

## Teknologi Marketplace dan E-Commerce dalam Jual Beli Menurut Fiqh Muamalah

<sup>1</sup>Rini Fatma Kartika, <sup>2</sup>M. Abdul Mubarak, <sup>3</sup>Ai Nurcahyati, <sup>4</sup>M. Rizki Ramadhan, <sup>5</sup>Andi M. Azzami, <sup>6</sup>Okta Rosfiani, <sup>7</sup>Riki Rinaldi

<sup>1-7</sup>Universitas Muhammadiyah Jakarta

<sup>1</sup>[rini.fatma@umj.ac.id](mailto:rini.fatma@umj.ac.id), <sup>2</sup>[mubarokalydrus@gmail.com](mailto:mubarokalydrus@gmail.com), <sup>3</sup>[ainurcahyati2@gmail.com](mailto:ainurcahyati2@gmail.com),

<sup>4</sup>[roumush02@gmail.com](mailto:roumush02@gmail.com), <sup>5</sup>[andimuhammadazami@gmail.com](mailto:andimuhammadazami@gmail.com), <sup>6</sup>[Okta.rosfiani@umj.ac.id](mailto:Okta.rosfiani@umj.ac.id)

### ABSTRACT

*The purpose of this study is to determine whether online sales through marketplaces and e-commerce are compliant with Islamic law that can be upheld. This study anticipates problems that sellers, buyers, and shipping companies may encounter in Islamic law. This type of research methodology is known as theoretical sketching, which involves conducting literature reviews on books that discuss the use of marketplace and e-commerce technology in the sale of goods in accordance with Islamic law. Additionally, research is conducted on journals and the internet regarding the subject matter and the role of Islamic law in addressing it. The conclusion drawn from this research is that marketplace and e-commerce technologies in the context of buying and selling do not conflict with Islamic law, which is the principle of mutual benefit between one person and another. By paying with a unique code, both parties will not feel cheated, hence reducing pressure and selection. Because marketplaces and e-commerce are platforms with the function of third parties, they are sometimes referred to as sales and purchase channels in the course of the buying and selling process.*

**Keywords:** Buying and Selling According to Muamalah Fiqh, E-commerce, Marketplace

### ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui jual beli online melalui Marketplace dan E-commerce sudahkah sesuai dengan kaidah Islam yang diperbolehkan. Penelitian ini mengharapkan pemecahan masalah yang akan dihadapi oleh penjual, konsumen dan pihak ekspedisi dalam pandangan hukum islam. Jenis metode penelitian ini adalah skripsi teoritik, yaitu melakukan research terhadap buku-buku yang membahas mengenai teknologi Marketplace dan E-commerce dalam jual beli menurut Fiqh Muamalah, dan melakukan research juga terhadap jurnal-jurnal dan internet, mengenai permasalahan tersebut, dan bagaimana kaidah Islam dalam mengatur permasalahan tersebut. Hasil kesimpulan dari penelitian ini adalah teknologi Marketplace dan e-commerce dalam jual beli menurut fiqh muamalah tidak menyimpang dengan kaidah hukum Islam yaitu pertukaran keuntungan antara satu orang dengan orang lain. Dengan membayar kode unik, kedua belah pihak tidak akan merasa dirugikan, sehingga mencegah permusuhan dan perselisihan. Karena Marketplace dan E-commerce merupakan sebuah platform dengan peran sebagai pihak ketiga, disebut juga sebagai perantara penjual dan pembeli dalam melakukan proses jual-beli.

**Kata Kunci:** E-commerce, Jual Beli Menurut Fiqh Muamalah, Marketplace

## Pendahuluan

Penggunaan teknologi informasi yang begitu pesat dipengaruhi oleh berkembangnya infrastruktur telekomunikasi. Seiring dengan berkembangnya teknologi dan ebutuhan terhadap informasi, internetpun turut mengalami perkembangan. Teknologi informasi dan internet berjalan beriringan dan saling melengkapi sehingga menjadi satu kesatuan. Teknologi informasi juga telah merambah sektor bisnis yang produknya merupakan e-commerce. Marketplace tidak dapat dipisahkan dari e-commerce, karena sistem yang di gunakan pada marketplace merupakan sistem e-commerce. Perkembangan internet yang begitu pesat telah membawa banyak perubahan-perubahan dalam setiap kehidupan manusia. Perkembangan tersebut telah memberikan banyak dampak positif dalam kehidupan yang dapat kita rasakan, meskipun tidak dapat dipungkiri terdapat juga dampak negatif dari perkembangannya tersebut (Yustiani & Yunanto, 2017).

