

Analisis Praktik Bisnis Berbasis Digital Melalui Tinjauan Tingkatan Maslahah dalam Ekonomi Islam

Mursalmina¹

mursalmina@ar-raniry.ac.id¹

**¹ Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry
Banda Aceh, Indonesia**

ABSTRACT

This research aims to analyze the levels of Maslahah in digital business practices in Indonesia. The research method used is descriptive qualitative with a library research approach. Secondary data sourced from scientific journals and authoritative textbooks were analyzed using content analysis techniques. The results show that the implementation of the Maslahah concept serves as a moral compass to align technological innovation with sharia objectives (Maqashid Sharia). At the Dharuriyyah level, the main focus lies on the protection of the five main foundations (al-kulliyat al-khams). The Hajiyyah level is observed through the increase in MSME empowerment, financial inclusion, and flexibility in transactions that eliminates difficulties (masyaqqah) in public economic mobility. Meanwhile, the Tahsiniyyah level relates to the refinement of ethics and aesthetics, such as improving user experience and transparency through blockchain technology.

Keywords: *Maslahah, Digital Business, Maqasid al-Shari'ah, E-commerce*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana tingkatan Maslahah pada praktik bisnis digital di Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan jenis studi pustaka (library research). Data sekunder yang bersumber dari jurnal ilmiah dan buku teks otoritatif dianalisis menggunakan teknik analisis isi (content analysis). Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi konsep Maslahah berfungsi sebagai kompas moral untuk menyelaraskan inovasi teknologi dengan tujuan syariat (Maqashid Syariah). Pada tingkat Dharuriyyah, fokus utama terletak pada perlindungan terhadap lima fondasi utama (al-kulliyat al-khams). Tingkat Hajiyyah dilihat dari peningkatan pemberdayaan UMKM dan inklusi keuangan serta fleksibilitas dalam transaksi yang menghilangkan kesulitan (masyaqqah) dalam mobilitas ekonomi masyarakat. Sementara itu, tingkat Tahsiniyyah berkaitan dengan penyempurnaan etika dan estetika, seperti peningkatan pengalaman pengguna (user experience) dan transparansi melalui teknologi blockchain.

Kata Kunci: Maslahah, Bisnis Digital, Maqasid Syariah, E-commerce.

A. PENDAHULUAN

Era industri 4.0 dan globalisasi telah memicu transformasi digital yang masif, merubah paradigma ekonomi dari sistem konvensional menuju ekosistem berbasis teknologi informasi dan internet. Perkembangan ini menghadirkan berbagai platform digital seperti e-commerce, fintech, hingga media sosial yang kini berfungsi sebagai sarana transaksi ekonomi. Indonesia, dengan populasi Muslim terbesar di dunia, memiliki posisi strategis dalam pertumbuhan ekonomi digital syariah yang inklusif dan berkelanjutan. Namun, transformasi ini membawa paradoks; di satu sisi menawarkan efisiensi dan akses pasar yang luas, namun di sisi lain memunculkan risiko etis seperti ancaman keamanan data pribadi, potensi praktik riba pada pinjaman online, ketidakjelasan akad (gharar), hingga eksploitasi data konsumen.

Dalam menghadapi kompleksitas era digital ini, hukum Islam tidak hanya dipandang sebagai aturan tekstual, tetapi harus ditafsirkan secara kontekstual melalui konsep Maslahah. Maslahah berfungsi sebagai instrumen untuk menyeimbangkan antara orientasi profit dengan tanggung jawab sosial. Implementasi konsep Maslahah dalam bisnis digital menjadi krusial sebagai kompas moral untuk memastikan bahwa inovasi teknologi tetap selaras dengan tujuan syariat (Maqashid Syariah).

