

Fintech Dalam Keuangan Islam - Mohammad H. Holle

by Han Holle

Submission date: 16-Jun-2023 10:08AM (UTC+0700)

Submission ID: 2117034862

File name: FINTECH_DALAM_KEUANGAN_ISLAM.pdf (518.69K)

Word count: 6506

Character count: 44118

***FINTECH* DALAM
KEUANGAN ISLAM
TEORI DAN PRAKTIK**

Publica Indonesia Utama
2022

Sanksi Pelanggaran Pasal 113 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta:

- (1) Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
- (2) Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
- (3) Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/ atau pidana denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
- (4) Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

***FINTECH* DALAM
KEUANGAN ISLAM
TEORI DAN PRAKTIK**

Editor: Fachrurazi

Publica Indonesia Utama
2022

Perpustakaan Nasional RI. Katalog dalam Terbitan (KDT)

Hartina Fattah, dkk.

Penelitian Terapan Profesi Pendidikan/ Hartina Fattah dkk. --Jakarta: PT Publica Indonesia Utama, 2022

BOOK CHAPTER

vi + 331 Hlm; 15,5 X 23 cm

ISBN : 978-623-5257-11-2

DOI : doi.org/10.55216/publica.17

Cetakan Pertama, April 2022

Judul:

Fintech dalam Keuangan Islam: Teori dan Praktik

Penulis:

Hartina Fattah, Ichwan Riadini, Jamaludin, Sri Wahyuni Hasibuan, Dhidhin Noer Ady Rahmanto, Meutia Layli, Nasrulloh, Ishak, Mohammad H. Holle, Kamaruddin Arsyad, Abdul Aziz, Wahyu Purbo Santoso, Ali Mutakin, Naelati Tubastuvi, Nugraha Hasan, Misno, Dede Aji Mardani, Hasbi Ash Shiddieqy, Edy Setyawan, Wanti Ernawati, Abdul Aziz, Budi Sukardi, Chaidir Iswanaji, M. Zidny Nafi' Hasbi, Muhammad Salman Al Farisi, Sitti Nikmah Marzuki

Editor Buku : Fachrurazi

Pemeriksa Aksara : Nuri Hidayatus Sholihah

Penata halaman : Tim Kreatif Publica Institute

Desain Cover : Tim Kreatif Publica Institute

copyrights © 2022

Hak cipta dilindungi oleh Undang-Undang

All rights reserved

Diterbitkan oleh:

Publica Indonesia Utama | Anggota IKAPI No: 611/DKI/2022

18 Office Park 10th A Floor Jl. TB Simatupang No 18, Kel. Kebagusan, Kec. Pasar Minggu

Kota Adm. Jakarta Selatan, Prov. DKI Jakarta

publicaindonesiautama@gmail.com

KATA PENGANTAR EDITOR

Gelombang revolusi dalam teknologi digital yang terus berkembang dengan pesat telah mengubah wajah dunia. Jika dibandingkan dengan sektor lain, kemajuan teknologi digital ini berjalan lebih gesit dan penuh inovatif. Dari aspek yang sederhana saja, dewasa ini jumlah orang yang memiliki telepon seluler (ponsel) mungkin jauh lebih besar daripada mereka yang memiliki akses terhadap listrik atau air bersih. Difusi gelombang teknologi digital telah merangkak masuk ke semua aspek kehidupan dan ekonomi masyarakat dunia, seperti transportasi, kesehatan, pendidikan, ritel, hotel, dan bahkan keuangan.

Dalam sektor keuangan – yang menjadi lokus dari kajian buku bunga rampai (*book chapter*) - inovasi teknologi sebenarnya bukan merupakan fenomena baru. Antara teknologi dan keuangan, keduanya memiliki sejarah simbiosis mutualisme yang panjang, sehingga secara inheren teknologi keuangan (*financial technology*), atau yang lebih populer dengan sebutan *fintech*, juga bukan merupakan pengembangan baru bagi industri jasa keuangan.

Meskipun demikian, intensitas pembahasan dan kajian tentang keterkaitan keduanya cukup tinggi akhir-akhir ini, terutama karena penetrasi *fintech* itu sangat cepat. Isu tersebut juga menjadi perhatian banyak pihak pada berbagai level di Indonesia, baik di kalangan pengambil keputusan, akademisi, dan praktisi bisnis keuangan maupun di tingkat publik (masyarakat) sebagai konsumen atau pengguna *fintech*. Misalnya seperti isu mata uang kripto (*cryptocurrency*), *bitcoin*, *blockchain*.

Meskipun telah muncul banyak perhatian dari kalangan ekonom secara umum terkait *fintech*, penulis belum banyak melihat diskursus yang mengaitkannya dengan keuangan Islam. Kaitannya dengan keuangan Islam (*Islamic Finance*) menarik untuk dibahas, sebab Indonesia merupakan salah satu pasar ekonomi syariah terbesar di Indonesia (katadata.co.id, 2020). Itu artinya, *fintech* harus dilihat dari perspektif keuangan Islam

untuk memberikan edukasi kepada para umat Islam khususnya, dan bagi pelaku pada pasar ekonomi syariah.

Berbicara terkait dengan keuangan Islam, pemikiran ekonomi Islam telah diawali sejak Muhammad SAW ditunjuk sebagai seorang Rasul. Rasulullah SAW menerbitkan sejumlah kebijakan yang menyangkut berbagai hal yang berkaitan dengan masalah kemasyarakatan, selain masalah hukum (*fiqih*), politik (*siyasah*) juga masalah perniagaan atau ekonomi (muamalah). Masalah-masalah ekonomi umat menjadi perhatian Rasulullah SAW, karena masalah ekonomi merupakan pilar penyangga keimanan yang harus diperhatikan. Selanjutnya, Al-Qur'an dan Al-Hadits digunakan sebagai dasar teori ekonomi oleh para khalifah juga digunakan sebagai dasar teori ekonomi oleh para khalifah yang selanjutnya juga diterapkan oleh para pengikutnya dalam mengelola perekonomian suatu negara (Nugroho et al., 2018). Dinamika ekonomi secara konsisten mengalami perkembangan dari masa Rasulullah, masa Khulafaurrasyidin, masa Umar bin Khattab, Utsman bin Affan, Ali bin Abi Thalib hingga perkembangan dan kemajuan ekonomi saat ini yang sudah menuju industri 4.0.

Book Chapter ini hadir tentu untuk mengisi riuhnya kajian terkait *fintech*, namun untuk memberikan distingsi dengan kajian terdahulu, serta agar tidak terjadi duplikasi pembahasan, diskursus *fintech* di sini akan ditinjau dari perspektif keuangan Islam yang holistik yang tersebar dalam 18 (delapan belas) pembahasan.

Pertama, “*Fintech* dalam Sistem Keuangan Islam: Sebuah Pengantar” yang ditulis oleh Hartina Fattah, Ichwan Riodini. Kedua penulis memberikan kesimpulan bahwa *fintech* telah masuk ke sistem keuangan syariah. *Fintech* tidak bertentangan dengan prinsip keuangan Islam ditinjau dari aspek kaidah *ushul fiqh*, Al-Quran dan hadis, ijmak ulama, ijtihad, dan Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia. Selain itu, pada dasarnya akad yang terdapat dalam *fintech* tidak bertentangan selagi tidak melanggar prinsip syariah.