Dengan perkembangan teknologi berupa model bisnis marketplace sehingga tercipta pasar virtual untuk melakukan kegiatan jual beli. Sedangkan teknologi e commerce membantu mempermudah suatu proses berbisnis yang memakai teknologi elektronik sehingga dapat menghubungkan penjual dan pembeli. Zwaas mendefinisikan e-commerce sebagai alat yang dapat digunakan untuk berbagai informasi bisnis, menjaga hubungan bisnis serta melakukan transaksi melalui media komunikasi. Dalam pandangan hukum Islam, jual beli merupakan salah satu jenis muamalah yang diatur dalam terutama dalam kitab fiqh terdahulu. Adapun jika dilihat bentuknya, jual beli online (e-commerce) pada dasarnya merupakan model transaksi jual beli juga. Hanya saja dikategorikan sebagai jual beli modern karena mengimplikasikan inovasi teknologi. Secara umum transaksi perdagangan dalam hukum Islam menyatakan bahwa suatu transaksi hendaknya bersifat fisik, dengan menghadirkan benda tersebut sewaktu transaksi, sedangkan e-commerce tidaklah seperti itu. Sehingga masalah hukum jual beli yang dilakukan secara online tidak sesederhana sebagaimana yang disangkan banyak orang. Karena e-commerce merupakan model perjanjian jual beli dengan karakteristik dan aksentuasi yang berbeda dengan transaksi jual beli biasa. Apalagi dengan daya jangkauan yang tidak lagi bersifat lokal tetapi juga bersifat global (Misbahuddin, 2018).

Dalam ketentuan Ekonomi Islam, marketplace online termasuk dalam kategori jual beli pesanan (salam). Jual beli ini adalah jenis pembelian dan penjualan yang diselesaikan dimuka dan penyerahan produk di kemudian hari dengan biaya yang jelas, rincian, jumlah, kualitas, tanggal dan penyerahan produk harus dipenuhi sebelumnya dalam akad (Apipudin, 2016). Sampai saat ini penelitian tentang teknologi marketplace dan e-commerce telah banyak diteliti, namun hanya terdapat beberapa penelitian yang mengeksplorasi mengenai teknologi marketplace dan e-commerce dalam jual beli menurut fiqh muamalah. Maka dari itu tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan mengenai teknologi marketplace dan e-commerce dalam jual beli menurut fiqh muamalah. Adapun signifikansi dari penelitian ini adalah usaha untuk mengetahui kebolehan jual beli melalui Teknologi Marketplace dan E-commerce menurut fiqh muamalah, serta mempermudah masyarakat dalam melakukan proses jual beli melalui teknologi marketplace & e-commerce.

## Metodologi Penelitian

Jenis penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti dalam tulisan Ini adalah penelitian normatif, yaitu penelitian hukum yang dilakukan dengan cara kajian pustaka dan kajian terhadap perundang-undangan. Dalam penelitian ini yang diteliti adalah persitiwa hukum, hubungan hukum dan objek dari hukum (Amiruddin & Asikin, 2020). Pengumpulan data tersebut menggunakan cara mencari sumber dan menkontruksi dari berbagai sumber contohnya seperti buku, jurnal dan riset-riset yang sudah pernah dilakukan. Bahan pustaka yang didapat dari berbagai referensi tersebut dianalisis secara kritis dan harus mendalam agar dapat mendukung proposisi dan gagasannya (Adlini et al., 2022).

## Hasil dan Pembahasan

### Pendapat Para Ulama Terhadap Marketplace dan E-commerce Dalam Jual Beli

Jual beli sendiri masuk kedalam kegiatan muamalah di dalam ajaran agama Islam. Hukum dasar muamalah adalah Al- Ibahah (boleh) selama tidak ada dalil yang melarangnya. Oleh sebab itu, dasar hukum jual beli online sama seperti jual beli danakad As-Salam yaitu diperbolehkan dalam agama islam. Dalam jual beli baik online maupun offline ada yang halal dan ada juga yang haram. Jual beli salam adalah suatubenda yang disebutkan sifatnya dalam tanggungan atau memberi uang di depan secara tunai, barangnya diserahkan kemudian hari atau waktu yang telah ditentukan (Dasopang, 2020).

