

Tinjauan Maqoshid Syariah Pada Marketplace B2C di Indonesia (Studi di Halalpedia dan Bhineka)

Umi Kalsum

Universitas Terbuka Jambi

marketingbuku21@gmail.com

Abstract

This study aims to review the practice of buying and selling in several marketplaces with the B2C (business to customer) concept in Indonesia based on the maqoshid sharia aspect. The marketplace in question is Halalpedia and Bhinneka. Content analysis on the marketplace is used to describe the object of research, while the normative descriptive method is used to review the maqoshid sharia aspects. The results of the study show that in general both marketplaces are already support the maqoshid sharia aspect that consist of religion, soul, intellect, wealth and dignity but they are still left some issues in hifzul maal (wealth) such as transaction method and halal certification.

Keywords: marketplace, maqoshid sharia, B2C

PENDAHULUAN

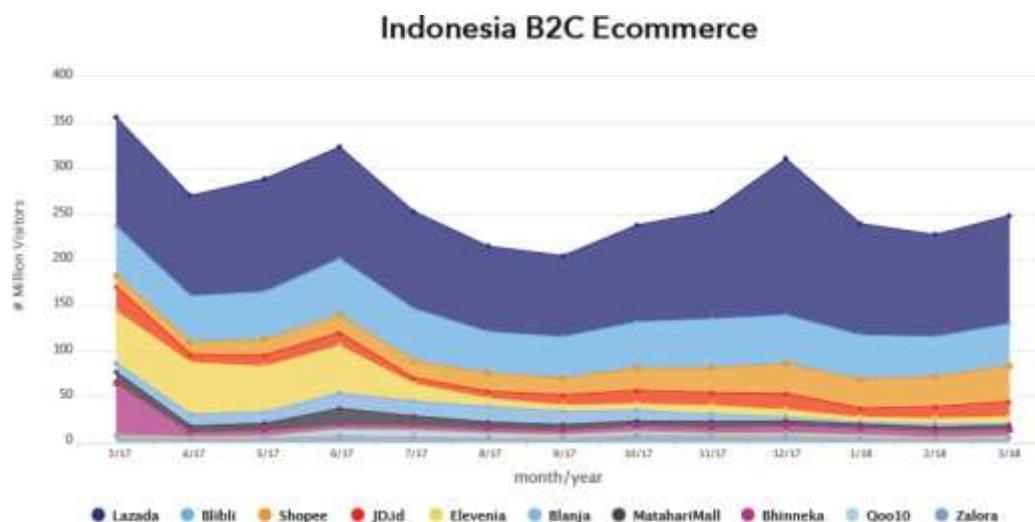
Latar Belakang Masalah

Untuk memenuhi kebutuhan hidup di dalam masyarakat melakukan transaksi jual beli. Transaksi jual beli di dalam perdagangan dapat timbul jika terjadi pertemuan antara penawaran dan permintaan terhadap barang yang dikehendaki. Apabila masyarakat atau konsumen mengalami ketidakadilan yang dilakukan oleh pelaku usaha, konsumen memiliki hak untuk mendapatkan perlindungan hukum guna melindungi hak-hak yang dimilikinya sebagai konsumen.

Dalam pandangan Islam, jual beli menjadi salah satu diskursus yang mendapatkan perhatian secara serius. Islam memberikan ketentuan yang cukup ketat dalam praktik perniagaan atau jual beli. Dalam pelaksanaan kegiatan jual beli, Islam sangat mengedepankan prinsip saling rela (ridha) dan juga menghindari riba, sebagaimana firman Allah dalam QS alBaqarah ayat

275. Al-Qur'an sebagai sumber hukum Islam telah mengatur secara eksplisit mengenai pokok-pokok kegiatan jual beli. Al-Qur'an sangat mendorong dan memberikan motivasi kepada umat Islam untuk melakukan perniagaan dalam kehidupan mereka. Di saat yang sama, al-Qur'an juga memberikan pengakuan dan legitimasi atas kegiatan perniagaan serta memberikan kaidah-kaidah dasar yang dapat dijadikan sebagai rujukan dalam kegiatan jual beli.

Perkembangan saat ini semakin maju merupakan salah satu faktor pendorong hadirnya e-commerce atau biasa disebut dengan transaksi jual beli online. Transaksi jual beli online saat ini berkembang pesat, diantaranya adalah melalui apliksi Halalpedia dan Bhineka yang merupakan marketplace dengan system B2C (Business to Consumer). Marketplace dengan konsep B2C berada dikeas nomor 2 setelah marketpacle C2C yang merupakan leader dalam platform marketplace di Indonesia, hal itu karena konsep C2C melibatkan penjual dan pembeli sedangkan marketplace B2C hanya melibatkan 1 penjual dan banyak pembeli sehingga nilai traksaksi ebih rendah dari C2C.