Kedua, “*Fintech: Peluang Keuangan Syariah*” yang ditulis oleh Jamaludin. Menurut dia, *fintech* hadir bukan sebagai pesaing dari perbankan syariah atau lembaga keuangan lainnya. Sebaliknya kehadiran *fintech* secara nyata membentuk kerja sama antarlembaga. *Fintech* Peer-to-Peer Lending (P2PL) syariah di Indonesia telah hadir sebagai salah satu alternatif pendanaan bagi kalangan masyarakat.

Ketiga, “Implikasi Kemajuan Teknologi untuk Intermediasi Keuangan dalam Islam” yang ditulis oleh Sri Wahyuni Hasibuan. Penulis menjelaskan dampak positifnya adalah memudahkan dalam melakukan kegiatan bisnis syariah, pembayaran, melakukan pinjaman bahkan dapat memudahkan untuk menyalurkan dana ZISWAF. Nasabah juga lebih puas dengan merasakan berbagai manfaat dan keuntungan teknologi yakni lebih aman dan nyaman apalagi transaksi dengan jumlah besar tidak perlu lagi membawa uangnya, dapat dilakukan kapan saja asal terhubung dengan internet, cepat, hemat tenaga, dan lebih mudah.

Keempat, “*Fintech* di Bidang Keuangan Islam: dari Keuangan Kolaboratif hingga Keuangan Berbasis Masyarakat” yang ditulis oleh Dhidhin Noer Ady Rahmanto, Meutia Layli, Nasrulloh. Tulisan tersebut mengungkapkan pentingnya *fintech* yang mampu menawarkan pengalaman pelanggan yang lebih baik tetapi perlu tumbuh berkolaborasi dengan lembaga keuangan yang ada agar eskalasi atau akselerasi *fintech* juga lebih baik dan sukses.

Kelima, “Intermediasi Keuangan, *Fintech*, dan Kepatuhan Syariah” ditulis oleh Ishak. Penulis menjelaskan pesatnya perkembangan *fintech* di Indonesia direpons positif dengan adanya beberapa regulasi yang dikeluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Bank Indonesia (BI). Selain *fintech* konvensional, *fintech* syariah di Indonesia juga mulai berkembang saat ini. Terlebih sudah terbitnya fatwa DSN-MUI tentang Layanan Pembiayaan Berbasis Teknologi Informasi Syariah (Fatwa No.117/DSN-MUI/IX/2018).

Keenam, “*E-commerce* dan Intermediasi Keuangan Islam” yang ditulis oleh Mohammad H. Holle. Tulisan tersebut memberikan simpulan bahwa jika *e-commerce* diaplikasikan di lembaga keuangan syariah, tidak mengapa; yang lebih penting, dapat mencegah transaksi yang tidak adil dan merugikan masyarakat. Bank Islam dan lembaga keuangan harus beradaptasi dengan teknologi saat ini karena mereka bersaing dengan sistem tradisional dan tidak mengenakan bunga pada transaksi *e-commerce*. Sebaliknya, bank dan lembaga keuangan Islam harus menunjukkan kepada seluruh dunia bahwa mereka dapat memberikan kartu kredit yang *riba*, *garar*, dan *maysir*.

Ketujuh, “*Fintech* dalam Teori Maqashid Syariah” yang ditulis oleh Kamaruddin Arsyad. Artikel tersebut menjelaskan bahwa *fintech*

harus menjadikan *maqashid syariah* sebagai landasan dalam melakukan aktivitas bisnisnya. *Maqashid syariah* yang dimaksud adalah *hifdz al-din* (melindungi agama), *hifdz al-nafs* (melindungi jiwa), *hifdz al-'aql* (melindungi akal), *hifdz an-nasl* (melindungi keturunan) dan *hifdz al-maal* (melindungi harta).

Kedelapan, “*Fintech dan Keuangan Syariah: Menetapkan Parameter Syariah*” ditulis oleh Abdul Aziz, Wahyu Purbo Santoso. Artikel tersebut menerangkan bahwa perkembangan *fintech* pada lembaga keuangan global semakin nyata dan sangat memudahkan bagi para penggunanya di era rekayasa Industri 4.0. Industri keuangan syariah tidak bisa menghindar dari kenyataan itu, maka perlu adopsi dan adaptasi *fintech* menjadi *i-Fintech* (Islamic Financial Technology) atau *fintech* syariah dengan tetap melakukan kepatuhan syariah.

Kesembilan, “Mata Uang dalam Hukum Islam: Analisis Syariah tentang *Bitcoin*” yang ditulis oleh Ali Mutakin. Penulis menyinggung hukum penggunaan *bitcoin* dari sudut pandang syariah. Ada pendapat yang menyatakan *bitcoin* adalah haram dikarenakan ia mudah digunakan untuk kegiatan ilegal; tidak berwujud, dan ia memungkinkan untuk pencucian uang dan penipuan; karena terbuka untuk spekulasi (*garâr* dan *maysîr*) yang berlebihan. Ada juga yang menyatakan bahwa *cryptocurrency* (*bitcoin*) pada prinsipnya halal. Pandangan ini didasarkan pada kaidah fikih “*al-Ashlu fî al-Mu’âmalât al-‘Ibâhah, Illâ an Yadulla al-Dalîl ‘ala Tahrîmihâ.*”

Kesepuluh, “*Crowdfunding in Islamic Finance: Memastikan Pengawasan Syariah yang Tepat*” yang ditulis oleh Naelati Tubastuvi. Artikel tersebut mengulas tantangan yang lebih luas yang dihadapi *crowdfunding* secara umum, seperti risiko dan tantangan hukum, ada juga masalah operasional terkait tata kelola dan tantangan kepatuhan Syariah. Hal ini didasarkan pada kenyataan bahwa transaksi keuangan Islam didasarkan pada pertukaran barang dan jasa, bukan hanya kepercayaan bunga. Maka, perlu dipastikan adanya pertukaran barang dan jasa yang nyata yang memenuhi semua syarat.

Kesebelas, “Peraturan *Fintech* dan *Cryptocurrency*” yang ditulis oleh Nugraha Hasan. Artikel tersebut menjelaskan regulasi menjadi instrumen penting di Indonesia melihat kejelasan legalitas *fintech* dan *cryptocurrency* sebagai produk inovasi teknologi berbasis ekonomi nasional. Lahirnya

berbagai peraturan yang mengikat operasional *fintech* dan *criptocurrency* dapat menjadi acuan dasar pengaturan sistem ekonomi digital di Indonesia.

Kedua belas, “*Fintech* di Keuangan Islam: Model Bisnis dan Kebutuhan akan Solusi Hukum” yang ditulis oleh Misno. Artikel ini mengulas terkait adanya kebutuhan layanan jasa keuangan yang selaras dengan keyakinan Islam. Itu artinya perkembangan *fintech* juga harus diselaraskan dengan nilai-nilai Islam, khususnya bagi pasar Muslim yang merupakan mayoritas di Indonesia. Hal ini meniscayakan pengembang *fintech* untuk membuka layanan syariah, baik menjadi produk utama atau sebagai lini produk dari *fintech* konvensional.