Menurut ulama syafi'iyyah akad assalmu boleh ditanggungkan hingga waktu tertentu dan juga boleh diserahkan secara tunai. Secara lebih rinci assalam didefenisikan dengan bentuk jual beli dengan pembayaran dimuka dan penyerahan barang di kemudian hari (*advanced payment* atau *forward buying* atau *future sale*) dengan harga, spesifikasi, jumlah, kualitas, tanggal dan tempat penyerahan yang jelas, serta disepakati sebelumnya dalam perjanjian. Oleh karena itu, dalam ekonomi syariah e-commerce dapat disinonimkan dengan salam. Menurut Kamaluddin bin Al-Hamman, ulama hanafiyah mengatakan bahwa salam menurut syara' adalah jual beli tempo/tunai. Sementara menurut ulama Syafi'iyah dan Hanabilah memberikan definisi bahwa salam merupakan suatu akad atas barang yang disebutkan sifatnya dalam perjanjian dengan pengerahan tempo dengan harga yang diserahkan di majelis akad (Mubarak & Hasanudin, 2017). Adapun pendapat ulama Malikiyah menyebutkan bahwa salam adalah jual beli dimana modal (harga) dibayar di muka, sedangkan barang diserahkan dibelakang (Karim, 2016). Dalam kaidah hukum Islam, jika pendapat ulama Syafi'iyah dan Malikiyah diikuti, maka amalan ini diperbolehkan, dan memungkinkan adanya manfaat menyewakan benda tak berwujud dengan premis bahwa sifatnya harus dijelaskan. Para pihak dapat memberikan beberapa cara untuk menjelaskan sewa dengan menjelaskan objek sewa dan berapa uang yang harus dikeluarkan untuk sewa. Praktik sewa menyewa dalam tokopedia ialah penjual menjadi orang yang menerima sewa sedangkan Shopee menjadi pihak penyedia sewa yang dengan itu sebenarnya tidak memenuhi persyaratan dan tidak terkoordinasi dengan baik dalam hukum Islam. Kontrak antara penyewa dan penyewa dilakukan "secara tertulis (secara elektronik) yaitu mengisi formulir pembukaan toko.

Namun perjanjian sewa dalam bentuk sewa tidak didukung oleh sewa yang dibentuk, dan tidak ditambah dengan kontrak sewa, misalnya pembayaran gaji dan batas sewa tidak dijelaskan". Oleh karena itu, dalam hal ini, jika terjadi masalah data selama transaksi, salah satu pihak, yaitu penyewa, dapat dirugikan. Jika menurut pendapat Syafi'iyah, maka obyek

sewa harus dicantumkan tanggal kadaluwarsanya dalam perjanjian sewa, jika tanggal kadaluwarsa tidak ditentukan di awal kontrak, maka sewa akan dibatalkan. Perjanjian sewa mensyaratkan bahwa jangka waktu sewa dibatasi untuk mencegah perselisihan antara penyewa dan pemilik barang. Para ulama fikih tidak menjelaskan secara detail berapa yang harus dibayar penyewa untuk barang yang dia gunakan. Para sarjana sepakat bahwa uang untuk sewa bisa mempergunakan properti yang menjadi objek penjualan. Oleh karena itu, benda yang diperdagangkan juga berfungsi sebagai sewa. Saat menandatangani perjanjian sewa, diwajibkan untuk berhenti membayar gaji di awal kontrak, dan tidak boleh hanya menyiratkan pembayaran gaji. Dalam hal ini, Shopee akan menagih pembeli yang menggunakan alat transfer bank untuk membayar kode unik yang akan ditampilkan di total pembayaran. Kode pembayaran unik Shopee adalah bentuk akad ijarah (sewa). Hukum Islam memperbolehkan pembayaran kode unik di Shopee, karena pada dasarnya aturan Islam tidak melarang kode unik itu sendiri. Pembayaran melalui transfer bank merupakan pelayanan terbaik Shopee yang diberikan kepada para penggunanya. Dipercaya bahwa pembayaran kode unik tidak melanggar aturan hukum Islam dalam hal memperolehnya, karena kode unik menghindari riba. Transaksi yang dilakukan juga sesuai dengan kaidah hukum Islam yaitu pertukaran keuntungan antara satu orang dengan orang lain. Dengan membayar kode unik, kedua belah pihak tidak akan merasa dirugikan, sehingga mencegah permusuhan dan perselisihan. Jenis produk, spesifikasi produk, harga, dan jumlah yang tersedia tercantum lengkap di situs Shopee. Memudahkan calon pembeli atau pembeli dalam melakukan kegiatan jual belinya. Dalam aplikasi ini, “konsumen akan memilih barang yang akan dibeli, kemudian memasukkannya ke dalam keranjang belanja”, dan jika pembeli setuju dengan ketentuan yang ditentukan maka pembayaran akan dilakukan. Artinya melalui situs belanja ini konsumen akan lebih mudah dalam bertransaksi. Jika pembeli telah mengirimkan bukti transfer sebagai opsi yang disediakan di situs belanja, penjual akan menerima pesanan dan mengemasnya. “Dilihat dari jenis akadnya, transaksi ekonomi Islam ini sejalan dengan sistem pembayaran Salam. Transaksi salam adalah bentuk transaksi tunai atau tergesa-gesa dengan sistem pembayaran, namun pengiriman barang ditangguhkan. Menurut ulama, salam dapat diartikan sebagai jenis transaksi atau perjanjian jual beli dimana tidak ada barang yang dipedagangkan pada saat terjadinya transaksi, dan pembeli membayar uang muka pada saat penyerahan barang baru selanjutnya. Transaksi akan dihentikan pada batas waktu yang ditentukan Setelah tanggal selesai, itu menghilang secara otomatis” (Nur, 2019).