Penelitian yang dilakukan oleh Wahyuni, dkk (2023) menganalisis relevansi Maqashid Syariah dalam transaksi e-commerce di Indonesia, menyimpulkan bahwa Maqashid Syariah dan Muamalah memiliki relevansi yang signifikan dalam konteks e-commerce di Indonesia. Penerapan prinsip-prinsip ini dapat memastikan kehalalan dalam transaksi, menjaga keadilan, melindungi konsumen, dan menciptakan lingkungan bisnis yang berintegritas. Musanna (2022) mengkaji tentang praktik e-commerce melalui lensa Maslahah Mursalah dan mengidentifikasi bahwa praktik e-commerce dari perspektif Maqashid syariah memiliki kesamaan dengan praktik As-salam, merupakan jenis masalah (kemudahan/memberikan manfaat) pada tingkat masalah hajiyyat. Daredmi dkk. (2024) melakukan penelitian tentang "Transformasi Prinsip Maslahah dalam E-Commerce dalam Pandangan Al-Ghazali", hasil penelitian menunjukkan prinsip-prinsip masalah Al-Ghazali tetap relevan dan harus diadaptasi untuk mengatasi tantangan e-commerce di era digital.

Meskipun banyak penelitian telah membahas implementasi Maqashid Syariah dalam E-Commerce, masih terdapat kelangkaan kajian yang mengintegrasikan level Maqashid Syariah dalam berbagai ranah bisnis digital yang saling terhubung. Kebanyakan studi terdahulu cenderung berfokus pada aspek teknis-legal atau satu tingkatan kemaslahatan saja. Penelitian ini hadir untuk mengisi celah tersebut dengan mengelaborasi implementasi Maslahah pada tingkat Dharuriyyat, Hajiyyat, dan Tahsiniyyat secara komprehensif di tengah fenomena disrupsi digital saat ini

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konsep level Masalah diimplementasi dalam berbagai praktik bisnis digital di Indonesia.

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana Implementasi Masalah (Dharuriyyah, Hajiyyah, Tahsiniyyah) dalam ekosistem bisnis digital saat ini, serta apa tantangan dan hambatannya ?

B. TEORI

Maqashid syariah

Menurut Ibnu Asyur, Maqashid syariah bertujuan untuk kemaslahatan manusia baik di dunia maupun akhirat. Maslahat menurut istilah Ibnu Asyur adalah sifat suatu perbuatan yang dapat merealisasikan kebaikan atau kemanfaatan selamanya atau secara umum bagi orang banyak maupun individu (pribadi) baik di dunia dan di akhirat. Tujuan Maqasid syariah harus selalu dipertimbangkan dalam proses penetapan hukum Islam (Sutisna dkk, 2021). Maqashid berfungsi sebagai landasan dan kompas moral yang memastikan setiap aktivitas ekonomi, termasuk dalam era digital, tidak hanya mengejar efisiensi tetapi juga keadilan sosial (Mohd Haridan dkk, 2023). Secara fundamental, inti dari konsep ini adalah perlindungan terhadap lima aspek pokok kehidupan manusia yang dikenal sebagai al-kulliyat al-khams, yaitu perlindungan terhadap agama (din), jiwa (nafs), akal ('aql), keturunan (nasl), dan harta (mal) (Islam & Islam, 2024) (Rafsanjani, 2016).

Selain itu, Maqashid Syariah memberikan panduan bagi lembaga keuangan Islam untuk menavigasi disrupsi teknologi dengan tetap menjunjung tinggi nilai-nilai spiritual dan moral sebagai basis pembangunan ekonomi (Melzatia dkk, 2025).

Melalui pemahaman maqashid, praktik bisnis digital dapat diarahkan untuk mencapai kesejahteraan holistik yang mencakup dimensi material, sosial, dan spiritual bagi seluruh umat (Sikki et al., 2025).

Maslahah

Maslahah secara etimologis merujuk pada makna kebaikan, kemanfaatan, dan segala sesuatu yang mendatangkan keuntungan serta mencegah kerusakan (mafsadah) (Haetami, 2015). Dalam terminologi hukum Islam, masalah adalah prinsip yang digunakan untuk menetapkan hukum pada persoalan-persoalan baru yang tidak dijelaskan secara eksplisit dalam nash Al-Qur'an maupun Hadis, namun selaras dengan tujuan syariat (Syah & Hanani, 2025).

Imam al-Ghazali mendefinisikan masalah sebagai usaha untuk memperoleh manfaat dan mencegah kerugian dalam rangka menjaga tujuan syariat (Islam & Islam, 2024).