Ketiga belas, “Teknologi *Blockchain* dan Prospek Kontrak Cerdas di Bidang Keuangan Islam” yang ditulis oleh Dede Aji Mardani. Penulis menjelaskan bahwa revolusi *digital banking* dan teknologi *blockchain* merupakan suatu keniscayaan dalam kehidupan dunia perbankan dan lembaga keuangan. Bank dan lembaga keuangan syariah mau tidak mau harus emansipatif dan adaptif terhadap perkembangan disrupti teknologi keuangan. Teknologi *blockchain* diyakini sebagai keamanan yang tinggi sehingga sulit untuk diretas.

Keempat belas, “Potensi Kontrak Cerdas dalam Keuangan Perdagangan Islam” yang ditulis oleh Hasbi Ash Shiddieqy. Penulis menjelaskan bahwa berkembangnya sistem kontrak cerdas atau sistem perdagangan digital saat ini sangat memberikan pengaruh kepada sistem keuangan perdagangan Islam karena semua *financial technology* syariah menggunakan semua akad-akad yang halal secara syariah atau menggunakan sistem keuangan perdagangan Islam.

Kelima belas, “Mengintegrasikan *Crowdfunding* Wakaf ke dalam *Blockchain*” yang ditulis oleh Edy Setyawan, Wanti Ernawati, Abdul Aziz. Artikel ini menjelaskan bahwa integrasi *crowdfunding* wakaf dengan teknologi *blockchain* di era digital adalah suatu keniscayaan, di mana era serba canggih dengan kecerdasan buatan (AI). IoT dengan teknologi *blockchain* mempermudah donatur (wakif) menyalurkan dana wakaf baik tunai maupun nontunai bisa melalui e-wakaf, belanja amal *online*.

Keenam belas, “*Blockidentity*: Masa Depan di Luar Identitas Digital” yang ditulis oleh Budi Sukardi. Penulis mengungkapkan bahwa kehadiran *blockidentity* sebagai konsep inovatif identitas digital yang dapat diterapkan

dalam keuangan Islam dan global. Menurutnya, ini dapat menimbulkan beberapa tantangan bagi sistem identitas tradisional dan dalam menentukan masa depan ekonomi digital. Namun, Ada kebutuhan yang baik bagi lembaga keuangan Islam untuk memanfaatkan kemampuan inovasi baru untuk menarik generasi digital dan membangun basis pelanggan yang setia pada produk dan layanan.

Ketujuh belas, “Perbankan Tentang ICT: Relevansi Penyelesaian Sengketa Online dalam Industri Perbankan Syariah di Indonesia yang ditulis oleh Chaidir Iswanaji, M. Zidny Nafi’ Hasbi, Muhammad Salaman Al Farisi. Artikel tersebut mengungkapkan kemungkinan adanya potensi sengketa di antara para pihak disebabkan perkembangan aktivitas bisnis syariah dan lembaga keuangan syariah. Oleh karena itu diperlukan cara menyelesaikan sengketa yang seharusnya sesuai dengan kondisi saat ini yang semua aktivitas dilakukan dengan cepat dan efisien melalui bantuan internet

Kedelapan belas, “Dampak *Fintech* saat Ini dan Masa Depan Keuangan Syariah” ditulis oleh Sitti Nikmah Marzuki. Ia menjelaskan bahwa kebangkitan teknologi informasi berbasis *mobile* telah membangkitkan layanan jasa keuangan yang didesain sesuai dengan kebutuhan konsumen dalam genggaman. Sinergi antara sektor jasa keuangan dengan teknologi informasi atau yang saat ini lebih populer disebut dengan Financial Technology (*fintech*) bertujuan untuk memaksimalkan penggunaan teknologi dalam mempercepat layanan jasa keuangan.

Artikel-artikel yang dituliskan oleh para akademisi dan pemerhati keuangan Islam lintas universitas di Indonesia tersebut memberikan pemahaman yang mendalam terkait dengan isu dan realitas yang berkembang terkait dengan *fintech* yang kaitannya dengan keuangan Islam. Bagi kalangan akademisi, buku ini tentu dapat menjadi rujukan yang tepat dalam memperdalam dirkursus terkait.

Selamat membaca!

Jakarta, April 2022

Editor
Fachrurazi

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	i
Balik Sampul	ii
Kata Pengantar Editor.....	iii
Daftar Isi	iv
1. <i>Fintech</i> dalam Sistem Keuangan Islam: Sebuah Pengantar <i>Hartina Fattah, Ichwan Riodini</i>	1
2. <i>Fintech</i> : Peluang Keuangan Syariah <i>Jamaludin</i>	16
3. Implikasi Kemajuan Teknologi untuk Intermediasi Keuangan dalam Islam <i>Sri Wahyuni Hasibuan</i>	26
4. <i>Fintech</i> di Bidang Keuangan Islam: dari Keuangan Kolaboratif hingga Keuangan Berbasis Masyarakat <i>Dhidhin Noer Ady Rahmanto, Meutia Layli, Nasrulloh</i>	43
5. Intermediasi Keuangan, <i>Fintech</i> , dan Kepatuhan Syariah <i>Ishak</i>	59
6. <i>E-commerce</i> dan Intermediasi Keuangan Islam <i>Mohammad H. Holle</i>	74
7. <i>Fintech</i> dalam Teori <i>Maqashid Syariah</i> <i>Kamaruddin Arsyad</i>	88
8. <i>Fintech</i> dan Keuangan Syariah: Menetapkan Parameter Syariah <i>Abdul Aziz, Wahyu Purbo Santoso</i>	105
9. Mata Uang dalam Hukum Islam: Analisis Syariah tentang <i>Bitcoin</i> <i>Ali Mutakin</i>	134
10. <i>Crowdfunding in Islamic Finance</i> : Memastikan Pengawasan Syariah yang Tepat <i>Naelati Tubastuvi</i>	156

11. Peraturan <i>Fintech</i> dan <i>Cryptocurrency</i> <i>Nugraha Hasan</i>	188
12. <i>Fintech</i> di Keuangan Islam: Model Bisnis dan Kebutuhan akan Solusi Hukum <i>Misno</i>	206
13. Teknologi <i>Blockchain</i> dan Prospek Kontrak Cerdas di Bidang Keuangan Islam <i>Dede Aji Mardani</i>	226
14. Potensi Kontrak Cerdas dalam Keuangan Perdagangan Islam <i>Hasbi Ash Shiddieqy</i>	245
15. Mengintegrasikan <i>Crowdfunding</i> Wakaf ke dalam <i>Blockchain</i> <i>Edy Setyawan, Wanti Ernawati, Abdul Aziz</i>	257
16. <i>Blockidentity</i> : Masa Depan di Luar Identitas Digital <i>Budi Sukardi</i>	281
17. Perbankan Tentang ICT: Relevansi Penyelesaian Sengketa <i>Online</i> dalam Industri Perbankan Syariah di Indonesia <i>Chaidir Iswanaji, M. Zidny Nafi' Hasbi,</i> <i>Muhammad Salman Al Farisi</i>	299
18. <i>Dampak Fintech saat Ini dan Masa Depan Keuangan Syariah</i> <i>Sitti Nikmah Marzuki</i>	320