Gambar 1. Jumlah Visitor Marketplace B2C di Indonesia (Dailysocial.id)

Data diatas menunjukkan Lazada berada di urutan pertama untuk kategori B2C, namun perkembangannya kini shope dan Lazada sudah beralih ke pola C2C. Praktis Bli-Bbli menemati posisi pertama. Konsep B2C Memiliki keunikan diantaranya kepastian dari barang yang akan dibeli konsumen baik kualitas, orisinalitas, pelayanan terpadu sperti dimall dan fasilitas pengiriman yang professional, karena semuanya diilakukan oleh pihak marketplace selaku penjual. Berbeda dengan marketplace C2C yang melibatkan banyak penjual sehingga analisis praktik maqoshid syariah dari sisi penjual cukup sulit dilakukan. Maka dari itu peneliti tertarik untuk mengkaji aspek penerapan maqoshid syariah dari berbagai marketplace B2C diatas. Studi kasus yang di Ambil adalah Bhineka dan Halalapedia.

TINJAUAN PUSTAKA

Maqoshid Syariah

Maqoshid syariah adalah tujuan-tujuan syariat dan rahasia-rahasia yang dimaksudkan oleh Allah dalam setiap hukum dari keseluruhan hukum- Nya. Inti dari tujuan syariah adalah merealisasikan kemaslahatan bagi

manusia dan menghilangkan kemudharatan, sedangkan mabadi'(pokok dasar), yakni memperhatikan nilai-nilai dasar Islam, seperti keadilan, persamaan, dan kemerdekaan. Maqoshid syariah atau mashlahat dhuriyyah merupakan sesuatu yang penting demi terwujud kemaslahatan agama dan dunia. Apabila hal tersebut tidak terwujud maka akan menimbulkan kerusakan bahkan hilangnya hidup dan kehidupan. (Ahmad Al-Mursi Husain Jauhar, 2017). Beliau memaparkan secara utuh dan gamblang tentang gambaran konsep maqoshid syariah dan dijelaskan pula lima pokok kemaslahatan menurut peringkat dan tingkat kepentingan dan kebutuhannya.

Menurut Imam Asy-Syatibi, kemashlahatan memiliki tiga tingkatan kebutuhan yang terdiri dari dhahuriyyah, hajiiyah, dan tahsiniyyah. Adapun penjelasannya sebagai berikut.

1. Dhahuriyyah. Konsep dhahuriyyah ini sebanding dengan konsep primer dalam tingkat kebutuhan manusia. Adapun tujuan dari kemashlahatan dhahuriyyah adalah untuk memelihara kebutuhan dasar bagi kehidupan manusia, yaitu memelihara agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. (Ismanto, 2016)

2. Hajiiyah. Konsep ini sebanding dengan kebutuhan sekunder dalam tingkat kebutuhan manusia. Kebutuhan hajiiyah tidak sebesar dhahuriyyah, akan tetapi hanya menghindarkan manusia dari kesulitan dalam hidup. Jika kemashlahatan ini tidak terpelihara, maka tidak akan mengancam eksistensi kelima pokok kemashlahatan (agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta), tetapi hanya akan menimbulkan kesulitan. (Ismanto, 2016)

3. Tahsiniyyah. Konsep ini dapat disamakan dengan kebutuhan tersier. Adapun makna dari kemashlahatan tahsiniyyah adalah mengambil sesuatu yang lebih baik dari yang baik menurut adat kebiasaan dan menjauhi dari hal buruk yang tidak dapat diterima oleh akal sehat.

Jika kemashlahatan ini tidak terpenuhi, maka tidak akan memengaruhi keselamatan dan tidak akan menimbulkan kesulitan bagi kehidupan manusia. (Ismanto, 2016) Tujuan hukum Islam (maqoshid syariah) dapat diuraikan menjadi 5 (lima) tujuan yang biasa disebut al-maqashid al- khamsah atau al-kuliyyah al-Khamsah. 5 (lima) tujuannya itu sebagai berikut:

1. Hifdz ad-Diin (menjaga agama). Agama merupakan sesuatu yang harus dimiliki oleh manusia dengan pengakuan iman yaitu mengucapkan kalimat syahadat, melaksanakan sholat, menunaikan zakat, berpuasa, haji, serta mempertahankan kesucian agama.

2. Hifdz an-Nafs (menjaga jiwa). Menjaga jiwa untuk menjauhi manusia dari pembunuhan, penganiayaan, penipuan, dan lain sebagainya.