### **Jual Beli Salam**

Ba'i as salam adalah serah terima dalam perdagangan (jual beli), dengan sistem pembayaran terlebih dahulu harga barang yang ditentukan dalam spesifikasi, yang barang perdagangan tersebut akan dikirimkan pada tanggal yang disepakati nanti. Sosis salam (Ba'i sebagai salam) biasanya digunakan untuk produk pertanian jangka pendek. Jual beli salam adalah kontrak antara pembeli dan penjual untuk memesan barang, dan salam penjualan adalah kontrak antara pembeli dan penjual untuk memesan barang. Spesifikasi dan harga produk yang dipesan harus disepakati di awal kontrak, dan pembayaran penuh harus dilakukan terlebih dahulu.

Ulama Syafi'iyah dan Hanabilah menjelaskan bahwa salam adalah kesepakatan tentang spesifikasi tertentu dari barang pesanan yang akan tertunda dalam jangka waktu tertentu dan akan dibayarkan tunai pada panitia kontrak. Malikiyah Ulama mengatakan, Salam Ini adalah kontrak pembelian dan penjualan di mana modal (pembayaran) dibayar tunai (di muka), dan

objek pesanan diserahkan setelah jangka waktu tertentu. Padahal, menurut Rozalinda, salam adalah salah satu bentuk jual beli. Menurut bahasa penduduk Hijaz (Madinah) disebut Salam, dan menurut penduduk Irak disebut Salaf. Arti dari sapaan atau bahasa salaf adalah: "Tingkatkan dana dan serahkan barang." Oleh karena itu, penjualan salam merupakan "sales order", pembeli membayar terlebih dahulu untuk membeli barang dengan standar tertentu, sekaligus mengirimkan barang setelah jangka waktu tertentu (Saprida, 2016).

### **Analisis Marketplace dan E-commerce dalam Pandangan Ahli Hukum dan Ulama**

Perkembangan perekonomian pada saat ini terbilang sudah semakin maju dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya, dimana sekarang kita bisa berbelanja dengan memanfaatkan marketplace untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari. Pengguna marketplace dari tahun ke tahun semakin meningkat, tak jarang sekarang kita temukan banyak sekali orang yang lebih suka berbelanja melalui online dibandingkan secara offline, selain lebih efektif dan efisien, banyak lagi manfaat yang dapat diperoleh pengguna. Namun bagaimanakah transaksi marketplace dalam pandangan islam, dalam jualbeli, diisyaratkan harus adanya mu'awadlah yaitu pertukaran harga dengan barang. Dengan adanya harga dan barang yang saling ditukarkan ini menjadi pembedanya pertukaran yang tanpa disertai dengan adanya harga. Disebutkan dalam kitab al-Taqriratu al-Sadidahi yang artinya: "Mu'awadlah: dengannya dikecualikan pengertian Hibbah, karena dalam mu'awadlah terdapat dua pihak yang saling menukarkan barang, yaitu dari jalur pembeli ada harga, dan dari jalur penjual ada barang yang dihargai, sehingga seolah terjadi ini harga bagi barang ini. Berbeda dengan hibbah, yang mana penyerahan hanya dilakukan oleh salah satu pihak"