E-COMMERCE DAN INTERMEDIASI KEUANGAN ISLAM

Mohammad H. Holle
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ambon
hanafi.holle@iainambon.ac.id

Abstrak: Revolusi industri baru sedang berlangsung. Revolusi juga terjadi pada bidang teknologi. Hampir sama dengan pergantian abad-XIX. Hal ini diakui para ahli manajemen bahwa saat ini dunia menuju era baru. Inilah oleh Toffler disebut sebagai “Gelombang Ketiga”(Alvin Toffler, n.d.) bahwa peradaban butuh proses. Revolusi itu Drucker dinamakan sebagai masyarakat pasca-industri (Drucker, 2011). Revolusi industri membutuhkan perubahan mendasar yang patut direnungkan pebisnis dalam membangun bisnisnya, baik secara individu maupun perusahaan bersama. Pergeseran tersebut juga terjadi dalam interaksi ekonomi dan bisnis, bukan hanya pergeseran pasar. Bersamaan dengan itu, konsep informasi telah mengambil dimensi baru sebagai akibat dari globalisasi pasar dan sarana untuk mengaksesnya, baik dalam skala nasional maupun global.

Kata Kunci: *e-commerce*, intermediasi, keuangan Islam

Revolusi Industri Menuju *E-Commerce*

Revolusi industri baru sedang berlangsung. Revolusi juga terjadi pada bidang teknologi. Hampir sama dengan pergantian abad-XIX. Hal ini diakui para ahli manajemen bahwa saat ini dunia menuju era baru. Inilah oleh Toffler disebut sebagai “Gelombang Ketiga”(Alvin Toffler, n.d.) bahwa peradaban butuh proses. Revolusi itu Drucker dinamakan sebagai masyarakat pasca-industri (Drucker, 2011).

Revolusi industri membutuhkan perubahan mendasar yang patut direnungkan pebisnis dalam membangun bisnisnya, baik secara individu maupun perusahaan bersama. Pergeseran tersebut juga terjadi dalam interaksi ekonomi dan bisnis, bukan hanya pergeseran pasar. Bersamaan dengan itu, konsep informasi telah mengambil dimensi baru sebagai akibat

dari globalisasi pasar dan sarana untuk mengaksesnya, baik dalam skala nasional maupun global.

Pada abad ke-21, tugas pebisnis tidak hanya untuk bertahan dari persaingan internasional dan mengeksploitasi teknologi baru, tetapi juga untuk mengelola perubahan teknologi dan pasar.

Teknologi kini telah diidentifikasi sebagai pengganggu di beberapa sektor ekonomi, termasuk perdagangan dan perbankan, dalam situasi tertentu. Kenyamanan, kecepatan proses transaksi, dan penentuan harga sering disebut sebagai pendorong penting kemajuan teknologi.

Kemajuan teknologi inilah yang membuat aplikasi seluler mendominasi hampir semua industri, termasuk kesehatan, hiburan, pemasaran, komunikasi, dan perdagangan, menjadi utama dari kehidupan manusia saat ini (Gull et al., 2022). Bisnis memilih komputasi seluler karena berbiaya rendah dan memiliki berbagai fitur. Bisnis ini, kata (Reychav et al., 2019) dapat diklasifikasikan sebagai teknologi pengganggu yang telah berubah menjadi fasilitator yang bermanfaat bagi bisnis, memungkinkan mereka menjangkau klien global dengan cara yang hemat biaya dan efisien.

Hal yang sama juga dilaporkan (World Trade Organization, 2020), kondisi tersebut juga telah mengganggu penawaran dan permintaan secara umum dan memiliki pengaruh negatif pada *e-commerce* untuk perdagangan produk dan jasa. Akibat gangguan tersebut, pesanan telah ditunda atau dibatalkan seluruhnya. Kenaikan harga yang tidak perlu, masalah keamanan produk, praktik yang menyesatkan, masalah keamanan siber, kebutuhan akan *bandwidth* yang lebih besar, dan masalah terkait pengembangan hanyalah beberapa di antaranya.

Becermin dari masalah-masalah yang muncul, sejumlah platform *e-commerce* telah dibuat untuk meningkatkan pengalaman pembelian konsumen. Konsumen kini memiliki lebih banyak pilihan berkat munculnya platform *e-commerce* terkemuka seperti AliExpress, Amazon, eBay, dan banyak platform *online* lainnya di berbagai wilayah negara.

Konsumen dapat memperoleh informasi produk dan harga dari platform *e-commerce* menggunakan perangkat berkemampuan internet mereka dari lokasi manapun dan kapanpun. Pelanggan *online*, khususnya, tertarik pada platform ini karena kenyamanan dan biaya rendah untuk barang dan jasa.

Menurut Filiatrault & Huy dalam (Olatokun & Kebonye, 2010) *small and medium enterprises* (SMEs, beradaptasi dengan teknologi baru mungkin memerlukan perubahan sikap kerja karyawan, serta kualifikasi mereka, tingkat kinerja dan tingkat pengetahuan mereka tentang teknologi *e-commerce*. Dengan demikian, pengetahuan karyawan tentang *e-commerce* memiliki efek pada kemampuan organisasi untuk mengadopsi *e-commerce*. Sejalan dengan ini, banyak organisasi telah berusaha untuk menunda adopsi suatu inovasi atau teknologi baru sampai mereka memperoleh keahlian internal yang memadai. Sejalan dengan itu, jika karyawan sudah tahu tentang *e-commerce*, maka perusahaan mungkin lebih cenderung untuk mengadopsinya.

Dengan munculnya teknologi *e-commerce*, peluang bagi perusahaan untuk meningkatkan pendapatan dengan mengetuk pasar global dan untuk menurunkan biaya melalui efisiensi juga telah membuka prospek baru untuk pendapatan pertumbuhan. Potensi besar ini memaksa perusahaan harus bisa menyesuaikan rantai pasokan mereka agar lebih seperti saluran bisnis-ke-konsumen yaitu fleksibel, gesit, terukur, lebih cepat, *mobile*, dan global. Lebih penting lagi, sadar digital.

3 Mengetahui *E-Commerce*

Electronic Commerce atau *e-commerce* merupakan wadah berbisnis dengan memanfaatkan jaringan komputer. Sebenarnya *e-commerce* ini sudah dimulai tahun 1970-an silam. Generasi pertama dari *e-commerce* ini dipraktikkan khusus antarperusahaan bisnis transaksi jual beli yang berafiliasi dengan *electronic data interchange*.

Kemudian diikuti perbankan elektronik, uang digital, dan sistem pembayaran elektronik lainnya. Begitupun *World Wide Web* dan Internet secara umum mengubah aktivitas perusahaan. Mereka menjadi instrumen yang semakin penting bagi perusahaan untuk mendapatkan keunggulan kompetitif dengan memasuki pasar ekonomi digital dunia.