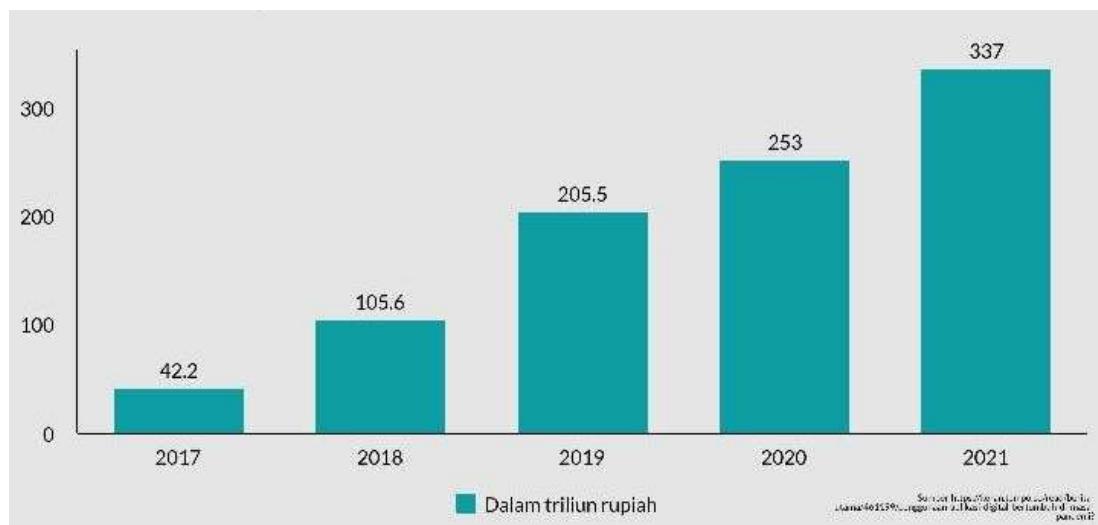
3. Hifdz al-'Aql (menjaga akal). Akal dijaga dari hal yang merusak akal tersebut perlu dijauhi, seperti meminum khamr, karena meminum khamr dapat merusak akal dan dapat menghilangkan akal manusia.

4. Hifdz an-Nasl (menjaga keturunan). Islam sudah mengatur dengan sedemikian rupa mengenai penjagaan terhadap keturunan, Islam melarang perzinahan, serta perbuatan lainnya yang dapat menyebabkan perzinahan.

5. Hifdz al-Mal wa al-'Irdh (menjaga harta benda dan kehormatan). Contohnya adalah dengan pengakuan hak pribadi, pengaturan muamalah seperti jual beli, sewa menyewa, gadai, serta pengharaman riba, larangan penipuan, larangan mencuri, dan lain sebagainya.

Ecommerce

E-commerce merupakan aktivitas penyebaran, penjualan, pembelian, pemasaran produk (barang dan jasa), dengan memanfaatkan jaringan internet. Pembeli dan Penjual harus bertemu langsung karena semua dimudahkan lewat transaksi melalui internet baik dari menawarkan barang, memilih barang, melakukan validasi dan pembayaran hingga pemilihan jasa kurir yang akan mengantarkan kerumah.



Gambar 2. Proyeksi Transaksi E Commerce 2017-2021 (Tempo.co)

Dilansir dari Tempo. Co hingga tahun 2021, terjadi Peningkatan jumlah nilai transaksi e-commerce di Indonesia mengalami peningkatan dimana pada tahun 2017 lalu mencapai Rp 42,2 triliun. Angka ini meroket lebih dari 800% 5 tahun kemudian di tahun 2021 mencapai Rp 337 triliun. Hal ini membuktikan bahwa bisnis e-commerce semakin menjanjikan. Pertumbuhan pesat bisnis e-commerce ini disebabkan beberapa keunggulan diantaranya pilihanharga yang banyak dan bisa membandingkan harga antara satu toko dengan lainnya hanya lewat layer Hp, selain itu system rating dan testimoni juga meningkatkan kepercayaan konsumen pada online shop.

Peningkatan bisnis e-commerce ini diharapkan juga bisa membantu perkembangan usaha para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). E-commerce dapat menjadi peluang besar untuk pelaku UMKM untuk mengembangkan bisnisnya serta memungkinkan UMKM melakukan pemasaran dengan tujuan pasar global, sehingga berpeluang menembus ekspor. (Karyati, 2019)

Marketplace

Marketplace merupakan model bisnis baru yang berkembang seiring pesatnya perkembangan teknologi informasi. Marketplace adalah versi lain toko dalam bentuk virtual. Memeliki banyak pembeli dan penjual jika diibaratkan marketplace adalah pasar virtual. Kelebihan yang dimiliki oleh marketplace adalah konsumen dapat melakukan komunikasi dan tawar menawar dengan penjual sama halnya seperti di pasar konvensional.

Sistem penjualan berbasis marketplace merupakan kegiatan transaksi bisnis yang dilakukan secara online dengan cukup praktis tanpa mengeluarkan biaya transportasi atau hal lainnya yang dilakukan secara langsung dan cukup melakukan transaksi bisnis melalui hp, laptop, atau alat telekomunikasi lainnya. Marketplace juga dapat menunjukkan banyaknya pengaruh yang berdampak positif baik bagi pengguna dalam mencari informasi maupun untuk kegiatan bisnis. Perkembangan kian memuncak di saat pandemic dimana masyarakat dianjurkan untuk melakukan social distancing. Marketplace juga memiliki segmentasi penerapan yang luas secara garis besar, marketplace diterapkan untuk melaksanakan aktivitas ekonomi *business to business, business to customer, and customer to customer*.

Menurut Yustiani dan Yunanto, (2017) marketplace dapat enurangi beban biaya operasional dan biaya promosi perusahaan. Namun diantara kekeuangannya adalah perang harga dan sulit untuk mem membuat citra perusahaan terutama pemain baru.