Jual beli adalah tukar menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain dengan jual beli manusia bisa saling tolong-menolong satu sama lain. Dengan jual beli maka rasa persaudaraan semakin meningkat dan terciptalah hubungan yang harmonis (serasi) antara manusia. Sahnya jual beli menurut fiqih muamalah adalah ketika tercapainya kata sepakat, dan terpenuhinya rukun dan syarat-syarat tentang jual beli. Salah satu syaratnya adalah diserahkan terima barangnya dan dibayar harganya. Sedangkan menurut KUH Perdata pasal 1458 dijelaskan bahwa jual beli bisa terjadi meskipun barang itu belum diserahkan dan harganya belum dibayar. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pertama, keabsahan jual beli menurut fiqih muamalah adalah adanya penjual dan pembeli; adanya uang dan benda yang dibeli; ada manfaatnya; keadaan barang itu dapat diserahkan; keadaan barang kepunyaan yang menjual dan barang itu diketahui oleh si penjual dan si pembeli, dengan jelas zat, bentuk, ukuran, dan sifat-sifatnya. Kedua, keabsahan jual beli menurut KUH Perdata adalah cukup dengan kata sepakat. Ketiga, persamaan dan perbedaannya adalah persamaannya yaitu kedua-kedua sama-sama menganggapkan konsensualitas (kesepakatan) didalam suatu transaksi jual beli tidak boleh ada pemaksaan/penipuan, dan yang akad harus memiliki usia dewasa, dan harus memiliki objek yang diperjualbelikan. Sedangkan perbedaannya adalah dalam Hukum Islam, jual beli, barangnya harus diserahkan dan diterima oleh pembeli. Sedangkan dalam KUH Perdata, jual beli, barangnya boleh saja belum diserahkan dan harganya belum dibayar. Dalam Hukum Islam sahnya jual beli tidak hanya cukup dengan kata sepakat karena ada rukun dan sarat. Sedangkan dalam KUH Perdata sahnya jual beli cukup dengan kata sepakat. Dasar hukumnya yaitu pasal 1458 KUH Perdata. Menurut R Subekti jual beli dalam pasal 1457 KUH perdata, yang berbunyi Jual beli adalah suatu perjanjian yang mana pihak satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan.



