeli ikan secara online karena pengantaran ke rumah menjadi nilai tambah, asalkan jarak masih terjangkau. (Wawancara dengan pedagang).

Meskipun kondisi sekarang berangsur pulih, penjual tetap memilih menjual secara online di samping berjualan di pasar. Hal ini karena pelanggan online masih cukup banyak, dan penjual dapat memanfaatkan kedua metode tersebut secara bersamaan.

Pendapat lain dari seorang pedagang menunjukkan bahwa jual-beli online juga memiliki kelebihan. Misalnya, penjual tidak perlu lagi repot membawa barang dagangan ke pasar, menghemat biaya transportasi, dan bisa menyelesaikan pekerjaan rumah sambil berjualan. Selain itu, penjual juga dapat tetap bersama keluarga. Namun, ada beberapa kekurangan yang harus dihadapi, seperti harus sering memeriksa aplikasi, memastikan koneksi internet tetap stabil, menghadapi konsumen yang ragu dengan kualitas barang, serta menyediakan kuota internet secara terus-menerus. (Wawancara pedagang). Temuan ini serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh Anas & Utami (2021) bahwa disamping sejumlah kelebihan dan kemudahan, ternyata juga hambatan-hambatan tertentu tidak bisa dihindarkan.

Berdasarkan pendapat tersebut, berikut adalah beberapa kelemahan dalam jual-beli online:

1. Penjual harus rajin membuka aplikasi jual-beli.
2. Koneksi internet harus selalu stabil.
3. Kuota internet harus selalu tersedia.
4. Konsumen sering meragukan kualitas barang.
5. Banyak konsumen yang meminta ongkos kirim gratis.

KESIMPULAN

Jual beli online (e-commerce) merupakan praktik perdagangan yang semakin berkembang pesat dengan memanfaatkan platform digital. Dalam perspektif syari'at Islam, jual beli online dapat diterima selama memenuhi prinsip-prinsip dasar syari'at, yaitu kejujuran, keadilan, dan bebas dari unsur riba, gharar (ketidakpastian), dan maisir (perjudian). Ini sejalan dengan prinsip-prinsip jual beli dalam hukum Islam yang menyetujui transaksi asalkan tidak bertentangan dengan ketentuan syari'at.

Selama pandemi COVID-19, banyak pedagang yang mengalami penurunan pendapatan dan beralih ke penjualan online sebagai solusi untuk menjaga kelangsungan usaha mereka. Media sosial seperti Facebook dan

WhatsApp telah menjadi platform penting dalam memasarkan produk, meskipun hasilnya belum sepenuhnya menggantikan pendapatan sebelum pandemi. Adaptasi terhadap teknologi digital ini menunjukkan fleksibilitas dan inovasi pedagang dalam menghadapi krisis ekonomi.

Namun, transaksi online juga menghadapi berbagai tantangan, seperti kebutuhan akan koneksi internet yang stabil, kuota internet yang cukup, dan potensi keraguan konsumen terhadap kualitas barang. Meski demikian, keuntungan dari penjualan online—seperti efisiensi biaya dan kemudahan akses—menjadikannya pilihan yang menguntungkan bagi banyak pedagang.

Secara keseluruhan, jual beli online merupakan metode transaksi yang sah menurut syari'at Islam dan dapat mendukung pemulihan ekonomi, terutama di masa krisis. Masyarakat dan pelaku usaha perlu terus berinovasi dan memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan efektivitas dan transparansi transaksi, sambil tetap memperhatikan nilai-nilai syari'at.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an Kemenag Online. (2024). *Qur'an dan Terjemahan*. Kementerian Agama Indonesia. <https://quran.kemenag.go.id/>
- Amrita, N. D. A., Handayani, M. M., & Erynayati, L. (2021). Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Pariwisata Bali. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Equilibrium*, 7(2), 246–257. https://doi.org/10.47329/jurnal_mbe.v7i2.824
- Anas, A., & Utami, M. M. (2021). Faktor Penghambat Pembelian Barang Secara Online pada Konsumen Muslim: Study pada Mahasiswa Universitas di Meulaboh. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 5(2). <https://doi.org/10.35308/jbkan.v5i2.4277>