Penelitian Terdahulu

Humaizi et al (2020) meneliti motif konsumen menggunakan layanan marketplace hasilnya menunjukkan motif utama adalah infomasi produk yang komprehensif, hiburan dan teraksi social sedangkan motif kenyamanan dan ekonomi memiliki hubungan yang negatif. Sedangkan Ruslang (2021) meneliti para seller di shopee yang sampelnya ternyata sudah memenuhi aspek maqoshid yang lima.

Nobiansyah (2020) meneliti salah satu toko online islami duniahalal.com hasilnya penerapan prinsip syariah dalam marketplace Duniahalal.com PT Galaksi Dunia Halal belum sepenuhnya syariah masih ditemukan beberapa produk yang tidak bersertifikasi halal, dimana kesiapan dari marketplace ini belum tercipta untuk menerapkan prinsip syariah secara keseluruhan. Sedangkan Diniarti et al, (tt) menyarankan agar marketplace punya list indicator penerapan Syariah dalam kegiatan transaksi bisnisnya,

Dari beberapa penelitian diatas belum ada penelitian yang secara spesifik membahas marketplace B2C khususnya Bhineka dan Halalpedia. Kebanyakan membahas marketplace C2C yang sudah cukup mapan yaitu shopee, Tokopedia dan buka lapak. Maka research gap penelitian kami ada pada objek penelitian yang terfokus pada operasional marketplace B2C ditinjau dari aspek maqoshid syariah.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif. Jenis data yang digunakan merupakan data sekunder dengan mengumpulkan data melalui sumber data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif yang mengulas secara komprehensif terkait marketplace halal produk Halalpedia disekitar masyarakat, dan analisis normatif yang mengacu pada konsep hukum Islam yang berkaitan dengan maqoshid syariah. Maqoshid syariah yang digunakan adalah versi Syatibi.

Sampel yang diambil adalah marketplace B2C dengan focus pada Bhineka sebagai salah satu pemain lama di marketplace B2C dan Halal pendia sebagai pemain baru dalam marketplace yang focus pada penjualan barang- barang saja. 2 sampel tersebut dipilih untuk dilakukan analisis komprataif pada pemain lama dan baru sehingga dapat dilihat perbedaananya secara signifikan dan dapat menghasilkan saran yang baik bagi kedua kategori marketplace tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Marketplace

1. Halalpedia

Halalpedia yang merupakan marketplace digital berbasis halal mulai untuk memenuhi kebutuhan umat muslim di Indonesia. Halalpedia dimulai berdasar dari keinginan menyebarkan suatu hal yang baik untuk meraih keberkahan, juga membangun fintech syariah dengan mengembangkan prinsip-prinsip halal untuk pemerataan ekonomi umat dan memberikan kemudahan, kenyamanan, dan keamanan bagi penggunanya.

PT. Halalpedia Indonesia adalah perusahaan teknologi Indonesia dengan visi pemerataan usaha kecil mikro menengah produk buatan lokal yang halal di Indonesia secara digital. Halalpedia membantu para jutaan UMKM dengan produk lokal Indonesia melalui bisnis marketplace yang berbasis halal. Serta Halalpedia menjadi sarana untuk masyarakat lebih mudah dan memberikan kenyamanan mendapatkan produk halal. Halalpedia memiliki misi untuk memenuhi keperluan umat muslim di Indonesia akan produk halal dan memberikan ketenangan hati untuk setiap muslim yang ingin mengonsumsi dan mendapatkan produk halal tanpa takut dengan

kandungan di dalam produk tersebut. Halalpedia juga memberikan kenyamanan dalam pengalaman berbelanja dengan syariat Islam.

Tujuan didirikannya Halalpedia ini salah satunya memberi manfaat, menyebarkan manfaat untuk seluruh umat muslim di Indonesia dengan banyaknya nilai positif dari halaman ini. Kehadiran Halalpedia diharapkan memberikan manfaat baik untuk para pengguna, baik dalam membeli atau berjualan. Halalpedia percaya, manfaat baik akan memberikan berkah kebaikan untuk semua. Itulah mengapa, manfaat dalam Halalpedia sangat diutamakan untuk semua orang.

Dengan banyaknya manfaat tersebut bagi umat muslim di Indonesia, marketplace ini sudah digunakan oleh 87% umat muslim di Indonesia sebanyak 6000+ pengguna aktif dan 1000+ penjual dengan 100% produk-produk halalnya. Halalpedia memiliki sejumlah program unggulan yang dapat membantu memulihkan kembali perekonomian keluarga di Indonesia. Berbagai kemudahan dihadirkan baik untuk para pelaku usaha maupun para konsumen. Beberapa keunggulan Halalpedia antara lain tersedia di website, aplikasi Android serta iOS (muslimtravelnews, 2021).

