

Kesenjangan Pengetahuan UMKM Online Batam Tentang Prinsip Syariah Dalam Transaksi Digital

Allyah Syafitri

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Ibnu Sina Batam

Email: 231062201027@uis.ac.id

Lusi Aulia Putri Winarti

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Ibnu Sina Batam

Email: 231062201006@uis.ac.id

Mazidatul Husna

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Ibnu Sina Batam

Email: 231062201048@uis.ac.id

Nazila

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Ibnu Sina Batam

Email: 231062201022@uis.ac.id

Abstract

This study examines the extent of the knowledge gap among online Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Batam City regarding the application of Sharia principles in digital transactions. The analysis focuses on MSME actors' understanding of Islamic contract concepts, information transparency, and the integration of Sharia values within digital trading practices. A qualitative descriptive approach was employed to capture real conditions experienced by MSME actors. Semi-structured interviews with eight purposively selected online MSME owners and documentation of their digital storefronts were used as primary data sources. The research population consisted of online MSMEs in Batam City operating through digital platforms such as marketplaces and social media. Participants were selected using purposive sampling, targeting MSMEs that actively conduct online transactions and have been operating for at least one year. Data were collected through semi-structured interviews and documentation of transaction practices displayed on digital platforms. The data analysis process involved data reduction, narrative presentation, and conclusion formulation. The findings reveal that most MSMEs have implemented digital transaction practices that reflect fundamental Sharia values, including honesty and transparency. Nevertheless, their conceptual and technical understanding of Sharia contracts, such as bai', salam, and wakalah, remains limited. This is reflected in the inability of most informants to correctly name the contracts underlying their pre-order and online selling mechanisms. Sharia principles are predominantly interpreted as general ethical guidelines rather than as a structured transactional framework with specific legal consequences. The study recommends simple, contextual Sharia literacy programs tailored to online MSMEs to bridge this gap and enhance Sharia-compliant digital business practices in Batam City.

Keywords: Online MSMEs, Digital Transactions, Sharia Principles, Islamic Contracts, Sharia Literacy

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji tingkat kesenjangan pengetahuan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) online di Kota Batam dalam memahami prinsip syariah yang melekat pada transaksi digital. Kajian ini menitikberatkan pada pemahaman pelaku usaha terhadap konsep akad, transparansi informasi, serta penerapan nilai-nilai syariah dalam praktik jual beli berbasis platform digital. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif guna menggambarkan kondisi faktual yang terjadi di lapangan. Data utama diperoleh melalui wawancara semi-terstruktur dengan delapan pelaku UMKM online yang dipilih secara purposive serta dokumentasi tampilan etalase digital pada marketplace dan media sosial. Populasi penelitian mencakup seluruh pelaku UMKM online di Kota Batam yang menjalankan aktivitas usaha melalui marketplace dan media sosial. Sampel penelitian ditentukan dengan teknik purposive sampling, dengan kriteria pelaku UMKM yang aktif bertransaksi secara digital dan telah menjalankan usaha minimal selama satu tahun. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara semi-terstruktur dan dokumentasi terhadap praktik transaksi yang ditampilkan pada platform digital. Analisis data dilakukan melalui proses reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan secara berkelanjutan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku UMKM pada umumnya telah menerapkan praktik transaksi digital yang selaras dengan nilai dasar syariah, seperti kejujuran dan keterbukaan informasi. Namun demikian, pemahaman konseptual dan teknis terkait akad syariah, seperti bai', salam, dan wakalah, masih tergolong rendah. Hal ini tampak dari ketidakmampuan sebagian besar informan menyebutkan nama akad yang sesuai dengan mekanisme pre-order, penjualan tunai, maupun penggunaan perantara kurir/delivery. Prinsip syariah lebih dipersepsikan sebagai nilai etika umum dibandingkan sebagai sistem transaksi yang memiliki aturan dan implikasi hukum. Temuan ini menegaskan perlunya program literasi syariah yang sederhana dan kontekstual bagi UMKM online agar kesesuaian syariah dalam transaksi digital tidak hanya bersifat intuitif tetapi juga berbasis pemahaman yang memadai.

Kata kunci: UMKM Online, Transaksi Digital, Prinsip Syariah, Akad, Literasi Syariah

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam pola transaksi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pemanfaatan marketplace, media sosial, serta sistem pembayaran digital menjadi strategi utama pelaku UMKM untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi usaha. Kota Batam merupakan salah satu wilayah yang mengalami pertumbuhan pesat UMKM berbasis digital seiring posisinya sebagai kawasan perdagangan dan ekonomi yang dinamis. Namun demikian, percepatan digitalisasi tersebut tidak hanya menuntut kemampuan teknis, tetapi juga kesiapan pelaku usaha dalam memahami aspek hukum, etika bisnis, serta kepatuhan

terhadap prinsip-prinsip syariah agar kegiatan usaha digital tetap sesuai dengan nilai keadilan dan transparansi ¹.

Dalam kerangka ekonomi Islam, transaksi bisnis termasuk transaksi digital harus dilaksanakan berdasarkan prinsip-prinsip syariah yang menekankan kejelasan akad, transparansi harga, kepastian objek transaksi, serta penghindaran unsur gharar, riba, dan tadlis. Akad dipandang sebagai fondasi utama yang menjamin keadilan dan kejelasan hubungan antara pihak-pihak yang bertransaksi berdasarkan asas saling ridha ². Karakteristik transaksi digital yang tidak melibatkan pertemuan langsung antara penjual dan pembeli menjadikan penerapan prinsip-prinsip syariah tersebut semakin penting, karena keterbatasan interaksi fisik berpotensi menimbulkan ketidakjelasan informasi dan kesalahpahaman dalam pelaksanaan transaksi..

Meskipun transaksi digital terus berkembang, penerapan prinsip syariah dalam praktik UMKM online belum sepenuhnya optimal. Penelitian menunjukkan bahwa sebagian pelaku usaha masih memandang penggunaan platform digital sebagai bentuk transaksi yang otomatis sah, tanpa memperhatikan kejelasan akad dan transparansi informasi yang merupakan syarat utama dalam muamalah Islam. Dalam praktiknya, masih ditemukan penjualan produk secara daring tanpa penjelasan spesifikasi yang memadai, penetapan harga yang kurang transparan, serta penggunaan sistem pra-pemesanan tanpa kejelasan akad yang digunakan, seperti akad salam atau istishna'³. Kondisi tersebut mencerminkan adanya kesenjangan antara kemajuan teknologi transaksi dan tingkat literasi serta kesadaran syariah pelaku UMKM dalam menjalankan usaha berbasis digital.

Berbagai temuan penelitian menunjukkan bahwa integrasi prinsip syariah dalam transaksi digital masih menghadapi tantangan yang signifikan. Sebagai contoh, studi yang mengkaji model transaksi digital syariah menyatakan bahwa e-commerce syariah perlu dibangun dengan struktur akad yang jelas dan mekanisme transaksi yang sesuai dengan

¹ Wira Ramashar and Saskia Khairunnisa, "Sharia Compliance and Competitive Advantage in Small and Medium Enterprises: The Mediating Role of Digital Payment Usage," *Journal of Accounting and Investment* 26, no. 2 (2025): 685–702.

² Muhammad Syafii Antonio, Yulizar D Sanrego, and Muhammad Taufiq, "An Analysis of Islamic Banking Performance: Maqashid Index Implementation in Indonesia and Jordania," *Journal of Islamic Finance* 1, no. 1 (2012).

³ Muhammad Razi Al Faruqi and Rusdiana Priatna Wijaya, "Transaksi E-Commerce Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah," *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 6, no. 6 SE-Articles (June 2025): 1774 – 1790, <https://doi.org/10.47467/elmal.v6i6.7288>.

prinsip ekonomi Islam untuk menghindari praktik yang bertentangan dengan syariah. Selain itu, analisis bibliometrik mengenai transaksi e-commerce dari perspektif ekonomi Islam menunjukkan bahwa rendahnya literasi syariah dalam praktik digital berdampak pada kurangnya transparansi harga, kejelasan objek transaksi, serta kepatuhan terhadap ketentuan akad yang benar. Dengan demikian, transformasi digital yang terjadi pada UMKM belum sepenuhnya diiringi oleh peningkatan pemahaman dan penerapan prinsip-prinsip ekonomi Islam dalam praktik transaksi online⁴.

Berdasarkan kondisi tersebut, dapat diidentifikasi permasalahan utama berupa rendahnya pemahaman pelaku UMKM online mengenai konsep akad dalam transaksi digital, kurangnya keterbukaan informasi produk dan harga, serta belum optimalnya literasi syariah di tengah pesatnya digitalisasi usaha. Penelitian menunjukkan bahwa lemahnya pemahaman akad dan literasi syariah dalam praktik bisnis digital berpotensi menimbulkan ketidakjelasan transaksi serta ketidaksesuaian dengan prinsip muamalah Islam^{5, 6}. Sebagai salah satu pusat pertumbuhan ekonomi digital, Kota Batam memerlukan model praktik transaksi yang tidak hanya efisien dan kompetitif, tetapi juga selaras dengan prinsip-prinsip syariah guna melindungi kepentingan pelaku usaha dan konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam tingkat pemahaman pelaku UMKM online di Kota Batam terhadap prinsip-prinsip syariah dalam transaksi digital serta mengidentifikasi kesenjangan antara praktik transaksi yang dilakukan dengan ketentuan syariah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara langsung dengan pelaku UMKM online untuk menggali pemahaman, pengalaman, dan praktik mereka terkait penerapan akad, transparansi, kejujuran, dan kepatuhan terhadap prinsip syariah dalam aktivitas jual beli

⁴ Muhamad Ibnu Afrelian, Chamdini Putri, and Khufyah Robe'nur, "Analisis Kontrak Syariah Dalam E-Commerce: Studi Terhadap Akad Murabahah Dan Salam Di Era Digital," *Al-Urban: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Filantropi Islam* 8, no. 2 SE-Articles (December 2024): 204–11, https://doi.org/10.22236/alurban_vol8.i2/18107.

⁵ Baknopi Baknopi et al., "Transaksi Digital Berlandaskan Syariah: Mewujudkan Muamalah Yang Etis Dan Berkah Pada Era E-Commerce," *Al-Fiqh* 3, no. 1 (2025): 14–22.

⁶ Antonio, Sanrego, and Taufiq, "An Analysis of Islamic Banking Performance: Maqashid Index Implementation in Indonesia and Jordania."

berbasis digital⁷. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik sekaligus menjadi dasar bagi perumusan program literasi syariah dan kebijakan pemberdayaan UMKM yang lebih efektif di era ekonomi digital. Berbeda dengan studi-studi sebelumnya yang berfokus pada model e-commerce syariah atau integrasi sistem ekonomi Islam secara makro, artikel ini menyoroti secara spesifik literasi syariah pelaku UMKM online di satu kota industri, yakni Batam, sehingga diharapkan dapat mengisi kekosongan kajian pada level praktik mikro⁸

B. Landasan Teori

Transaksi Digital dalam Perspektif Ekonomi Syariah

Transaksi digital merupakan aktivitas jual beli yang dilakukan melalui media elektronik seperti marketplace, media sosial, serta sistem pembayaran berbasis teknologi, yang semakin berkembang di era digital. Dalam perspektif ekonomi Syariah, transaksi seperti ini *dibenarkan* selama memenuhi prinsip muamalah Islam, yakni adanya akad yang jelas, objek transaksi yang halal, kesepakatan harga, saling ridha (sukarela), serta terhindar dari riba, gharar, dan penipuan. Penelitian tentang transaksi e-commerce dalam konteks hukum ekonomi Syariah menegaskan bahwa digital contract yang memenuhi unsur ijab dan qabul serta kesepakatan transparan termasuk salah satu syarat sahnya transaksi Islam modern⁹.

Selain itu, kajian mengenai unsur gharar dalam transaksi online menunjukkan bahwa ketidakjelasan informasi seperti spesifikasi barang, harga yang tidak rinci, dan kebijakan pengembalian yang ambigu dapat menimbulkan unsur gharar, yang bertentangan dengan prinsip kejelasan dan kejujuran dalam muamalah Islam¹⁰. Dengan demikian, implementasi prinsip-prinsip syariah dalam transaksi digital tidak hanya bergantung pada adanya akad, tetapi juga keterbukaan informasi yang memadai guna memenuhi hukum Islam dan meningkatkan kepercayaan konsumen dalam perdagangan

⁷ Matthew B. Miles A. Michael Huberman Johnny Saldaña, *Qualitative Data Analysis A Methods Sourcebook* (Arizona State University, 2014).

⁸ Cantika Yulianidani et al., "Integrasi E-Commerce Dengan Sistem Ekonomi Syariah : Sebuah Kajian Teoritis," *Jurnal of Economic Dan Business* 2, no. 2 (2024): 263–70.

⁹ Muhammad Razi Al Faruqi and Rusdiana Priatna Wijaya, "Transaksi E-Commerce Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah."

¹⁰ Eva Wildani Febrianti, "Gharar Dalam Transaksi Online: Analisis Akad Jual Beli Pada Marketplace Digital," *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri Terapan* 4, no. 2 (2025): 178–84.

digital. unsur gharar sehingga bertentangan dengan prinsip Syariah. Karena itu, transparansi informasi menjadi aspek penting dalam transaksi digital Syariah.

Konsep Akad dalam Transaksi Digital

Akad dapat dipahami sebagai bentuk kesepakatan yang mengikat antara penjual dan pembeli atas suatu objek transaksi yang diperjualbelikan. Dalam konteks transaksi berbasis digital, akad terjadi ketika pembeli memberikan persetujuan terhadap harga, spesifikasi produk, serta ketentuan transaksi melalui media elektronik yang disediakan oleh platform digital. Beberapa kajian fiqh muamalah menegaskan bahwa akad yang dilakukan melalui sarana elektronik tetap memiliki keabsahan secara Syariah selama memenuhi unsur kejelasan objek transaksi, kesepakatan harga, serta adanya kerelaan dari kedua belah pihak yang bertransaksi^{11,12}.

Praktik tersebut sejalan dengan aktivitas UMKM digital yang banyak menerapkan sistem pre-order, pembayaran bertahap, maupun transaksi berbasis pembayaran digital. Namun demikian, sejumlah penelitian menunjukkan bahwa pelaku UMKM masih memiliki keterbatasan pemahaman terhadap perbedaan jenis akad Syariah, seperti murabahah, salam, dan istishna', meskipun dalam praktiknya telah menerapkan mekanisme yang menyerupai akad-akad tersebut¹³. Kondisi ini berpotensi menimbulkan ketidaksesuaian antara praktik transaksi digital yang dijalankan dengan prinsip-prinsip Syariah yang seharusnya menjadi landasan dalam aktivitas muamalah.

Prinsip Syariah dalam Transaksi Digital UMKM

Penerapan prinsip Syariah pada transaksi digital UMKM menekankan pentingnya keterbukaan informasi, kejujuran, dan penghindaran unsur gharar. Keterbukaan atau *transparansi* mensyaratkan agar pelaku usaha menyajikan informasi produk secara lengkap dan akurat, mencakup harga, potensi biaya tambahan, serta kebijakan

¹¹ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik* (Gema Insani, 2001).

¹² Miftachul Ulum and Abdul Mun'im, "Akad Bisnis Dalam Platform Digital E-Commerce: Perspektif Kitab Fathul Qorib," *Miftah: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 3, no. 2 (2025): 99–106.

¹³ Sriyono et al., "Peran Efektivitas Literasi Keuangan Dan Pembiayaan Syariah Terhadap Stabilitas Keuangan UMKM," *Journal of Trends Economics and Accounting Research* 4 (January 2024): 447–54, <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i2.1084>.

pengembalian barang. Ketidaklengkapan informasi berpotensi menimbulkan ketidakpastian dalam transaksi dan merugikan konsumen, yang bertentangan dengan prinsip keadilan dalam muamalah Islam¹⁴.

Selain itu, kejujuran menjadi aspek penting dalam transaksi Syariah. Pedagang dilarang memanipulasi gambaran produk, menyampaikan informasi yang tidak benar, atau menutupi kekurangan barang, karena perilaku semacam ini termasuk *tadlis* atau penipuan yang dilarang dalam prinsip fiqh muamalah¹⁵. Di samping itu, pemilihan metode pembayaran digital harus bebas dari unsur riba, misalnya bunga atau biaya tambahan terhadap keterlambatan pembayaran. Studi lain menunjukkan bahwa syariah compliance pada e-commerce mengharuskan sistem pembayaran digital menyesuaikan dengan prinsip ekonomi Islam, sehingga bebas dari riba dan unsur yang dilarang¹⁶.

Literasi Syariah Pelaku UMKM

Literasi Syariah menggambarkan kemampuan pelaku usaha dalam mengenali, memahami, serta menerapkan prinsip-prinsip ekonomi Islam dalam aktivitas bisnis mereka. Tingkat literasi yang rendah berpotensi menghasilkan praktik transaksi digital yang kurang selaras dengan ketentuan Syariah, meskipun pelaku usaha tidak berniat melanggar prinsip tersebut.¹⁷¹⁸ Solikin et al (2025) menyatakan bahwa literasi dan inklusi keuangan Syariah berperan penting dalam pengembangan UMKM di Indonesia, yang mencakup pemahaman atas akad dan prinsip jual beli Syariah dalam konteks digital. Temuan serupa juga muncul dalam kajian literasi dan pembiayaan syariah terhadap stabilitas keuangan UMKM, yang menegaskan bahwa pemahaman konsep fiqh muamalah menjadi faktor penting keberlanjutan usaha, termasuk pada kanal e-commerce¹⁹.

¹⁴ Aulia Rahmi et al., "Penerapan Kaidah Muamalah Dalam Transaksi Ekonomi Digital: Tinjauan Pustaka Pada Paylater, E-Wallet, Dan Marketplace," *Salam (Islamic Economics Journal)* 6, no. 2 (2025): 347–65.

¹⁵ Febrianti, "Gharar Dalam Transaksi Online: Analisis Akad Jual Beli Pada Marketplace Digital."

¹⁶ Muhammad Razi Al Faruqi and Rusdiana Priatna Wijaya, "Transaksi E-Commerce Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah."

¹⁷ Solikin et al. (2025)

¹⁸ Solikin Solikin, Abdul Haris Romdhoni, and Sumadi Sumadi, "Peran Literasi Dan Inklusi Keuangan Syariah Terhadap Pengembangan UMKM Di Indonesia," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 11, no. 02 SE-Articles (May 2025), <https://doi.org/10.29040/jiei.v11i02.17239>.

¹⁹ Yuliantanil et al., "Integrasi E-Commerce Dengan Sistem Ekonomi Syariah : Sebuah Kajian Teoritis."

Selain itu, studi oleh²⁰ menemukan bahwa literasi keuangan Syariah bersama dengan E-commerce dan digital marketing memiliki pengaruh terhadap kemampuan UMKM dalam menjalankan usaha secara kompetitif namun tetap berpegang pada prinsip Syariah. Perkembangan inovasi dan literasi keuangan Syariah juga terus diidentifikasi sebagai salah satu faktor kunci untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam menerapkan ekonomi Islam secara konsisten.

C. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian berupaya memahami secara mendalam pemahaman, pengalaman, dan praktik pelaku UMKM online di Kota Batam dalam mengimplementasikan prinsip-prinsip Syariah pada transaksi digital. Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan situasi aktual di lapangan berdasarkan hasil temuan dari wawancara dan observasi, tanpa melakukan uji hubungan antarvariabel. Fokus penelitian ini terletak pada bagaimana pelaku UMKM memahami dan menerapkan konsep akad, transparansi, kejujuran, serta kepatuhan terhadap prinsip Syariah dalam kegiatan jual beli online.

a. Populasi dan Sampel

Populasi penelitian mencakup seluruh pelaku UMKM online di Kota Batam yang melakukan transaksi penjualan melalui platform digital, baik di marketplace maupun media sosial. Pemilihan informan dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan responden secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian.

Adapun kriteria informan meliputi:

- a. Pelaku UMKM yang aktif berjualan secara digital melalui marketplace atau media sosial.
- b. Telah menjalankan usaha minimal satu tahun.

²⁰ Zahida I'tishomabillah, Mohammad Ilyas, and Haqqul Yaqin, "PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN LITERASI EKONOMI SYARIAH TERHADAP UMKM DALAM MENGEMBANGKAN PENDAPATAN," *Minhaj: Jurnal Ilmu Syariah* 4, no. 2 SE-Articles (July 2023): 125–39, <https://doi.org/10.52431/minhaj.v4i2.1659>.

- c. Bersedia menjadi partisipan dan memberikan informasi secara terbuka.
- d. Pelaku UMKM Yang masih awam dengan Praktik berjualan secara digital
- e. Jumlah informan dalam penelitian ini sebanyak 6 orang pelaku UMKM online. Jumlah ini dianggap memadai dalam konteks penelitian kualitatif karena fokus utamanya adalah kedalaman data, bukan jumlah responden.

Dalam praktiknya, informan yang terpilih memiliki rentang lama usaha antara 1 hingga lebih dari 10 tahun, sehingga memungkinkan diperolehnya perspektif dari pelaku yang baru merintis maupun yang sudah relatif mapan.

b. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian adalah pelaku UMKM online di Kota Batam yang menjalankan usaha melalui platform digital seperti marketplace dan media sosial. Objek penelitian adalah pemahaman dan praktik prinsip Syariah dalam transaksi digital UMKM, meliputi kejelasan akad, transparansi informasi, dan mekanisme pembayaran.

Profil singkat informan adalah sebagai berikut:

- (1) Lama usaha berkisar antara 1– lebih dari 10 tahun.
- (2) Platform yang digunakan meliputi Shopeefood, Gofood, Grabfood, Instagram, dan pesan via Whatsaap
- (3) Jenis produk yang dijual beragam, antara lain kuliner, hingga usaha Buket Bunga

Profil ini memberikan gambaran mengenai keberagaman karakteristik pelaku usaha yang menjadi sumber data penelitian.

c. Teknik Pengumpulan Data

- 1. Wawancara semi-terstruktur, yaitu wawancara dengan panduan pertanyaan sederhana namun fleksibel, sehingga responden dapat menjelaskan pengalaman mereka secara bebas.
- 2. Dokumentasi, berupa pengamatan terhadap deskripsi produk, sistem transaksi, dan informasi penjualan yang ditampilkan pada platform digital UMKM. Data dokumentasi digunakan sebagai bahan pembandingan (triangulasi) terhadap hasil wawancara, untuk melihat kesesuaian antara pernyataan informan dan praktik yang ditampilkan di platform digital.

d. Teknik Analisis Data

1. Kondensasi data, yaitu proses menyeleksi, memfokuskan, menyederhanakan, dan mengorganisasikan data hasil wawancara dan dokumentasi. Pada tahap ini, peneliti mengelompokkan jawaban informan ke dalam beberapa kategori tema, seperti:
 - a. pemahaman terhadap akad syariah dalam transaksi digital,
 - b. praktik transparansi informasi produk dan harga,
 - c. sikap terhadap riba, gharar, dan kejujuran dalam usaha, serta
 - d. pengalaman mengikuti pelatihan atau edukasi syariah.
2. Penyajian data, dilakukan dalam bentuk uraian naratif dan tabel/matriks tematik yang merangkum pola-pola utama dari setiap informan. Penyajian data memuat ringkasan hasil wawancara yang didukung oleh kutipan langsung informan, serta deskripsi singkat dari dokumentasi yang relevan (misalnya contoh deskripsi produk dan informasi harga pada marketplace).
3. Penarikan kesimpulan dan verifikasi, dilakukan secara berkelanjutan sepanjang proses penelitian. Peneliti menyusun proposisi sementara mengenai kesenjangan pengetahuan prinsip syariah pada pelaku UMKM, kemudian memeriksa kembali konsistensi temuan tersebut dengan data wawancara dan dokumentasi.

D. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara terhadap delapan pelaku UMKM online di Kota Batam, setiap pelaku usaha memiliki proses perkembangan yang berbeda-beda. Ada informan yang telah menjalankan usaha lebih dari sepuluh tahun, sementara yang lain baru merintis dalam rentang 1–3 tahun terakhir.

Produk yang ditawarkan juga beragam, mulai dari makanan dan minuman siap saji, jajanan kaki lima, kuliner dengan konsep internasional, hingga usaha buket bunga. Sebagian besar konsumen berasal dari lingkungan sekitar tempat usaha, namun beberapa informan menyebutkan bahwa pelajar dan mahasiswa menjadi segmen pelanggan yang cukup dominan, terutama pada usaha kuliner dan produk kekinian.

Seluruh informan telah memanfaatkan teknologi digital, baik sebagai sarana promosi maupun transaksi. Platform yang digunakan antara lain GoFood, GrabFood, ShopeeFood, Instagram, dan WhatsApp. Melalui platform tersebut, alur transaksi umumnya meliputi pemesanan, kesepakatan harga, pembayaran, pengiriman, hingga penanganan komplain.

Dari sisi perilaku usaha, sebagian besar pelaku UMKM menyatakan selalu berusaha jujur dalam mencantumkan informasi produk, harga, serta biaya tambahan. Mereka juga berupaya menjaga kepercayaan konsumen dengan memberikan respon cepat dan menyelesaikan keluhan secara kekeluargaan, misalnya dengan mengganti pesanan yang salah atau memberikan potongan harga pada pesanan berikutnya. Seorang informan menyatakan, *"Kalau ada pesanan yang salah atau telat, biasanya saya jelaskan ke pelanggan dan tawarkan ganti atau diskon supaya mereka tetap percaya,"* (Informan 3, usaha kuliner).

Namun, ketika ditanya mengenai pemahaman terhadap prinsip Syariah, mayoritas informan mengakui belum memahami secara spesifik konsep akad dalam transaksi digital. Mereka tidak familiar dengan istilah akad bai', salam, atau wakalah, dan hanya memandang proses pemesanan dan pembayaran sebagai "transaksi biasa" yang penting saling ridha dan tidak merugikan. Hal ini tergambar dari pernyataan salah satu pelaku, *"Saya kurang paham nama-nama akad itu, yang penting menurut saya pembeli sudah setuju dan tidak ada yang dirugikan,"* (Informan 5, Usaha Minuman).

Istilah riba lebih dikenal informan, tetapi pemahamannya masih umum dan lebih dikaitkan dengan praktik pinjaman berbunga tinggi. Sementara itu, konsep gharar belum dikenal secara istilah, walaupun beberapa informan mengakui pernah mengalami masalah seperti keterlambatan pengiriman atau ketidaksesuaian produk. Untuk mengurangi risiko tersebut, mereka biasanya melakukan klarifikasi terlebih dahulu dan memberikan penjelasan kepada konsumen. Salah satu informan menuturkan, *"Pernah juga barang sampai ke pembeli agak beda warnanya karena cahaya foto, jadi saya jelaskan dan tawarkan retur,"* (Informan 2, aksesoris / Buket Bunga).

Mayoritas pelaku UMKM juga menyampaikan bahwa belum pernah mendapatkan pelatihan khusus tentang transaksi digital berbasis Syariah. Pengetahuan Syariah yang mereka miliki umumnya diperoleh dari pengajian umum, media sosial, atau ceramah, sehingga lebih menekankan pada nilai kejujuran, keberkahan usaha, dan menjauhi

praktik yang dianggap zalim. Meski demikian, hampir seluruh informan menyatakan tertarik jika ada pelatihan sederhana dan praktis mengenai penerapan prinsip Syariah dalam transaksi digital. Seperti diungkapkan Informan 5, *“Kalau ada pelatihan singkat soal jual beli online yang sesuai syariah saya mau ikut, asal bahasanya mudah dan langsung ke praktik,”*.

Hasil penelitian menunjukkan adanya kesenjangan yang jelas antara praktik transaksi digital yang dijalankan pelaku UMKM online di Batam dengan tingkat pemahaman konseptual mereka terhadap prinsip Syariah. Secara praktik, delapan informan telah menjalankan proses jual beli yang mencakup pemesanan, kesepakatan harga, pembayaran, dan pengiriman, yang pada hakikatnya telah memenuhi unsur dasar akad jual beli dalam Syariah. Namun, sebagian besar informan tidak menyadari bahwa rangkaian proses tersebut merupakan bentuk akad yang memiliki konsekuensi hukum dan etika dalam Islam.

Kesenjangan ini semakin tampak ketika informan diminta menyebutkan jenis akad yang relevan dengan transaksi digital. Mayoritas tidak mampu menyebutkan istilah akad seperti bai', salam, atau wakalah, dan hanya memahami transaksi sebagai kesepakatan bisnis biasa. Pernyataan Informan 5 yang menyebut “kurang paham nama-nama akad” menguatkan indikasi bahwa pemahaman mereka masih berada pada tingkat etika umum, bukan kategori fikih muamalah yang spesifik. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi UMKM berkembang lebih cepat dibandingkan literasi Syariah pelaku usahanya, sehingga muncul jarak antara inovasi teknologi yang mereka gunakan dengan pengetahuan normatif tentang prinsip transaksi Syariah.

Pada aspek transparansi dan kejujuran, temuan lapangan memperlihatkan bahwa sebagian besar UMKM telah menerapkan keterbukaan informasi produk, harga, dan biaya tambahan dalam platform digital yang mereka gunakan. Praktik ini sejatinya selaras dengan nilai Syariah seperti shiddiq (jujur) dan amanah, meskipun oleh informan lebih dipahami sebagai etika usaha atau strategi menjaga kepercayaan pelanggan, bukan sebagai implementasi sadar dari ajaran Syariah. Dengan demikian, nilai Syariah sudah hadir dalam praktik, tetapi belum dihubungkan secara eksplisit dengan kerangka konsep Syariah itu sendiri.

Risiko transaksi digital yang dialami informan, seperti keterlambatan pengiriman, ketidaksesuaian pesanan, dan kesalahan pihak ketiga (driver atau platform), dipandang sebagai risiko operasional biasa. Konsep gharar belum dikenali secara istilah, tetapi tindakan yang dilakukan pelaku UMKM—misalnya memperjelas deskripsi produk, memberikan konfirmasi pesanan, dan menyelesaikan komplain—sebenarnya merupakan bentuk upaya mengurangi ketidakjelasan (gharar) dalam transaksi. Praktik ini sejalan dengan temuan^{21 22} bahwa kejelasan spesifikasi barang dan kebijakan pengembalian merupakan elemen kunci untuk meminimalkan gharar dalam transaksi online. Hal ini menunjukkan bahwa praktik pengelolaan risiko sudah mengarah pada prinsip Syariah, meskipun tidak diiringi dengan pemahaman teoretis.

Minimnya pemahaman konseptual tersebut berkaitan erat dengan ketiadaan akses edukasi formal mengenai transaksi digital berbasis Syariah bagi pelaku UMKM. Para informan menyebutkan bahwa mereka lebih banyak belajar dari pengalaman usaha dan fitur platform daripada dari materi fiqh muamalah. Akibatnya, Syariah hanya dipersepsikan sebagai nilai moral umum seperti kejujuran, niat baik, dan menghindari riba, bukan sebagai sistem yang mengatur struktur akad, pembagian risiko, dan mekanisme penyelesaian sengketa.

Meskipun demikian, pandangan ke depan para pelaku UMKM cukup positif. Sebagian besar informan menilai bahwa penerapan prinsip Syariah yang lebih terarah dalam transaksi digital berpotensi meningkatkan kepercayaan konsumen dan keberkahan usaha. Ini menunjukkan bahwa kesenjangan pengetahuan Syariah bukan karena penolakan, melainkan karena keterbatasan literasi dan pendampingan. Dengan demikian, kondisi ini sekaligus menjadi tantangan dan peluang bagi pemerintah, akademisi, dan lembaga keuangan Syariah untuk mengembangkan program edukasi dan pendampingan yang sederhana, aplikatif, dan sesuai dengan konteks UMKM online di Kota Batam.

Melalui pembahasan ini, inti permasalahan sesuai dengan fokus penelitian, yaitu adanya kesenjangan pengetahuan pelaku UMKM online di Batam tentang prinsip Syariah dalam transaksi digital. Praktik transaksi yang mereka jalankan pada dasarnya sudah relatif sejalan dengan nilai dasar Syariah, tetapi belum diiringi dengan pemahaman konseptual dan teknis yang memadai. Oleh karena itu, peningkatan literasi Syariah yang praktis dan mudah dipahami menjadi kebutuhan penting agar UMKM dapat menjalankan

²¹ Faruqi & Wijaya (2022)

²² Faruqi and Wijaya.

usaha digital secara efisien sekaligus sesuai dengan prinsip Syariah secara sadar dan berkelanjutan.

E. Penutup

Berdasarkan hasil penelitian terhadap enam pelaku UMKM online di Kota Batam, dapat disimpulkan beberapa hal berikut.

Pertama, transaksi digital yang dijalankan informan pada dasarnya telah memenuhi unsur dasar akad jual beli dalam perspektif Syariah, seperti adanya pihak yang berakad, objek transaksi, kesepakatan harga, dan proses serah terima secara digital. Praktik usaha melalui berbagai platform digital juga menunjukkan adanya upaya menjaga kejujuran, keterbukaan informasi produk, serta penyelesaian komplain secara bertanggung jawab.

Kedua, tingkat pemahaman konseptual pelaku UMKM terhadap prinsip Syariah dalam transaksi digital masih terbatas. Mayoritas informan belum mengenal secara jelas konsep akad yang relevan, seperti bai', salam, dan wakalah, maupun istilah seperti gharar, meskipun dalam praktik mereka telah berusaha meminimalkan ketidakjelasan dan risiko transaksi. Syariah cenderung dipahami sebagai himpunan nilai moral umum (jujur, amanah, menghindari riba) dan belum diposisikan sebagai kerangka sistematis yang mengatur struktur akad dan distribusi risiko dalam transaksi digital.

Ketiga, kesenjangan antara praktik yang relatif sejalan dengan nilai dasar Syariah dan rendahnya literasi konseptual tersebut terutama berkaitan dengan belum optimalnya akses pelaku UMKM terhadap edukasi dan pendampingan terkait transaksi digital berbasis Syariah. Digitalisasi usaha berkembang lebih cepat daripada peningkatan literasi Syariah, sehingga pelaku UMKM cenderung mengikuti alur sistem platform tanpa memahami implikasi akad yang terjadi di dalamnya.

Keempat, temuan ini menunjukkan bahwa penguatan literasi Syariah yang sederhana, kontekstual, dan aplikatif bagi pelaku UMKM online merupakan kebutuhan yang mendesak. Program pelatihan yang mengintegrasikan penjelasan jenis-jenis akad relevan dalam transaksi digital, simulasi kasus jual beli online, dan pendampingan singkat pasca-pelatihan berpotensi meningkatkan kemampuan UMKM dalam mengelola transaksi secara syar'i sekaligus kompetitif.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar cakupan wilayah diperluas atau dikombinasikan dengan pendekatan kuantitatif guna mengukur tingkat pemahaman

prinsip Syariah secara lebih luas di kalangan pelaku UMKM digital. Kajian lanjutan juga dapat menguji efektivitas intervensi edukasi (pelatihan atau pendampingan) terhadap perubahan pengetahuan dan praktik transaksi digital berbasis Syariah pada UMKM.

Daftar Pustaka

- Antonio, Muhammad Syafi'i. *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik*. Gema Insani, 2001.
- Antonio, Muhammad Syafii, Yulizar D Sanrego, and Muhammad Taufiq. "An Analysis of Islamic Banking Performance: Maqashid Index Implementation in Indonesia and Jordania." *Journal of Islamic Finance* 1, no. 1 (2012).
- Baknopi, Baknopi, Damayanti Damayanti, Depi Sri Rahayu, Liza Liza, and Nopa Nur Patin. "Transaksi Digital Berlandaskan Syariah: Mewujudkan Muamalah Yang Etis Dan Berkah Pada Era E-Commerce." *Al-Fiqh* 3, no. 1 (2025): 14–22.
- Faruqi, Muhammad Razi Al, and Rusdiana Priatna Wijaya. "E-Commerce Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah." *Jurnal Inovasi Penelitian* 2, no. 8 (2022): 1–8.
- Febrianti, Eva Wildani. "Gharar Dalam Transaksi Online: Analisis Akad Jual Beli Pada Marketplace Digital." *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri Terapan* 4, no. 2 (2025): 178–84.
- I'tishomabillah, Zahida, Mohammad Ilyas, and Haqqul Yaqin. "PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN LITERASI EKONOMI SYARIAH TERHADAP UMKM DALAM MENGEMBANGKAN PENDAPATAN." *Minhaj: Jurnal Ilmu Syariah* 4, no. 2 SE-Articles (July 2023): 125–39. <https://doi.org/10.52431/minhaj.v4i2.1659>.
- Muhamad Ibnu Afrelian, Chamdini Putri, and Khufyah Robe'nur. "Analisis Kontrak Syariah Dalam E-Commerce: Studi Terhadap Akad Murabahah Dan Salam Di Era Digital." *Al-Urban: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Filantropi Islam* 8, no. 2 SE-Articles (December 2024): 204–11. https://doi.org/10.22236/alurban_vol8.i2/18107.
- Muhammad Razi Al Faruqi, and Rusdiana Priatna Wijaya. "Transaksi E-Commerce Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah." *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 6, no. 6 SE-Articles (June 2025): 1774 – 1790. <https://doi.org/10.47467/elmal.v6i6.7288>.
- Rahmi, Aulia, Hasan Bisri, Ayi Yunus Rusyana, and Harmanto Raharjo. "Penerapan Kaidah Muamalah Dalam Transaksi Ekonomi Digital: Tinjauan Pustaka Pada Paylater, E-Wallet, Dan Marketplace." *Salam (Islamic Economics Journal)* 6, no. 2 (2025): 347–65.
- Ramashar, Wira, and Saskia Khairunnisa. "Sharia Compliance and Competitive Advantage in Small and Medium Enterprises: The Mediating Role of Digital Payment Usage." *Journal of Accounting and Investment* 26, no. 2 (2025): 685–702.
- Saldaña, Matthew B. Miles A. Michael Huberman Johnny. *Qualitative Data Analysis A*

Methods Sourcebook. Arizona State University, 2014.

Solikin, Solikin, Abdul Haris Romdhoni, and Sumadi Sumadi. "Peran Literasi Dan Inklusi Keuangan Syariah Terhadap Pengembangan UMKM Di Indonesia." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 11, no. 2 (2025): 42–49. <https://doi.org/10.25130/sc.24.1.6>.

———. "Peran Literasi Dan Inklusi Keuangan Syariah Terhadap Pengembangan UMKM Di Indonesia." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 11, no. 02 SE-Articles (May 2025). <https://doi.org/10.29040/jiei.v11i02.17239>.

Sriyono, Dhea Putri, Muhammad Ardana, Nila Osama, and Moch Zamani. "Peran Efektivitas Literasi Keuangan Dan Pembiayaan Syariah Terhadap Stabilitas Keuangan UMKM." *Journal of Trends Economics and Accounting Research* 4 (January 2024): 447–54. <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i2.1084>.

Ulum, Miftachul, and Abdul Mun'im. "Akad Bisnis Dalam Platform Digital E-Commerce: Perspektif Kitab Fathul Qorib." *Miftah: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 3, no. 2 (2025): 99–106.

Yuliandani, Cantika, Rizky Ramadhania, Kharisma Gusti Pelita, and Ahmad Hafiz. "Integrasi E-Commerce Dengan Sistem Ekonomi Syariah : Sebuah Kajian Teoritis." *Jurnal of Economic Dan Business* 2, no. 2 (2024): 263–70.