### **Ada beberapa definisi jual beli yang dikemukakan oleh para ulama mazhab yaitu:**

Ulama Hanafiyah: Jual beli adalah menukarkan harta dengan harta melalui tata cara tertentu atau mempertukarkan sesuatu yang disenangi yang dapat dipahami oleh sipenjual dan sipembeli. Menurut Imam Nawawi: Jual beli adalah mempertukarkan harta dengan harta untuk tujuan kepemilikan. Sedangkan menurut Ibnu Qudamah: Jual beli adalah mempertukarkan harta dengan tujuan pemilikan dan penyerahan milik (Gibthiah, 2016). Dalam jual beli ada istilah barter yaitu pertukaran benda dengan benda misalnya emas dengan emas, perak sama perak, namun seiringnya waktu berjalan jual barter ini semakin hari semakin berkurang yang dilakukan orang, selain jual beli barter ada juga jual beli dilarang tapi sering dilakukan oleh orang-orang awam seperti : beli Ijon dalam bahasa Arab dinamakan mukhadlaroh, memperjual belikan buah-buahan atau biji-bijian yang masih hijau, dalam buku lain dinamakan al-muhaqalah yaitu menjual hasil pertanian sebelum tampak atau menjualnya ketika masih kecil, dalam riwayat Ath-Thahawi mukhadlaroh, adalah tidak boleh membeli buah-buahan dan biji-bijian sebelum ada perubahan, yaitu kemerah-merahan atau sudah masak (Al-Asqalani, 2018). Maksudnya jual beli ini dilarang karena belum tahu kejelasan barang yang akan diperjual belikan yang memungkinkan merugikan kedua belah pihak. Pendapat para fuqaha, jual beli buah-buahan atau hasil pertanian yang masih hijau, belum nyata baiknya dan belum dapat dimakan adalah salah satu diantara barang-barang yang terlarang untuk diperjual belikan (Ghazaly et al., 2018). Hal ini didasarkan pada hadits Nabi yang melarang menjual buah-buahan sehingga tampak kebaikannya. yakni larangan menjual beli sebelum masak sama sekali, maka fuqaha 'amshar memeperselisihkannya. Kebanyakan fuqaha berpendapat bahwa makna larangan tersebut adalah menjualnya dengan syarat tetap dipohon hingga buah tersebut masak (ibnu Rusyd). Pendapat (Malikiyah, Syafi'iyah, dan Hanabilah) berpendapat, jika buah tersebut belum layak dipetik, maka apabila disyaratkan harus segera dipetik sah. Karena menurut mereka sesungguhnya yang menjadi halangan keabsahan adalah gugurnya buah atau ada serangan hama. Kekhawatiran seperti ini tidak terjadi jika langsung dipetik, sedangkan jual beli yang belum pantas (masih hijau) secara mutlak tanpa ada persyaratan apapun adalah batal (ibnu Rusyd). Menurut Madzhab Asy-Syafi'i jual beli diperbolehkan dengan syarat barang telah disaksikan terlebih dahulu. Jual beli diperbolehkan selama barang yang diperjual belikan sesuai dengan ciri-ciri yang telah ditentukan, atau telah diketahui jenis dan sifat barang yang akan dibelinya (Fawaid, 2020).

### **Proses Pemanfaatan Teknologi Marketplace dan E-commerce dalam Jual Beli Menurut Fiqih Muamalah**

Latar Belakang adanya Marketplace dan E-commerce, Marketplace adalah salah satu media online berbasis internet (*web based*) yang tempat melakukan kegiatan bisnis dan transaksi antara pembeli dan penjual. Pembeli dapat mencari supplier sebanyak mungkin dengan kriteria yang diinginkan, sehingga memperoleh harga pasar. Latar belakang munculnya e-commerce di Indonesia didasari dari perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang semakin pesat terutama pada sektor telekomunikasi yaitu Internet. Pada era globalisasi ini mendorong banyak terjadinya perubahan kultur dan kebiasaan dalam kehidupan manusia.

Fitur-fitur yang ada di dalam penjualan dan pembelian Marketplace diantaranya yaitu Live Sale Fitur ini memungkinkan seller untuk menawarkan produk secara langsung dan real-time kepada penonton di toko melalui live streaming. Dengan begitu, akan terjadi

komunikasi dua arah antara penjual dan pelanggan baik untuk melihat produk sehingga pengalaman berbelanja akan lebih menarik. Selain itu, pada fitur live sale di marketplace juga dapat membagikan voucher spesial dan mengumumkannya melalui broadcast message agar tayangan live dapat lebih banyak ditonton oleh pelanggan. Broadcast Chat Fitur ini dapat memberikan kemudahan untuk membagikan informasi promosi, sale atau kampanye ke followers toko melalui pesan pribadi. Cukup dengan mengatur narasi informasi yang menarik serta penawaran yang menggiurkan, maka pelanggan yang menerima pesan tersebut pasti akan terpanggil untuk segera mengunjungi toko dan berpotensi melakukan pembelian produk. Selanjutnya yaitu Ads Marketplace Fitur Ads merupakan fitur berbayar yang difasilitasi oleh marketplace kepada seller agar produknya dapat lebih mudah ditemukan oleh pelanggan. Ada beragam jenis ada yang ditawarkan oleh marketplace salah satu contohnya adalah Ads pencarian keyword, dimana dapat mengiklankan keyword yang sesuai dengan produk atau toko dengan jumlah budget tertentu agar produk atau toko kamu dapat muncul di pencarian utama pelanggan. Produk yang akan mudah di temukan tentu saja akan meningkatkan potensi penjualan menjadi lebih tinggi lagi dan pastinya harus diiringi dengan harga dan kualitas produk yang bersaing.

