



BISNIS DIGITAL MENGGERUS BISNIS TRADISIONAL: PERSPEKTIF ISLAM

Nurjannah¹, Sumarlin², Ismawati³, Syahril Hardiman⁴

IAI Yapnas Jeneponto^{1,4}, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar^{2,3}

Email: annanurjannah730@gmail.com¹, sumarlinhabibi@gmail.com², ismawati@uin-alauddin.ac.id³,
syahrilhardiman08@gmail.com⁴

ABSTRAK

Kehadiran bisnis digital membawa dampak yang sangat besar terhadap eksistensi bisnis tradisional. Penelitian ini bertujuan untuk menguraikan bagaimana dampak dari bisnis digital terhadap bisnis tradisional yang diintegrasikan dengan prinsip-prinsip Islam, serta solusi praktis digitalisasi bisnis tradisional. Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif dengan *library research* dan pendekatan deskriptif, sumber data yang digunakan adalah sumber data sekunder dari jurnal, buku, dan sumber lainnya yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dampak dari bisnis digital terhadap bisnis tradisional secara umum adalah terjadinya penurunan pendapatan. Digitalisasi bisnis diperbolehkan dalam Islam, selama memenuhi empat rukun yang tidak boleh ditinggalkan yaitu *sighat al 'aqd*, *mahallul 'aqd*, *al 'aqidaian* dan *maudhu'ul 'aqd*. Rezeki tidak akan tertukar, meskipun demikian masih diperlukan ikhtiar sebagai upaya memenuhi kebutuhan. Upaya yang dapat dilakukan oleh bisnis tradisional adalah melakukan digitalisasi bisnis, baik keseluruhan maupun tetap mengimbangi kehadiran toko *offline* disamping hadirnya pelayanan online.

Kata Kunci :

Bisnis Digital; Bisnis Tradisional; Menggerus; Islam

ABSTRACT

*The presence of digital business has a huge impact on the existence of traditional business. This research aims to describe the impact of digital business on traditional business which is integrated with Islamic principles, as well as practical solutions for digitalizing traditional business. This research includes qualitative research with library research and a descriptive approach, the data sources used are secondary data sources from journals, books and other relevant sources. The research results show that the impact of digital business on conventional business in general is a decrease in income. Business digitalization is permitted in Islam, as long as it fulfills the four pillars that must not be abandoned, namely *sighat al 'aqd*, *mahallul 'aqd*, *al 'aqidaian* and *maudhu'ul 'aqd*. Fortune will not be exchanged, however, efforts are still needed to meet needs. Efforts that can be made by traditional businesses are to digitize the business, both completely and continuously balancing the presence of offline stores in addition to the presence of online services.*

Keywords :

Digital Business; Traditional Business; Eroding; Islam

PENDAHULUAN

Dalam beberapa dekade terakhir, bisnis digital telah mengalami perkembangan pesat dengan munculnya internet dan teknologi informasi. Perkembangan komunikasi dewasa ini tidak akan terlepas dengan adanya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi itu sendiri, semakin tinggi teknologi informasi dan komunikasi yang ditemukan dan digunakan maka itu tidak terlepas dari bagaimana perkembangan komunikasi di masyarakat dan bagaimana masyarakat sosial tersebut berinteraksi.¹ E-commerce, fintech, dan platform digital bertransaksi dan berbisnis. Fenomena ini membawa perubahan signifikan dalam lanskap ekonomi global, termasuk di Indonesia.

Bisnis tradisional, yang seringkali mengandalkan metode konvensional seperti toko fisik dan pemasaran langsung, menghadapi tantangan besar untuk bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat dengan bisnis digital. Banyak bisnis tradisional mengalami penurunan penjualan dan keuntungan karena kurang mampu beradaptasi dengan perubahan teknologi.² Perilaku ekonomi masyarakat dengan adanya kemudahan yang ditawarkan oleh bisnis digital berangsur-angsur meninggalkan bisnis tradisional, karena dinilai lebih efektif dan efisien.

Islam memiliki pandangan yang holistik tentang bisnis dan ekonomi. Prinsip-prinsip seperti kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial sangat ditekankan.³ Dalam konteks bisnis digital yang menggerus bisnis tradisional, perspektif Islam dapat memberikan panduan tentang bagaimana menjalankan bisnis dengan cara yang etis dan berkelanjutan, serta bagaimana bisnis tradisional dapat beradaptasi tanpa mengorbankan nilai-nilai Islam. Persaingan antara bisnis digital dan tradisional merupakan hal yang tidak dapat dihindari, sehingga bisnis tradisional membutuhkan inovasi dalam praktik bisnisnya, sebagaimana hukum dasar muamalah segala sesuatunya diperbolehkan kecuali yang dilarang.⁴

Bisnis digital juga harus mempertimbangkan prinsip-prinsip syariah dalam operasionalnya. Ini termasuk larangan riba, keharusan transparansi dalam transaksi, serta perlunya menjaga keseimbangan antara mencari keuntungan dan memberikan manfaat sosial. Artikel ini akan membahas bagaimana dampak dari bisnis digital terhadap bisnis tradisional yang diintegrasikan dengan prinsip-prinsip Islam. Selain menyoroti tantangan, artikel ini juga akan menawarkan solusi praktis bagi bisnis tradisional untuk beradaptasi dengan era digital. Ini termasuk edukasi tentang teknologi, penerapan e-commerce, serta strategi untuk mempertahankan loyalitas pelanggan dengan tetap mengedepankan nilai-nilai Islam. Artikel ini bertujuan untuk memberikan wawasan bagi pembaca, terutama pengusaha muslim, tentang bagaimana mereka dapat mengelola bisnis mereka di tengah perubahan besar ini. Dengan memahami dinamika antara bisnis digital dan

¹ Jokhanan Kristiyono, "Budaya Internet: Perkembangan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Mendukung Penggunaan Media Di Masyarakat," *Scriptura* 5, no. 1 (2015): 23–30, <https://doi.org/10.9744/scriptura.5.1.23-30>.

