
PEMAHAMAN MASYARAKAT TERHADAP JUAL BELI ONLINE
(Studi Kasus di Desa Piasan Kecamatan Siantan Utara, Kabupaten
Kepulauan Anambas, Provinsi Kepulauan Riau)

Kusnan Imran¹, Madnur², Muhammad Iqbal³

1,2,3 Sekolah Tinggi Agama Islam Al Qudwah Depok

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pemahaman masyarakat Desa Piasan, Kecamatan Siantan Utara, Kabupaten Kepulauan Anambas, terhadap jual beli online. Pendekatan kualitatif digunakan dalam penelitian ini dengan metode wawancara mendalam dan observasi partisipatif sebagai instrumen utama pengumpulan data. Informan yang terlibat dalam penelitian ini dipilih secara purposif, terdiri dari berbagai latar belakang demografis yang aktif bertransaksi secara online.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman masyarakat Desa Piasan terhadap jual beli online bervariasi, tergantung pada faktor-faktor seperti tingkat literasi digital, pengalaman pribadi dalam menggunakan platform e-commerce, dan akses terhadap informasi terkait keamanan transaksi. Beberapa informan menunjukkan pemahaman yang baik mengenai proses jual beli online, termasuk pengetahuan tentang platform yang aman dan kebijakan pengembalian barang. Namun, ada juga yang masih merasa khawatir mengenai keamanan data pribadi dan potensi penipuan.

Penelitian ini mengidentifikasi beberapa tantangan utama yang dihadapi masyarakat dalam beradaptasi dengan jual beli online, seperti konektivitas internet yang terbatas dan kurangnya edukasi mengenai teknologi digital. Selain itu, penelitian ini juga menemukan adanya potensi besar bagi masyarakat untuk mengembangkan usaha kecil melalui platform online, asalkan didukung oleh pelatihan dan peningkatan literasi digital.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa meskipun masyarakat Desa Piasan sudah mulai memahami dan memanfaatkan jual beli online, masih diperlukan upaya lebih lanjut untuk meningkatkan pemahaman mereka, terutama dalam hal keamanan dan literasi digital. Temuan ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pemangku kepentingan dalam merumuskan kebijakan yang mendukung pengembangan ekonomi digital di daerah pedesaan.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi hari ini yang semakin pesat telah menyebabkan semua sendi kehidupan merasakan dampaknya, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dari sekian banyak pengaruh tersebut, setidaknya ada dua hal yang terasa amat besar dampaknya, yaitu kehidupan yang menjadi lebih mudah dan serba instan. Sebelumnya, jika seseorang memerlukan makanan, ia harus meluangkan waktu untuk berbelanja bahan baku terlebih dahulu, kemudian mengolahnya secara manual hingga menjadi hidangan yang diinginkan proses yang bisa memakan

waktu berjam-jam. Saat ini, dengan adanya kemajuan teknologi digital, seseorang hanya perlu menekan beberapa kali pada aplikasi di ponselnya, dan berbagai menu makanan siap santap dapat dipilih sesuai selera, lalu diantarkan langsung ke depan pintu dalam hitungan menit saja.

Kecepatan dan kemudahan ini tidak hanya mengubah pola konsumsi, tetapi juga mempercepat ritme hidup serta memengaruhi budaya masyarakat yang semakin mengutamakan efisiensi waktu. Namun, di balik kepraktisan itu, muncul pula tantangan baru seperti berkurangnya interaksi sosial langsung serta ketergantungan berlebihan pada layanan digital yang dapat berdampak pada kesehatan dan kehidupan sosial. Dengan demikian, perkembangan teknologi memang membawa kemudahan dan kecepatan, namun juga menuntut kesadaran akan keseimbangan dalam penggunaannya agar nilai-nilai kehidupan yang esensial tidak tergerus.

Perkembangan teknologi telah merambah pada aspek ekonomi dan bisnis. Dahulu pasar adalah satu-satunya tempat pertemuan antara penjual dan pembeli saling bertransaksi dengan cara yang paling sederhana barang tukar dengan barang (*barter*) atau dengan menggunakan uang sebagai alat pembayaran yang sah. Saat ini, representasi pasar dan aktivitas jual beli itu dapat diwakilkan melalui alat canggih yang ada di genggaman masing-masing. Benar bahwa kemajuan teknologi telah membuat hidup manusia menjadi lebih mudah dan serba instan .¹

Dari sudut pandang ilmu fiqih, kegiatan ekonomi bukanlah termasuk bab Ibadah mudah, melainkan bab mu'amalah. Oleh karena itu berlaku kaidah fiqih yang menyatakan bahwa "*Al-ashl fi mu'amalah al -ibahah, illa idza ma dalla al-dalil ala khilafih*", yakni suatu perkara mu'amalah pada dasarnya diperkenankan (halal) untuk dilakukan, kecuali jika ada larangan dari sumber agama (Kitab dan Sunnah).²

Teknologi informatika yang kian berkembang juga merambat kepada kemajuan di bidang perdagangan. Sebelum abad ke-20, transaksi jual beli biasanya hanya dapat dilakukan dengan menghadirkan kedua belah pihak dalam satu majelis, namun dengan perkembangan *smartphone* dan internet maka jarak yang jauh antara produsen dan konsumen yang akan bertransaksi bukan lagi menjadi kendala untuk melakukan memenuhi kebutuhannya.³

Pasal 1458 KUHP perdata (Burgelijk Weetboek) berbunyi jual beli dapat terjadi meskipun barang dagangan belum dibayar lunas karena didasari atas kesepakatan bersama. Sehingga artinya bahwa unsur-unsur jual beli sudah terpenuhi sehingga apabila terjadi pelanggaran maupun kejahatan yang berkaitan dengan jual beli maka hal tersebut dapat diproses secara hukum meskipun hanya dilakukan secara online.⁴

¹ Syriayu Aritha Penggabean dan Azriadi Tanjung, 2022. *Jual Beli Online dalam Perspektif Hukum Negara*, Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah, Vol. 5, No. 2, hlm. 1504

² Muhammad Deni Putra, 2019. *Jual Beli Online Berbasis Media Sosial Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Iltizam Journal Of Shariah Economic Research, Vol. 3, No. 1, hlm. 83

³ Erwandi Tarmizi, dan muhammad Maulana Hamzah, 2021. *Dropshipping Dalam Perspektif Fiqh Muamalah Kontemporer*, Iltizam, vol. 5, no.1, hlm. 103

⁴ Fajarwati Kusuma Adi, 2021. *Perspektif Jual Beli Online dalam Perspektif Hukum Islam dan KUHPperdata*, Lisyabab, vol. 2, nomor 1, hlm. 93

Hukum jual beli bisa jadi makruh jika objek barang yang mau dibeli berupa komoditas yang di makruhkan untuk dibeli. Hukum jual beli menjadi haram jika objek barang yang mau di beli komoditas yang haram dijual seperti jual beli narkoba.⁵