Pada 1990-an, teknologi maju dengan kecepatan yang sangat tinggi. Berbagai perusahaan mengembangkan aplikasi *e-commerce* selama periode waktu itu. Akibatnya, komersialisasi *online* dan munculnya perusahaan *start-up* dan *dot-com* umum digunakan. Perdagangan elektronik dimulai sebagai aktivitas perdagangan yang hanya berfokus pada transaksi

komersial. Mengirimkan berbagai jenis iklan, seperti pesanan pembelian, secara elektronik adalah salah satu contohnya. Setelah berkembang berubah nama lebih pendek, yaitu “bisnis web” atau memperoleh sesuatu melalui *World Wide Web*.

Ketika internet pertama kali dikenal luas pada tahun 1994, beberapa penulis mengharapkan *e-commerce* akan muncul sebagai sektor ekonomi baru. Akibatnya, beberapa organisasi komersial di Amerika dan Eropa mulai membuat situs web perdagangan antara tahun 1998 dan 2000.

Ekonomi digital kini telah menggeser paradigma lama berbisnis yang cepat, mudah, dan aman. Banyak bisnis dengan model bisnis tradisional yang tertinggal, dan pada akhirnya tidak akan mampu bersaing dengan gempuran teknologi finansial yang memberikan alternatif layanan yang lebih efisien, mudah, transparan, ekonomis, memakan sedikit waktu, menawarkan beragam pilihan, dan dapat diakses di sela-sela kesibukan konsumen.

E-commerce menurut (Sabar et al., 2022) mendefinisikan *e-commerce* sebagai proses jual beli atau transaksi barang jasa, serta informasi lewat internet. *E-commerce* adalah subset dari *e-business*, yang mencakup lebih dari sekadar perdagangan dan berkolaborasi dengan rekan bisnis, pelayanan pelanggan, posting pekerjaan, dan layanan lain. Selain teknologi jaringan internet, *e-commerce* melibatkan teknologi nonkomputer, email, dan *database*, juga sebagai alat bayar dan pengiriman barang.

Selanjutnya David Baum dan Bryan dalam (Munsarif dkk, 2022) mendefinisikan *e-commerce* sebagai perpaduan dinamis dari proses bisnis, teknologi, dan aplikasi yang menghubungkan bisnis, pelanggan, dan komunitas lewat transaksi elektronik untuk bertukar informasi. Sedangkan Bryan A. Garner menyebut *e-commerce* sebagai proses jual beli produk melalui saluran internet pada konsumen. Singkatan dari elektronik telah menjadi awalan umum untuk terminologi lain yang terkait dengan transaksi elektronik.

Hal yang luar biasa tentang *e-commerce* adalah semua orang dapat berbisnis semua produk, dari barang fisik (pakaian, sepatu, buku, dll.) atau digital (*e-book*, situs web, perangkat lunak, aplikasi, dll.) serta layanan jasa. Di sinilah konsumen dengan mudah mendapatkan produk atau jasa yang dibutuhkan.

Kebahagiaan konsumen akan meningkat, tandas (Setyoparwati, 2019), seiring dengan tumbuhnya kepercayaan konsumen terhadap *e-commerce*, dan konsumen akan puas jika pelaku *e-commerce* dapat dipercaya konsumen dengan selalu amanah saat melakukan transaksi sehingga pelanggan tak perlu khawatir akan kehilangan uang dan informasi yang diberikan *e-commerce*. Akibatnya, kebahagiaan konsumen akan berkembang, dan pelanggan akan kembali ke *e-commerce*.

Apalagi saat ini, *supply chain* dalam *e-commerce* telah menarik perhatian para profesional dan manajer di seluruh dunia sejak 1990-an dan telah diselidiki di sejumlah publikasi studi awal tentang rantai pasokan e-mulai difokuskan pada struktur dalam menciptakan dan menerapkan sistem rantai pasokan e-terintegrasi (Santos et al., 2017).

Dalam beberapa tahun terakhir, pasar *e-commerce* telah tumbuh secara signifikan, dan pasar ritel *online* telah menjadi sangat kompetitif. Pengecer online berusaha untuk meningkatkan operasi rantai pasokan mereka untuk mengurangi biaya dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Pemetaan aliran nilai, alat yang dibuat untuk mengidentifikasi dan mengurangi kesalahan, kerugian, dan waktu tunggu dan untuk meningkatkan aktivitas nilai tambah, telah terbukti efektif. Pertumbuhan *e-commerce* tersebut karena berkembangnya internet.

Data yang dirilis Rahmidani dalam (Munsarif, 2022) bahwa pada Maret 2021, jumlah pengguna internet di Indonesia diperkirakan sekira 212,35 juta, menurut data dari *Internet World Stats*. Sebagai hasil dari jumlah yang sangat besar ini, Indonesia adalah pengguna internet terbesar ketiga di Asia. China berada di posisi teratas, dengan total 989,08 juta pengguna internet. India berada di urutan kedua dengan 755,82 juta pengguna internet. Jepang berada di urutan keempat dengan 118,63 juta pengguna internet, yang merupakan angka besar. Bangladesh juga berada di urutan kelima, dengan 116,14 juta pengguna internet. Dengan 100,68 juta pengguna internet, Pakistan berada di urutan keenam, sebanyak 89,1 juta orang, Filipina adalah negara dengan pengguna internet tertinggi. Lalu ada Vietnam yang menempati urutan ketujuh dengan 74,75 juta pengguna internet. Thailand berada di peringkat sembilan dengan 57 juta pengguna internet, sedangkan Korea Selatan berada di peringkat sepuluh dengan 49,42 juta pengguna. Asia memiliki konsentrasi pengguna internet tertinggi, hingga 2,77 miliar orang dari total populasi 4,33 miliar. Jumlah

keseluruhan pengguna internet di Asia melampaui 53,4 persen dari total global 5,17 miliar orang.

E-Commerce: Sifat, Proses, dan Model

E-commerce selain dikatakan sebagai bisnis melalui jaringan, juga pemrosesan *online* dan transfer data yang terkait dengan transaksi bisnis. Ini mencakup berbagai transaksi komersial antara dan di antara individu, bisnis, pemerintah, dan pemangku kepentingan lainnya yang dapat berkomunikasi melalui perangkat yang mendukung internet kapan saja dan dari mana saja.

E-commerce menyediakan *level playing field* bagi usaha besar dan kecil untuk bersaing di pasar global, serta memungkinkan perusahaan dan komunitas regional untuk berpartisipasi dalam jaringan sosial, ekonomi, dan budaya di luar batas geografis. Ini menciptakan campuran dinamis dari layanan komunikasi, aplikasi bisnis, manajemen data, dan sistem keamanan integratif yang memudahkan pemangku kepentingan yang berbeda untuk bertukar produk dan layanan (Lallana et al., 2000). Selain pertukaran produk dan layanan, *e-commerce* juga memfasilitasi layanan bernilai tambah seperti perbankan, penagihan, fasilitasi pembayaran, pemasaran, pelatihan, publikasi *online*, layanan perusahaan, pemasaran, akses data yang aman, dan fasilitasi asuransi dan perjalanan.