² Frendy Wibowo, Aulia Uswatun Khasanah, and Febrianur Ibnu Fitroh Sukono Putra, "Analisis Dampak Kehadiran Pasar Modern Terhadap Kinerja Pemasaran Pasar Tradisional Berbasis Perspektif Pedagang Dan Konsumen Di Kabupaten Wonogiri," *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 7, no. 1 (2022): 53–65, <https://doi.org/10.23917/benefit.v7i1.16057>.

³ Dian Rustyawati and Siswoyo Siswoyo, "Pengembangan Kewirausahaan Berkelanjutan Dalam Pendidikan : Pendekatan Berdasarkan Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam," *JIB: Jurnal Perbankan Syariah* 3, no. 2 (2023): 61–75.

⁴ Adiwarmar A Karim, *Bank Islam : Analisis Fiqih Dan Keuangan*, ke-5 (Jakarta: CV Pustaka Setia, 2016).

tradisional serta menerapkan prinsip-prinsip Islam, diharapkan para pengusaha dapat menciptakan bisnis yang berkelanjutan dan adil.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan *library research*, yang menggunakan bentuk analisis deskriptif dan komparatif. Studi pustaka (*library research*) merupakan bentuk memperoleh data penelitian dari Kumpulan beberapa sumber seperti buku, jurnal, dan riset-riset yang sudah ada⁵. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran bagaimana dampak dari bisnis digital terhadap bisnis tradisional yang diintegrasikan dengan prinsip-prinsip Islam, serta solusi praktis digitalisasi bisnis tradisional. Tahapan penelitian ini dilakukan dengan cara menguraikan pengertian bisnis digital dan tradisional, kelebihan dan tantangan masing-masing, dampak bisnis digital terhadap bisnis tradisional dan dalam perspektif Islam, serta memberikan solusi praktis terkait digitalisasi bisnis tradisional.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Pengertian Bisnis Digital dan Bisnis Tradisional

Bisnis dalam pemasarannya terbagi menjadi dua jenis yakni digital dan tradisional, bisnis digital menekankan pada kemudahan pembeli dan penjual dalam proses transaksi, sedangkan bisnis tradisional menekankan pada bertemunya penjual dan pembeli secara langsung untuk melaksanakan transaksi tertentu.

1. Bisnis Digital

Bisnis digital merupakan salah satu jenis jasa yang menggunakan kecanggihan teknologi dalam membuat suatu produk ataupun dalam proses pemasarannya.⁶ Bisnis digital adalah proses transformasi bisnis dengan mengadopsi teknologi digital. Jika sebelumnya masih dilakukan secara non-digital (manual) maka kini dilakukan secara digital. Terdapat beberapa versi tentang pengertian bisnis digital diantaranya adalah sebagai berikut: Bisnis digital merupakan aktivitas kegiatan bisnis yang dilakukan dengan memanfaatkan skill di bidang teknologi informatika dan komputer. Bisnis Digital juga merupakan proses pemanfaatan teknologi untuk mengembangkan bisnis yang berbasis digital.⁷ Konsep dari digitalisasi bisnis adalah kemudahan konektivitas serta inovasi. Melalui digitalisasi bisnis perusahaan dapat dengan mudah menawarkan produk dan jasanya kepada konsumen begitu juga dengan konsumen dapat dengan mudah menemukan produk atau jasa yang diinginkan. Selanjutnya konsep inovasi, melalui digitalisasi bisnis perusahaan mampu memperluas jangkauan konsumennya dengan mudah inovasi terhadap layanan produk dan jasa sangat diperlukan untuk

⁵ Muhammad Rijal Fadli, "Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif," *Humanika* 21, no. 1 (2021): 33–54, <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>.

⁶ Gede Lingga Ananta Kusuma Putra and Anak Agung Ngurah Bagus Kesuma Yudha, "Pemanfaatan Komik Digital Sebagai Sarana Bisnis Digital Pada Media Sosial Instagram," *Jurnal Imagine* 1, no. 2 (2021): 44–49, <https://doi.org/10.35886/imagine.v1i2.264>.

⁷ M Ihsan Said Ahmad, Syamsuardi, and Muhammad Farid, "PKM Digitalisasi Bisnis UMKM," *Seminar Nasional Pengabdian Kepada ...*, no. 15 (2021): 1182–86, <https://ojs.unm.ac.id/semnaslpm/article/view/26318%0Ahttps://ojs.unm.ac.id/semnaslpm/article/download/26318/13328>.

memenangkan persaingan karena konsumen juga dapat dengan mudah menemukan produk dan jasa sejenis maupun substitusi yang sesuai dengan keinginannya.