Potensi *e commerce* di Indonesia terlihat dari data pengguna internet yang berjumlah 171,1 jiwa yaitu 64,8% dari total penduduk Indonesia. Dari total pengguna internet diatas 2,1 % bergerilya mencari produk, 1,9% berjualan online, 1,7 belanja online dan 0,1 melakukan transfer secara online (APJII, 2018). yang menarik dari data diatas adalah jumlah pembeli dan penjual online hampir seimbang. Sedangkan untuk barang yang paling banyak dicari adalah fashion sebanyak 14,6%. Sedangkan secara nilai rupiah, Data Bank Indonesia menyebutkan, transaksi toko online Indonesia ditahun 2018 mencapai Rp 77,766 triliun, meningkat 151% secara (yoy) dari tahun 2017 yang mencapai Rp 30,942 triliun.⁶

Jual beli online memudahkan penjual dan pembeli jika terkendala jarak misalnya dari satu kota dengan kota yang lain, dari satu pulau dengan pulau yang lain, dari satu negara dengan negara yang lain. Karena jual beli online tidak hanya diperuntukkan di Indonesia atau dalam negeri saja melainkan juga antar negara.⁷

Jual beli online (olshop) di indonesia melalui media website terdapat beberapa jenis olshop, seperti lazada, shoppe, bukalpak, dan lain sebagainya. Ketiga jenis olshop tersebut menggunakan media website sebagai tempat memasarkan barang dagangannya. Pada prinsipnya setiap seseorang yang akan melakukan transaksi jual beli selalu memperhatikan kehati-hatian baik itu bagi penjual maupun pembeli. Hal ini untuk menghindari penipuan bagi kedua belah pihak, terlebih jual beli dengan cara online sistem.⁸

Dari hasil observasi masyarakat desa piasan banyak melakukan jual beli dengan sistem online dengan menggunakan aplikasi seperti: shopee, lazada, toko pedia dan lain-lain tetapi tanpa mereka sadari hukum dasar muamalah apakah sah atau tidak dalam melakukan transaksi jual beli. Masalah spesifik yang dapat dianggap sebagai pelanggaran syariah dalam Dalam konteks transaksi jual beli yang sesuai dengan syariah, pelanggaran dapat terjadi dalam berbagai bentuk, seperti penipuan dalam deskripsi barang, menjual barang haram, atau penerapan riba. Contoh spesifik termasuk ketika seorang penjual mengklaim barang sebagai baru dan berkualitas tinggi padahal barang tersebut cacat, atau menjual alkohol dan daging babi yang jelas-jelas haram. Riba juga dianggap melanggar syariah ketika penjual mengenakan bunga tinggi dalam sistem cicilan, dan penipuan melalui manipulasi timbangan atau ukuran merugikan pihak lain. Selain itu, transaksi yang dilakukan di bawah tekanan atau intimidasi, penggunaan dokumen palsu, serta mengabaikan hak khayar juga merupakan pelanggaran, karena semua ini bertentangan dengan prinsip keadilan, transparansi, dan kejujuran yang ditegakkan dalam syariah.

⁵ Holilur Rohman, 2020. M.H.I, *Hukum jual beli online*, Duta Media PUBLISHIN, PAMEKASAN, hlm. 1-5

⁶ Erwandi Tarmizi, dan muhammad Maulana Hamzah, Op. Cit. hlm. 103-104

⁷ Fajarwati Kusuma Adi, Op. Cit. hlm. 93

⁸ Dede Abdurrohman, Haris Maiza Putra, Iwan Nurdin, Op. Cit. hlm. 40

KAJIAN LITERATUR

1. Pemahaman Masyarakat

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pemahaman adalah proses, cara, perbuatan memahami atau memahamkan.⁹ Menurut Benyamin S. Bloom pemahaman adalah kemampuan untuk menginterpretasi atau mengulang informasi dengan menggunakan bahasa sendiri.¹⁰ Proses pemahaman merupakan langkah ataupun cara untuk mencapai suatu tujuan sebagai aplikasi dari pengetahuan yang dimiliki, sehingga pengetahuan tersebut mampu menciptakan adanya cara pandang ataupun pemikiran yang benar akan suatu hal. Sedangkan cara pandang ataupun pemikiran merupakan suatu proses berpikir, dimana merupakan gejala jiwa yang dapat menetapkan hubungan antara pengetahuan kita terhadap suatu masalah.¹¹

Menurut Sudijono, (yang dimaksud dengan pemahaman adalah kemampuan untuk menggunakan pengetahuan yang sudah diingat lebih kurang sama dengan yang sudah diajarkan dan sesuai dengan maksud penggunaannya. Indikator tersebut menunjukkan bahwa pemahaman mengandung makna lebih luas atau lebih dalam dari pengetahuan. Dengan pengetahuan seseorang seseorang belum tentu memahami sesuatu dari yang dipelajari¹².

2. Jual Beli

Jual beli dalam bahasa arab berasal dari kata (البيع) yang artinya menjual, mengganti dan menukar (sesuatu dengan sesuatu lyang lain). Kata (البيع) dalam bahasa arab terkadang digunakan untuk pengertian lawannya, yaitu kata: الشراء dengan demikian kata (البيع) berarti kata jual dan sekaligus berarti kata “beli”.¹³

Jual beli merupakan usaha yang baik untuk mencari rizki. Hukum jual beli pada prinsipnya adalah mubah atau boleh, artinya setiap muslim diperbolehkan mencari nafkah dengan cara jualbeli dan boleh juga dengan cara yang lainnya. Namun apabila melakukan jual beli, maka wajib melaksanakannya dengan cara yang halal sesuai tuntunan Islam.¹⁴

Abdu al-Rahman dalam karyanya mengatakan bahwa hukum jual beli bersifat kondisional, yakni bisa al-Ibahah (boleh), wajib, haram, dan mandub (sunah). IBahah merupakan hukum dasar dalam jual beli. Yakni jual beli hukumnya netral, karenanya bisa jatuh ke makruh, sunah, wajib, dan bisa juga haram bergantung latar belakangnya.¹⁵

Berikut ini adalah landasan hukum dari jual beli menurut Al Qur'an surat Al Baqarah ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ٢٧٥

⁹ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 2017. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, hlm. 811

¹⁰ Djaali, 2016. *Psikologi Pendidikan*, Jakarta: Bumi Aksara, hlm. 77

¹¹ Agus Sujanto, 2019. *Psikologi Umum*, Jakarta: Bumi Aksara, hlm. 56

¹² Juni sara dkk, 2021. *Pemahaman Masyarakat Terhadap Jual Beli Mukhadharah Dalam Perspektif Ekonomi Islam*J-EBIS, Vol. 6, No. 1, hlm 91

¹³ Syaifullah, 2014. *etika jual beli dalam islam*, hunafa, vol. 11, no. 2 hlm. 373

¹⁴ Siti choiriyah, 2009. *muamalah juala beli dan selain jual beli*, surakarta, CDAQ, hlm 27

¹⁵ Apipudin, 2016. *KONSEP JUAL BELI DALAM ISLAM*, ISLAMINOMIC, Vol. No. 2, hlm.10

Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya.