Dekorasi Toko juga memberikan kesan pertama yang merupakan hal penting dan berpengaruh dalam menentukan tindakan setiap pelanggan. Untuk itulah, coba bangun kesan pertama yang baik di mata pelanggan melalui dekorasi profil toko yang profesional dan menarik. Pada dekorasi, jangan lupa juga untuk menambahkan informasi promo, campaign serta penawaran menarik yang dapat mengundang perhatian pelanggan. Selain itu, dekorasi juga dapat memperkuat branding agar dapat mudah diingat dan menjadi pembeda dengan competitor. Dan yang terakhir yaitu Promosi Toko, banyak jenis promosi yang ditawarkan marketplace untuk penjual, baik promosi berbayar seperti event great sale maupun promosi gratis yang bisa diatur seperti voucher toko, cashback gratis ongkir dan lainnya. Memilih berbagai jenis promo sesuai dengan strategi marketing yang direncanakan. Fitur-fitur yang ada di dalam penjualan dan pembelian E-commerce yaitu:

1. Desain menarik dan mobile-friendly, visual adalah segalanya. Desain website yang menarik dapat memengaruhi jumlah pengunjung. Selain meningkatkan reputasi perusahaan, desain dapat membantu pengunjung memutuskan akan membeli produk tersebut atau tidak. Pastikan untuk selalu mengetahui tren terbaru dari desain website agar pengunjung tertarik untuk mengunjungi website Anda. Selain itu, pastikan website kompatibel dan dapat diakses dengan baik melalui PC, laptop, tablet, dan ponsel.
2. Informasi kontak yang detail dan akurat. Menurut Komarketing, sekitar 44% pengunjung akan menutup sebuah website yang tidak memiliki informasi kontak. Pastikan pengunjung dapat menghubungi dengan mudah. Beri informasi kontak di header atau footer website. Selain itu, dapat membuat halaman khusus yang memberikan informasi kontak perusahaan dengan lebih mendetail.
3. Testimoni dari pelanggan yang sebelumnya sudah pernah membeli produk atau jasa, dapat memberikan pengunjung rasa kepercayaan terhadap bisnis. Pengunjung cenderung akan lebih memilih brand yang sudah terbukti digunakan oleh orang lain. Dapat mencantumkan beberapa review terbaik di homepage untuk menarik perhatian pengunjung. Selain itu, juga dapat membuat halaman khusus yang berisi testimoni. Sebelum mencantumkan testimoni dari pelanggan, tanyakan terlebih dahulu kepada

- pelanggan tersebut, apakah boleh mencantumkan nama asli atau perusahaan mereka di kolom testimoni.
4. Gambar yang jelas dan berkualitas tinggi, berdasarkan usabilla.com, 90% informasi yang ditangkap oleh seseorang biasanya berasal dari visual. Oleh karena itu, Anda dapat menarik perhatian pengunjung baru dengan menggunakan gambar berkualitas tinggi di website. Bagi Anda yang menjual suatu produk, pengunjung pasti ingin melihat foto asli dari produk yang dijual. Hal ini cukup penting, mengingat mereka tidak dapat melihat atau mencoba produk secara langsung. Pertimbangkan untuk menyewa fotografer profesional untuk mengambil gambar produk, dan desainer profesional untuk mengedit gambar tersebut sebelum mengunggahnya ke website. Pastikan juga gambar cukup besar agar pengunjung dapat melihat produk tersebut dengan lebih detail.
  5. Konten Blog, selain bermanfaat bagi SEO, konten blog memiliki berbagai keuntungan bagi suatu bisnis, di antaranya: Konten bermanfaat yang dapat dibagikan pada audiens melalui media sosial Ranking SEO yang tinggi untuk beberapa target keyword Membangun citra perusahaan Terhubung dengan pembaca atau pengunjung website. Akses ke akun media social, berdasarkan Marketing Insider Group, sekitar 52% social media marketers meyakini bahwa media sosial dapat memberikan dampak positif terhadap penjualan produk. Selain itu, mereka juga mengatakan bahwa orang-orang lebih suka mengunjungi media sosial karena lebih praktis dan mudah diakses. Website yang terintegrasi dengan media sosial juga dapat meningkatkan rasa kepercayaan pengunjung. Oleh karena itu, pastikan telah mencantumkan akun media sosial pada website di homepage atau halaman kontak. Dalam membuat website, fitur-fitur yang disukai oleh pengunjung website harus menjadi salah satu pertimbangan yang penting. Tidak hanya akan berpengaruh pada penjualan produk, desain website yang menarik akan membantu membangun kepercayaan konsumen pada suatu Perusahaan.