Selain itu acara juga menampilkan penandatanganan kerja sama antara Halalpedia dan Stakeholder Halal. Salah satu diantaranya menumbuhsuburkan kegiatan sosial enterprise atau social ventures yang pada tahap awal bekerja sama dengan Yayasan Amal Khair Yasmin. Yayasan ini menerima donasi barang dan menjualnya melalui Halalpedia, dan hasil penjualannya digunakan untuk membiayai pendidikan gratis berkualitas bagi yang tidak mampu (wartakota.tribunnews, 2021). Umat Islam dilindungi oleh lembaga yang secara khusus bertugas untuk mengaudit produk-produk yang dikonsumsi oleh Umat Islam di Indonesia. Lembaga ini adalah Lembaga Pengawasan dan Peredaran Obat dan Makanan Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI). Lembaga ini mengawasi produk yang beredar di masyarakat dengan cara memberikan sertifikat halal sehingga produk yang telah memiliki sertifikat halal tersebut dapat memberi label halal pada produknya (MUI, 2016). Kemudian di tahun 2017, diresmikan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) melalui ketentuan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Setelah beroperasinya BPJPH, peran dan kewenangan MUI tetap penting dan strategis, yaitu memberikan fatwa penetapan kehalalan suatu produk yang kemudian disampaikan kepada BPJPH sebagai dasar untuk penerbitan sertifikat halal (Sulistiani, 2018).

2. Marketplace Bhineka

Bhinneka Bisnis telah melayani Indonesia sejak tahun 1993, dan Jauh sebelum munculnya e-commerce baru yang menerapkan konsep O2O (Online To Offline, Bhinneka Bisnis merupakan persahaan e-commerce pertama yang menawarkan konsep omnichannel dengan menyediakan berbagai channel untuk memberikan pengalaman belanja online yang nyaman bagi pelanggan. Toko online dari Bhinneka Bisnis lahir di tengah situasi krisis

moneter, yaitu pada tahun 1999, dan kemudian pembukaan jaringan toko offline Bhinneka Store dimulai pada tahun 2001. Bhinneka Bisnis kini menjangkau ke berbagai kota-kota besar di Indonesia, seperti Jakarta, Cibinong, Surabaya, dan masih akan terus berkembang. Fungsinya tidak hanya untuk menjual, akan tetapi juga menjadi titik kontak untuk menyediakan layanan produk. Sebagai pionir dalam industry e-commerce Indonesia, Bhinneka Bisnis telah melakukan banyak inovasi dalam menyediakan produk dan layanannya, terutama dalam kategori 3C; Computer/IT, Communication Technology, dan Consumer Electronics. Berikut penulis lampirkan ilustrasi dari perjalanan Bisnis Marketplace Bhineka yang penulis ambil langsung dari website resmi Bhinneka Bisnis.



Gambar 3. Transformasi Bisnis Bhineka dari tahun ke tahun

TINJAUAN MAQOSHID SYARIAH

Penerapan Maqoshid Syariah pada Marketplace Halalpedia

A. Menjaga Agama (Hifzh Diin) Menjaga agama dalam penggunaan marketplace Halalpedia adalah ketika seseorang memilih atau menggunakan berbagai produk dalam kehidupannya dengan yang halal. Pelayanan dalam bentuk marketplace ini memberikan pendekatan umat muslim dalam penggunaan produk yang dianjurkan oleh Allah SWT. Sesuai dengan perintah Allah SWT pada firmannya, yakni QS. Al Baqarah ayat 168 – 169 yang artinya, “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu. Sesungguhnya syaitan itu hanya menyuruh kamu berbuat jahat dan keji, dan mengatakan terhadap Allah apa yang tidak kamu ketahui.”.

Dengan mengonsumsi produk-produk halal, seseorang akan mendapat pahala dan keberkahan atas menunaikannya perintah Allah SWT. Maka akan tegaklah agama atau diin seseorang tersebut dalam pengonsumsian produk halal. Juga telah diresmikannya Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) melalui ketentuan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang

Jaminan Produk Halal sebagai dasar untuk penerbitan sertifikat halal pada produk yang telah menjamin nilai-nilai dan aturan agama.

B. Menjaga Jiwa (Hifzh Nafs) Dalam pengonsumsian produk-produk Halalpedia, umat muslim akan terjaga dari produk-produk haram yang dapat merugikan jiwa seseorang. Islam melindungi seluruh umat manusia, maka dalam rangka menjaga keselamatan jiwa manusia dari pengonsumsian produk haram, Halalpedia memberikan pelayanan yang dianjurkan oleh Allah SWT. Seperti hal nya penjualan makanan yang baik yang dibolehkan memakannya menurut ajaran Islam, yaitu sesuai dalam Al Qur'an dan Hadits. Yang dalam pengertiannya adalah segala makanan yang dapat membawa kesehatan bagi tubuh, dapat menimbulkan nafsu makan, dan tidak ada larangan dalam Al Qur'an maupun hadits. Hal lain, yaitu penjualan beautycare yang baik menurut ajaran Islam, tidak mengandung komposisi haram dalam produknya yang akan membawa seseorang pada kesehatan dan keamanan jiwanya.