E-commerce memberikan konsumen dan bisnis dengan banyak keuntungan dengan biaya yang lebih rendah. Pembeli dapat meneliti produk secara *online* dan melakukan pembelian tanpa mengeluarkan biaya transportasi; penjual dapat menampilkan lebih banyak produk di bawah kategori produk yang berbeda, sehingga memudahkan konsumen untuk menemukan. Sedangkan tim di lokasi yang berbeda dapat dengan mudah berkomunikasi, berbagi ide, dan informasi bisnis. merancang dan membuat produk/layanan baru untuk memenuhi kebutuhan konsumen, dan menyelesaikan program kampanye pemasaran (Oseni & Ali, 2019).

Selanjutnya, *e-commerce* memfasilitasi pembelian dan penjualan barang dan jasa, serta penyampaian layanan pelanggan yang efektif, saluran komunikasi yang lebih baik antara bisnis dan pelanggan mereka, kolaborasi tim, pencarian informasi, layanan dukungan pascapenjualan, iklan dan akses informasi, dan layanan dukungan perangkat lunak. Pembelian

barang-barang rumah tangga, produk teknologi, hadiah, dan barang pribadi dari pengecer *online*, pembelian tiket pesawat, layanan keuangan, *crowdfunding*, dan pembiayaan pasar hanyalah beberapa dari layanan *e-commerce* yang sifatnya kontemporer. Pembelian dan penjualan saham di berbagai bursa saham, serta akses ke materi dan layanan pendidikan, semuanya tersedia. Potensi *e-commerce* untuk menghasilkan lebih banyak uang dengan harga lebih murah telah membantu pertumbuhannya di berbagai sektor ekonomi global (Bello, 2019).

Pada tahun 2021, gaya bisnis *e-commerce*, seperti B2C, B2B, B2G, C2B, C2C, membanjiri pasaran. Misalnya, pada Agustus 2020 saja, industri *e-commerce* telah mencapai pertumbuhan transaksi sebesar 429 triliun rupiah dibandingkan tahun sebelumnya (205,5 triliun rupiah). Transaksi di industri ini diperkirakan mencapai Rp. 1.850 triliun pada tahun 2020, meningkat 9 kali lipat dari tahun 2015 yakni Rp. 200 triliun transaksi *e-commerce*.

Kita sudah mengetahui bahwa layanan digital memiliki kelebihan, seperti mempermudah pada awalnya dan memakan waktu yang lama. Internet tidak luput dari industri ritel. Perusahaan ini berkembang menjadi *e-commerce*, atau perdagangan elektronik. Konsumen bisa membeli produk apapun dalam jumlah besar dengan tidak melihatnya langsung, hanya dengan menggunakan *smartphone* atau komputer (Softwareseni, 2021).

Menurut PPRO (perusahaan layanan pembayaran terkemuka di dunia), pertumbuhan Indonesia sangat tinggi berkisar sampai 78% pertahun dalam perdagangan dan pembayaran online tahun 2018. Meksiko pertumbuhan pasar 59%, Filipina memiliki tingkat pertumbuhan pasar 51%, Kolombia memiliki tingkat pertumbuhan pasar 45%, dan Uni Emirat Arab memiliki tingkat pertumbuhan pasar 33% (Softwareseni, 2021).

***E-Commerce* dan Intermediasi Keuangan Islam**

Di dunia saat ini, ketika koneksi internet telah menjadi kebutuhan dasar manusia, makanya Joyce dalam (Nugraha, 2020) menyatakan kebutuhan akan informasi telah memengaruhi perubahan perilaku masyarakat dalam memenuhi tuntutan aktivitas bisnis dan keuangan.

Untuk itu, perilaku konsumsi masyarakat dan pola transaksi komersial di kota-kota besar, menurut telah bergeser menjadi berbasis *online*, tanpa

memperhatikan kendala geografis atau temporal. Akibat dari pergeseran perilaku konsumen tersebut, dampak terhadap jasa keuangan saat ini cukup signifikan. *Outlet* layanan fisik tidak lagi diperlukan.

Perbankan merupakan perantara keuangan yang berperan untuk menerima dan menyalurkan dana dari masyarakat umum. Bank adalah entitas kepercayaan publik di mana orang menyimpan uang mereka dan berkomitmen untuk mengelola sumber daya mereka. Dalam rangka memenuhi kebutuhan nasabah dan memperluas pengembangan dan pembiayaan perbankan, bank berusaha meningkatkan layanan melalui digital perbankan *e-commerce*, yang dapat menjadi solusi bagi nasabah. Lembaga keuangan Islam harus mampu memodifikasi model pemasaran dan manajemennya untuk mengintegrasikan perbankan digital ini. Kekhawatiran nasabah yang bersumber dari pengalaman negatif menjadi kendala bagi bank syariah dalam menerapkan digital banking (Mawarni, 2021).

Melihat perkembangan internet, itu berarti platform *e-commerce* semakin populer dan efektif, namun menurut (Bello, 2019) ada kekhawatiran yang berkembang mengenai kesesuaian beberapa platform dengan standar keuangan Islam. Meskipun mungkin tampak bahwa *e-commerce* hanyalah sebuah platform untuk memfasilitasi operasi komersial *online*, studi kasus praktis harus digunakan untuk melihat apakah prinsip-prinsip Islam tertentu yang berkaitan dengan kegiatan komersial dapat membantu untuk meningkatkan pengalaman pelanggan saat ini. Prinsip-prinsip Islam tertentu berlaku untuk *e-commerce* untuk meningkatkan intermediasi keuangan Islam.

Baik Muslim maupun nonmuslim sama-sama dapat mengambil manfaat dari perbankan Islam dan ekonomi digitalnya, karena kedua populasi mencari solusi konvergen untuk masalah mendesak mereka—membangun kembali kepercayaan dan keyakinan pada sistem keuangan yang telah hilang. Beberapa ahli teknologi membayangkan dunia tanpa perantara, sementara yang lain hanya ingin transaksi menjadi lebih cepat dan lebih efisien. Dalam kedua kasus, kesulitannya adalah akuntabilitas, dan mengintegrasikan perasaan akuntabilitas ke dalam sistem baru yang sedang dikembangkan, yang didasarkan pada pembagian risiko dan keuntungan yang menopang ekonomi kita, termasuk ekonomi berbagi aset yang kurang dimanfaatkan (Elasrag, 2019).

Keuangan Islam, sebagai pendekatan pembiayaan alternatif dan etis, mengarahkan modal ke kegiatan ekonomi aktual yang berorientasi pada dampak, memungkinkan semua anggota masyarakat, termasuk UKM dan industri kreatif, untuk memenuhi kebutuhan materi dan sosial mereka. Struktur instrumen keuangan Islam berbasis aset, serta sifat risiko dan pembagian keuntungan berbasis ekuitas, adalah pilar utama. Masing-masing kategori pembiayaan ini memainkan peran penting dalam meningkatkan inklusi keuangan UKM dan industri inovatif, serta menarik investasi prospektif dari penyedia dan sumber keuangan Islam.

Membaca kondisi terkini, beberapa lembaga keuangan Islam, menjadi semakin tertarik pada teknologi *blockchain*. Mereka berencana untuk menerapkan teknologi *blockchain* guna menuai manfaat yang lebih baik. Pemerintah Dubai misalnya, telah menggunakan *blockchain* baik di sektor publik dan swasta mulai tahun 2020 hingga kini. Seharusnya tidak mengejutkan bahwa pemerintah tertarik pada mata uang digital. Kami memiliki informasi tentang hubungan antara *blockchain* dan keuangan Islam dan sistem perbankan di sini.