Di era digital, penggunaan masalah menjadi keniscayaan karena merupakan inti dari seluruh inovasi praktik ekonomi syariah, seperti perbankan digital dan e-commerce (Shah & Susilo, 2022), dengan mengintegrasikan nilai masalah dalam bisnis digital, pelaku usaha didorong untuk melakukan praktik melampaui sekadar maksimalisasi profit, yakni turut mempertimbangkan aspek kesejahteraan sosial dan lingkungan (Ali dkk, 2013) (Ramadani dkk, 2016) (Alserhan, 2017).

Para pakar hukum Islam mengklasifikasikan masalah ke dalam tiga tingkatan berdasarkan kualitas dan urgensi kepentingannya bagi keberlangsungan hidup manusia, Ketiga tingkatan tersebut adalah Dharuriyat, Hajiyyat, dan Tahsiniyat (Wahyuni dkk, 2023) (Masruroh, 2020) (Nurjannah dkk, 2021).

a. Dharuriyat

Masalah Dharuriyat adalah kemaslahatan yang berhubungan dengan kebutuhan pokok manusia yang wajib ada demi keberlangsungan hidup dan agama. Jika tingkatan ini tidak terpenuhi, maka keselamatan manusia di dunia dan kebahagiaan di akhirat akan terancam, yang berakibat pada kekacauan dan kesengsaraan (Wahyuni dkk, 2023) (Shah, 2022) (Masruroh, 2020).

Level ini mencakup perlindungan terhadap lima pondasi utama (Nurjannah dkk, 2021) :

1. Perlindungan terhadap agama,
2. Perlindungan terhadap jiwa,
3. Perlindungan terhadap akal,
4. Perlindungan terhadap keturunan,
5. dan Perlindungan terhadap harta benda

b. Hajiyyat

Masalah Hajiyyat adalah tingkatan kemaslahatan yang dibutuhkan manusia untuk menghilangkan kesulitan, kesempitan, atau memberikan kelonggaran dalam menjalankan kehidupan (Wahyuni dkk, 2023). Berbeda dengan dharuriyat, kegagalan dalam memenuhi level ini tidak secara langsung merusak pondasi kehidupan, namun akan menyebabkan hambatan dan kesukaran besar bagi masyarakat (Shah & Susilo 2022).

c. Tahsiniyat

Masalah Tahsiniyat merupakan kebutuhan pelengkap yang bertujuan memberikan kesempurnaan, keindahan, serta menjaga adab dan akhlak yang mulia dalam kehidupan manusia (Wahyuni dkk, 2023) (Masruroh, 2020). Ketidakhadiran level ini tidak akan menyebabkan kesulitan yang berarti atau mengancam keselamatan, namun pemenuhannya akan meningkatkan kualitas estetika dan norma sosial sesuai tuntutan fitrah yang sehat (Musanna, 2022).

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Pendekatan ini dipilih untuk memberikan gambaran yang sistematis, faktual, dan mendalam mengenai fenomena penerapan konsep masalah dalam ekosistem bisnis digital saat ini. Fokus utama penelitian adalah menginterpretasikan nilai-nilai normatif Islam ke dalam realitas transaksi elektronik yang terus berkembang.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder melalui studi pustaka (library research). Peneliti secara spesifik mengumpulkan literatur dari artikel jurnal ilmiah yang terakreditasi dan bereputasi, baik di tingkat nasional maupun internasional, serta buku-buku teks otoritatif yang membahas Maqashid Syariah dan ekonomi digital.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui metode dokumentasi dan penelusuran literatur sistematis menggunakan strategi kata kunci yang relevan, seperti "masalah", "bisnis digital", dan "e-commerce".