2. Bisnis Tradisional

Bisnis tradisional adalah bisnis yang dikelola menggunakan sistem ekonomi tradisional yang bertujuan memenuhi kebutuhan hidup dengan melakukan kebiasaan atau tradisi turun-temurun.⁸ Bisnis tradisional merupakan kegiatan transaksi jual beli yang dilakukan secara langsung atau adanya tatap muka antara penjual dan pembeli sehingga bisnis tradisional sering disebut bisnis *offline*.⁹ Kelebihan bisnis tradisional adalah pembeli dapat melihat kualitas produk secara langsung, dapat bertemu dengan penjual karena umumnya bisnis tradisional memiliki kios tersendiri sehingga penipuan minim terjadi serta stok produk yang cukup banyak membuat konsumen tidak perlu membutuhkan waktu lama untuk mendapatkan suatu produk. Namun, kelebihan tersebut justru mengarah pada kekurangan bisnis tradisional di mana pembeli harus mengunjungi kios untuk melakukan pembelian dan biaya pemasaran serta stok yang besar. Biaya pemasaran menjadi besar karena bisnis tradisional membutuhkan tempat untuk melakukan pemasaran produk seperti melalui TV, radio, reklame, dan lainnya. Selain itu, lingkup pemasarannya juga terbatas, yaitu hanya melalui pembukaan cabang baru yang juga menghabiskan banyak biaya.

Kelebihan dan Kekurangan Bisnis Digital dan Tradisional

Transaksi jual-beli melalui internet dilakukan tanpa tatap muka secara langsung atau disebutnya secara daring (*online*). Melalui usaha digital dapat meraih keuntungan penghasilan yang lebih banyak dibandingkan tradisional. Sedangkan usaha tradisional berbanding terbalik dengan bisnis digital, yaitu melakukan transaksi jual-beli secara *offline* (tatap muka) dengan mempertemukan antara penjual dan pembeli di sebuah tempat. Kedua jenis bisnis ini tentunya memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing, yakni:¹⁰

Kelebihan Usaha Digital:

1. Cukup luas jangkauannya dan lebih efektif dibandingkan usaha tradisional, bahkan hingga ke wilayah yang terpencil, dengan memiliki akses internet.
2. Memiliki promosi yang lebih luas atau jangkauan pemasaran dan tidak terbatas terhadap suatu daerah ataupun waktu.
3. Biaya yang dibutuhkan tidak terlalu besar, karena tidak perlu menyewa tempat dan sebagainya.
4. Jangkauan bisa hingga internasional dengan mudah.
5. Dengan memiliki akses internet dapat melakukan transaksi dimanapun dan kapanpun.

Kekurangan Usaha Digital:

1. Banyak terjadi kasus penipuan baik dari pembeli maupun dari penjual dengan melalui bisnis online.
2. Konsumen tidak dapat melihat secara langsung produk tersebut, sehingga kurangnya kepercayaan dari pembeli.

⁸ Budi Ilham Maliki, Malik Fatoni, and Jaka Wijaya Kusuma, "Peran Pendidikan Dalam Menyiapkan Bisnis Tradisional Memasuki Era Digital," *Edusaintek* 7, no. 1 (2020): 39–53.

⁹ Syarifah Ida Farida et al., "Pelatihan SDM: Usaha Konvensional Menjadi Usaha Digital," *Abdi Masyarakat Humanis* 1, no. 2 (2020): 127–35, <http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/JAMH/article/view/4991>.

¹⁰ Farida et al.

3. Membutuhkan waktu beberapa saat untuk mengirimkan produk kepada konsumen, sehingga lebih memakan waktu.

Kelebihan Usaha Tradisional:

1. Pembeli dapat mengetahui kualitasnya secara langsung serta kuantitasnya dari tempat penjual, sehingga tidak ada keraguan.
2. Produk yang disediakan lebih banyak dibandingkan dengan bisnis online.
3. Memiliki tempat usaha fisik, apabila ada pembeli yang retur dapat langsung melakukan pengaduan dan pengembalian barang.
4. Lebih terjaga loyalitas, kepercayaan konsumen karena minimnya penipuan yang terjadi.

Kekurangan Usaha Tradisional:

1. Sulit dalam perizinan mendirikan usaha.
2. Promosi dalam memasarkan produk masih terbatas jangkauannya dalam suatu daerah, sehingga untuk memperluas pemasaran dibutuhkan pembukaan cabang baru di daerah lain.
3. Membutuhkan modal yang lumayan banyak, salah satunya adalah urusan kepemilikan tempat usaha.

Dampak Bisnis Digital terhadap Eksistensi Bisnis Tradisional

Di era digital ini, bisnis digital atau yang biasa disebut dengan online shop telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Kemudahan-kemudahan yang diberikan oleh bisnis digital telah membuatnya semakin diminati oleh banyak konsumen. Namun, di balik kepopulerannya, keberadaan bisnis digital telah membawa dampak yang besar terhadap pasar tradisional, diantaranya:

1. **Penurunan Omset:** Bisnis digital mengubah cara konsumen berbelanja, konsumen bisa belanja dengan mudah, dimana saja dan kapan saja tanpa perlu keluar rumah. Jika dibandingkan dengan bisnis tradisional yang mengharuskan konsumen untuk datang secara langsung, tentunya sebagian besar konsumen akan lebih memilih kemudahan yang diberikan oleh bisnis digital. Oleh karena itu, jumlah pengunjung pasar tradisional mengalami penurunan yang berdampak pada pendapatan atau omset yang diperoleh para pedagang yang melakukan bisnis tradisional.¹¹
2. **Kalah Harga:** Produk-produk yang ditawarkan oleh toko online harganya lebih murah ketimbang pasar tradisional.¹² Hal ini dikarenakan para pelaku bisnis digital dapat menekan biaya operasional yang jauh lebih minim jika dibandingkan dengan bisnis tradisional, karena pada bisnis digital tidak perlu mengeluarkan biaya untuk operasional seperti penyewaan tempat dan gaji karyawan, hal ini tentunya memberikan ketimpangan biaya operasional yang sangat besar antara bisnis digital dan bisnis tradisional, sehingga saat ini banyak kita jumpai produk-produk pada bisnis digital dengan harga yang jauh lebih murah.

¹¹ Ismul Bathni et al., "Pengaruh Jual Beli Online Terhadap Pasar Tradisional Pedagang Pakaian Dan Tas Di Pasar Ciputat," *Jurnal Sekretari Universitas Pamulang* 9, no. 1 (2022): 59, <https://doi.org/10.32493/skr.v9i1.18709>.

¹² Alia Candra Devi and Uus MD Fadli, "Analisis Keputusan Pembelian Produk E-Commerce Shopee Di Kalangan Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang," *Journal of Student Research (JSR)* 1, no. 5 (2023): 113–23.

Secara umum kehadiran dari bisnis digital memberikan pengaruh yang sangat besar bagi eksistensi bisnis tradisional saat ini, banyak kemudian bisnis tradisional yang memutuskan gulung tikar dikarenakan terjadinya penurunan omset,¹³ konsumen saat ini lebih memilih untuk melakukan transaksi digital. Namun, perlu ditekankan bahwa kehadiran bisnis tradisional masih sangat dibutuhkan oleh masyarakat, karena sebaik-baiknya bisnis digital tentunya masih memiliki kekurangan, kekurangan tersebut dapat di atasi dengan adanya bisnis tradisional, sehingga keseimbangan diantara keduanya perlu sama-sama untuk diperhatikan oleh para pelaku bisnis.

Dampak Bisnis Digital Terhadap Bisnis Tradisional dalam Pandangan Islam

1. Legitimasi Bisnis Digital

Dalam Islam, jual beli termasuk dalam salah satu bentuk muamalah yang telah di atur dalam mekanismenya menurut dasar-dasar hukum islam, yaitu Al-quran dan Hadist. Praktik jual beli tersebut harus berdasarkan dengan ekonomi islam, praktik jual beli tersebut harus bisa memenuhi syarat-syarat yang di atur dalam hukum islam yaitu orang yang menandatangani akad harus sudah baligh (sudah baligh). Berdasarkan hal tersebut jual beli merupakan pekerjaan yang halal dan mulia. Sebagaimana yang terdapat dalam firman Allah SWT dalam Surah QS. An-nisa ayat 29 yang berbunyi :

﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ۝ ٢٩﴾

Terjemahannya:

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (An-Nisa'/4:29)¹⁴

Berdasarkan ayat di atas dapat disimpulkan bahwa bisnis digital merupakan transaksi jual beli yang dapat dilakukan dengan kesepakatan antara kedua belah pihak. Masing-masing pihak melakukan dengan penuh kesadaran dengan pilihannya dalam memilih barang tersebut dan merupakan kesempurnaan yang saling merelakan di antara keduanya.¹⁵

Hukum kontrak dalam Islam disebut dengan “Akad” yang berasal dari bahasa Arab “*al aqd*” yang berarti perikatan, perjanjian, kontrak atau permufakatan (*al ittifaq*) dan transaksi.¹⁶ Menurut Wahab al Zuhaili dan Ibnu Abidin, beliau menggunakan istilah “kontrak” (akad) yang secara terminologi berarti pertalian antara ijab dan qabul sesuai dengan kehendak syari’ah (Allah

¹³ Moh. Ramin, “Optimalisasi Peran Pedagang Pasar Tradisional Dalam Pengembangan Usaha Di Masa Pandemi Covid 19 (Studi Pada Pasar Tamberu Timur Sokobanah Sampang Madura),” *Investi: Jurnal Investasi Islam* 2, no. 1 (2021): 141–59.

¹⁴ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya* (Bandung: Sygma Exgrafika, 2009).

¹⁵ Mutiara Puspa Garini, Muhammad Iqbal Fasa, and Suharto Suharto, “Pemanfaatan E-Commerce Dalam Pengembangan Bisnis Menurut Perspektif Ekonomi Islam Di Era Covid 19,” *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika* 15, no. 1 (2022): 99–110, <https://doi.org/10.46306/jbbe.v15i1.122>.

