

E-COMMERCE SEBAGAI PELUANG DAN TANTANGAN DALAM USAHA PEMBERDAYAAN EKONOMI UMAT

M. Rio Pratama

LPTQ Kabupaten Kutai Kartanegara

Email: mrrio120317@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi peluang dan tantangan yang ditawarkan oleh e-commerce dalam pemberdayaan ekonomi umat. Dengan metode analisis kualitatif berbasis literatur, penelitian ini membahas bagaimana e-commerce memberikan akses pasar yang luas bagi pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) sekaligus mengidentifikasi kendala seperti regulasi yang belum optimal, tantangan teknologi, dan ancaman perilaku predatory pricing. Hasil penelitian menunjukkan bahwa e-commerce mampu memperluas peluang bisnis dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi umat jika dikelola secara bijaksana dan sesuai prinsip Islam. Namun, terdapat tantangan yang membutuhkan perhatian, seperti perlunya regulasi perlindungan konsumen dan literasi digital. Penelitian ini merekomendasikan pelatihan dan pengawasan terhadap e-commerce serta kolaborasi dengan pemerintah sebagai solusi untuk mengatasi tantangan tersebut.

Kata Kunci: E-commerce, pemberdayaan ekonomi, prinsip Islam

Abstract

This study aims to explore the opportunities and challenges offered by e-commerce in empowering the economy of Muslim communities. Using a qualitative literature-based analysis, the study examines how e-commerce provides broad market access for small and medium enterprises (SMEs) while identifying obstacles such as suboptimal regulations, technological challenges, and the threat of predatory pricing. The findings reveal that e-commerce can expand business opportunities and improve the economic welfare of communities if managed wisely and in line with Islamic principles. However, challenges such as the need for consumer protection regulations and digital literacy require attention. The study recommends training and monitoring e-commerce activities and collaboration with the government to address these challenges.

Keyword: E-commerce, economic empowerment, Islamic principles

Pendahuluan

Saat ini, perdagangan daring atau *e-commerce* telah menjadi fenomena yang mendominasi dunia bisnis. Dengan kemajuan teknologi dan akses mudah ke internet, umat di seluruh dunia memiliki kemampuan untuk menjelajahi berbagai produk dan layanan hanya dari kenyamanan di rumah mereka masing-masing, lalu dengan cepat dan mudah melakukan pembelian. *E-commerce* telah memungkinkan kita untuk berbelanja secara *online* tanpa harus pergi ke toko fisik. Namun, seperti halnya teknologi apapun, *e-commerce* juga pastinya membawa dampak yang beragam pada masyarakat, terutama dalam konteks pemberdayaan ekonomi umat.

Dalam konteks pemberdayaan ekonomi, *e-commerce* memiliki potensi besar. Salah satu aspek positifnya adalah kenyamanan. Ketika kita memerlukan produk dengan urgensi, *e-commerce* memungkinkan kita untuk menemukan dan memesan produk tersebut dengan cepat. Ini adalah salah satu cara dimana *e-commerce* dapat membantu pemberdayaan ekonomi umat dengan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan mereka dengan lebih efisien.

Namun, dari hal itu juga terdapat dampak yang negatif jika tidak digunakan dengan baik, ada hal-hal yang perlu diperhatikan dari *e-commerce* ini sendiri. Kemudahan berbelanja secara *online* dapat menyebabkan perilaku konsumtif dan pengeluaran yang tidak terkontrol. Orang dapat dengan mudah tergoda untuk membelikan barang-barang yang tidak mereka butuhkan hanya karena kenyamanan berbelanja *online*. Dalam Islam sendiri perilaku konsumtif tidak dianjurkan, sebagaimana yang diatur dalam Al-Qur'an surah Al-A'raf ayat 31:

﴿يَا أَيُّهَا آدَمُ خُذْ مَا زِينَتُكَ مِنْ عِنْدِ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلْ وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ ۝﴾

31. Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan (QS. 7:31).