- Balai POM di Mamuju. (2023). *Verifikasi Penilaian Lomba Pasar Pangan Aman Berbasis Komunitas di Pasar Sentral Majene*. Mamuju.Pom.Go.Id.
- Basyariah, N., Asmadia, T., Apriantoro, M. S., Ilyas, F., Agusti, N., Febriyanti, N., Jasri, Athief, F. H. N., Kholishudin, Rahmat, F., Pratiwi, A., & Asra. (2023). *Mengapa Harus Ekonomi Syariah?* AZ-ZAHRA MEDIA SOCIETY.
- Endriastuti, A., & Permatasari, M. P. (2018). Pelatihan Pemasaran, Pemberdayaan Toko Online, dan Pengenalan M-Commerce pada Produk Unggulan Jagung Tortiladi Kecamatan Trucuk Kabupaten Bojonegoro. *Martabe: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 56. <https://doi.org/10.31604/jpm.v1i2.56-66>
- Fauzi, M. I. F. (2023). Jual Beli Online Bentuk Muamalah di Masa Modern di Tinjau dalam Hukum Islam. *Al-Bayan: Journal of Islamic Law and Economics*, 3(1), 18–31.
- Hastharita, R., & Jasri, J. (2024). Facebook dan Etika Digital: Pendekatan Hukum Islam terhadap Batasan Konten Media Sosial. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 1(4), 672–677.
- Jasri, Aidil, A. M., S., A., & Mustaming, M. (2023). The Islamic Legal Analysis of Mixed Rice Buying and Selling Transactions in Traditional Markets. *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keislaman*, 11(2), 255–265. <https://doi.org/https://doi.org/10.24952/masharif.v11i2.10133>
- Jasri, Arfan, N., Hasanuddin, & Hasan, H. A. (2022). Penerapan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Mirko Kecil dan Menengah. *Iltizam Journal of Shariah Economic Research*, 6(2), 212–224. <https://doi.org/https://doi.org/10.30631/iltizam.v6i2.1452>
- Khairul Akbar, K. A., Irsad, I., Emmia Tambarta Kembaren, E. T. K., Ade Firmansyah Tanjung, A. F. T., & Ahmad Rizki Harahap, A. R. H. (2022). Dampak Pandemi Covid 19 pada Pertumbuhan Perekonomian Indonesia. *Jurnal Agriuma*, 4(2), 88–96. <https://doi.org/10.31289/agri.v4i2.8247>
- Khusna, A. N. (2020). Online Reservation System Based On E-Commerce In Colega Store Yogyakarta. *Jurnal Terapan Teknologi Informasi*, 3(1), 75–83. <https://doi.org/10.21460/jutei.2019.31.71>
- Lazuardi, M. R., & Fauzi, A. M. (2024). Strategi Adaptasi Perekonomian Warung Kecil Pasca Pandemi Covid-19 di Kelurahan Sepanjang. *Paradigma: Journal Of Sociological Studies*, 13(3), 161–170.
- Mansyur, F., Jasri, J., & Masuwd, M. (2024). Overcoming Intellectual Unemployment through Entrepreneurship Learning Transformation: A Case Study on Sharia Economic Law Study Program of Unismuh Makassar. *Al-Muamalat: Jurnal Ekonomi Syariah*, 11(2), 251–268. <https://doi.org/10.15575/am.v11i2.34562>
- Orinaldi, M. (2020). Peran E-commerce dalam Meningkatkan Resiliensi Bisnis di era Pandemi. *ILTIZAM Journal of Shariah Economics Research*, 4(2), 36. <https://doi.org/10.30631/iltizam.v4i2.594>
- Palevy, M. R., Furqani, H., & Hasnita, N. (2020). Sistem Transaksi dan Pertanggungjawaban Risiko dalam Jual Beli Dropshipping Menurut Perspektif Ekonomi Islam. *Journal of Sharia Economics*, 1(2), 99–119. <https://doi.org/10.22373/jose.v1i2.642>
- Polda Sulbar. (2021). *Pasar Sentral Majene Jadi pasar Digital, Kapolres Majene*

Terima Program Sosial Bank Indonesia. Www.Humas.Polri.Go.Id.

- Pujowati, Y., Hasibuan, P. A. S., & Budiono, S. T. (2022). Analisis Dampak Covid-19 Terhadap Pendapatan UMKM (Usaha Mikro, Kecil Menengah) Di Kabupaten Nganjuk. *Jurnal Pamator : Jurnal Ilmiah Universitas Trunojoyo*, 15(1), 100–112. <https://doi.org/10.21107/pamator.v15i1.13922>
- Putri, A. A., Aisyah, A. I., Pratama, D. A. P., Maritza, E. N., Priambodo, G., Hermawan, G. V., Dianti, R., & Natalia, J. (2021). Pelatihan Strategi Pemasaran Online Untuk Pedagang yang Terdampak Covid19 di Surabaya dan Sekitarnya. *To Maega : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(3), 363. <https://doi.org/10.35914/tomaega.v4i3.864>
- Quran Tazkia. (2024). *Hadits - Jual Beli (Bai')*. Quran.Tazkia.Ac.Id.
- Rohmah, S. N. (2020). Adakah Peluang Bisnis di Tengah Kelesuan Perekonomian Akibat Pandemi Coronavirus Covid-19? *Jurnal Inovasi Penelitian*, 4(1), 63–74. <https://doi.org/https://doi.org/10.47492/jip.v1i8.279>
- Sari, A. N., & Suryan, V. (2021). Pandemi Covid-19: Dampak terhadap Pekerjaan Konstruksi. *Jurnal Talenta Sipil*, 4(2), 214. <https://doi.org/10.33087/talentasipil.v4i2.77>
- Suhedi, S., & Alfarisi, M. A. (2023). Pemulihan Ekonomi Kota Pontianak melalui Digitalisasi UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 2668–2680. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.5274>
- Tangkas, I. G. T. P. B., I Gede Sutarya, & I Gusti Made Widya Sena. (2023). Strategi Komunikasi di Media Sosial Facebook dalam Pemasaran Tikus Putih Pada Saat Wabah Covid-19 Sebagai Pakan Reptil dan Burung Predator. *Anubhava: Jurnal Ilmu Komunikasi Hindu*, 3(1), 424–433. <https://doi.org/10.25078/anubhava.v3i1.2806>
- Triantika, N. A., Marwenny, E., & Hasbi, M. (2020). Tinjauan Hukum tentang Pelaksanaan Perjanjian Jual Beli Online Melalui E-Commerce Menuer Pasal 1320 Kuhperdata. *Ensiklopedia Sosial Review*, 2(2), 119–131. <https://doi.org/10.33559/esr.v2i2.488>
- Ulum, M. (2020). Prinsip-Prinsip Jual Beli Online dalam Islam dan Penerapannya pada e-Commerce Islam di Indonesia. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 17(1). <https://doi.org/10.34001/jdeb.v17i1.1115>
- Wahyuddin, W., Itang, I., Jasri, J., Abidin, Z., Qurtubi, A. N., Zulfa, M., Melina, F., & Mustika, M. (2023). *Kaidah Fiqih Ekonomi Syariah*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.