## Kesimpulan

Pandangan hukum Islam terkait jual beli salam marketplace dan e-commerce menyimpulkan bahwa pada dasarnya aturan Islam tidak melarang kode unik itu sendiri. Pembayaran melalui transfer bank merupakan pelayanan terbaik Shopee yang diberikan kepada para penggunanya. Dipercaya bahwa pembayaran kode unik tidak melanggar aturan hukum Islam dalam hal memperolehnya, karena kode unik menghindari riba. Transaksi yang dilakukan juga sesuai dengan kaidah hukum Islam yaitu pertukaran keuntungan antara satu orang dengan orang lain. Dengan membayar kode unik, kedua belah pihak tidak akan merasa dirugikan, sehingga mencegah permusuhan dan perselisihan.

Dasar hukum Marketplace dan E-commerce dalam jual beli secara hukum Islam di perbolehkan, karena pada dasarnya sesuai dengan Firman Allah SWT: "Dan (hukum) siapakah yang lebih baik daripada (hukum) Allah bagi orang-orang yang yakin?". (QS. Al-Maidah [5]:50). Pertama, keabsahan jual beli menurut fiqih muamalah adalah adanya penjual dan pembeli; adanya uang dan benda yang dibeli; ada manfaatnya; keadaan barang itu dapat diserahkan; keadaan barang kepunyaan yang menjual dan barang itu diketahui oleh si penjual dan si pembeli, dengan jelas zat, bentuk, ukuran, dan sifat-sifatnya. kedua, persamaan dan perbedaannya adalah persamaannya yaitu kedua-kedua sama-sama menganggap konsensualitas (kesepakatan) didalam suatu transaksi jual beli tidak boleh ada pemaksaan/penipuan, dan yang akad harus memiliki usia dewasa, dan harus memiliki objek



yang diperjualbelikan. Sedangkan perbedaannya adalah dalam Hukum Islam, jual beli, barangnya harus diserahkan dan diterima oleh pembeli.

### Daftar Pustaka

- Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. (2022). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka. *Edumaspul*, 6(1), 974–980.
- Al-Asqalani, I. H. (2018). *Fathul Bari: Syarah Shahih Al-Bukhari* (4th ed., Vol. 1). Pustaka Imam Asy-Syafi.
- Amiruddin, & Asikin, Z. (2020). *Pengantar Metode Penelitian Hukum* (11th ed., Vol. 11). Rajawali Pers.
- Apipudin. (2016). Konsep Jual Beli Dalam Islam (Analisis Pemikiran Abdu al-Rahman al-Jaziri dalam Kitab al-Fiqh 'Ala al-Madahib al-Arba'ah). *Jurnal Islaminomic*, 5(2).
- Dasopang, N. S. (2020). *Jual Beli Online Dalam Perspektif Hukum Islam*. Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
- Fawaid. (2020). Perspektif Madzhab Syafi'i Terkait Jual Beli Online. *Tabsyir: Jurnal Dakwah Dan Sosial Humaniora*, 1(2), 12–30.
- Ghazaly, A. R., Ihsan, G., & Shidiq, S. (2018). *Fiqh Muamalat* (5th ed., Vol. 1). Prenadamedia Group.
- Gibtiah. (2016). *Fikih Kontemporer* (1st ed., Vol. 1). Prenada Media.
- Karim, A. A. (2016). *Ekonomi Mikro Islami* (5th ed., Vol. 1). Rajawali Pers.
- Misbahuddin. (2018). *E-commerce dan Hukum Islam* [Skripsi]. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Mubarak, J., & Hasanudin. (2017). *Fikih Mu'amalah Maliyyah: Akad Jual Beli* (1st ed., Vol. 1). Simbiosis Rekatama Media.
- Nur, I. (2019). Transaksi Jual Beli Melalui Media Online Dalam Tinjauan Ekonomi Islam (Studi pada Situs Jual Beli Online Tokopedia dan Shopee). *Khozana*, 2(2), 64–81.
- Saprida. (2016). Akad Salam Dalam Transaksi Jual Beli. *Mizan*, 4(1).
- Yustiani, R., & Yunanto, R. (2017). Peran Marketplace Sebagai Alternatif Bisnis Di Era Teknologi Informasi. *Komputa Jurnal Ilmiah Komputer Dan Informatika*, 6(2), 43–48.