Rukun –Rukun Jual Beli

Berikut rukun dalam jual beli: ¹⁶

- a. Penjual dan pembeli. Berikut syaratnya:
 - 1) Berakal, agar dia tidak terkecoh. Orang yang gila atau bodoh tidak sah jual belinya
 - 2) Dengan kehendak sendiri (bukan dipaksa)
 - 3) Tidak mubadzir (pemborosan)
 - 4) Baligh (berumur 15 tahun ke atas/dewasa). Anak kecil tidak sah jual belinya
- b. Uang dan benda yang dibeli. Syaratnya adalah:
 - 1) Suci. Barang najis tidak sah dijual dan tidak boleh di jadikan uang untuk dibeli.
 - 2) Ada manfaatnya. Tidak boleh menjual sesuatu yang tidak ada manfaatnya.
 - 3) Barang itu dapat diserahkan. Tidak sah menjual sesuatu barang yang tidak dapat diserahkan kepada pembelinya. Barang tersebut merupakan kepunyaan si penjual, kepunyaan yang diwakilinya, atau yang mengusahakan.
 - 4) Barang tersebut diketahui oleh sipenjual dan sipembeli; zat, bentuk, kadar (ukuran), dan sifat-sifatnya jelas sehingga aatar keduanya tidak akan terjadi kecoh-mengecoh.
- c. Lafadz ijab dan kabul
Menurut ulama yang mewajibkan lafadz, lafadz itu diwajibkan memenuhi syarat yaitu:
 - 1) Keadaan ijab dan kabul berhubungan. Artinya, salah satu dari keduanya pantas menjadi jawaban dari yang lain dan belum berselang lama.
 - 2) Makna keduanya hendaklah mufakat (sama) walaupun lafaz keduanya berlainan.
 - 3) Keduanya tidak disangkutkan dengan urusan yang lain, seperti katanya, "Kalau saya jadi pergi, saya jual barang ini sekian."
 - 4) Tidak berwaktu, sebab jual beli berwaktu -seperti sebulan atau setahun- tidak sah.

Menurut istilah rukun diartikan dengan sesuatu yang terbentuk (menjadi eksis) sesuatu yang lain dari keberadaannya, mengingat eksisnya sesuatu itu dengan rukun (unsurnya) itu sendiri, bukan karena tegaknya. Kalau tidak demikian, maka

¹⁶ Sulaiman rasyid, 2023. *Fiqh islam*. Bandung: Sinar Baru Algensindo, hlm. 279-282

subjek (pelaku) berarti menjadi unsur bagi pekerjaan, dan jasad menjadi rukun bagi sifat, dan yang disifati (al-maushuf) menjadi unsur bagi sifat (yang mensifati).¹⁷

Rukun secara umum ialah suatu yang harus dipenuhi untuk sahnya pekerjaan. Dalam jual beli berdasarkan pendapat ulama Hanafiah yang terdapat dalam bukunya Abdul Rahman Ghozali rukun jual beli ialah ijab dan qabul yang menunjukkan sikap saling tukar, atau saling memberi. Rukun dalam jual beli berdasarkan pendapat ulama Hanfiah ada dua yakni ijab dan qobul. Sedangkan berdasarkan pendapat jamhur ulama' rukun jual beli harus mencakup empat macam, antara lain:

- a) Akidain (penjual dan pembeli).
- b) Ada barang yang dibeli.
- c) Sighat (lafadz ijab dan qabul)
- d) Ada nilai tukar pengganti barang¹⁸

Jual Beli Online

Proses penjualan, promosi, dan negosiasi harga kini dapat dilakukan melalui komunikasi jarak jauh yang memungkinkan interaksi pada waktu, tempat, dan dengan mitra transaksi manapun tanpa memerlukan pertemuan fisik. Bentuk interaksi ini mencerminkan model transaksi yang lebih efisien dan responsif sebagai hasil dari kemajuan teknologi.¹⁹

Salah satu bentuk kemajuan dalam teknologi informasi dan komunikasi adalah hadirnya teknologi dunia maya, yang dikenal sebagai internet (interconnection network). Internet sebagai sarana informasi dan komunikasi elektronik telah digunakan secara luas untuk berbagai aktivitas, seperti melakukan penelusuran (browsing), memperoleh data dan berita, mengirim pesan melalui email, berinteraksi melalui platform jejaring sosial, serta menjalankan aktivitas perdagangan. Bentuk perdagangan yang memanfaatkan internet sebagai media utama ini disebut sebagai Electronic Commerce atau E-Commerce.²⁰

Seiring berjalannya waktu e-commerce pun menjadi lebih berkembang dalam hal model transaksi jual beli, salah satunya adalah model transaksi jual beli melalui internet/belanja melalui internet (Online Shop). Salah satu contoh adalah penjualan produk/barang secara online melalui internet seperti yang dilakukan Lazada, Tokopedia, Buka Lapak, Blibli, Elevania, Shopee dll. Dalam bisnis ini, dukungan dan pelayanan terhadap konsumen menggunakan situs atau website tertentu via laptop atau computer; ataupun aplikasi yang dapat diunduh dari gadget atau ponsel via playstore. Dewasa ini, kita tak dapat mengelak bahwa fenomena jual beli online telah tumbuh dan menjamur ditengah-tengah kehidupan kita sehari-hari. Mulai dari penjualan pakaian jadi, sepatu, tas, buku, dll²¹

¹⁷ Shobirin, 2015. *Jual Beli Dalam Pandangan Islam*, Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam, Vol. 3, No. 2, hlm. 245

¹⁸ Akhmad farroh hasan, 2018 “*fiqh muamalah dari klasik hingga kontemporer*”, (malang: UIN-Maliki press, hlm. 32-33

¹⁹ Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syari'ah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), 199.

²⁰ Muhammad Billah Yuhadian, “Perjanjian Jual Beli Secara Online Melalui Rekening Bersama Pada Forum Jual Beli Kaskus,” Skripsi (Makasar: Universitas Hasanudin, 2012). 13-14

²¹ Tira Nur Fitria. *Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) Dalam Hukum Islam Dan Hukum Negara*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Vol. 03 No. 01, Maret 2017. 52.

Dalam perspektif fiqih Islam, transaksi jual beli online dapat disamakan dengan akad **as-salam**. As-salam adalah bentuk jual beli di mana pembayaran dilakukan di awal, sementara penyerahan barang ditunda sampai waktu yang disepakati. Para ulama mendefinisikannya sebagai penjualan barang yang ciri-cirinya telah jelas dengan pembayaran di muka dan penyerahan barang di kemudian hari.²²

Metodologi Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menggali secara mendalam pemahaman masyarakat Desa Piasan, Kecamatan Siantan Utara, Kabupaten Kepulauan Anambas, mengenai praktik dan konsep jual beli online dalam konteks kehidupan mereka sehari-hari. Fokus penelitian tidak hanya diarahkan pada tingkat pengetahuan masyarakat terhadap mekanisme transaksi digital, tetapi juga pada bagaimana mereka menafsirkan, menilai, dan menerapkan prinsip-prinsip jual beli dalam lingkungan digital yang semakin berkembang.

Untuk mencapai tujuan tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang memungkinkan peneliti memahami fenomena secara holistik dan kontekstual. Metode wawancara mendalam (in-depth interview) digunakan sebagai instrumen utama untuk menggali persepsi, pengalaman, serta tingkat literasi digital para informan terkait jual beli online. Selain itu, observasi partisipatif turut dilakukan untuk memperoleh pemahaman langsung mengenai pola perilaku masyarakat, dinamika interaksi dalam transaksi online, serta hambatan-hambatan yang mereka hadapi saat berbelanja atau berjualan melalui platform digital.

Informan dalam penelitian ini dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yakni pemilihan peserta berdasarkan pertimbangan tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Informan terdiri dari individu dengan berbagai usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, dan intensitas penggunaan teknologi, yang secara aktif terlibat dalam transaksi online baik sebagai pembeli maupun penjual. Variasi latar belakang demografis ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai bagaimana pemahaman dan praktik jual beli online berkembang di masyarakat Desa Piasan.

Dengan pendekatan metodologis tersebut, penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan temuan yang mendalam, akurat, serta menggambarkan realitas sosial masyarakat dalam menghadapi perubahan pola transaksi akibat perkembangan teknologi digital.

Untuk memperoleh data, fakta dan informasi yang akan mengungkapkan dan menjelaskan permasalahan dalam skripsi ini, Penulis menggunakan metode penelitian kualitatif. Bogdan dan Taylor mengemukakan bahwa metodologi kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa katakata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Penelitian kualitatif dilakukan pada kondisi alamiah dan bersifat penemuan. Dalam penelitian kualitatif, peneliti adalah instrumen kunci. Oleh karena itu, peneliti harus memiliki bekal teori dan wawasan yang luas jadi bisa bertanya, menganalisis, dan

²² Rodame monitorir Napitupulu, *Pandangan Islam Yerhadap jual Beli online*, IAIN Padangsidempuan, Vol.No.2, 2015 hal 127

mengkonstruksi obyek yang diteliti menjadi lebih jelas. Penelitian ini lebih menekankan pada makna dan terikat nilai.²³

Pendekatan kualitatif adalah pendekatan yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya, perilaku, persepsi, minat, motivasi, tindakan, dengan cara deksripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa. Pendekatan kualitatif ini bertujuan untuk mendapatkan informasi lengkap tentang “*Pemhaman Masyarakat Terhadap Jual Beli Online*” di Desa.

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Dinamika adaptasi digital yang sedang berlangsung di Desa Piasan, baik dari sisi penjual maupun pembeli. Dari perspektif penjual, mayoritas merupakan individu atau pelaku usaha kecil yang melihat platform digital sebagai peluang untuk memperluas jangkauan pasar. Namun, mereka masih berada pada tahap awal pemahaman terhadap mekanisme kerja platform digital, seperti cara mengelola toko online, strategi pemasaran digital, penggunaan fitur transaksi, hingga manajemen reputasi. Tantangan terbesar bagi penjual adalah membangun dan mempertahankan kepercayaan pembeli, yang merupakan elemen kunci dalam transaksi online. Hal ini menunjukkan bahwa literasi digital para penjual masih perlu ditingkatkan agar mereka mampu bersaing dan memberikan rasa aman kepada konsumen.

Sementara itu, dari sisi pembeli terlihat adanya minat terhadap belanja online sebagai bentuk respons terhadap perkembangan teknologi dan kemudahan yang ditawarkan. Namun, minat tersebut belum sepenuhnya terwujud menjadi perilaku belanja yang konsisten karena adanya keraguan terkait keamanan transaksi dan kualitas produk. Kekhawatiran ini mengindikasikan bahwa pembeli masih membutuhkan jaminan, baik berupa transparansi informasi, ulasan yang kredibel, maupun sistem pembayaran yang aman.

Secara keseluruhan, temuan ini menggambarkan bahwa ekosistem perdagangan digital di Desa Piasan sedang berada pada fase transisi. Terdapat potensi yang besar untuk berkembang, namun masih dibatasi oleh kurangnya literasi digital, kepercayaan, serta pemahaman teknologi. Upaya edukasi digital bagi penjual dan pembeli serta penguatan sistem kepercayaan (trust system) seperti testimoni, rating, dan metode pembayaran yang aman dapat menjadi langkah penting untuk memperkuat adopsi E-Commerce di desa tersebut.

Terdapat kesenjangan antara teori perdagangan digital dan realitas empiris yang terjadi di Desa Piasan. Secara teoritis, perdagangan digital menjanjikan peningkatan akses pasar, efisiensi transaksi, dan perilaku konsumen yang lebih rasional karena ketersediaan informasi yang melimpah. Dalam konteks ini, penjual seharusnya mampu memperluas jangkauan pemasaran tanpa batas geografis, dan pembeli diharapkan dapat membuat keputusan yang lebih objektif berdasarkan informasi produk, ulasan, dan perbandingan harga yang tersedia secara online.

Namun, temuan wawancara mengungkapkan adanya hambatan struktural yang menghalangi terwujudnya manfaat tersebut. Rendahnya literasi digital di kalangan penjual menjadi faktor utama yang membatasi pemanfaatan optimal

²³ Eko Murdiyanto, 2020, *Penelitian Kualitatif (Teori dan Aplikasi disertai contoh proposal)*, Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat UPN”Veteran”Yogyakarta Press, hlm. 19

platform digital. Ketidakmampuan memahami fitur platform, strategi pemasaran online, atau mekanisme transaksi membuat potensi perluasan pasar tidak dapat tercapai secara maksimal. Hal ini menunjukkan bahwa infrastruktur digital saja tidak cukup; kapasitas pengguna juga menjadi komponen penting dalam keberhasilan perdagangan digital.

Di sisi konsumen, teori perdagangan digital mengasumsikan bahwa pembeli bersikap lebih rasional karena memiliki akses luas terhadap informasi. Namun, kondisi di Desa Piasan memperlihatkan bahwa perilaku membeli masih didominasi oleh faktor kepercayaan interpersonal dan pengalaman langsung. Keraguan terhadap keamanan transaksi dan kualitas barang menunjukkan bahwa akses informasi saja tidak otomatis mengubah pola pengambilan keputusan. Ketidakpastian dan risiko yang dirasakan lebih berpengaruh daripada data yang tersedia secara online.

Hal ini menegaskan bahwa keberhasilan perdagangan digital tidak hanya dipengaruhi oleh teknologi, tetapi juga oleh faktor sosial, psikologis, dan tingkat literasi penggunanya. Dengan demikian, intervensi seperti pelatihan literasi digital, edukasi keamanan transaksi online, serta penguatan mekanisme trust (misalnya review, rating, dan jaminan produk) sangat diperlukan untuk menjembatani kesenjangan antara teori dan praktik di lapangan.

Penelitian difokuskan pada pemahaman masyarakat mengenai syarat-syarat jual beli online dan bagaimana pemahaman tersebut dibandingkan dengan teori yang sudah mapan dalam literatur. Hasil penelitian menunjukkan adanya kesesuaian antara pemahaman masyarakat Desa Piasan dengan teori dasar tentang transaksi online, yang menandakan bahwa masyarakat telah memiliki fondasi pengetahuan yang cukup mengenai mekanisme dasar jual beli digital, seperti kesepakatan (akad), kejelasan objek, harga, dan mekanisme pembayaran.

Namun, fakta ini memunculkan beberapa implikasi penting. Pertama, meskipun masyarakat memahami prinsip-prinsip dasarnya, pemahaman tersebut belum tentu mencerminkan kemampuan praktis dalam menerapkan jual beli online secara optimal. Artinya, keselarasan pemahaman dengan teori tidak secara otomatis berarti bahwa praktik transaksi mereka sudah sepenuhnya efektif atau bebas dari kendala, sebagaimana ditemukan dalam wawancara sebelumnya mengenai literasi digital dan kepercayaan.

Kedua, hasil ini menunjukkan bahwa akses informasi dan pengalaman masyarakat dalam menggunakan platform online telah berkontribusi pada terbentuknya pemahaman teoretis yang memadai. Namun, pemahaman ini kemungkinan bersifat konseptual dan belum sepenuhnya berkembang pada aspek teknis atau prosedural, seperti keamanan digital, verifikasi penjual, atau manajemen transaksi.

Ketiga, kesesuaian pemahaman dengan teori mengindikasikan adanya potensi untuk pengembangan lebih lanjut. Dengan basis pemahaman yang sudah baik, masyarakat memiliki peluang besar untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam praktik jual beli online melalui pelatihan atau pendampingan yang lebih terstruktur.

Secara keseluruhan, meskipun terdapat kesesuaian antara pemahaman masyarakat Desa Piasan dan teori jual beli online, penelitian perlu menyoroti aspek-

aspek lain yang mungkin menjadi hambatan dalam penerapan, seperti kemampuan teknis, kepercayaan digital, serta penggunaannya dalam konteks ekonomi lokal.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa masyarakat Desa Piasan memiliki pemahaman yang matang terhadap prinsip-prinsip fundamental dalam transaksi jual beli online. Kesadaran mereka tentang pentingnya transparansi dan komunikasi yang jelas antara penjual dan pembeli mencerminkan pemenuhan aspek-aspek etis dan prosedural yang ditegaskan dalam teori transaksi modern. Pemahaman tersebut tidak hanya bersifat konseptual, tetapi juga terimplementasi dalam praktik sehari-hari, seperti memastikan kejelasan informasi produk, menghindari potensi konflik, serta menjaga integritas dalam proses jual beli. Hal ini mengindikasikan bahwa masyarakat telah mampu mengadaptasi nilai-nilai moral, teknis, dan hukum yang relevan dengan transaksi digital, meskipun berada dalam konteks pedesaan. Secara keseluruhan, kesesuaian antara pemahaman empiris dan teori menunjukkan tingkat literasi transaksi online yang relatif baik dan praktik jual beli yang selaras dengan standar akademis dan normatif yang berlaku.

Pemahaman masyarakat Desa Piasan mengenai ijab dan kabul dalam konteks jual beli online berada dalam tahap transisi antara praktik tradisional dan pemahaman digital yang sesuai dengan teori hukum Islam. Hasil wawancara mengindikasikan bahwa meskipun masyarakat mulai memahami konsep ijab dan kabul secara digital—melalui persetujuan klik atau konfirmasi pembelian—mereka masih merasakan ketidakpastian terkait keabsahannya menurut hukum Islam. Hal ini memperlihatkan adanya kesenjangan antara perkembangan teori fikih kontemporer mengenai transaksi elektronik dan persepsi masyarakat di tingkat lokal.

Teori hukum Islam menegaskan bahwa kejelasan ijab dan kabul, kesesuaian syarat yang disepakati, serta adanya mufakat sukarela merupakan fondasi utama keabsahan akad. Temuan wawancara menunjukkan bahwa masyarakat Desa Piasan memiliki kesadaran yang kuat terhadap aspek-aspek tersebut. Mereka menekankan pentingnya kejelasan informasi, kesesuaian akad dengan syarat yang ditetapkan, serta persetujuan penuh dari kedua pihak. Kesadaran ini menunjukkan bahwa prinsip-prinsip normatif hukum Islam telah dipahami secara konseptual, meskipun belum sepenuhnya terinternalisasi dalam praktik digital.

Namun demikian, ketidaknyamanan masyarakat terhadap digitalisasi akad menunjukkan bahwa proses transformasi menuju pemahaman yang lebih adaptif masih memerlukan intervensi edukatif. Sosialisasi tentang keabsahan akad digital menurut pandangan ulama kontemporer serta penjelasan mengenai mekanisme ijab kabul dalam platform online dapat memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap transaksi digital.

Dengan demikian, temuan ini mencerminkan bahwa meskipun terdapat keselarasan antara pemahaman masyarakat dan teori pada tataran prinsip, praktik jual beli online di Desa Piasan masih dibatasi oleh keraguan normatif dan kurangnya literasi hukum digital. Edukasi yang tepat akan berperan penting dalam memperkuat integritas, kejelasan akad, dan keamanan transaksi online dalam masyarakat.

Masyarakat Desa Piasan memiliki tingkat adaptasi yang cukup baik terhadap dinamika transaksi online, khususnya terkait aspek fleksibilitas waktu dalam proses

ijab dan kabul. Pemahaman mereka bahwa fleksibilitas waktu memungkinkan negosiasi yang lebih matang mencerminkan kesadaran akan pentingnya keluwesan dalam mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan. Perspektif ini sejalan dengan teori transaksi dalam hukum Islam, yang tidak menetapkan batas waktu tertentu untuk ijab dan kabul selama kedua belah pihak tetap berada dalam koridor persetujuan yang sah.

Lebih jauh, konsistensi pemahaman masyarakat mengenai kejelasan informasi, kesesuaian antara ijab dan kabul, serta pentingnya persetujuan sukarela menunjukkan bahwa prinsip-prinsip dasar akad telah dipahami dan diinternalisasi dalam konteks digital. Hal ini mengindikasikan bahwa adaptasi terhadap teknologi tidak menghilangkan nilai-nilai normatif yang melandasi transaksi, melainkan justru memperlihatkan keselarasan antara praktik digital dan aturan-aturan syariah.

Prinsip hukum Islam mengenai transaksi tetap relevan dan aplikatif dalam era digital. Kemampuan masyarakat untuk mengintegrasikan nilai-nilai tradisional dengan praktik modern merupakan indikator penting dari berkembangnya literasi digital syariah di wilayah tersebut. Dengan demikian, pemahaman dan praktik jual beli online di Desa Piasan menunjukkan keselarasan antara teori dan realitas, serta membuka peluang bagi penguatan lebih lanjut melalui edukasi dan sosialisasi yang berkelanjutan.

Fase transisi di Desa Piasan ini merefleksikan sebuah paradoks modernisasi di tingkat akar rumput, di mana peluang dan kerentanan hadir secara bersamaan. Gelombang digitalisasi telah tiba dan disambut, tetapi gelombang tersebut terbentur pada realitas struktural yang belum siap. Antusiasme untuk menjual dan membeli online terkikis oleh pengalaman buruk dengan transaksi yang gagal, barang yang tidak sesuai, atau sekadar kebingungan dalam mengisi formulir pembayaran digital. Hambatan-hambatan ini bersifat saling terkait; keterbatasan infrastruktur internet memperparah rendahnya literasi, dan kurangnya literasi kemudian memperkuat rasa khawatir serta ketidakpercayaan. Dalam konteks ini, keberhasilan e-commerce di desa tidak bisa diserahkan sepenuhnya pada mekanisme pasar. Diperlukan intervensi yang terpadu dan sensitif terhadap konteks lokal, seperti program pelatihan literasi digital yang praktis, pendampingan dalam mengelola toko online, serta kolaborasi dengan pihak ketiga untuk menyediakan solusi logistik dan pembayaran yang sederhana dan terpercaya. Masa transisi ini adalah jendela kesempatan untuk membangun fondasi yang inklusif dan berkelanjutan, sehingga revolusi digital tidak hanya menyentuh permukaan, tetapi benar-benar memberdayakan ekonomi masyarakat Desa Piasan dari dalam.

Meskipun demikian, penelitian ini mengungkapkan bahwa pemahaman masyarakat Desa Piasan terhadap prinsip-prinsip dasar jual beli online menunjukkan kesesuaian yang kuat dengan teori-teori yang ada, baik dalam perspektif ekonomi digital maupun hukum Islam. Masyarakat secara intuitif telah mengadopsi prinsip-prinsip fundamental yang menjadi landasan etis dan operasional dalam transaksi digital modern. Mereka memahami pentingnya kejelasan informasi (*transparency*) mengenai spesifikasi barang dan harga, yang selaras dengan prinsip *al-bayān* dalam hukum Islam untuk menghindari *gharar* (ketidakjelasan yang memicu perselisihan). Demikian pula, kesadaran akan pentingnya kesesuaian antara ijab (penawaran) dan kabul

(penerimaan) serta persetujuan sukarela (*tarāḍin*) mencerminkan pemahaman mendasar tentang konsep kontrak (*'aqd*) yang sah, sekaligus sejalan dengan prinsip *consensus ad idem* (pertemuan kehendak) dalam teori kontrak ekonomi konvensional. Fleksibilitas waktu dalam transaksi digital, yang mereka apresiasi, juga menunjukkan adaptasi terhadap prinsip kemudahan (*taysīr*) yang dianjurkan dalam hukum Islam, serta respons terhadap tuntutan efisiensi dalam ekonomi digital.

Kesadaran konseptual ini bukan sekadar pengetahuan pasif, melainkan mengindikasikan bahwa nilai-nilai normatif universal seperti transparansi, keadilan (*'adālah*), dan integritas telah terinternalisasi dalam kerangka berpikir dan nalar ekonomi mereka. Internalisasi ini membentuk suatu etika transaksi (*akhlāq al-tijārah*) yang berfungsi sebagai rambu-rambu moral, meskipun implementasinya dalam praktik sehari-hari masih sering terbentur pada kendala teknis dan keraguan normatif. Keraguan tersebut muncul terutama ketika prinsip-prinsip ideal tersebut harus diterjemahkan ke dalam mekanisme platform digital yang rumit, seperti validitas transaksi tanpa akad lisan-tatap muka, status hukum pembayaran digital, atau jaminan terhadap barang yang tidak bisa diperiksa secara fisik. Dengan demikian, temuan ini menyoroti sebuah fenomena yang signifikan: terdapatnya suatu fondasi normatif dan kognitif yang kokoh dalam masyarakat yang dapat menjadi aset strategis untuk percepatan adopsi e-commerce. Tantangan ke depan bukan terletak pada pembangunan pemahaman dasar dari nol, melainkan pada pendampingan teknis dan normatif yang mampu menjembatani kesenjangan antara kesadaran konseptual yang telah mapan dengan kompleksitas implementasi teknis dalam ekosistem digital yang terus berevolusi.

Kesenjangan antara teori dan realitas dalam adopsi e-commerce di Desa Piasan muncul terutama pada dua aspek yang saling berkait: kemampuan praktis (*practical literacy*) dan kepercayaan digital (*digital trust*). Secara teoretis, model ekonomi digital mengasumsikan keberfungsian penuh teknologi sebagai infrastruktur yang netral dan penunjang keputusan rasional konsumen, di mana informasi yang simetris dan mekanisme pasar yang efisien akan tercipta dengan sendirinya. Namun, dalam realitas sosioteknis Desa Piasan, perilaku masyarakat justru masih sangat dipengaruhi oleh tingkat literasi digital yang terbatas dan kebutuhan mendasar akan modal sosial serta kepercayaan interpersonal yang bersifat lokal. Masyarakat mungkin secara konseptual memahami mekanisme pasar online, tetapi keterampilan praktis—seperti mengevaluasi kredibilitas penjual berdasarkan ulasan digital, mengamankan akun, atau menyelesaikan sengketa melalui saluran resmi platform—masih tertinggal. Hal ini menciptakan ketergantungan pada jaringan kepercayaan tradisional, di mana rekomendasi dari keluarga atau tetangga yang telah berpengalaman (*trust by referral*) lebih dipercaya daripada sistem reputasi algoritmik yang impersonal.