Sistem perbankan Islam tak bisa dilepaspisahkan dengan sistem keuangan Islam. Ada tiga benang utama dijalankan melalui keuangan Islam yang ideal dan keuangan konvensional yang ideal: (1) konsistensi dengan sifat manusia, (2) keberadaan sistem moral dan keadilan yang diperlukan untuk keberlanjutan sosial dan ekonomi jangka panjang, dan (3) alokasi sumber daya yang optimal berdasarkan mekanisme pembagian risiko. Kelahiran atau kemunculan kembali keuangan Islam, serta pemikiran ulang arsitektur keuangan setelah krisis keuangan, mungkin lebih baik dipahami dalam terang asal epistemologi mereka. Dapat dikatakan bahwa bisnis keuangan Islam muncul sebagai akibat dari “kegagalan pasar” untuk memenuhi permintaan pendanaan yang sesuai dengan syariah selama beberapa dekade terakhir (Zamil, Maghrebi, Mirakhor, 2016).

Perkembangan keuangan Islam mengungkapkan keinginan yang diartikulasikan tidak hanya penghapusan kontrak berbasis bunga yang dikhawatirkan terdapat dalam transaksi *e-commerce* termasuk pembagian risiko. Eksistensi keuangan Islam diharapkan dapat menciptakan produk-produk pembiayaan yang memenuhi prinsip-prinsip islami dengan tetap bersahabat dengan pelaku pasar keuangan konvensional. Dalam keuangan Islam, kelengkapan akad ditekankan termasuk dalam *e-commerce*, antara

konsumen dan produsen dalam akad berbagi baik proyeksi keuntungan maupun kerugian prospektif.

Dalam menjalankan fungsi intermediasi, ujar (Kristianti, 2020) Sharia Financial Institutions (LKS lembaga keuangan Islam diberi kebebasan untuk melakukan operasi ekonomi dalam rangka kesejahteraan manusia. Namun, ada beberapa batasan transaksi atau operasi komersial yang diizinkan dan mana yang tidak. Pembatasan tersebut merupakan contoh hukum Islam yang berusaha melindungi nasabah dari transaksi yang tidak sesuai dengan norma dan etika Islam.

Bisnis yang dilarang, tandas (Huda dan Nasution, 2007), seperti: pertama, maysir, yang berarti perjudian atau transaksi tidak pasti bersifat kebetulan. Maysir dilarang lebih banyak menimbulkan kerugian daripada kebaikan. Penyebabnya transaksi ini bukanlah usaha produktif di sektor riil dan berdampak pada meningkatnya penyediaan produk, melainkan merupakan jenis kegiatan tanpa kerja keras tapi menghasilkan keuntungan lebih cepat.

Prinsip kedua, adalah garar, adalah segala sesuatu yang disembunyikan oleh salah satu pihak, dan aktivitas ini selanjutnya dapat menimbulkan ketidakadilan pada salah satu pihak, dan mengakibatkan hukuman. Garar diharamkan karena menyinggung risiko atau ketidakpastian yang ditimbulkan oleh ketidakpastian harga objek atau objek perjanjian yang disepakati saat bertransaksi. Larangan garar berusaha mempromosikan transaksi yang transparan dan menghilangkan ambiguitas bisnis sehingga pihak yang bertanggung jawab atas bisnis sepenuhnya menyadari apa yang sedang terjadi dan menyadari bahaya yang ditimbulkan oleh kedua pihak. Prinsip ketiga, riba adalah surplus yang dihasilkan ketika dua atau lebih komoditas serupa dipertukarkan. Riba menurut Abu Hanifah diartikan sebagai perbuatan menggelembungkan harta kekayaan yang diperoleh dari suatu transaksi yang diharamkan ganti rugi atau ganti rugi dalam bentuk apapun. Riba didefinisikan sebagai perolehan barang atau uang tambahan sebagai akibat dari suatu transaksi yang melibatkan peminjaman uang yang wajib dikembalikan saat jatuh tempo sesuai kesepakatan. Transaksi perdagangan barang sejenis, tetapi tidak ada kemiripan kualitas atau jumlah barangnya, dan barangnya tidak diserahkan secara bersamaan pada saat penukaran, termasuk dalam transaksi yang mengandung riba. Prinsip keempat adalah haram. Mengacu pada setiap tindakan yang bertentangan

dengan hukum Islam. Jika perbuatan terlarang itu dilakukan, niscaya akan menjadi haram dan berakibat pada dosa. Kebatilan, prinsip kelima, adalah transaksi tidak sah yang harus dibatalkan. Adalah ilegal dalam berbisnis apapun untuk melakukan transaksi dengan cara yang menipu, seperti mengurangi berat timbangan, mencampurkannya sehingga pembeli tidak dapat membedakan barang yang atau tak layak untuk mendapatkan profit banyak, menimbun barang dalam jumlah yang banyak, transaksi yang menipu, pemaksaan, ancaman, dan sebagainya. Larangan terhadap transaksi bisnis yang bathil karena banyak menimbulkan kerugian bagi semua pihak.

Fungsi intermediasi lembaga keuangan syariah sebagai badan usaha adalah menjalankan sektor keuangan sesuai dengan kaidah akad syariat Islam. Hal ini menunjukkan bahwa dalam Islam, setiap ketentuan perjanjian merupakan norma hukum yang harus diikuti dan diterapkan dalam kegiatan organisasi keuangan Islam selalu dilandasi prinsip-prinsip Islam, mengakibatkan lahirnya peraturan-peraturan hukum Islam yang mengatur lembaga keuangan, menurut *ushul fiqh*. Kontrak muamalah diatur oleh standar hukum Islam yang berlaku untuk semua transaksi bisnis, baik yang dilakukan oleh individu atau lembaga keuangan Islam (Sjahdeini, 2014).

Fungsi intermediasi lembaga keuangan syariah lebih beragam dibandingkan fungsi intermediasi lembaga keuangan konvensional. Ini karena lembaga keuangan Islam memiliki berbagai mekanisme yang menghasilkan keuntungan, termasuk sistem bagi hasil dan kerugian, perbedaan margin keuntungan, dan keuntungan melalui pembayaran biaya. Banyaknya mekanisme untuk memperoleh manfaat ini menghasilkan berbagai kontrak yang diselesaikan oleh masing-masing lembaga keuangan syariah sesuai dengan prinsip Islam, dan penggunaan kontrak akan menjadi keputusan nasabah berdasarkan kebutuhan dan tujuan nasabah lembaga keuangan syariah (Sjahdeini, 2014).

Akibatnya, untuk bersaing dengan bisnis lain, perusahaan Islam harus terlibat dalam pertumbuhan internet. Untuk membuat kontrak *e-commerce* Islami, tiga faktor utama harus dipertimbangkan. melalui internet, terlepas dari pembeli, penjual, atau produk. Penawaran, penerimaan, dan perenungan adalah tiga jenisnya. Karena syariah menggunakan akad yang berjenis akad, maka *e-commerce* adalah sah jika semua syarat tersebut terpenuhi.