C. Menjaga Akal (Hifzh Aql) Tujuan menggunakan produk halal salah satunya adalah pembelajaran. Pembelajaran pada memilih produk yang tidak merusak akal seseorang. Hal ini termasuk pada proses pemeliharaan akal seseorang dengan meningkatkan pemahaman mengenai halal haramnya suatu produk. Termasuk pada upaya penghindaran seseorang pada pengonsumsian produk haram yang mengakibatkan hilangnya fungsi akal. Seperti pada makanan atau minuman pada Halalpedia ini, seseorang akan terhindar dari makanan atau minuman yang mengandung komposisi haram atau hal yang akan merusak akal seseorang.

D. Menjaga Keturunan (Hifzh Nasl) Pada penggunaan Halalpedia ini, akan membantu seseorang dalam menjaga keturunannya. Artinya, ketika seseorang menggunakan produk halal, maka akan mencetak keturunan yang sehat, cerdas, dan kuat untuk bangsa dan agama. Ditambah dengan adanya peresmian BPJPH yang menerbitkan sertifikat halal pada produk di marketplace ini, membuat seseorang tidak akan ragu atas kandungan-kandungan pada produk yang dijual. E. Menjaga Harta (Hizfh Maal) Halalpedia memberikan pelayanan jual beli dengan tujuan menjalankan syariat agama. Yang didalamnya berupa transaksi tanpa adanya riba, penipuan, korupsi, dan sebagainya agar seseorang mendapatkan atau memperoleh harta, rezeki, maupun keberkahan dari Allah SWT dengan proses yang bersih dari keharaman. Allah SWT berfirman pada QS. An Nisa' ayat 29 yang artinya, "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.". Sesuai dengan syariat Islam yang membolehkan manusia untuk bermuamalah dengan yang halal. Dan pihak penjual disini berupaya untuk memproduksi produknya dengan bahan baku yang baik dan

halal. Selain itu, marketplace ini juga memiliki fitur donasi yang akan menjaga harta seseorang sebagai amalnya.

Penerapan Maqoshid Syariah Pada Marketplace Bhineka

Tujuan dari maqoshid syariah adalah menetapkan hukum untuk mencapai mashlahah. Mashlahah dibagi menjadi tiga tingkatan, yaitu dhahuriyyah, hajiyyah, dan tafsiniyyah. Kewajiban melaksanakan akad pada saat bertransaksi merupakan mashlahah dhahuriyyat, karena sifatnya wajib dan sangat penting. Jika tidak terjadi akad, maka tidak akan terjadi jual beli. Sistem yang memperbaiki transaksi pasar atau e-commerce adalah mashlahah hajiyyat yang mengacu kepada akad jual beli.

Sedangkan mashlahah tafsiniyyat lebih kepada etika serta tata krama saat melakukan transaksi penjualan. (Masruroh, 2020) Pembahasan lain yang akan penulis paparkan adalah terkait dengan al-maqoshid al khamsah, yaitu antara lain.

1. Hifdz ad-Diin (menjaga agama). Maksud dari hifdz ad-diin di sini adalah kepatuhan penjual ataupun pembeli terhadap agama dengan tidak menjual barang atau komoditi yang dilarang oleh agama, tidak melakukan penipuan, tidak melakukan judi, dan perilaku lainnya yang dapat membahayakan agama si penjual ataupun pembeli. Berdagang di pasar ataupun di e-commerce harus berpedoman pada al-Qur'an, Hadits, dan ijma'. Pada hal ini, pihak Bhinneka Bisnis melarang penjualnya untuk melakukan perilaku yang tidak terpuji. Bhinneka Bisnis mewajibkan para penjualnya untuk menerapkan nilai-nilai agama seperti kejujuran, keadilan, dan bersifat transparan kepada pembelinya.

2. Hifdz an-Nafs (menjaga jiwa). Bentuk dari menjaga jiwa dapat berupa pemenuhan kebutuhan akan makanan, minuman, dan pakaian. Seorang penjual melindungi atau menjaga jiwa dengan melakukan akad jual beli dengan menciptakan perilaku sukarela tanpa adanya paksaan, serta tidak menjual atau membeli benda dan komoditi lain yang mengancam nyawa pembeli, seperti sajam (senjata tajam), senjata api, dan lain sebagainya. Dalam hal ini, Bhinneka Bisnis menyediakan fitur chat (komunikasi antara penjual dan pembeli) secara real-time agar para pembeli dapat berdiskusi terlebih dahulu terkait produk yang akan dibelinya, karena dalam beberapa kasus ada penjual yang tidak memberikan deskripsi produk dan tidak menggunakan gambar asli, sehingga hal tersebut dapat menimbulkan kekecewaan konsumen.

3. Hifdz al-'Aql (menjaga akal). Allah Subhanahu Wata'ala telah malarang segala sesuatu yang dapat menyebabkan hilangnya akal sehat, salah satu di antaranya adalah meminum khamr (minuman keras). Pihak Bhinneka Bisnis melarang para penjualnya untuk menjual barang atau komoditi yang serupa dengan khamr, seperti narkoba, sabu-sabu, dan barang haram lainnya. Artinya pada hal ini, Bhinneka Bisnis sudah sejalan dengan maqoshid syariah.