¹⁶ Retno Dyah Pekerti and Eliada Herwiyanti, “Transaksi Jual Beli Online Dalam Perspektif Syariah Madzhab Asy-Syafi'i,” *JEBA: Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi* 20, no. 2 (2018): 1–12, https://core.ac.uk/display/267947229?utm_source=pdf&utm_medium=banner&utm_campaign=pdf-decoration-v1.

dan Rasul-Nya) yang menimbulkan akibat hukum pada objeknya. Ijab dan qabul dimaksudkan untuk menunjukkan adanya keinginan dan kerelaan timbal balik para pihak yang bersangkutan terhadap isi kontrak. Oleh karena itu ijab dan qabul ini menimbulkan hak dan kewajiban atas masing-masing pihak yang melakukan kontrak. Menurut Hasbi Ash Shiddiqie dalam bukunya *Memahami Syari'at Islam*, mengatakan bahwa suatu perjanjian harus memenuhi empat rukun yang tidak boleh ditinggalkan yaitu *sighat al 'aqd*, *mahallul 'aqd*, *al 'aqidaian* dan *maudhu'ul 'aqd*.¹⁷

a. *Sighat al 'aqd* (Ijab qabul)

Formulasi ijab qabul dalam perjanjian jual beli bisa dilakukan melalui kata-kata, tulisan, atau isyarat bagi mereka yang tak mampuberbicara atau menulis. Bahkan bisa dilakukan melalui perbuatan (*fi'li*) yang menunjukkan kesepakatan kedua belah pihak, dikenal sebagai *al mu'athah*. Tidak ada tuntunan khusus dalam Al-Qur'an atau Al-Hadits mengenai bentuk atau kata-kata yang harus digunakan dalam ijab qabul. Proses ini dapat mengikuti kebiasaan (*'urf*) selama tidak melanggar syarat.

Dalam transaksi online, ijab qabul dilakukan dengan membaca syarat atau prosedur pembelian. Penjual memberikan prosedur seperti menuliskan spesifikasi barang, mengisi formulir pembelian, dan membaca syarat yang diberikan. Jika pembeli memahami dan menyetujui prosedur tersebut, ijab qabul dianggap terlaksana. Setelah mengikut semua prosedur, pembeli membayar sesuai harga barang dan biaya pengiriman. Jika transaksi berjalan, pembeli memberikan bukti pembayaran, dan penjual mengemas serta mengirim barang sesuai spesifikasi.

Baik dalam jual beli tradisional maupun online, keduanya tidak boleh merugikan salah satu pihak. Ijab qabul dalam Islam dianggap sah jika tidak ada unsur keterpaksaan atau kerugian bagi pihak manapun. Meski tidak diikrarkan secara lisan, proses ini diakui melalui tindakan konkret, seperti pemahaman dan persetujuan pembeli terhadap syarat dan ketentuan pembelian, pembayaran, dan pengiriman barang.

b. *Mahallul 'aqd* (objek perjanjian)

Objek perjanjian dalam muamalah memiliki cakupan yang sangat luas, dengan berbagai bentuk yang berbeda. Para ahli hukum Islam (*fuqaha*) sepakat bahwa objek perjanjian harus memenuhi empat syarat, yaitu:

- 1) Harus sudah ada secara konkret saat perjanjian dilangsungkan atau diperkirakan ada di masa depan.
- 2) Dibenarkan oleh syara'.
- 3) Harus dapat diserahkan saat perjanjian terjadi, meskipun tidak seketika dan dapat dilakukan pada waktu yang telah ditentukan dalam kontrak.
- 4) Harus jelas dan dapat ditentukan (*mu'ayyan*) serta diketahui oleh kedua belah pihak yang membuat perjanjian.

Untuk mencegah sengketa atau hal-hal tidak diinginkan, fuqaha membedakan dua jenis kekeliruan:

- 1) Kekeliruan pada jenis objek perjanjian dianggap sebagai kesalahan fatal yang dapat menyebabkan pembatalan perjanjian secara sah.
- 2) Kekeliruan pada sifat perjanjian dianggap sebagai kesalahan ringan yang tidak merusak aqad.

Meski dianggap sah, pihak yang dirugikan dapat meminta pembatalan kepada

¹⁷ Farhan Arangga, Muhammad Aulia Firmansyah, and Universitas Lambung Mangkurat, "Akad Dan Hukum Jual Beli Online Pada Transaksi," *Jurnal Religion: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya* 1, no. 1 (2023): 1027.

pengadilan. Dalam transaksi online, pembeli dapat melihat barang atau jasa di layar monitor, namun objek tersebut tidak segera diperoleh karena menunggu pengiriman oleh penjual. Lamanya pengiriman tergantung pada lokasi pembeli dan pemilihan jasa kurir. Pembeli tidak dapat langsung memeriksa barang, mengingat objek yang akan dibeli harus sesuai dengan spesifikasi di toko online.

Menurut hukum Islam, keadaan ini diperbolehkan selama objek yang diperdagangkan bukan barang haram, seperti minuman keras, bahan porno, makanan kaleng mengandung zat terlarang, serta barang terlarang menurut undang-undang negara yang bersangkutan. Penjual juga wajib memastikan barangnya ada atau segera dibuat dan siap dikirim sesuai dengan janji di toko online.

c. *Al'aqidaian* (pihak-pihak yang melaksanakan perjanjian)

Pihak yang melakukan perjanjian adalah manusia atau badan hukum. Aspek-aspek hukum yang perlu diperhatikan mencakup kecakapan bertindak, kewenangan, dan perwakilan. Apabila ketiga hal ini terpenuhi, perjanjian yang dibuat memiliki nilai hukum yang sesuai dengan syara'. Dalam konteks jual beli online, pelaku perjanjian harus memenuhi syarat *mukhallaf*, yaitu aqil baligh, berakal, sehat, dewasa (bukan *mumayyid*), dan paham akan hukum. Oleh karena itu, perjanjian jual beli online menjadi tidak sah jika dilakukan oleh anak-anak, orang gila, atau orang yang berada di bawah pengampunan. Ahli hukum Islam sepakat bahwa batasan umur pelaku perjanjian ditentukan oleh *'urf* (adat) setempat atau perundang-undangan yang berlaku di suatu negara. Dalam hukum Islam, orang yang tidak cakap bertindak disebut sebagai *as-syuf'ah/mahjur 'alaih*, termasuk anak-anak yang belum dewasa, orang gila, dan mereka yang selalu membuat pemborosan dalam hidupnya. Meskipun sistem perdagangan Islam tidak secara khusus mengatur badan hukum, terdapat dalil hukum yang memperbolehkan pembentukan badan hukum dengan istilah *al-syirkah*.

Nabi Muhammad SAW tidak melarang kerjasama *al-syirkah* selama memberikan manfaat bagi manusia dan masyarakat. Hukum Islam tidak mengatur kapan *al-syirkah* diakui sebagai subyek hukum, menyerahkan hal tersebut kepada peraturan perundang-undangan masing-masing negara selama memberikan kebaikan bagi masyarakat. Menurut Abdul Halim Mahmud al Ba'ly, terdapat tiga jenis penipuan (*tadlis*):

- 1) Penipuan berbentuk perbuatan, yaitu menyebutkan sifat yang tidak nyata pada objek perjanjian.
- 2) Penipuan melalui ucapan, seperti berbohong agar pihak lain mau melakukan perjanjian, atau menipu dengan memberikan penjelasan yang menyesatkan mengenai harga barang yang dijual.
- 3) Penipuan dengan menyembunyikan cacat pada objek perjanjian padahal yang bersangkutan mengetahui kecacatan tersebut.

d. *Maudhu'ul 'aqd* (tujuan kontrak dan akibatnya)

Maudhu'ul 'aqd mengandung arti dan tujuan seseorang melakukan perjanjian dengan orang lain dalam rangka melaksanakan muamalah. Namun, penentu akibat hukum dari suatu kontrak adalah *al musyarri'* (yang menetapkan syariat, yaitu Allah SWT). Dengan kata lain, konsekuensi hukum dari perjanjian harus diketahui melalui *syara'* (hukum Islam) dan sesuai dengan kehendak *syara'*. Jika tujuannya bertentangan dengan *syara'*, perjanjian tersebut dianggap tidak sah dan tidak menghasilkan konsekuensi hukum.

Contoh pelanggaran terhadap *syara'* melibatkan pihak penjual yang tidak

mengirimkan barang sesuai pesanan, atau barang yang dikirim ternyata tidak sesuai dengan yang diiklankan, atau bahkan cacat. Begitu pula, jika pihak pembeli tidak membayar uang pelunasan atas barang yang dipesan, seperti dalam situasi di mana penjual memberikan keleluasaan pembayaran (seringkali sebagai trik pemasaran) bahwa barang akan dikirim setelah pembeli membayar 50 persen, dan sisanya dilunasi setelah pembeli menerima barang.

2. Bisnis Digital VS Bisnis Tradisional

Rezeki tidak akan tertukar karena Allah SWT telah memberikan rezeki pada setiap hamba-Nya sesuai dengan porsinya masing-masing, Kadar rezeki setiap orang berbeda-beda dan Allah SWT sudah menetapkan setelah ruh ditiupkan. Meski rezeki sudah ditetapkan, tapi Allah juga melihat bagaimana kerja keras atau usaha yang kita lakukan sehingga bisa memperlancar jalannya mendapatkan rezeki. Terkadang, hasil baik tidak selalu kita dapatkan secara langsung meskipun sudah bekerja keras. Berbeda dengan beberapa orang yang mungkin bisa memperoleh rezeki melimpah lebih mudah dan cepat. Sebagaimana firman Allah swt. dalam QS. At-Talaq ayat 3:

﴿وَيَرْزُقْهُ مِنْ حَيْثُ لَا يَحْتَسِبُ وَمَنْ يَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ فَهُوَ حَسْبُهُ إِنَّ اللَّهَ بَالِغُ أَمْرِهِ قَدْ جَعَلَ اللَّهُ لِكُلِّ شَيْءٍ قَدْرًا﴾
(٣)

Terjemahannya:

“dan menganugerahkan kepadanya rezeki dari arah yang tidak dia duga. Siapa yang bertawakal kepada Allah, niscaya Allah akan mencukupkan (keperluan)-nya. Sesungguhnya Allahlah yang menuntaskan urusan-Nya. Sungguh, Allah telah membuat ketentuan bagi setiap sesuatu.” (At-Talaq/65:3) ¹⁸

Sama halnya dengan pelaku bisnis digital dan bisnis tradisional meskipun masing-masing telah memiliki rejeki yang ditetapkan oleh Allah swt. tetapi mereka tidak boleh pasrah terutama bagi pelaku bisnis tradisional. Para pelaku bisnis harus melakukan inovasi, mengingat masih banyaknya kekurangan dari bisnis digital, yang justru menjadi keunggulan dari bisnis tradisional, digitalisasi bisnis juga dapat dilakukan atau melakukan kombinasi dengan tetap menghadirkan bisnis tradisional dan juga menghadirkan pemasaran digital.

Digitalisasi Bisnis Tradisional

Perubahan model bisnis tradisional dapat berarti banyak hal, ini dapat merujuk pada transformasi penuh dari model bisnis tradisional ke model bisnis sepenuhnya digital, atau mungkin hanya memerlukan penyesuaian kecil agar sesuai dengan tren dan teknologi terkini, dengan tetap menghadirkan toko *offline* yang ditunjang dengan toko *online*, digitalisasi bisnis tradisional tentunya menghadapi berbagai tantangan, adapun tantangan dan solusi yang dapat dilakukan adalah:

1. Ketidaksetaraan Akses Teknologi: Banyak bisnis tradisional, terutama yang beroperasi di lingkungan pedesaan atau daerah terpencil, mungkin tidak memiliki akses yang memadai

¹⁸ RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*.

ke internet.¹⁹ **Solusi:** Pemerintah dan organisasi nirlaba dapat berperan dalam memastikan bahwa akses internet yang terjangkau dan berkualitas tinggi tersedia di seluruh wilayah. Selain itu, pelatihan tentang teknologi digital dapat diberikan kepada pemilik bisnis tradisional untuk membantu mereka memahami cara memanfaatkan teknologi ini.

2. Tantangan dalam Pemasaran dan E-Commerce: Bisnis tradisional sering kali mengandalkan pemasaran tradisional seperti iklan lokal dan lisan, ini dapat membuat bisnis tradisional tertinggal dalam hal jangkauan pasar dan daya saing.²⁰ **Solusi:** Bisnis tradisional perlu memahami kekuatan pemasaran online, termasuk media sosial, SEO, dan iklan berbayar. Mereka juga dapat mempertimbangkan untuk membangun toko online atau bermitra dengan platform e-commerce yang ada untuk memperluas jangkauan mereka.
3. Keamanan Data dan Privasi Pelanggan: Ketika bisnis tradisional mulai memasuki ranah digital, mereka harus memperhatikan masalah keamanan data dan privasi pelanggan.²¹ **Solusi:** Bisnis tradisional harus menginvestasikan dalam perlindungan data yang kuat dan memastikan bahwa mereka mematuhi regulasi privasi yang berlaku. Ini akan membantu membangun kepercayaan pelanggan dan menghindari potensi kerugian data.

Kesulitan Bersaing dengan Bisnis Digital Murni: Bisnis digital murni sering memiliki keunggulan dalam hal efisiensi dan fleksibilitas.²² **Solusi:** Bisnis tradisional harus fokus pada kekuatan mereka, seperti hubungan pelanggan jangka panjang dan pengetahuan tentang pasar lokal. Mereka juga dapat mencari cara untuk berkolaborasi dengan bisnis digital atau menciptakan layanan yang menggabungkan unsur-unsur tradisional dan digital.

PENUTUP

Penelitian ini memiliki empat kesimpulan yang didasarkan pada hasil pembahasan. *Pertama*, transaksi jual-beli melalui internet dilakukan tanpa tatap muka secara langsung atau disebutnya secara daring (online). Melalui usaha digital dapat meraih keuntungan penghasilan yang lebih banyak dibandingkan tradisional. Sedangkan usaha tradisional kebalikan dari usaha digital, yaitu melakukan transaksi jual-beli secara offline (tatap muka) dengan mempertemukan antara penjual dan pembeli di sebuah tempat. *Kedua*, dampak dari bisnis digital terhadap bisnis tradisional secara umum adalah terjadinya penurunan pendapatan. *Ketiga*, digitalisasi bisnis diperbolehkan dalam Islam, selama memenuhi empat rukun yang tidak boleh ditinggalkan yaitu *sighat al 'aqd, mahallul 'aqd, al 'aqidaian* dan *maudhu'ul 'aqd*. Rezeki tidak akan tertukar, meskipun demikian masih diperlukan ikhtiar sebagai upaya memenuhi kebutuhan. *Keempat*, upaya yang dapat dilakukan oleh bisnis tradisional adalah melakukan digitalisasi bisnis, baik keseluruhan maupun tetap mengimbangi kehadiran toko *offline* disamping hadirnya pelayanan *online*.

¹⁹ Riana Mayasari et al., *Digitalisasi Desa: Pilar Pembangunan Ekonomi Desa* (Jawa Tengah: PT. Naysa Expanding Management, 2022).

²⁰ Mudrika Aqillah Sifwah et al., "Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM," *Journal of Management Accounting, Tax and Production* 2, no. 1 (2024).

²¹ Widarto Rachbini, *Transformasi Marketing-Tradisional Ke Digital* (CV. AA. Rizky, 2023).

²² Fachrurazi et al., "Revolusi Bisnis Di Era Digital: Strategi Dan Dampak Transformasi Proses Teknologi Terhadap Keunggulan Kompetitif Dan Pertumbuhan Organisasi," *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science* 2, no. 03 (2023): 297–305, <https://doi.org/10.58812/jbmws.v2i03.563>.

REFERENSI

- Ahmad, M Ihsan Said, Syamsuardi, and Muhammad Farid. "PKM Digitalisasi Bisnis UMKM." *Seminar Nasional Pengabdian Kepada ...*, no. 15 (2021): 1182–86. <https://ojs.unm.ac.id/semnaslpm/article/view/26318%0Ahttps://ojs.unm.ac.id/semnaslpm/article/download/26318/13328>.
- Arangga, Farhan, Muhammad Aulia Firmansyah, and Universitas Lambung Mangkurat. "Akad Dan Hukum Jual Beli Online Pada Transaksi." *Jurnal Religion: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya* 1, no. 1 (2023): 1027.
- Bathni, Ismul, Deni Darmawan, Turkamun Turkamun, and Edi Junaedi. "Pengaruh Jual Beli Online Terhadap Pasar Tradisional Pedagang Pakaian Dan Tas Di Pasar Ciputat." *Jurnal Sekretari Universitas Pamulang* 9, no. 1 (2022): 59. <https://doi.org/10.32493/skr.v9i1.18709>.
- Devi, Alia Candra, and Uus MD Fadli. "Analisis Keputusan Pembelian Produk E-Commerce Shopee Di Kalangan Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang." *Journal of Student Research (JSR)* 1, no. 5 (2023): 113–23.
- Fachrurazi, Arief Yanto Rukmana, Supriyanto, Syamsulbahri, and Iskandar. "Revolusi Bisnis Di Era Digital: Strategi Dan Dampak Transformasi Proses Teknologi Terhadap Keunggulan Kompetitif Dan Pertumbuhan Organisasi." *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science* 2, no. 03 (2023): 297–305. <https://doi.org/10.58812/jbmws.v2i03.563>.
- Fadli, Muhammad Rijal. "Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif." *Humanika* 21, no. 1 (2021): 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>.
- Farida, Syarifah Ida, Desi Prasetyani, Abdul Rahman Safiih, Dodi Prasada, and Budi Ismanto. "Pelatihan SDM: Usaha Konvensional Menjadi Usaha Digital." *Abdi Masyarakat Humanis* 1, no. 2 (2020): 127–35. <http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/JAMH/article/view/4991>.
- Garini, Mutiara Puspa, Muhammad Iqbal Fasa, and Suharto Suharto. "Pemanfaatan E-Commerce Dalam Pengembangan Bisnis Menurut Perspektif Ekonomi Islam Di Era Covid 19." *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika* 15, no. 1 (2022): 99–110. <https://doi.org/10.46306/jbbe.v15i1.122>.
- Karim, Adiwarman A. *Bank Islam : Analisis Fiqih Dan Keuangan*. Ke-5. Jakarta: CV Pustaka Setia, 2016.
- Kristiyono, Jokhanan. "Budaya Internet: Perkembangan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Mendukung Penggunaan Media Di Masyarakat." *Scriptura* 5, no. 1 (2015): 23–30. <https://doi.org/10.9744/scriptura.5.1.23-30>.
- Kusuma Putra, Gede Lingga Ananta, and Anak Agung Ngurah Bagus Kesuma Yudha. "Pemanfaatan Komik Digital Sebagai Sarana Bisnis Digital Pada Media Sosial Instagram." *Jurnal Imagine* 1, no. 2 (2021): 44–49. <https://doi.org/10.35886/imagine.v1i2.264>.
- Maliki, Budi Ilham, Malik Fatoni, and Jaka Wijaya Kusuma. "Peran Pendidikan Dalam Menyiapkan Bisnis Tradisional Memasuki Era Digital." *Edusaintek* 7, no. 1 (2020): 39–53.
- Mayasari, Riana, Jovan Febriantoko, Rian Rahmanda Putra, Hendra Hadiwijaya, and Dedy Kurniawan. *Digitalisasi Desa: Pilar Pembangunan Ekonomi Desa*. Jawa Tengah: PT. Naysa Expanding Management, 2022.
- Pekerti, Retno Dyah, and Eliada Herwiyanti. "Transaksi Jual Beli Online Dalam Perspektif Syariah Madzhab Asy-Syafi'i." *JEBA: Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi* 20, no. 2 (2018): 1–12.

- https://core.ac.uk/display/267947229?utm_source=pdf&utm_medium=banner&utm_campaign=pdf-decoration-v1.
- Rachbini, Widarto. *Transformasi Marketing-Tradisional Ke Digital*. CV. AA. Rizky, 2023.
- Ramin, Moh. “Optimalisasi Peran Pedagang Pasar Tradisional Dalam Pengembangan Usaha Di Masa Pandemi Covid 19 (Studi Pada Pasar Tamberu Timur Sokobanah Sampang Madura).” *Investi: Jurnal Investasi Islam* 2, no. 1 (2021): 141–59.
- RI, Departemen Agama. *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*. Bandung: Sygma Exgrafika, 2009.
- Rustyawati, Dian, and Siswoyo Siswoyo. “Pengembangan Kewirausahaan Berkelanjutan Dalam Pendidikan : Pendekatan Berdasarkan Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam.” *JIB: Jurnal Perbankan Syariah* 3, no. 2 (2023): 61–75.
- Sifwah, Mudrika Aqillah, Zidna Zaena Nikhal, Anggi Puspita Dewi, Neuneu Nurcahyani, and Ratna Nur Latifah. “Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM.” *Journal of Management Accounting, Tax and Production* 2, no. 1 (2024).
- Wibowo, Frendy, Aulia Uswatun Khasanah, and Febrianur Ibnu Fitroh Sukono Putra. “Analisis Dampak Kehadiran Pasar Modern Terhadap Kinerja Pemasaran Pasar Tradisional Berbasis Perspektif Pedagang Dan Konsumen Di Kabupaten Wonogiri.” *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 7, no. 1 (2022): 53–65. <https://doi.org/10.23917/benefit.v7i1.16057>.