Ibnu Katsir meriwayatkan, Ibnu 'Abbas berkata: "Makan dan berpakaianlah sesuka kalian, asalkan engkau terhindar dari dua sifat; berlebih-lebihan dan sombong." (Ibnu Katsir, 2003a).

Ayat Al-Qur'an tersebut menunjukkan bahwa Islam mengajarkan perilaku konsumsi yang tidak berlebihan, yang berarti bahwa jika memahami konsep tentang

konsumsi yang diajarkan oleh islam maka manusia dapat membatasi nafsu keinginan mereka sesuai dengan kebutuhan saja.

Selain itu, pedagang tradisional yang tidak menggunakan *e-commerce* akan menghadapi tantangan berkompetisi dari para pedagang yang menggunakan *e-commerce* karena semakin banyak konsumen yang beralih ke *platform e-commerce*.

Dilansir dari CNBC Indonesia, salah satu contoh pedagang tradisional yang ada di Indonesia merasakan tekanan kompetitif yang cukup besar dari adanya *e-commerce* seperti *Tiktok Shop* yaitu pedagang dari Tanah Abang. Mereka meminta pemerintah untuk menutup *e-commerce* (Novina Putri Bestari, 2023). Namun menurut Menteri Perdagangan, pemerintah saat ini sudah mengatur perdagangan digital di Indonesia.²

Tiktok Shop memang sudah ditutup di Indonesia oleh pemerintah, namun bukan karena pemerintah ingin menutup semua *e-commerce* di Indonesia. Tetapi pemerintah ingin memisahkan antara *e-commerce* dengan *social e-commerce*, yang mana *Tiktok Shop* dianggap tidak mengikuti peraturan tersebut dan hasilnya *Tiktok Shop* pun harus ditutup di Indonesia.

Dalam konteks pemberdayaan ekonomi kita perlu memahami bahwa *e-commerce* bukan hanya tentang berbelanja, tetapi juga tentang peluang bisnis. Banyak pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) telah mendapatkan manfaat dari menjual produk mereka secara *online*. *E-commerce* memberi mereka akses ke pasar yang lebih luas, meningkatkan visibilitas bisnis mereka, dan membantu pertumbuhan ekonomi umat (Fadhilah & Yuniarti, 2023).

Ini sesuai dengan yang disampaikan oleh Menteri Perdagangan, Zulkifli Hasan bahwa “Yang dilakukan pemerintah agar UMKM bisa berkembang, industri tumbuh, toko ramai, yang kerja bisa kerja, untung bisa bayar pajak. Disitu negara bisa maju, bisa keluar negeri untuk ekspor. Kalau dagang ga laku industri tutup itu masalah. Makanya pemerintah atur agar barang impor jangan sampai banjir, kita atur supaya impor nggak banjir,” ujarnya.³

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode literature review untuk mengeksplorasi peluang dan tantangan *e-commerce* dalam pemberdayaan ekonomi umat. Literature review dipilih karena pendekatan ini memungkinkan peneliti menganalisis berbagai sumber literatur yang relevan, termasuk jurnal ilmiah, buku, laporan, serta artikel terpercaya yang

membahas e-commerce dan pemberdayaan ekonomi dari perspektif Islam. Tahapan penelitian dimulai dengan pengumpulan data dari sumber-sumber yang dapat dipercaya, baik yang bersifat primer maupun sekunder. Sumber primer mencakup literatur yang secara langsung membahas konsep e-commerce dan pemberdayaan ekonomi umat, sementara sumber sekunder meliputi referensi pendukung yang relevan seperti regulasi pemerintah, studi kasus UMKM, dan pandangan Islam terhadap perdagangan elektronik.

Selanjutnya, analisis dilakukan dengan mengidentifikasi pola, hubungan, serta kesenjangan dalam literatur terkait. Data yang terkumpul dianalisis secara kualitatif dengan mempertimbangkan prinsip-prinsip syariah yang relevan dengan kegiatan e-commerce. Hasil dari analisis ini digunakan untuk merumuskan temuan mengenai kontribusi e-commerce terhadap pemberdayaan ekonomi umat, kendala yang dihadapi, dan rekomendasi solusi yang sesuai dengan prinsip Islam. Pendekatan ini diharapkan memberikan pemahaman yang komprehensif dan mendalam mengenai peran e-commerce dalam mendukung kesejahteraan ekonomi umat.

Hasil Dan Pembahasan

1. Konsep Dasar E-Commerce dan Pandangan Islam terhadap E-Commerce

E-commerce sudah mulai diperkenalkan sejak tahun 1994 digunakan untuk transaksi komersial, sebagai alat pengiriman atau pemesanan secara elektronik, dan saat *banner* elektronik pertama digunakan di internet (*web site*) (Syukri Iska, 2010).⁴

E-commerce juga sering diartikan sebagai kegiatan jual/beli barang maupun jasa yang dilakukan dengan menggunakan media elektronik, khususnya internet. Maka dengan kata lain, *e-commerce* merupakan bentuk media untuk melakukan perdagangan maupun belanja melalui teknologi elektronik dan internet (Syukri Iska, 2010).⁵

Dalam buku *Bisnis Digital Teori, Majerial, dan Studi Kasus* milik Prabandari dan Handrito menjelaskan *eelectronic commerce (e-commerce)* merupakan seluruh kegiatan pertukaran informasi yang melalui media secara elektronik antara organisasi dengan *stakeholder* eksternal (Sri Palupi Prabandari, 2022).

Menurut Gautama bisnis *online* adalah segala aktivitas dan institusi yang memproduksi barang maupun jasa dalam kehidupan sehari-hari. Bisnis adalah sistem yang memproduksi barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan dari masyarakat menggunakan media jejaring internet yang terhubung secara langsung dengan jutaan para pengguna internet lainnya untuk melakukan interaksi dengan pengguna yang berada di

luar jangkauan jaringan kita (Hardan Gautama, 2019).

Menurut Lailiyah e-commerce atau perdagangan elektronik adalah salah satu dari bentuk bisnis yang dilakukan secara daring. Bisnis ini melibatkan macam-macam transaksi, termasuk jual beli yang dilakukan melalui internet. Transaksi ini dikenal sebagai *electronic commerce* atau yang biasa disebut *e-commerce* (Iffah Febri Anti Fitriyatul Lailiyah, 2023).⁸

Dari perspektif Islam, *e-commerce* memiliki makna dan hukum yang serupa dengan transaksi jual beli secara konvensional, tetapi regulasi dan aturannya harus sejalan dengan prinsip-prinsip Islam dan sesuai dengan perintah Allah, sebagaimana yang diuraikan didalam surah Al-Jumu'ah ayat 10:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ
10. Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.

Ibnu Katsir menafsirkan dari ayat diatas yakni “Ketika kalian sedang berjual beli, dan pada saat kalian mengambil dan memberi, hendaklah kalian berdzikir kepada Allah sebanyak-banyaknya dan janganlah kesibukan dunia melupakan kalian dari hal-hal yang bermanfaat untuk kehidupan akhirat” (Ibnu Katsir, 2005).

Ayat ini menyiratkan pesan penting bahwa setelah melaksanakan shalat, kamu harus mengejar karunia atau rezeki dari Allah dengan menjalankan tugas-tugas-Nya dan senantiasa mengingat-Nya. Dalam konteks berdagang, baik melalui cara konvensional maupun melalui *e-commerce*, kamu harus selalu berpegang pada nilai-nilai Islam, karena itulah yang akan membantumu atas kesuksesan usaha dagangmu.

Namun perlu diingat dalam berdagang kita juga harus berkompetisi dengan pedagang lain secara adil dan sehat, seperti yang dijelaskan didalam surah An-Nisa' ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

29. Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.

Ibnu Katsir menafsirkan dari ayat diatas yakni “Allah melarang hamba-hamba-Nya yang beriman memakan harta sebagian mereka terhadap sebagian lainnya dengan bathil,

yaitu dengan berbagai macam usaha yang tidak syar'i seperti riba, judi, dan berbagai hal serupa yang penuh tipu daya" (Ibnu Katsir, 2003b).

Ayat diatas menjelaskan bahwa jangan memakan harta orang lain dengan cara yang batil, maka ketika ingin melakukan kegiatan *e-commerce* hindari perbuatan yang dapat merugikan orang lain atau memakan harta orang lain dengan cara yang batil.

2. E-commerce Secara Global dan Pengaruhnya terhadap Pemberdayaan Ekonomi Umat

Akses *e-commerce* ke pasar global adalah suatu perkembangan yang sangat positif bahkan sangat diperlukan diantara para Muslim di dunia. Seiring waktu akses internet mulai tersebar merata didaerah sekitar Timur Tengah. Hasil dari memanfaatkan teknologi ini harusnya membuat manusia menjadi lebih efisien (Jane K. Winn, 20022).

Salah satu keunggulan utama *e-commerce* adalah akses yang mudah dan lebih cepat kepasar global. Dengan *platform e-commerce*, bisnis dapat mencapai pelanggan diberbagai negara dengan realtif mudah. Ini menghilangkan hambatan secara geografis yang sering terjadi pada transaksi secara konvensional.

Selain itu, *e-commerce* juga membantu dalam mengurangi biaya operasional. Dengan *e-commerce*, bisnis dapat berjalan tanpa adanya penyewaan toko fisik dan biaya-biaya tambahan lainnya (Harto et al., 2023). Hal ini membuat umat dapat dengan mudah untuk melakukan bisnisnya sendiri dirumah.

Secara keseluruhan, akses *e-commerce* ke pasar global adalah peluang yang sangat besar bagi umat terutama yang siap beradaptasi dengan teknologi dan menjawab tantangan globalisasi. Dengan strategi yang tepat , umat dapat meraihkesuksesan bisnis yang signifikan dalam pasar global ini.

Namun juga perlu diingat melakukan perdagangan secara global pun harus tetap mengikuti aturan-aturan yang telah dijelaskan dalam Al-Quran, pada surah Al- Baqarah ayat 188:

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ۝

188. Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui.

Sayyid Quthb meriwayatkan didalam menafsirkan ayat ini sebagai berikut. Alibin

Thalhah dan Ibnu Abbas berkata, “Hal ini berkaitan dengan seseorang yang menanggung suatu harta, tetapi tidak ada alat bukti, lalu dia berusaha mengelak dan membawanya kepada hakim, padahal dia tahu bahwa dia yang harus bertanggung jawab dan dia tahu pula bahwa dialah yang berdosa karena memakan harta yang haram (karena bukan haknya) (Sayyid Quthb, 2000).

Dapat diinterpretasikan bahwa, ayat ini mendorong kita untuk berperilaku adil dan jujur dalam urusan keuangan dan hukum berdagang. Tidak boleh mengambil hak orang lain ataupun merugikan orang lain demi mendapatkan harta mereka sendiri. Jika kita tidak boleh menyalahgunakan sistem hukum untuk kepentingan pribadi yang tidak adil.

Dalam praktik bisnis *online* umat harus memastikan bahwa kegiatan jual/beli mereka secara *online* ini harus dilakukan dengan benar, sesuai dengan ajaran Islam. Menurut Zainul ada lima indikator atau lima tahapan yang dapat dilihat saat ingin mengetahui apakah bisnis yang kita lakukan benar menurut Islam atau tidak (Norazlina Zainul, 2004):¹³

- a. Inisiasi Kontrak (Al-Ta’aqut);
- b. Konfirmasi validitas (Sihha);
- c. Implementasi (Nafath);
- d. Keterikatan (Ilzham);
- e. Pengiriman (Pertukaran barang/jasa).

E-commerce dapat dimanfaatkan oleh umat sebagai alat untuk meningkatkan ekonomi mereka masing-masing, dengan cara menjadi wirausahawan di *platform e-commerce*. Untuk dapat mengaplikasikan *e-commerce* sebagai media transaksi jual/beli para umat, pemerintah dapat mengadakan pelatihan tentang teknologi dan media *platform e-commerce* kepada masyarakat (Wijoyo et al., 2023).

Pelatihan *e-commerce* yang diberikan adalah sebagai salah satu bentuk dari usaha pemberdayaan masyarakat. Secara umum pemberdayaan masyarakat (*empowerment*) adalah strategi alternatif untuk membangun literasi dan pemikiran masyarakat walaupun kenyataannya pada beberapa sektor masih belum terealisasi implementasinya (Reny Fitriani Kaban, 2020).

3. Tantangan-tantangan dalam Pemberdayaan Ekonomi Umat melalui Media E-Commerce

Ada beberapa hal yang menjadi tantangan saat ingin meningkatkan pemberdayaan ekonomi umat melalui *e-commerce*. Tantangan-tantangan tersebut beberapa diantaranya adalah sebagai berikut:

a. Masalah Regulasi dan Hukum Perlindungan Konsumen

Didalam pelaksanaan perniagaan elektronik (*e-commerce*) ini diperlukan yang namanya aturan dan batasan yang perlu dipatuhi oleh semua pihak yang terlibat dalam kegiatan tersebut (Alexandra Exelsia Saragih, 2023). Zulham menjelaskan dalam buku "Hukum Perlindungan Konsumen" miliknya bahwa, "Peranan hukum dalam konteks ekonomi adalah menciptakan pasar yang kompetitif. Tidak ada pelaku usaha yang mampu mendominasi pasar, selama konsumen memiliki hak untuk memilih produk mana yang menawarkan nilai yang terbaik, baik harga maupun mutu." (Zulham, 2013). Maka karena itu masalah regulasi dan hukum perlindungan konsumen menjadi perhatian pemerintah untuk pemberdayaan ekonomi umat melalui *e-commerce*.

b. Kendala Teknologi, Aksesibilitas, dan Keamanan Transaksi

Untuk melakukan kegiatan jual/beli melalui *e-commerce* diperlukan pengetahuan akan teknologi yang akan digunakan dalam *e-commerce*, baik dari pembeli maupun penjual. Mereka juga harus memahami cara mengakses *e-commerce* melalui internet.

Setelah mereka mengetahui cara bertransaksi melalui media *e-commerce* baik penjual maupun pembeli membutuhkan yang namanya keamanan dalam bertransaksi. Hal ini dapat terpenuhi seperti yang dijelaskan sebelumnya, pemerintah harus membuat regulasi atau peraturan yang sesuai agar tidak ada pihak yang dapat dirugikan.

c. Predatory Pricing sebagai Ancaman dalam Kesehatan Kompetitif E-Commerce

Seperti yang dijelaskan diatas pemerintah harus membuat aturan yang harus dipatuhi oleh semua pihak agar tidak ada yang merasa dirugikan, khususnya adalah penjual yang ingin menyingkirkan kompetitornya dengan cara menjual barang/jasa dibawah harga untung yang membuat semua penjual kalah saing dan pembeli beralih ke mereka dan memonopoli pasar, setelah mereka membuat kompetitor mereka tersingkir dan konsumen tidak punya pilihan belanja yang lain, lalu mereka akan menaikkan harga barang mereka untuk meraih keuntungan yang lebih besar, perilaku ini biasa disebut predatory pricing (Vicky Darmawan A.P dan Ditha Wira Diputra, 2022). Ini menjadi salah satu ancaman atau tantangan dalam melakukan pemberdayaan

ekonomi umat melalui e-commerce.

4. Solusi Untuk Menghadapi Tantangan dalam Pemberdayaan Ekonomi Umat melalui Media E-Commerce

Setelah kita mengetahui hal-hal apa saja yang menjadi tantangan untuk meningkatkan pemberdayaan ekonomi umat melalui *e-commerce*, kita perlu mencari tahu apa saja solusi yang diperlukan untuk menghadapi tantangan-tantangan tersebut. Ada beberapa cara yang mungkin dapat dilakukan untuk menghadapi tantangan- tantangan tersebut:

a. Masalah Regulasi dan Hukum Perlindungan Konsumen

- 1) Bekerja sama dengan pemerintah: Penjual dapat bekerja sama dengan otoritas pemerintah dan badan regulasi untuk memastikan bahwa mereka baik pembeli dan penjual mematuhi semua peraturan yang berlaku.
- 2) Peningkatan Kesadaran Konsumen: Ini dapat dilakukan pemerintah untuk membuat masyarakat dapat memahami batasan-batasan dan aturan dalam berbelanja agar transaksi yang terjadi berada dalam kondisi yang terkendali
- 3) Menegakkan Hukum Perlindungan Konsumen: Untuk menjaga ketertiban dalam kegiatan *e-commerce* pemerintah perlu menetapkan hukum perlindungan konsumen. Perlindungan Konsumen yang dimaksud adalah segala upaya untuk melindungi konsumen, seperti kepastian hukum mulai dari tahap mendapatkan barang/jasa sampai ke akibat-akibat dari pemakaian barang/jasa tersebut (Zulham, 2013).¹⁸

b. Kendala Teknologi, Aksesibilitas, dan Keamanan Transaksi

- 1) Infrastruktur dan Akses Internet oleh Pemerintah: Pemerintah dapat mendorong pengembangan infrastruktur dan akses internet yang lebih luas, terutama di daerah pedesaan agar semua umat dapat berkesempatan untuk melakukan kegiatan *e-commerce*.
- 2) Keamanan Transaksi: Penjagaan keamanan transaksi baik dari pihak penjual maupun pembeli dapat dilakukan oleh pemerintah untuk melahirkan rasa aman bertransaksi secara *online* dimana hal ini masih baru dikalangan umat maupun masyarakat umum. Hal ini juga merupakan bagian dari hukum perlindungan konsumen.

c. Perilaku Predatory Pricing

- 1) Pengawasan dari Pemerintah Terhadap Praktik E-Commerce: Pemerintah dapat

mengawasi praktik *e-commerce* agar setiap penjual tetap dalam aturan dalam berdagang dan tidak terjadi monopoli pasar pada satu pihak tertentu.

- 2) Adopsi Model Bisnis yang Berkelanjutan: Pemerintah membuat model bisnis yang dapat diadopsi para pelaku kegiatan *e-commerce* yang berfokus pada bisnis berkelanjutan, agar para pelaku *e-commerce* dapat tertarik pada model bisnis berkelanjutan dan tidak hanya mengincar pasar dengan harga rendah. Membangun nilai jangka panjang dan kualitas produk dapat membantu mengatasi praktik harga yang tidak sehat.

Kesimpulan

Dari pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa salah satu cara dalam upaya meningkatkan pemberdayaan ekonomi umat adalah dengan melihat peluang dari membuat umat atau masyarakat mampu melakukan perniagaan atau jual/beli melalui media *online* seperti *e-commerce*. Namun dalam melakukan hal tersebut terdapat beberapa tantangan yang perlu diatasi yaitu seperti masalah regulasi dan hukum perlindungan konsumen, berbagai kendala seperti pemahaman teknologi, aksesibilitas, dan keamanan transaksi, serta perilaku *predatory pricing* yang dapat dilakukan oleh pihak-pihak tertentu.

Untuk menggapai peluang tersebut, diperlukan cara untuk menghadapi tantangan-tantangan yang telah dijelaskan diatas. Ada beberapa hal menurut penulis dapat dilakukan untuk menghadapi tantangan tersebut yaitu seperti bekerja sama dengan pemerintah dalam menetapkan regulasi agar semua patuh terhadap peraturan, penegakan hukum perlindungan konsumen oleh pemerintah, pembangunan infrastruktur terhadap akses internet oleh pemerintah kepada umat dan masyarakat, pengawasan terhadap kegiatan *e-commerce* oleh pemerintah, umat atau masyarakat yang mengadopsi bisnis berkelanjutan untuk menghindari perilaku *predatory pricing*.

Daftar Pustaka

- Alexandra Exelsia Saragih, M. F. B. M. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce. *Jurnal Kajian Hukum Dan Pendidikan Kewarganegaraan*, 2(2), 3.
- Fadhillah, P., & Yuniarti, A. (2023). Pemberdayaan UMKM: Melihat Peluang Bisnis UMKM di Era Digital di Desa Ujunge Kecamatan Tanasitolo Kabupaten Wajo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 2(1), 291–298.
- Hardan Gautama, M. J. U. H. B. dan T. R. (2019). *Internet Marketing for your Business*. PT. Elex
-
- Al-Qalam Vol.1 No.1/November/2024 22

Media Komputindo.

- Harto, B., Rukmana, A. Y., Boari, Y., Rusliyadi, M., Aldo, D., Juliawati, P., & Dewi, Y. A. (2023). *Wirausaha Bidang Teknologi Informasi: Peluang usaha dalam meyongsong era society 5.0*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Ibnu Katsir. (2003a). *Terjemahan Tafsir Ibnu Katsir* (3rd ed.). Pustaka Imam asy-Syafi'i.
- Ibnu Katsir. (2003b). *Terjemahan Tafsir Ibnu Katsir* (2nd ed.). Pustaka Imam asy-Syafi'i.
- Ibnu Katsir. (2005). *Terjemahan Tafsir Ibnu Katsir* (8th ed.). Pustaka Imam asy-Syafi'i.
- Iffah Febri Anti Fitriyatul Lailiyah, A. F. (2023). Jual Beli Online Melalui Market Place Tiktok Shop dalam Perspektif Qowaid Fiqqiyah. *Bussman Journal*, 3(2), 663.
- Jane K. Winn. (2002). *Islamic Law, Globalization and Emerging Electronics Commerce Technologies* (3rd ed.). Hague Peace Palace Papers.
- Norazlina Zainul, F. O. S. H. M. (2004). *E-Commerce from an Islamic Perspective* (3rd ed.).
- Novina Putri Bestari. (2023, September 29). *Begini Nasib Pedagang Setelah TikTok Shop Tutup*. www.Cnbcindonesia.Com.
- Reny Fitriani Kaban, P. H. dan W. P. (2020). Efektifitas Pemberdayaan E-Commerce terhadap Peningkatan Wirausaha Santri. *Jurnal Abdimas Perbanas*, 1(1), 3.
- Sayyid Quthb. (2000). *Tafsir Fi Zhilalil Qur'an: Di Bawah Naungan Al-Qur'an*. Gema Insani.
- Sri Palupi Prabandari, R. P. H. (2022). *Bisnis Digital Teori, Majerial, dan Studi Kasus*. UB Press.
- Syukri Iska. (2010). E-Commerce dalam perspektif fikih ekonomi. *Juris*, 9(2), 122.
- Vicky Darmawan A.P dan Ditha Wira Diputra. (2022). Predatory Pricing dalam E-Commerce Menurut Perspektif Hukum Persaingan Usaha. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan (JISP)*, 6(3), 9847.
- Wijoyo, A., Nasution, A. S. M., Larasati, D. T., Gustiara, D., & Hilal, W. N. (2023). Upaya Pengembangan Dan Peran Sistem Informasi Manajemen Dalam E-Commerce Shopee. *TEKNOBIS: Jurnal Teknologi, Bisnis Dan Pendidikan*, 1(2).
- Zulham. (2013). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Kencana Prenada Media Group.