Teknik analisis data yang diterapkan adalah analisis isi (content analysis) dengan metode deskriptif-analitis. Proses analisis melibatkan reduksi data, kategorisasi literatur berdasarkan tingkatan masalah (dharuriyat, hajiyat, dan tahsiniyat), serta interpretasi data melalui pendekatan normatif hukum Islam untuk menghasilkan kesimpulan yang logis dan komprehensif.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Praktik Bisnis Digital dalam Konsep Masalah

Secara etimologi, masalah merujuk pada segala sesuatu yang mendatangkan kebaikan, kemanfaatan, dan kesesuaian (Shah & Susilo, 2022)(Syah & Hanani, 2025). Secara terminologi, Imam al-Ghazali mendefinisikan masalah sebagai upaya untuk memperoleh manfaat dan mencegah kerusakan demi menjaga tujuan syariat (maqashid al-syari'ah). Tujuan-tujuan tersebut berkaitan dengan kepentingan makhluk dan mencakup lima hal pokok, yaitu : Perlindungan terhadap agama ; Perlindungan terhadap jiwa; Perlindungan terhadap akal; Perlindungan terhadap keturunan; dan Perlindungan terhadap harta.

Oleh karena itu, segala hal yang mengandung unsur perlindungan terhadap lima prinsip dasar ini dapat dikategorikan sebagai suatu bentuk masalah (Islam & Islam, 2024).

Dalam konteks bisnis, penerapan prinsip ini bertujuan untuk menyeimbangkan antara pengejaran keuntungan materi dengan tanggung jawab sosial (Rangkuti, 2023). Para ulama membagi tingkatan kemaslahatan ini menjadi tiga kategori utama berdasarkan urgensinya dalam kehidupan manusia, yaitu : (Sutisna dkk, 2021)(Shah & Susilo 2022) (Nur, 2020)

a. Praktik Bisnis Digital pada Tingkatan Dharuriyah

Tingkatan *Dharuriyat* dalam Maqashid Syariah merupakan tingkatan kepentingan yang bersifat mutlak dan esensial bagi kelangsungan hidup manusia, baik secara spiritual maupun material. Pengabaian terhadap tingkatan ini akan mengakibatkan kekacauan, ketidakteraturan, dan keruntuhan tatanan sosial. Dalam ekosistem bisnis digital kontemporer, tingkatan ini mencakup perlindungan terhadap lima elemen fundamental (*Al-Kulliyat al-Khams*): agama (*al-din*), jiwa (*al-nafs*), akal (*al-aql*), keturunan (*al-nasl*), dan harta (*al-mal*) (Daredmi dkk, 2024)(Shah & Susilo, 2022).

Perlindungan Agama (*Hifz al-Din*)

Dalam bisnis digital, pemeliharaan agama dilakukan dengan menyediakan platform yang memfasilitasi ibadah wajib dan memastikan transaksi bebas dari unsur yang dilarang (*haram*). Contoh nyata adalah layanan Tabungan Haji Digital yang terintegrasi dengan sistem pemerintah (SISKOHAT). Inovasi ini memastikan umat Islam dapat merencanakan kewajiban rukun Islam kelima dengan kepastian hukum dan syariah. Selain itu, penggunaan akad *mudharabah* atau *wadiah* dalam perbankan digital memastikan bahwa penyimpanan dana masyarakat dijamin halal dan bebas dari riba (Mujtahidah & Yazid, 2025).

Perlindungan Jiwa (*Hifz al-Nafs*)

Perlindungan jiwa (*hifz an-nafs*) berkaitan erat dengan keamanan informasi pribadi dan pencegahan eksploitasi konsumen (Daredmi dkk 2024). Bisnis digital di tingkat *dharuriyat* harus menjamin keselamatan dan hak hidup manusia (Zailani dkk, 2022). Dalam sektor kesehatan digital (*telemedicine*), penggunaan Kecerdasan Buatan (AI) harus diatur secara etis agar tidak terjadi bias algoritmik yang dapat membahayakan nyawa pasien atau mendiskriminasi kelompok tertentu (Habib, 2025) (Tahir & Hamid, 2024 dalam Nikmah). Pemeliharaan jiwa juga mencakup ketenangan mental nasabah melalui sistem keamanan yang transparan, yang mengurangi kecemasan akan penyalahgunaan data pribadi (Mujtahidah & Yazid, 2025).

Perlindungan Akal (*Hifz al-Aql*)

Perlindungan akal (*hifz al-'aql*) dapat diterjemahkan sebagai upaya untuk menyediakan informasi yang akurat dan transparan, serta mendidik konsumen tentang hak-hak mereka (Daredmi dkk 2024).

Pilar ini berkaitan dengan perlindungan fungsi berpikir manusia dari kerusakan. Bisnis digital berperan melalui program literasi keuangan digital yang membantu masyarakat mengambil keputusan cerdas dan menghindari penipuan (Mujtahidah & Yazid, 2025). Sebaliknya, teknologi harus mencegah

penyebaran disinformasi atau manipulasi informasi yang dapat merusak kecerdasan intelektual masyarakat(Habib, 2025) (Nikmah dkk, 2025).

Perlindungan Keturunan (*Hifz al-Nasl*)

Perlindungan keturunan (*hifz an-nasl*) dalam konteks ini dapat diinterpretasikan sebagai tanggung jawab sosial perusahaan e-commerce terhadap generasi mendatang, termasuk kebijakan lingkungan yang berkelanjutan(Daredmi dkk 2024).

Dalam ruang digital, perlindungan keturunan diwujudkan melalui pengawasan ketat terhadap konten yang merusak moralitas, seperti pelarangan teknologi *deepfake* untuk pornografi yang menghancurkan martabat manusia dan kehormatan keluarga(Nikmah dkk, 2025). Secara ekonomi, produk perbankan digital seperti tabungan haji muda membantu orang tua mengamankan masa depan spiritual anak-anak mereka sejak dini((Mujtahidah & Yazid, 2025).

Perlindungan Harta (*Hifz al-Mal*)

Perlindungan harta (*hifz al-mal*) berkaitan langsung dengan keamanan transaksi finansial dan pencegahan penipuan online (Daredmi dkk 2024)

Perlindungan Harta (*Hifz al-Mal*) sebagai Pilar Utama Dalam bisnis digital, perlindungan harta adalah aspek *dharuriyat* yang paling menonjol. Hal ini mengharuskan setiap transaksi digital mematuhi akad-akad syariah untuk menghindari praktik riba (bunga), *gharar* (ketidakpastian), *maysir* (perjudian), dan *tadlis* (penipuan)(Arfarizan, 2023).

Selain itu, keamanan siber (*cybersecurity*) kini telah bergeser statusnya dari pelengkap menjadi kebutuhan *dharuriyat* untuk melindungi aset digital dan privasi data nasabah dari ancaman pencurian dan peretasan.

Hifz al-mal adalah aspek yang paling krusial dalam bisnis digital. Perlindungan harta mencakup keamanan siber terhadap aset tidak berwujud seperti mata uang digital, kekayaan intelektual, dan data dari pencurian siber (Zailani dkk, 2022). Kegagalan dalam melindungi aspek ini, seperti kebocoran data atau penipuan, secara langsung mengancam keselamatan harta dan kehormatan individu.

Selain itu, Alghadi dkk, (2024) menjelaskan bahwa Penggunaan teknologi AI dan tata kelola siber yang ketat berfungsi untuk melindungi harta (*hifz al-mal*) dan akal (*hifz al-aql*) dari penipuan atau manipulasi. Ketika kedua mekanisme ini bekerja bersama dengan standar regulasi yang jelas, kemungkinan pelanggaran dan kebocoran data menurun, sehingga melindungi *hifz al nafs* (keamanan) dan *hifz al 'aql* (perlindungan dari manipulasi).

b. Praktik Bisnis Digital pada Tingkatan Hajiyyat

Tingkatan *Hajiyyat* mencakup segala sesuatu yang dibutuhkan manusia untuk menghilangkan kesulitan, kesempitan, dan kekakuan dalam menjalankan aktivitasnya (Zailani, 2022) (Pattanaprichawong, 2022). Pengabaian terhadap tingkat ini tidak akan merusak eksistensi lima pilar utama secara langsung, namun akan menimbulkan kesulitan (*masyaqqah*) bagi masyarakat (Amin dkk, 2024).