4. Hifdz an-Nasl (menjaga keturunan). Agama Islam telah mengatur mengenai pergaulan antara laki-laki dan perempuan, dan pada aspek menjaga keturunan ini, Bhinneka Bisnis melarang para penjualnya untuk menjual barang atau komoditi yang mendekatkan kepada perzinahan, baik berupa gambar, video, DVD, dan hal berbau pornografi lainnya. Artinya dalam hal ini pun, pihak Bhinneka Bisnis sudah sejalan dengan maqoshid syariah, yaitu menjaga para pembelinya dari perbuatan asusila yang dapat menimbulkan kemudharatan (perzinahan).

5. Hifdz al-Maal (menjaga harta). Allah Subhanahu Wata'ala berfirman dalam QS. Al Maidah ayat 88.

Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezekikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.” (QS. Al-Maidah: 88).

Allah Subhanahu Wata'ala mewajibkan seluruh hamba-Nya untuk memperoleh harta dengan cara yang halal, dan dalam hal ini, pihak Bhinneka Bisnis melarang para penjualnya untuk memperdagangkan barang dagangannya dengan jalan yang terlarang, baik zat barangnya ataupun cara memperdagangkannya yang secara jelas dilarang oleh agama. Bhinneka Bisnis memberikan opsi kepada pembeli untuk melakukan pengembalian barang jika barang yang diterimanya terdapat kerusakan.

Tinjauan Mashlahah dan Mafsadah

Mashlahah pada Halalpedia dan Bhineka sudah menerapkan kaidah-kaidah dan perintah Allah SWT terhadap produk-produk yang dijualnya, berupa keamanan dalam pengonsumsinya dan memberikan manfaat bagi kehidupan sehari-hari seorang muslim. LPPOM MUI telah memberikan kemudahan dalam setiap produk yang diproses untuk mendapatkan sertifikasi halal, sehingga pihak penjual pada marketplace ini dapat meyakinkan pihak pembeli untuk mengonsumsinya.

Halalpedia dan Bhineka ini sudah sesuai dengan maqoshid syariah menurut Syatibi pada rumusan kebutuhan manusia dalam Islam melalui Adh Dharuriyyah Al Khamsah, yaitu menjaga agama (hifzh diin), menjaga jiwa (hifzh nafs), menjaga akal (hizfh aql), menjaga keturunan (hifzh nasl), dan menjaga harta (hifzh maal). Tak luput dari mafsadahnya, Halalpedia mungkin melakukan hal yang mubazir pada produk makanannya dikarenakan stok yang menumpuk yang kemudian sudah melewati tanggal batas pengonsumsinya. Begitu pula hal nya pada kosmetik ataupun beautycare yang dijual, dikarenakan stok yang terjual masih sedikit mengakibatkan sisa stok yang banyak dan sudah terlewati waktu pengonsumsinya. Selain itu metode transaksi dan keamanan juga menjadi isu dalam hifzul maal karena masih terdapat metode transaksi ribawi dan manajemen after sale yang masih belum optimal.

SIMPULAN

Hasil penelitian diatas menunjukkan bahwa marketplace halal seperti Halalpedia ini sudah sesuai dengan kaidah dan aturan dalam syariat Islam. Marketplace ini sangat dibutuhkan oleh umat muslim di dunia, terutama di Indonesia. Produk-produk yang dijualnya sudah mendapatkan label halal dari LPPOM MUI. Hal ini membuat keyakinan umat muslim dalam penggunaan Halalpedia sebagai media pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Ditinjau dari maqoshid syariah menurut Syatibi, Halalpedia sudah memenuhi lima (5) kriteria kebutuhan manusia, yakni menjaga agama (hifzh diin), menjaga jiwa (hifzh nafs), menjaga akal (hizfh aql), menjaga keturunan (hifzh nasl), dan menjaga harta (hifzh maal).

Untuk Marketplace Bhinneka sudah berusaha memberikan pelayanan yang terbaik untuk para pembelinya. Dalam penerapan maqoshid syariah, pertama dalam aspek menjaga agama, Bhinneka Bisnis berusaha melindungi keyakinan agama konsumennya dengan tidak menjual barang atau komoditi yang melanggar keyakinan agama. Kedua, dalam aspek menjaga jiwa, Bhinneka Bisnis sudah menerapkan peraturan untuk tidak menjual produk yang dapat membahayakan nyawa pembelinya. Ketiga, dalam aspek menjaga akal, Bhinneka Bisnis melarang penjualnya untuk menjual produk yang diharamkan oleh agama, seperti minuman keras, dan segala sesuatu yang dapat merusak akal lainnya. Keempat, dalam aspek menjaga keturunan, pihak Bhinneka Bisnis telah mengeluarkan peraturan untuk tidak menjual produk yang dapat menjerumuskan pembelinya kepada perilaku seksual, serta perilaku tidak etis lainnya, dan yang terakhir adalah aspek menjaga harta, Bhinneka Bisnis melarang penjualnya untuk menjual barang hasil curian, dan memberikan opsi kepada pembelinya untuk mengajukan pengembalian jika barang yang sampai tidak sesuai atau terdapat kerusakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Al-Mursi Jauhar H, 2017 https://perpustakaan.mahkamahagung.go.id/slims/pasumedang/index.php?p=show_detail&id=41
- Bakar, Abu, Pratami, Arifa, & Sukma, Aji Pribadi. (2021). ANALISIS FIQIH INDUSTRI HALAL. *Jurnal Taushiah FIA UISU*.
- Bhinneka. (n.d.). Tentang Bhinneka Bisnis. Retrieved from Tentang Bhinneka Bisnis: <https://bisnis.bhinneka.com/info/tentang-kami>
- Chollisni, Atiqi & Damayanti, Kiki. (2016). Analisis Maqashid Al-Syari'ah Dalam Keputusan Konsumen Memilih Hunian Islami Pada Perumahan Vila Ilhami Tangerang. *Jurnal Islaminomic*.
- <https://mediaindonesia.com/ekonomi/389025/halalpedia-siap-dukung-gaya-hidup-halalmasyarakat-indonesia>
- <https://wartakota.tribunnews.com/2021/03/06/hadir-sebagai-marketplace-baru-ditengahpandemi-halalpedia-diluncurkan>

- <https://www.idxchannel.com/economics/marketplace-halal-jadi-strategi-pemerintah-dukungekonomi-kreatif>
- Humaizi et al, 2020. The Use of Online Marketplace Websites in Indonesia: A Study of Consumers' Motives and Gratification. Journal iJIM – Vol. 14, No. 7. Pp 133-148
- Ismanto, K. (2016). Asuransi Perspektif Maqashid Asy-Syari'ah. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Karyati, 2019. E-Commerce untuk UMKM Dan Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. Dikutip dari <https://bppk.kemenkeu.go.id/content/berita/pusdiklat-keuangan- umum-ecommerce-untuk-umkm-dan-pertumbuhan-ekonomi-indonesia- 2019-11-05-ebe6e220/>
- Masruroh. (2020). Analisis Maqashid Syariah Imam Haramain dalam Etika Bisnis eCommerce Melalui Marketplace (Studi Kasus Marketplace Shopee.co.id). *Jurnal Perbankan Syariah dan Ekonomi Syariah*, 12.
- Nobiasyah. 2020. Implementasi Bisnis E Commerce Dalam Perspektif Syariah Pada PT Galaksi Dunia Halal.. Skripsi Fakultas Syariah UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Nurdin, Muhammad Syarif & Rahman, Yusdani. (2021). Sertifikasi Produk Halal oleh BPJPH DIY dengan Pendekatan Ekonomi Politik Perspektif Maqasid Syariah. *EQUILIBRIUM*.
- Rahayuningsih, Eka & Ghozali, M. Lathoif. (2021). Sertifikat Produk Halal dalam Perspektif Mashlahah Mursalah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*.
- Ruslang. 2021. Etika Bisnis Seller BErdasarkan Maqoshid Syariah Dalam Mewujudkan Sustainabilitas Ecommerce Shopee. Tesis Pascasarjana UIN Alauddin Makassar.
- Sulistiani, Siska Lis. (2018). Analisis Maqoshid Syariah Dalam Pengebangan Hukum Industri Halal di Indonesia *Jurnal Law and Justice*.
- Yustiani dan Yunanto, 2017. Peran Marketplace Sebagai Alternatif Bisnis di Era Teknologi Informasi. *Jurnal Komputa* 6 (2) pp 43-48
- Subekti, A., Tahir, M., Mursyid, & Nazori, M. (2022). the Effect of Investment, Government Expenditure, and Zakat on Job Opportunity With Economic Growth As Intervening Variables. *Journal of Southwest Jiaotong University*, 57(3), 102–112. <https://doi.org/10.35741/issn.0258-2724.57.3.9>
- Rosmanidar, E., Hadi, A. A. Al, & Ahsan, M. (2021). Islamic Banking Performance Measurement: a Conceptual Review of Two Decades. *International Journal of Islamic Banking and Finance Research*, 5(1), 16–33. <https://doi.org/10.46281/ijibfr.v5i1.1056>
- Nengsih, T. A., Bertrand, F., Maumy-Bertrand, M., & Meyer, N. (2019). Determining the number of components in PLS regression on incomplete data set. *Statistical Applications in Genetics and Molecular Biology*, November. <https://doi.org/10.1515/sagmb-2018-0059>
- Hardi, E. A., Masnidar, M., & Anita, E. (2022). Philanthropy and Sustainable Compassion: An Evidence of Charity Activism in Alumni Association of Islamic Boarding School. *INFERENSI: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 15(2), 337–360. <https://doi.org/10.18326/infsl3.v15i2.337-360>

As'ad, A., & Firmansyah, F. (2022). A New Paradigm on Human Resources Management in State Islamic University. *AL-ISHLAH: Jurnal Pendidikan*, 14(1), 71–84. <https://doi.org/10.35445/alishlah.v14i1.1>