Kesenjangan yang sama juga tampak jelas dalam dimensi normatif, khususnya ketika prinsip-prinsip hukum Islam berhadapan dengan realitas teknis digital. Di satu sisi, masyarakat secara konseptual telah memahami dan menerima terjemahan awal dari konsep dasar seperti *ijab* (penawaran) dan *kabul* (penerimaan) dalam format digital misalnya, menganggap klik "beli" sebagai bentuk *kabul* dan deskripsi produk sebagai *ijab*. Namun di sisi lain,

internalisasi konseptual ini belum sepenuhnya menghilangkan keraguan substantif mengenai keabsahan (*sihḥah*) dan kepastian hukum (*hujjiyyah*) transaksi online tersebut. Keragu-raguan ini bersumber dari ketiadaan interaksi fisik dan lisan secara langsung, yang dalam fiqh klasik sering dijadikan pilar penentu kejelasan dan kesungguhan akad. Oleh karena itu, pemahaman teoritis akan prinsip dasar belum cukup; masyarakat memerlukan edukasi yang lebih mendalam dan kontekstual. Edukasi ini bukan sekadar menyatakan bahwa "jual beli online itu halal", melainkan harus mampu menjelaskan *bagaimana* dan *mengapa* mekanisme digital tertentu—seperti bukti transaksi elektronik, rekaman log sistem, atau metode escrow—dapat memenuhi rukun dan syarat akad serta menjamin keadilan (*'adl*) dan menghindari penipuan (*ghabn*). Dengan demikian, penutupan kesenjangan ini memerlukan tidak hanya sosialisasi normatif, tetapi juga upaya *rekontekstualisasi fiqh* yang menjembatani kerangka hukum Islam yang kokoh dengan realitas teknologi yang cair dan terus berkembang.

Berdasarkan temuan yang terhimpun, penelitian ini secara tegas menegaskan bahwa keberhasilan implementasi dan optimasi perdagangan digital di wilayah pedesaan seperti Desa Piasan merupakan sebuah proses multidimensional yang kompleks. Proses tersebut tidak dapat direduksi semata-mata pada ketersediaan akses teknologi dan infrastruktur fisik belaka. Keberhasilannya justru sangat bergantung pada faktor-faktor sosio-kultural dan kapasitas manusiawi pengguna, yang meliputi tiga pilar utama: kapasitas tekno-kognitif pengguna (literasi digital), kapasitas normatif-kepercayaan (*trust*), dan kapasitas nilai-spiritual (literasi digital syariah). Ketiganya saling berjalani dan membentuk paradigma yang holistik; literasi digital tanpa pemahaman hukum dan etika transaksi dapat menciptakan pelaku yang terampil tetapi rentan terhadap eksekusi negatif pasar, sementara pemahaman normatif tanpa kepercayaan pada sistem akan berhenti pada tataran wacana.

Oleh karena itu, transformasi menuju ekonomi digital yang inklusif dan berkelanjutan memerlukan serangkaian intervensi yang sistematis dan terintegrasi. Intervensi tersebut harus mencakup, pertama, program edukasi literasi digital yang praktis dan kontekstual, yang tidak hanya mengajarkan operasional platform tetapi juga kecakapan kritis dalam menavigasi ruang digital. Kedua, pendalaman pemahaman hukum dan etika transaksi online, baik dari perspektif hukum positif nasional maupun fiqh muamalah kontemporer, untuk memberikan legitimasi dan kepastian normatif. Ketiga, penguatan mekanisme kepercayaan formal (*institutional trust*) yang dapat ditransmisikan secara digital, seperti sistem rating dan ulasan yang transparan, serta metode pembayaran yang aman (misalnya melalui mekanisme *escrow* atau jaminan pihak ketiga), sehingga dapat melengkapi dan pada akhirnya memperkuat kepercayaan interpersonal (*personal trust*) yang telah ada.

Apabila rangkaian intervensi strategis ini diimplementasikan secara konsisten, berkelanjutan, dan partisipatif, maka Desa Piasan tidak hanya akan mampu menutup kesenjangan adopsi teknologi semata. Lebih dari itu, desa ini memiliki peluang strategis untuk melompati fase trial-and-error yang panjang dan mengkristalkan suatu ekosistem perdagangan digital yang indigenous, efektif, dan berkelanjutan. Ekosistem semacam itu akan bersifat efektif karena dibangun di atas

kompetensi pengguna yang memadai dan mekanisme pasar yang dapat dipercaya; aman karena dilindungi oleh kesadaran hukum dan sistem proteksi teknis; serta selaras secara nilai karena terinspirasi dan dibingkai oleh prinsip-prinsip universal ekonomi syariah seperti keadilan (*'adl*), transparansi (*bayyinah*), saling ridha (*tarāḍin*), dan tanggung jawab (*mas'uliyah*). Dengan demikian, Desa Piasan berpotensi menjadi contoh nyata (*best practice*) bagaimana integrasi antara kemajuan teknologi, pemberdayaan kapasitas manusia, dan ketahanan nilai-nilai lokal dapat melahirkan sebuah model pembangunan ekonomi digital yang tidak hanya inklusif tetapi juga bermartabat dan berkarakter.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan keseluruhan temuan penelitian, dapat disimpulkan bahwa praktik jual beli online di Desa Piasan tengah berada dalam fase transisi yang dinamis namun penuh tantangan. Masyarakat mulai mengadopsi teknologi digital dalam aktivitas ekonomi mereka, menunjukkan kesadaran akan potensi yang dibawa oleh era internet. Di satu sisi, terdapat optimisme yang nyata di kalangan penjual lokal, yang melihat platform e-commerce sebagai gerbang untuk memperluas pasar dan meningkatkan pendapatan di luar batas geografis desa. Sementara itu, para pembeli, terutama dari kalangan generasi muda, menunjukkan antusiasme terhadap kemudahan, pilihan yang beragam, dan harga yang kompetitif yang ditawarkan oleh belanja online. Namun, di balik potensi yang menjanjikan ini, terhampar berbagai kendala mendasar yang menghambat optimalisasi perdagangan digital. Rendahnya literasi digital, yang mencakup keterampilan teknis mengoperasikan platform hingga strategi pemasaran yang efektif, menjadi penghalang utama. Ditambah dengan kekhawatiran akan keamanan transaksi, ketidakpercayaan terhadap kualitas barang yang tidak sesuai dengan gambar, serta dukungan infrastruktur dan logistik yang belum memadai, menciptakan lingkungan yang belum sepenuhnya kondusif bagi pertumbuhan e-commerce yang sehat. Oleh karena itu, fase ini bukan hanya tentang adopsi teknologi, tetapi lebih tentang bagaimana masyarakat desa beradaptasi, belajar, dan membangun kepercayaan dalam sebuah ekosistem ekonomi baru yang masih asing bagi sebagian besar dari mereka.

Saran

1. Peningkatan Literasi Digital Masyarakat

Pemerintah desa, lembaga pendidikan, dan pihak terkait disarankan untuk menyelenggarakan pelatihan literasi digital secara berkala. Pelatihan dapat mencakup penggunaan aplikasi jual beli, cara bertransaksi aman, membaca ulasan, hingga mengenali penipuan online. Upaya ini akan membantu masyarakat meningkatkan kemampuan teknis sehingga dapat memanfaatkan teknologi secara optimal.