Dalam memerangi riba, kesulitan bagi *e-commerce* Islami adalah memilih sistem pembayaran dan perbankan yang sesuai dengan syariah. Hal ini penting karena *e-commerce* dan sistem perbankan adalah fondasi dari operasi perusahaan. Dalam sistem kita saat ini, sistem keuangan konvensional, yang berkonotasi dan dikaitkan dengan riba, digunakan di sebagian besar perdagangan domestik dan internasional. Akibatnya, jika pemilik bisnis Muslim ingin menjual dagangannya melalui *e-commerce*, mereka harus memastikan bahwa sistem simpanan, pembiayaan, dan pembayaran mereka bebas dari kegiatan riba. Bisnis Muslim harus menggunakan perbankan Islam atau sistem keuangan Islam untuk mencegah riba di semua biaya.

Mudarabah, musyarakah, dan murabahah adalah beberapa produk yang paling umum digunakan di lembaga keuangan Islam. Akibatnya, transaksi *e-commerce* tidak dapat dihindari di lembaga keuangan Islam.

Tulisan ini menyimpulkan bahwa jika *e-commerce* dilakukan di lembaga keuangan syariah, tidak mengapa; yang lebih penting, dapat mencegah transaksi yang tidak adil dan merugikan masyarakat. Bank Islam dan lembaga keuangan harus beradaptasi dengan teknologi saat ini karena mereka bersaing dengan sistem tradisional dan tidak mengenakan bunga pada transaksi *e-commerce*. Sebaliknya, bank dan lembaga keuangan Islam harus menunjukkan kepada seluruh dunia bahwa mereka dapat memberikan kartu kredit yang riba, garar, dan maysir.

Daftar Pustaka

- Alvin Toffler. (n.d.). *The Third Wave: The Classic Study of Tomorrow*. Bantam Books.
- Drucker, P. F. (2011). *Post-capitalist Society*. Routledge Taylor and Francis Group.
- Elasrag, H. (2019). *Applying Blockchain for Islamic Finance*.
- Gull, H., Saeed, S., Iqbal, S. Z., Bamarouf, Y. A., Alqahtani, M. A., Alabbad, D. A., Saqib, M., Qahtani, S. H. Al, & Alamer, A. (2022). An Empirical Study of Mobile Commerce and Customers Security Perception in Saudi Arabia. *Electronics (Switzerland)*, 11(3). <https://doi.org/10.3390/electronics11030293>

- Hafis Bello. (2019). *E-Commerce and Islamic Financial Intermediation* (Umar A. Oseni and S. Nizam Ali (ed.)). Routledge.
- Kristianti, D. S. (2020). Integrasi Prinsip Syariah dalam Fungsi Intermediasi Lembaga Keuangan Syariah. *Undang: Jurnal Hukum*, 3(2), 315–339. <https://doi.org/10.22437/ujh.3.2.315-339>
- Mawarni, R. (2021). Penerapan Digital Banking Bank Syariah Sebagai Upaya Customer Retention Pada Masa Covid-19. *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, 9(2), 39–54. <https://doi.org/10.37812/aliqtishod.v9i2.233>
- Muhammad Munsarif, dkk. (2022). *Pengantar E-Commerce* (Cetakan 1). Yayasan Kita Menulis.
- Nabil Maghrebi, Abbas Mirakhor, Z. I. (2016). *Intermediate Islamic Finance*. Jhon Wiley & Sons Singapore Pte. Ltd.
- Nugroho, L., & Nugraha, E. (2020). the Role of Islamic Banking and E-Commerce for the Development of Micro, Small, and Medium Entrepreneur Businesses. *Business, Economics and Management Research Journal - BEMAREJ*, 3(1), 11–24.
- Nurul Huda dan Mustafa Edwin Nasution. (2007). *Investasi pada Pasar Modal Syariah*. Kencana Prenadamedia.
- Olatokun, W., & Kebonye, M. (2010). e-Commerce technology adoption by SMEs in Botswana. *Australian Journal of Emerging Technologies and Society*, 8(1), 42–56.
- Oseni, O. O., & S. Nizam Ali. (2019). *Fintech and Islamic Finance: Theory and Practice*. Routledge.
- Reychav, I., Beerli, R., Balapour, A., Raban, D. R., Sabherwal, R., & Azuri, J. (2019). How reliable are self-assessments using mobile technology in healthcare? The effects of technology identity and self-efficacy. *Computers in Human Behavior*, 91, 52–61. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.09.024>
- Sabar, W., Islam, U., & Alauddin, N. (2022). Prospects of E-Commerce Innovation in Increasing Students Consumer Trust. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 10(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.26740/jupe.v10n2.p121-129>

- Santos, V. F. dos, Sabino, L. R., Morais, G. M., & Goncalves, C. A. (2017). E-Commerce: A Short History Follow-up on Possible Trends. *International Journal of Business Administration*, 8(7), 130. <https://doi.org/10.5430/ijba.v8n7p130>
- Setyoparwati, I. C. (2019). Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Konsumen Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada E-Commerce di Indonesia. *Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 3(3), 111–119. <https://doi.org/10.31955/mea.vol4.iss1.pp111-119>
- Softwareseni. (2021). *Kenali 5 Model Bisnis eCommerce (B2B, B2C, C2C, C2B, B2G) Sebelum Membangun Sistem Untuk Bisnis*. <https://www.softwareseni.co.id/blog/5-model-bisnis-ecommerce-b2b-b2c-c2c-c2b-b2g>
- Sutan Remy Sjahdeini. (2014). *Perbankan Syariah: Produk-produk dan Aspek-aspek Hukumnya*. Kencana Prenadamedia.
- World Trade Organization. (2020). E-Commerce, Trade and the Covid-19 Pandemic. *World Trade Organization Secretariat, May*, 1–8. <file:///C:/Users/User/Downloads/fvm939e.pdf>

Biografi Penulis

Mohammad H. Holle Lahir di bawah kaki gunung Sirimau, Kota Ambon Maluku. Kota berjuluk Ambon Manise menjadi tempat menghabiskan masa studi dari SD, SMA hingga jenjang S1 dan S2 di Universitas Darussalam dan Universitas Pattimura Ambon. Selanjutnya memilih hijrah ke Kota Pahlawan Surabaya untuk menyelesaikan studi Doktorat Ekonomi Syariah, tepatnya di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel. Saat ini aktif sebagai dosen Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Ambon. Selain itu aktif menulis buku dan artikel jurnal. Penulis juga aktif sebagai Pemimpin Redaksi berita online liputan.co.id. Email: Hanafi.holle@iainambon.ac.id dan mohammadhholle@gmail.com

Fintech Dalam Keuangan Islam - Mohammad H. Holle

ORIGINALITY REPORT

1 %

SIMILARITY INDEX

1 %

INTERNET SOURCES

0 %

PUBLICATIONS

0 %

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

brainly.co.id

Internet Source

<1 %

2

perpus.mpr.go.id

Internet Source

<1 %

3

elib.unikom.ac.id

Internet Source

<1 %

4

garuda.kemdikbud.go.id

Internet Source

<1 %

5

moraref.kemenag.go.id

Internet Source

<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography On