

Transformation of Maslahah Principles in E-Commerce in Al - Ghazali's View

Salsabilla Daredmi^{1✉}, Rozalinda², Nora Zulvianti³

^{1,2,3}Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang

salsabilladaredmi@uinib.ac.id

Abstract

This study explores the application of the principle of maslahah as formulated by Al-Ghazali in the context of e-commerce in Indonesia, particularly regarding Sharia-compliant online loans (pinjol) that grew significantly during 2022-2023. The study analyzes this phenomenon through the lens of maslahah, focusing on the protection of wealth (hifz al-mal) and honor (hifz al-'ird). The results indicate that although Sharia-compliant fintech provides broader financial access, unethical practices such as high returns (0.1% per day or 36% annually) and aggressive debt collection methods contradict consumer protection principles. A lack of transparency in contracts and data breaches further threaten core maslahah values. The study recommends stricter regulations from the OJK and DSN-MUI and improving Sharia financial literacy to ensure a balance between technological innovation, Sharia compliance, and consumer protection. In conclusion, Al-Ghazali's maslahah principles remain relevant and must be adapted to address e-commerce challenges in the digital era.

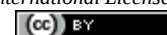
Keywords: Maslahah Al-Ghazali, E-Commerce, Sharia-Compliant Online Loans, Consumer Protection, Fintech

Abstrak

Penelitian ini mengeksplorasi penerapan prinsip maslahah yang dirumuskan oleh Al-Ghazali dalam konteks e-commerce di Indonesia, terutama terkait dengan pinjaman online (pinjol) berbasis syariah yang berkembang pesat pada periode 2022-2023. Studi ini menganalisis fenomena ini melalui lensa maslahah dengan fokus pada perlindungan harta (hifz al-mal) dan kehormatan (hifz al-'ird). Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun fintech syariah menawarkan akses keuangan yang lebih luas, terdapat praktik tidak etis seperti tingginya imbal hasil (0,1% per hari atau 36% per tahun) dan metode penagihan yang agresif yang bertentangan dengan prinsip perlindungan konsumen. Kurangnya transparansi dalam akad serta isu kebocoran data pribadi juga mengancam nilai-nilai inti maslahah. Oleh karena itu, studi ini menyarankan adanya regulasi yang lebih ketat dari OJK dan DSN-MUI serta peningkatan literasi keuangan syariah di masyarakat untuk memastikan keseimbangan antara inovasi teknologi, kepatuhan syariah, dan perlindungan konsumen. Kesimpulannya, prinsip maslahah Al-Ghazali masih relevan dan perlu diadaptasi dalam merespons tantangan e-commerce di era digital.

Kata kunci: Maslahah Al-Ghazali, E-Commerce, Pinjaman Online Syariah, Perlindungan Konsumen, Fintech.

INFEB is licensed under a Creative Commons 4.0 International License.



1. Pendahuluan

Dalam konteks e-commerce di Indonesia, kasus pinjaman online (pinjol) berbasis syariah menjadi suatu fenomena yang menarik untuk dikaji melalui lensa prinsip maslahah Al-Ghazali. Perkembangan fintech di tanah air telah memunculkan beragam platform pinjaman online, termasuk yang mengklaim beroperasi sesuai prinsip syariah dan terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada periode 2022-2023 [1]. Namun, implementasi praktis dari layanan ini telah memicu berbagai kontroversi yang menantang pemahaman konvensional tentang keuangan syariah dan aplikasi prinsip maslahah dalam era digital [2].

Beberapa isu krusial yang muncul meliputi penetapan tingkat imbal hasil yang relatif tinggi, mencapai 0,1% per hari atau setara dengan 36% per tahun, yang menimbulkan perdebatan tentang batas antara keuntungan yang wajar dan praktik yang mendekati riba [3]. Selain itu, terdapat laporan mengenai metode penagihan yang agresif dan tidak etis, termasuk penyebaran data pribadi peminjam, yang secara

langsung bertentangan dengan prinsip perlindungan kehormatan (hifz al-'ird) dalam konsep maslahah. Kurangnya transparansi dalam akad, terutama dalam penggunaan akad murabahah untuk pinjaman konsumtif, serta isu kebocoran dan penyalahgunaan data pribadi nasabah, juga menjadi sorotan yang mengancam perlindungan harta (hifz al-mal) dan kehormatan (hifz al-'ird) [4].

Analisis kasus ini melalui kerangka maslahah Al-Ghazali mengungkapkan kompleksitas dalam menerapkan prinsip-prinsip klasik pada konteks kontemporer. Di satu sisi, pinjol syariah dapat dilihat sebagai upaya melindungi harta (hifz al-mal) dengan menyediakan akses keuangan yang lebih luas. Namun, praktik yang tidak etis justru dapat mengancam perlindungan jiwa (hifz an-nafs) dan kehormatan (hifz al-'ird) [5]. Keseimbangan antara dharuriyyat (kebutuhan primer), hajiyyat (kebutuhan sekunder), dan tahsiniyyat (kebutuhan tersier) menjadi krusial dalam mengevaluasi legitimasi dan kebermanfaatannya layanan ini dari perspektif syariah [6].

Implikasi dari kasus ini meluas ke berbagai aspek, termasuk urgensi untuk merumuskan regulasi yang lebih komprehensif oleh OJK dan Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI), yang mampu mengakomodasi inovasi teknologi sekaligus menjaga integritas prinsip syariah. Pentingnya meningkatkan literasi keuangan syariah di masyarakat juga menjadi sorotan, mengingat kompleksitas produk keuangan digital yang semakin meningkat. Lebih lanjut, kasus ini menyoroti kebutuhan untuk mereinterpretasi prinsip-prinsip fiqh muamalah dalam konteks ekonomi digital, serta bagaimana mengintegrasikan etika Islam dalam pengembangan teknologi fintech [7].

Studi kasus pinjol syariah di Indonesia ini menjadi cermin yang reflektif tentang tantangan dalam mentransformasikan prinsip masalah Al-Ghazali ke dalam realitas e-commerce kontemporer [8]. Ia mengilustrasikan dengan jelas kompleksitas dalam menyeimbangkan inovasi teknologi, kepatuhan syariah, dan perlindungan konsumen—tiga aspek yang menjadi inti dari diskursus tentang transformasi prinsip masalah dalam era digital. Kasus ini tidak hanya relevan bagi pengembangan regulasi dan praktik industri, tetapi juga membuka ruang diskusi akademis yang kaya tentang fleksibilitas dan adaptabilitas hukum Islam dalam merespons dinamika ekonomi digital yang terus berevolusi [9].

Dalam era disrupsi digital yang kian akseleratif, transformasi lanskap perdagangan konvensional menuju paradigma e-commerce telah menghadirkan panorama baru dalam ekosistem ekonomi global. Fenomena ini tidak sekadar merepresentasikan pergeseran modus operandi transaksi, melainkan juga memunculkan spektrum persoalan yang merentang dari ranah teknis hingga dimensi etis dan filosofis, terutama ketika dihadapkan pada prinsip-prinsip fundamental hukum Islam [10]. Di tengah dinamika tersebut, konsep masalah—yang telah lama menjadi pilar dalam yurisprudensi Islam—muncul sebagai lensa analitis yang potensial untuk menelaah dan merespons kompleksitas e-commerce kontemporer [11].

Studi ini berangkat dari premis bahwa pemikiran Imam Al-Ghazali tentang masalah, yang terkristalisasi dalam magnum opus-nya "Al-Mustasfa min 'Ilm al-Usul", menawarkan kerangka konseptual yang robust untuk mengevaluasi dan menavigasi dilema-dilema etis dalam praktik e-commerce [12]. Elaborasi Al-Ghazali tentang hierarki masalah—yang mencakup dharuriyyat (kebutuhan primer), hajiyyat (kebutuhan sekunder), dan tahsiniyyat (kebutuhan tersier)—serta artikulasinya mengenai lima aspek fundamental yang harus dilindungi (al-kulliyat al-khams), yakni agama (din), jiwa (nafs), akal ('aql), keturunan (nasl), dan harta (mal), menyediakan matriks analitis yang komprehensif untuk mengkaji fenomena e-commerce dari perspektif etika Islam [13].

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi secara mendalam bagaimana prinsip masalah dapat ditransformasikan dan diaplikasikan dalam konteks e-

commerce, dengan menggunakan pemikiran Al-Ghazali sebagai pondasi teoretis. Secara spesifik, studi ini berupaya menjawab beberapa pertanyaan krusial yaitu: Bagaimana konseptualisasi masalah Al-Ghazali dapat diinterpretasikan ulang dan diadaptasikan dalam realitas transaksi digital; Apa implikasi dari transformasi ini terhadap formulasi regulasi dan praktik e-commerce dalam kerangka hukum Islam kontemporer; Sejauh mana prinsip masalah dapat berfungsi sebagai kompas etis dalam menavigasi dilema-dilema yang muncul dari interseksi teknologi digital dan transaksi ekonomi [14].

Signifikansi studi ini terletak pada kontribusinya terhadap pengembangan diskursus hukum Islam kontemporer, khususnya dalam merespons tantangan era digital. Dengan mengelaborasi transformasi prinsip masalah dalam konteks e-commerce, penelitian ini tidak hanya menawarkan perspektif baru dalam memahami fleksibilitas dan adaptabilitas hukum Islam, tetapi juga berpotensi memberikan implikasi praktis terhadap formulasi kebijakan dan regulasi e-commerce yang lebih etis dan berkeadilan [15].

Konseptualisasi masalah dalam tradisi pemikiran Islam, evolusi dan dinamika e-commerce kontemporer, serta upaya-upaya terkini dalam mengintegrasikan prinsip-prinsip syariah ke dalam praktik ekonomi digital. Eksplorasi ini bertujuan untuk membangun fondasi teoretis yang kokoh dan mengidentifikasi gap penelitian yang signifikan [16]. Dalam domain pertama, penelusuran genealogis terhadap konsep masalah dimulai dari karya-karya seminal seperti Al-Mustasfa min 'Ilm al-Usul karya Al-Ghazali dan Al-Muwafaqat karya Asy-Syatibi. Analisis mendalam terhadap elaborasi Al-Ghazali mengenai hierarki masalah—dharuriyyat, hajiyyat, dan tahsiniyyat—serta konseptualisasi al-kulliyat al-khams (lima aspek fundamental yang harus dilindungi) menjadi fokus utama. Interpretasi kontemporer terhadap konsep ini juga ditelaah melalui karya-karya sarjana modern seperti Mohammad Hashim Kamali dalam Principles of Islamic Jurisprudence dan Jasser Auda dalam Maqasid al-Shariah as Philosophy of Islamic Law. Studi kritis terhadap aplikasi historis konsep masalah dalam fiqh muamalah klasik diintegrasikan untuk memberikan konteks pada upaya transformasinya dalam era digital [17].

Domain kedua berfokus pada literatur terkini mengenai perkembangan e-commerce global dan regional [18]. Analisis komprehensif dilakukan terhadap studi-studi empiris tentang model bisnis e-commerce, infrastruktur teknologi yang mendasarinya, serta tantangan regulasi dan etika yang muncul. Karya-karya seperti E-Commerce 2020-2021: Business, Technology and Society oleh Kenneth C. Laudon dan Carol Guercio Traver, serta laporan-laporan dari lembaga seperti UNCTAD dan World Economic Forum, menjadi sumber utama untuk memahami lanskap e-commerce kontemporer. Perhatian khusus diberikan pada literatur yang membahas isu-isu etis dalam e-commerce, seperti privasi data, keamanan transaksi,

dan perlindungan konsumen, yang memiliki resonansi dengan prinsip-prinsip masalah [19].

Interseksi antara hukum Islam dan ekonomi digital menjadi fokus domain ketiga. Penelitian-penelitian terdahulu yang berupaya mengaplikasikan prinsip-prinsip syariah dalam konteks e-commerce dikaji secara kritis [20]. Karya-karya seperti *Islamic Finance in the Digital Age: Fintech Revolution* yang diedit oleh M. Kabir Hassan et al., dan *"Handbook of Research on Theory and Practice of Global Islamic Finance"* oleh Abbas Mirakhor et al., menjadi referensi penting. Studi-studi kasus tentang implementasi syariah dalam fintech dan e-commerce di berbagai negara Muslim juga dianalisis untuk memberikan perspektif komparatif. Debat akademis kontemporer seputar fleksibilitas dan adaptabilitas hukum Islam dalam merespons inovasi teknologi juga dieksplorasi melalui karya-karya seperti *Islamic Law and Ethics in the Digital Age* oleh Muhammad Khalid Masud [21].

Analisis gap dalam literatur mengidentifikasi beberapa area yang memerlukan eksplorasi lebih lanjut. Pertama, meskipun terdapat sejumlah studi yang mengaplikasikan prinsip-prinsip syariah dalam konteks ekonomi digital, masih terdapat kelangkaan penelitian yang secara spesifik menggunakan kerangka masalah Al-Ghazali sebagai lensa analitis untuk mengevaluasi praktik e-commerce. Kedua, mayoritas studi terdahulu cenderung berfokus pada aspek-aspek teknis dan legal dari integrasi syariah dalam e-commerce, dengan perhatian yang relatif terbatas pada dimensi filosofis dan etisnya. Ketiga, masih terdapat gap dalam literatur mengenai bagaimana prinsip masalah dapat dioperasionalisasikan dalam formulasi kebijakan dan regulasi e-commerce di era digital [22].

Studi-studi terdahulu yang relevan, kerangka kebijakan e-commerce dari perspektif Islam di Pakistan, atau mengenai maqasid al-syariah dan fintech, menyediakan landasan penting namun memiliki fokus yang berbeda dengan penelitian ini [23]. Sementara itu, studi tentang pertimbangan masalah dalam transaksi e-commerce dan mengenai kerangka konseptual maqasid al-syariah dalam ekonomi digital Islam. Kontribusi signifikan namun belum secara spesifik mengeksplorasi pemikiran Al-Ghazali dalam konteks e-commerce kontemporer [24].

Berdasarkan analisis komprehensif ini, studi ini memposisikan dirinya sebagai upaya untuk menjembatani kesenjangan antara warisan intelektual Islam klasik, khususnya pemikiran Al-Ghazali tentang masalah, dengan realitas ekonomi digital kontemporer [25]. Dengan menggunakan kerangka masalah Al-Ghazali sebagai lensa analitis utama, penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi original terhadap diskursus tentang etika Islam dalam e-commerce, sekaligus menawarkan perspektif baru dalam memahami fleksibilitas dan relevansi hukum Islam di era digital. Pendekatan ini diharapkan tidak hanya memperkaya literatur akademis, tetapi juga memberikan implikasi praktis bagi formulasi kebijakan

dan regulasi e-commerce yang lebih etis dan berkeadilan dalam kerangka syariah [26].

2. Metode Penelitian

Metodologi penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode studi kepustakaan (library research), yang didesain secara sistematis dan komprehensif untuk mengeksplorasi transformasi prinsip masalah pada e-commerce dalam pandangan Al-Ghazali. Pendekatan ini dipilih karena kemampuannya dalam memfasilitasi analisis mendalam terhadap konsep-konsep teoretis, interpretasi historis, dan aplikasi kontemporer dari pemikiran Al-Ghazali dalam konteks e-commerce [27].

Proses pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran ekstensif terhadap sumber-sumber primer dan sekunder yang relevan. Sumber primer mencakup karya-karya otoritatif Al-Ghazali, terutama *Al-Mustasfa min 'Ilm al-Usul*, serta teks-teks klasik lainnya yang membahas konsep masalah. Sumber sekunder meliputi literatur kontemporer tentang interpretasi modern terhadap pemikiran Al-Ghazali, studi-studi terkini tentang e-commerce dan ekonomi digital, serta publikasi akademis yang mengeksplorasi interseksi antara hukum Islam dan teknologi informasi. Database akademik seperti JSTOR, ProQuest, dan Google Scholar dimanfaatkan untuk mengakses jurnal-jurnal peer-reviewed, buku-buku elektronik, dan prosiding konferensi yang relevan [28].

Analisis data dilakukan melalui pendekatan hermeneutik-fenomenologis, yang memungkinkan interpretasi mendalam terhadap teks-teks klasik dalam konteks kontemporer. Metode ini melibatkan beberapa tahapan: Pertama, close reading terhadap teks-teks primer Al-Ghazali untuk memahami konseptualisasi asli dari prinsip masalah. Kedua, analisis komparatif terhadap interpretasi kontemporer dari pemikiran Al-Ghazali oleh sarjana-sarjana modern. Ketiga, eksplorasi fenomenologis terhadap praktik dan tantangan e-commerce kontemporer. Keempat, sintesis kritis untuk mengidentifikasi area-area di mana prinsip masalah Al-Ghazali dapat ditransformasikan dan diaplikasikan dalam konteks e-commerce [29].

Untuk menjamin validitas dan reliabilitas penelitian, beberapa strategi diterapkan. Triangulasi sumber data dilakukan dengan membandingkan informasi dari berbagai jenis literatur (buku, jurnal, laporan) dan perspektif (klasik, modern, interdisipliner). Member checking dilakukan melalui konsultasi dengan pakar di bidang hukum Islam dan ekonomi digital untuk memverifikasi interpretasi dan kesimpulan. Peer debriefing juga dilaksanakan melalui diskusi reguler dengan rekan-rekan akademisi untuk mendapatkan perspektif kritis terhadap proses analisis dan temuan penelitian [30].

Kerangka analitis yang digunakan dalam penelitian ini dibangun berdasarkan sintesis antara teori maqasid al-syariah, dengan fokus khusus pada konseptualisasi masalah Al-Ghazali, dan model-model analisis etika bisnis kontemporer. Ini memungkinkan peneliti untuk

mengembangkan matriks evaluatif yang dapat digunakan untuk menilai praktik-praktik e-commerce dari perspektif masalah. Analisis juga mempertimbangkan konteks sosio-historis dari pemikiran Al-Ghazali dan evolusi teknologi digital, untuk memastikan interpretasi yang kontekstual dan relevan [31].

Limitasi metodologis dari pendekatan studi kepustakaan ini diakui, terutama dalam hal keterbatasannya untuk mengakses data empiris terkini tentang praktik e-commerce di lapangan. Untuk mengatasi hal ini, peneliti mengintegrasikan studi-studi kasus sekunder dan laporan industri terkini untuk memberikan perspektif praktis pada analisis teoretis. Selain itu, pendekatan interdisipliner diterapkan dengan mengintegrasikan wawasan dari bidang etika teknologi, hukum siber, dan ekonomi digital untuk memperkaya analisis [32].

Secara keseluruhan, metodologi penelitian ini dirancang untuk memfasilitasi eksplorasi mendalam terhadap transformasi prinsip masalah Al-Ghazali dalam konteks e-commerce kontemporer, dengan tujuan menghasilkan wawasan teoretis yang baru dan implikasi praktis yang relevan bagi pengembangan regulasi dan praktik e-commerce yang selaras dengan prinsip-prinsip etika Islam [33].

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil dan pembahasan dari penelitian ini menyajikan analisis mendalam mengenai transformasi prinsip masalah Al-Ghazali dalam konteks e-commerce kontemporer, mengungkapkan beberapa temuan signifikan yang memberikan kontribusi baru pada diskursus integrasi etika Islam dalam ekonomi digital. Analisis terhadap konseptualisasi masalah Al-Ghazali mengungkapkan fleksibilitas dan adaptabilitas yang inheren dalam pemikirannya, yang memungkinkan aplikasi prinsip ini dalam konteks teknologi yang jauh melampaui era sang imam. Hierarki masalah—dharuriyyat, hajiyyat, dan tahsiniyyat—terbukti menyediakan kerangka evaluatif yang robust untuk menilai berbagai aspek e-commerce. Misalnya, keamanan data pelanggan dan integritas transaksi dapat dikategorikan sebagai dharuriyyat dalam konteks digital, sementara fitur-fitur yang meningkatkan user experience mungkin jatuh ke dalam kategori tahsiniyyat. Temuan ini menunjukkan bahwa pemikiran Al-Ghazali, meski berakar pada abad ke-11, memiliki relevansi yang signifikan dalam menghadapi dilema etis era digital.

Eksplorasi terhadap al-kulliyyat al-khams (lima aspek fundamental yang harus dilindungi) dalam konteks e-commerce menghasilkan interpretasi baru yang menarik. Perlindungan agama (hifz ad-din) dalam e-commerce dapat dimanifestasikan melalui jaminan bahwa produk dan layanan yang ditawarkan sesuai dengan prinsip syariah. Perlindungan jiwa (hifz an-nafs) berkaitan erat dengan keamanan informasi pribadi dan pencegahan eksploitasi konsumen. Perlindungan akal (hifz al-'aql) dapat diterjemahkan

sebagai upaya untuk menyediakan informasi yang akurat dan transparan, serta mendidik konsumen tentang hak-hak mereka. Perlindungan keturunan (hifz an-nasl) dalam konteks ini dapat diinterpretasikan sebagai tanggung jawab sosial perusahaan e-commerce terhadap generasi mendatang, termasuk kebijakan lingkungan yang berkelanjutan. Terakhir, perlindungan harta (hifz al-mal) berkaitan langsung dengan keamanan transaksi finansial dan pencegahan penipuan online.

Analisis terhadap praktik e-commerce kontemporer melalui lensa masalah Al-Ghazali mengungkapkan beberapa area di mana transformasi prinsip ini sangat diperlukan. Misalnya, dalam hal pengumpulan dan penggunaan data pelanggan, prinsip masalah menuntut keseimbangan antara personalisasi layanan (yang dapat dianggap sebagai hajiyyat) dan perlindungan privasi (yang termasuk dharuriyyat). Temuan ini mengarah pada proposisi bahwa regulasi e-commerce yang efektif harus memprioritaskan transparansi dalam penggunaan data dan memberikan kontrol lebih besar kepada pengguna atas informasi pribadi mereka.

Lebih lanjut, studi ini mengidentifikasi beberapa tantangan dalam mengaplikasikan prinsip masalah pada praktik e-commerce lintas batas. Globalisasi e-commerce memunculkan kompleksitas baru dalam menentukan yurisdiksi hukum dan standar etika yang berlaku, terutama ketika transaksi melibatkan pihak-pihak dari latar belakang budaya dan sistem hukum yang berbeda. Dalam konteks ini, prinsip masalah Al-Ghazali dapat berfungsi sebagai kerangka universal untuk membangun konsensus etis lintas budaya dalam regulasi e-commerce global.

Analisis juga mengungkapkan potensi konflik antara berbagai tingkatan masalah dalam praktik e-commerce. Misalnya, penggunaan algoritma kecerdasan buatan untuk meningkatkan efisiensi operasional (yang dapat dianggap sebagai hajiyyat) mungkin berbenturan dengan kebutuhan untuk transparansi dan akuntabilitas dalam pengambilan keputusan (yang dapat dikategorikan sebagai dharuriyyat). Temuan ini menyoroti pentingnya pendekatan holistik dalam menerapkan prinsip masalah, yang mempertimbangkan interaksi kompleks antara berbagai aspek e-commerce.

Studi ini juga mengeksplorasi implikasi prinsip masalah terhadap inovasi dalam e-commerce. Ditemukan bahwa, alih-alih menjadi penghalang, prinsip masalah Al-Ghazali dapat berfungsi sebagai katalisator untuk inovasi yang bertanggung jawab dan beretika. Misalnya, kebutuhan untuk memenuhi aspek perlindungan akal (hifz al-'aql) dapat mendorong pengembangan sistem edukasi konsumen yang lebih canggih dan interaktif dalam platform e-commerce.

Dalam konteks fintech dan cryptocurrency, yang sering menjadi bagian integral dari ekosistem e-commerce modern, analisis melalui lensa masalah menghasilkan wawasan baru. Ditemukan bahwa volatilitas ekstrem

dan potensi spekulatif dari beberapa cryptocurrency mungkin bertentangan dengan prinsip perlindungan harta (hifz al-mal), sementara teknologi blockchain yang mendasarinya memiliki potensi untuk meningkatkan transparansi dan keamanan transaksi, sejalan dengan prinsip masalah.

Hasil dan pembahasan ini mendemonstrasikan bahwa prinsip masalah Al-Ghazali, ketika ditransformasikan dan diaplikasikan secara kritis, menyediakan kerangka etis yang kaya dan fleksibel untuk mengevaluasi dan membimbing perkembangan e-commerce kontemporer. Temuan-temuan ini tidak hanya berkontribusi pada pengayaan diskursus akademis tentang etika Islam dalam ekonomi digital, tetapi juga menawarkan implikasi praktis yang signifikan bagi pengembangan regulasi dan praktik e-commerce yang lebih etis, inklusif, dan berkelanjutan.

4. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa prinsip masalah Al-Ghazali memiliki fleksibilitas yang tinggi dan relevansi signifikan dalam konteks e-commerce modern. Dengan menggunakan hierarki masalah (dharuriyyat, hajiyyat, dan tahsiniyyat), penelitian ini mengkategorikan aspek-aspek etis dalam e-commerce, seperti keamanan data pelanggan dan integritas transaksi sebagai dharuriyyat, sementara fitur-fitur yang meningkatkan pengalaman pengguna termasuk dalam tahsiniyyat. Temuan ini menunjukkan bahwa prinsip masalah dapat diterapkan secara dinamis untuk menilai dan membimbing perkembangan etika digital. Selain itu, eksplorasi terhadap al-kulliyat al-khams (perlindungan agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta) memberikan interpretasi baru yang menyoroti bagaimana prinsip-prinsip ini dapat diterapkan dalam e-commerce, seperti keamanan informasi pribadi dan perlindungan transaksi finansial. Meskipun terdapat tantangan dalam regulasi lintas batas, prinsip masalah menawarkan kerangka kerja universal yang dapat membangun konsensus etis. Penelitian ini juga mengidentifikasi potensi konflik antara berbagai tingkatan masalah, misalnya penggunaan kecerdasan buatan untuk efisiensi (hajiyyat) yang bisa berbenturan dengan kebutuhan akan transparansi (dharuriyyat). Pendekatan holistik diperlukan untuk mempertimbangkan interaksi kompleks dalam ekosistem e-commerce. Selain itu, prinsip masalah dapat berfungsi sebagai pendorong inovasi yang etis, seperti dalam pengembangan sistem edukasi konsumen yang lebih baik. Dalam konteks fintech dan cryptocurrency, meskipun volatilitas cryptocurrency bertentangan dengan perlindungan harta, teknologi blockchain berpotensi mendukung transparansi dan keamanan transaksi sesuai dengan prinsip masalah. Penelitian ini berhasil menjembatani pemikiran klasik Al-Ghazali dengan dunia digital modern, memberikan kerangka etis yang komprehensif dan menawarkan solusi praktis untuk regulasi e-commerce yang lebih etis dan berkelanjutan. Dari sudut pandang pribadi, penelitian ini berhasil menghubungkan warisan pemikiran klasik Al-Ghazali dengan dunia digital

modern, memperkuat argumen bahwa etika Islam tetap relevan di era teknologi tinggi. Transformasi prinsip masalah dalam e-commerce tidak hanya menunjukkan keluwesan konsep ini, tetapi juga potensi untuk memberikan panduan moral yang kuat dalam menghadapi dilema etika digital, tanpa menghalangi inovasi atau kemajuan teknologi. Penelitian ini menawarkan solusi praktis untuk memastikan bahwa perkembangan teknologi tetap berakar pada etika yang adil dan inklusif, menjadikannya kontribusi penting dalam literatur etika bisnis dan regulasi teknologi.

Daftar Rujukan

- [1] Kudaedah, N. A. (2020). Masalah Menurut Konsep Al-Ghazali. *Diktum: Jurnal Syariah dan Hukum*, 18(1), 118–128. DOI: <https://doi.org/10.35905/diktum.v18i1.663>.
- [2] Tiana Apriani Yustika Efendi, & Ramdan Fawzi. (2022). Analisis Masalah Mursalah menurut Imam Al Ghazali terhadap Penggunaan Rekening bersama di Marketplace. *Jurnal Riset Ekonomi Syariah*, 1–6. DOI: <https://doi.org/10.29313/jres.v2i1.633>
- [3] Hafidz Syuhud, & Kawakib. (2022). Masalah Dan Kebebasan Dalam Fiqih: Telaah Filosofis Konsep Masalah Al-Mursalah Perspektif Al-Ghazali. *Jurnal Riset Rumpun Agama dan Filsafat*, 1(1), 30–56. DOI: <https://doi.org/10.55606/jurafi.v1i1.129>.
- [4] Maksun, M. (2022). Implementation of Al-Ghazali Masalah Concept In Islamic Economic Activities. *Salam: Jurnal Sosial Dan Budaya Syar-I*, 9(2), 481–490. DOI: <https://doi.org/10.15408/sjsbs.v9i2.24825>.
- [5] Muslim, M. H. (2023). Kedudukan Masalah Mursalah Menurut Imam Al-Ghazali. *Jurnal Al-Nadhair*, 2(1), 31–47. DOI: <https://doi.org/10.61433/alnadhair.v2i1.24>.
- [6] Ratna Pura, N., Agus Putra, P. A., & Rohmah Maulida, I. S. (2022). Analisis Masalah Mursalah Menurut Imam Al-Ghazali terhadap Peraturan Pemerintah No 36 Tahun 2021 Tentang Pengupahan. *Bandung Conference Series: Sharia Economic Law*, 2(2). DOI: <https://doi.org/10.29313/bcssel.v2i2.2655>.
- [7] Azwar, Z. (2016). Pemikiran Ushul Fikih Al-Ghazâlî Tentang Al-Masalah Al-Mursalah (Studi Eksplorasi Terhadap Kitab Al-Mustashfâ Min ‘Ilmi Al-Ushûl Karya Al-Ghazâlî). *Fitrah: Jurnal Kajian Ilmu-Ilmu Keislaman*, 1(1), 47–70. DOI: <https://doi.org/10.24952/fitrah.v1i1.327>
- [8] Muhayatsyah, A., & Muhayatsyah, A. (2020). Etika Bisnis Islam Dalam Perspektif Pemikiran Al-Ghazali. *At-Tijarah: Jurnal Penelitian Keuangan dan Perbankan Syariah*, 2(2), 84–104. DOI: <https://doi.org/10.52490/at-tijarah.v2i2.961>.
- [9] Khoiril Anam, Moch. (2022). Pengaruh Masalah Al-Mursalah dalam Ekonomi Islam. *Al-Ihda': Jurnal Pendidikan Dan Pemikiran*, 13(2), 190–206. DOI: <https://doi.org/10.55558/alihda.v13i2.17>.
- [10] Kusjuniati, K. (2019). Kesejahteraan Sosial Islami Sebuah Pemikiran Ekonomi Islam Imam Al-Ghazali. *Widya Balina*, 4(2), 1–8. DOI: <https://doi.org/10.53958/wb.v4i2.35>.
- [11] Aini, H. (2018). Pemikiran Ekonomi Islam Imam Al-Ghazali Tentang Uang dalam Perspektif Masalah Mursalah. *Jes (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 3(1). DOI: <https://doi.org/10.30736/jesa.v3i1.41>.
- [12] Lestari, N. (2019). Membangun Pasar Ekonomi Digital Perspektif Syariah. *Jurnal Labatila*, 1(02), 80–103. DOI: <https://doi.org/10.33507/lab.v1i02.81>
- [13] Tobing, I. F., & Marliyah, M. (2023). Peran Bisnis Online Terhadap Pasar Ekonomi Digital dalam Perspektif Syariah. *Ekonomi: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3(1), 5–14. DOI: <https://doi.org/10.58432/ekonom.v3i1.727>.

- [14]Zulni, D. A., & Achiria, S. (2020). Implementation of Islamic Business Ethics In Digital Wallet: Literature Review Approach. *Ekbis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3(1), 232. DOI: <https://doi.org/10.14421/ekbis.2019.3.1.1181> .
- [15]Qurniawati, E. F., Mardani, P. B., & Wulandari, H. (2024). The Circular Model of Some On Digital Public Relations Management of Universitas Islam Riau. *Profesi Humas*, 8(2), 216. DOI: <https://doi.org/10.24198/prh.v8i2.49088> .
- [16]Barizi, A., Rohmah, S., Kholish, M. A., & Hikmah, N. (2024). Islam, Visual Morality and Gender Identity In Cyberspace: The Agency, Controversy and Popular Piety Of Ria Risis. *Journal of Religion, Media and Digital Culture*, 13(1), 20–42. DOI: <https://doi.org/10.1163/21659214-bja10113> .
- [17]Regif, S. Y., Seran, M. S., Naif, I. Y., Pattipeilohy, A., & Saputri, L. (2023). Literasi Digital Ekonomi Hijau terhadap Pemberdayaan Umkm Desa di Kabupaten Langkat. *Jurnal Ilmu Politik dan Pemerintahan*, 9(1). DOI: <https://doi.org/10.37058/jipp.v9i1.6922>
- [18]Dewi, K. G. P. D., Dewi, A. A. I. K. G., & Nurak, A. P. N. (2023). Pkm Praktik Economy Digital dan Participatory Approach Untuk Penguatan Kelembagaan Paguyuban Pedagang Pasar Seni Sukawati. *Akuntansi dan Humaniora: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 48–58. DOI: <https://doi.org/10.38142/ahjpm.v2i2.738> .
- [19]Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *Jmd: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76. DOI: <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175> .
- [20]Auliah, S., Vidiati, C., Selasi, D., & Pratama, G. (2024). Peran Tranformasi Digital Dalam Pengembangan Pasar Modal Syariah di Indonesia. *Jurnal Sosial Teknologi*, 3(12), 1020–1025. DOI: <https://doi.org/10.59188/jurnalsostech.v3i12.1074> .
- [21]Fadillah, R., & Fasa, M. I. (2021). Digital Economic Transformation : Optimalisasi Ekonomi Digital Pasca Pandemi Covid-19 Pada Pelaku Umkm. *Jurnal Manajemen & Organisasi Review (Manor)*, 3(2), 123–135. DOI: <https://doi.org/10.47354/mjo.v3i2.303> .
- [22]Ismail, I. (2023). Transformasi Digital Pemasaran Kaffahisme Ekonomi Islam. *At-Tasyri': Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah*, 4(1), 51–62. DOI: <https://doi.org/10.55380/tasyri.v4i1.420> .
- [23]Syukri, A. U., & Sunrawali, A. N. (2022). Digital Marketing Dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. *Kinerja*, 19(1), 170–182. DOI: <https://doi.org/10.30872/jkin.v19i1.10207> .
- [24]Gentari, R. E., Muharam, H., Juanda, E., Wiguna, W., & Susanto, B. (2023). Upaya Peningkatan Motivasi dan Kemandirian Perekonomian Pengrajin Tas Melalui Digital Marketing di Ciboleger Baduy Banten. *Jurnal Altifani Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 114–120. DOI: <https://doi.org/10.25008/altifani.v3i1.328> .
- [25]Wilestari, M., Mujiani, S., Sugiharto, B. H., Sutrisno, S., & Risdwiyanto, A. (2023). Digitalisasi Dan Transformasi Bisnis: Perspektif Praktisi Muda Umkm Tentang Perubahan Ekonomi. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 12(2), 259–268. DOI: <https://doi.org/10.23887/jish.v12i2.61216> .
- [26]Yusida, E., Putra, F. N. M., & Sumarsono, H. (2021). Dampak Relokasi Pasar Tradisional Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Pedagang di Pasar Kertosono Kabupaten Nganjuk. *Ecoplan*, 4(1), 54–66. DOI: <https://doi.org/10.20527/ecoplan.v4i1.233> .
- [27]Rahayu, N., Agus Supriyono, I., & Mulyawan, E. (2022). Pembangunan Ekonomi Indonesia dengan Tantangan Transformasi Digital. *Adi Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, 4(1), 92–95. DOI: <https://doi.org/10.34306/abdi.v4i1.823> .
- [28]Nasution, E. Y., Hariani, P., Hasibuan, L. S., & Pradita, W. (2020). Perkembangan Transaksi Bisnis E-Commerce terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Jesya*, 3(2), 506–519. DOI: <https://doi.org/10.36778/jesya.v3i2.227> .
- [29]Rahma, I. (2020). Tolak Ukur Perbandingan Negara Indonesia 4.0 (Four Point Zero) Dengan Negara 5.0 (Five Point Zero). *Jurnal Sosial Humaniora Sigli*, 3(2), 213–219. <https://doi.org/10.47647/Jsh.V3i2.313>
- [30]Satria, D., Akbar, A. H. A., Nabila, A., & Kurniasari, R. (2023). Pelatihan Manajemen Media Sosial Bagi Wirausaha Muda Untuk Mendukung Umkm Lokal di Jawa Timur. *Jurnal Inovasi Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(2), 523–532. DOI: <https://doi.org/10.54082/jippm.169> .
- [31]Andriani, W. (2022). Penggunaan Metode Sistematis Literatur Review dalam Penelitian Ilmu Sosiologi. *Jurnal Ptk dan Pendidikan*, 7(2). DOI: <https://doi.org/10.18592/ptk.v7i2.5632> .
- [32]Luthifah, H., Fauzia, S. H., Fatira, V., & Ardi, A. (2023). Proses Penciptaan Manusia dalam Al Qur'an dan Relevansinya dengan Ilmu Sains. *Al-Alam: Islamic Natural Science Education Journal*, 2(2), 45–51. DOI: <https://doi.org/10.33477/al-alam.v2i2.4848> .
- [33]Shofiyah, Ziyadatus, And M. Lathoif Ghozali. Implementasi Konsep Masalah Mursalah Dalam Mekanisme Pasar. *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah* 6, No. 2 (December 3, 2021): Undefined-Undefined. DOI: <https://doi.org/10.24235/jm.v6i2.8031> .