2. Edukasi Hukum Transaksi Online Berbasis Syariah

Mengingat sebagian masyarakat masih ragu terkait keabsahan ijab dan kabul dalam transaksi digital, diperlukan program sosialisasi mengenai hukum jual beli online dalam perspektif Islam. Kegiatan ini dapat dilakukan

melalui kajian di masjid, penyuluhan oleh tokoh agama, atau kerja sama dengan lembaga keagamaan agar pemahaman syariah lebih komprehensif dan meyakinkan.

3. Penguatan Sistem Kepercayaan dalam Transaksi Digital

Untuk meningkatkan kepercayaan pembeli, disarankan agar penjual lokal memanfaatkan fitur-fitur platform digital seperti rating, testimoni pelanggan, dan katalog produk yang jelas. Penjual juga perlu menjaga konsistensi pelayanan—kecepatan respons, kualitas barang, dan transparansi harga—agar reputasi dapat terbentuk secara positif.

4. Pengembangan Infrastruktur Pendukung

Pemerintah daerah perlu meningkatkan kualitas jaringan internet di Desa Piasan. Akses internet yang stabil dan terjangkau merupakan prasyarat penting agar masyarakat dapat bertransaksi online dengan nyaman dan aman.

5. Kerja Sama dengan Marketplace atau UMKM Center

Pemerintah desa dapat memfasilitasi kerja sama antara pelaku UMKM lokal dengan marketplace nasional maupun pusat pendampingan UMKM. Hal ini bertujuan untuk memberikan dukungan teknis, akses promosi yang lebih luas, serta peningkatan kapasitas dalam mengelola toko digital.

6. Pemberdayaan Komunitas sebagai Agen Perubahan

Membentuk komunitas pengguna digital atau kelompok belajar berbasis pemuda desa dapat mempercepat proses adopsi teknologi. Komunitas ini bisa menjadi tempat berbagi pengalaman, tips keamanan, dan pendampingan bagi warga yang belum terbiasa menggunakan platform digital.

7. Evaluasi dan Monitoring Berkelanjutan

Diperlukan pemantauan berkala terhadap perkembangan literasi digital dan perilaku transaksi masyarakat. Hal ini penting untuk mengetahui perubahan, hambatan baru, serta efektivitas program-program yang telah dijalankan sehingga kebijakan bisa diperbaiki sesuai kebutuhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurohman, Dede, Putra, Haris Maiza, dan Nurdin, Iwan. 2020. *Tinjauan Fiqh Muamalah Terhadap Jual Beli O*, Ecopreneur, vol. 2, nomor 2.
- Adi, Fajarwati Kusuma. 2021. *Perspektif Jual Beli Online dalam Perspektif Hukum Islam dan KUHPerduta*, Lisyabab, vol. 2, nomor 1.
- Agus Sujanto, 2019. Psikologi Umum, Jakarta: Bumi Aksara
- Apipudin. 2016. *KONSEP JUAL BELI DALAM ISLAM*, ISLAMINOMIC, Vol. No. 2.
- Arianti, Farida. 2019. *Muamalah Kkontemporer*, jakarta: Prenadamedia Group.
- Astuti, Daharmi. 2018. *Persepsi Masyarakat Terhadap Akad Jual Beli Online Perspektif Ekonomi Syariah*, Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah, Vol. 1 No. 1 Juni.
- Baharudin, Ilfan. 2023. *Persepsi Masyarakat Kota Tidore Kepulauan Terhadap Sistem Berbelanja Online/Online Shop*, Jurnal Inovasi Penelitian, Vol. 3, No. 9.
- Choiriyah, Siti. 2009 “*muamalah juala beli dan selain jual beli*”, surakarta, CDAQ.
- Djaali, 2016. Psikologi Pendidikan, Jakarta: Bumi Aksara
- Hasan, Akhmad farroh. 2018. “*fiqh muamalah dari klasik hingga kontemporer*”, (malang: UIN-Maliki press.
- Jusmaliani, Bisnis Berbasis Syari’ah, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008)
- Maghfuroh, Wahibataul. 2020. *Jual Beli Secara Online Dalam Tinajun Hukum Islam*, Jurnal Ilmiah Ahwal Syakhshiyah. Vol. 2, No. 1.
- Mariani. 2022. Pemahaman masyarakat terhadap ketentuan hukum jual beli online, masalah-masalah hukum, Vol. 51. No. 4.
- Moleong, Lexy J. 2013. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Pustaka.
- Muhammad BillahYuhadian, “ Perjanjian Jual Beli Secara Online Melalui Rekening Bersama Pada Forum Jual Beli Kaskus,” Skripsi (Makasar: Universitas Hasanudin, 2012)
- Murdiyanto, Eko. 2020. *Penelitian Kualitatif (Teori dan Aplikasi disertai contoh proposal)*, Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat UPN ”Veteran”Yogyakarta Press.
- Pane, Ismail dkk. 2022. *Fiqh Muamalah Kontemporer*, Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini Anggota IKAPI.
- Pendidikan, Departemen dan Kebudayaan. 2017. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka.
- Penggabean, Syriayu Aritha dan Tanjung, Azriadi. 2022. *Jual Beli Online dalam Perspektif Hukum Negara*, Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah, Vol. 5, No. 2, hlm. 1504
- Putra, Muhammad Deni. 2019. *Jual Beli Online Berbasis Media Sosial Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Iltizam Journal Of Shariah Economic Research, Vol. 3, No. 1.
- Rasyid, H. Sulaiman 2023. Fiqh islam. Bandung: Sinar Baru Algensindo
- Rohman, Holilur. 2020. M.H.I, *Hukum jual beli online*, Duta Media PUBLISHIN, PAMEKASAN.

- Salim, Munir. 2017. *jual beli online menurut pandangan huku islam*, al-daulah, Vol. 6, No. 2
- Samawi, Meida Lutfi. 2020. *Jual Beli Online Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol 4, No. 01.
- Sara, Juni dkk. 2021. *Pemahaman Masyarakat Terhadap Jual Beli Mukhadharah Dalam Perspektif Ekonomi Islam*J-EBIS, Vol. 6, No. 1.
- Shobirin, 2015. *Jual beli Dalam Pandang Islam*, Jurnal bisnis, Vol. 3, No. 2.
- Syaifullah, 2014. *etika jual beli dalam islam*, hunafa, vol. 11, no. 2
- Tarmizi, Erwandi, dan Hamzah, Muhammad Maulana. 2021. *Dropshipping Dalam Perspektif Fiqh Muamalah Kontemporer*, Iltizam, vol. 5, no.1
- Taswiyah dan Imron, Ali. 2021. *Persepsi Dan Preferensi Ibu Rumah Tangga Terhadap Sistem Berbelanja Secara Online/Online Shop*, Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, Vol. 4, No. 1
- Tira Nur Fitria. *Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) Dalam Hukum Islam Dan Hukum Negara*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Vol. 03 No. 01, Maret 2017.
- Yunus, Muhammad, dkk, 2018. *Tinjauan Fikih Muamalah terhadap akad jual beli dalam transaksi online pada aplikasi GO-FOOD*, Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah, Vol. 2. No. 1