Maslahah Hajiyyah adalah kebutuhan sekunder yang bertujuan untuk memberikan kemudahan dan menghilangkan kesulitan dalam hidup manusia. Masalah Hajiyyah berkaitan dengan manfaat yang berhubungan dengan kebutuhan hidup pokok, yang tidak melebihi ambang batas dharuri. Manfaat ini tidak secara langsung terkait dengan pemenuhan lima syarat utama (dharuri), tetapi lebih secara tidak langsung mendukung kehidupan yang nyaman. Meskipun pemenuhan Masalah Hajiyyah tidak secara langsung berefek terhadap lima aspek penting tersebut, namun hal itu dapat berdampak tidak langsung. Misalnya, dalam konteks muamalah (transaksi), diperbolehkannya transaksi menggunakan akad salam dalam kontrak (Oktavia & Batubara., 2024) (Shah & Susilo, 2022). Hasil penelitian (Musanna, 2022) menjelaskan bahwa praktik e-commerce memiliki kesamaan dengan praktik akad Salam. Melalui e-commerce ini, banyak manfaat yang dapat diperoleh. Sehingga dapat dilihat bahwa aktivitas muamalah, seperti jual beli bai' as-salam yang terdapat dalam praktik e-commerce merupakan jenis masalah (kemudahan/memberikan manfaat) pada tingkat masalah hajiyyat.

Praktik e-commerce secara umum dikategorikan ke dalam tingkatan ini karena ia mempermudah akses pasar, mengefisiensi waktu, dan menghemat biaya operasional bagi penjual maupun pembeli. Meskipun tanpa kehadiran platform digital manusia masih bisa bertahan hidup, ketiadaannya di era modern akan menimbulkan kesulitan (*masyaqqah*) yang signifikan dalam mobilitas ekonomi masyarakat. Transaksi digital memberikan kelonggaran bagi pelanggan untuk berinteraksi dan bertukar aset secara lebih fleksibel, yang pada akhirnya meningkatkan kualitas hidup secara ekonomi. (Musanna, 2022)

Pemberdayaan UMKM dan Inklusi Finansial

Bisnis digital pada level ini berfungsi sebagai instrumen untuk meningkatkan pendapatan dan memudahkan cara berbisnis (*Maqsad of Tayseer*). Bagi pengusaha mikro, adopsi alat digital seperti platform e-commerce dan akses pembiayaan *fintech* syariah membantu mereka keluar dari kesulitan ekonomi. Digitalisasi proses pendaftaran usaha dan akses pasar secara online menghilangkan hambatan geografis yang selama ini menyulitkan pelaku usaha kecil (Busari dkk, 2025).

Fleksibilitas Transaksi

Kehadiran *mobile banking* yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja merupakan solusi *hajiyyat* bagi masyarakat modern yang memiliki keterbatasan waktu. Kemudahan ini memungkinkan masyarakat tetap produktif tanpa terikat oleh jam operasional kantor fisik, yang pada akhirnya meningkatkan kualitas hidup dan efisiensi ekonomi secara keseluruhan (Arfarizan & Hasan, 2022).

Selain *Mobile Banking*, Nurjannah dkk (2021) mengungkapkan bahwa E-Wallet (Dompet digital) masuk dalam kriteria membantu mengatasi kesulitan konsumen dengan cara transaksi yang praktis, aman, efisien waktu, serta lebih higienis dibanding uang tunai. Dompet Digital atau yang biasa disebut Dompet Elektronik (e-Wallet) adalah fenomena ekonomi terbaru berbasis Teknologi Informasi yang memudahkan konsumen untuk melakukan transaksi di merchant yang telah bekerja sama. Pengguna Dompet Digital di Indonesia masih didominasi untuk memenuhi kebutuhan makanan cepat saji, yang diilustrasikan oleh persentase pengisian saldo yang didominasi antara Rp 50.000 dan Rp 150.000 per bulan (Gunawan, 2019). Bahkan menurut (Zulni & Achiria, 2020) Berdasarkan hasil studi literatur, contoh implementasi praktik Dompet Digital memenuhi aksioma etika bisnis Islam yang terdiri dari 4 pilar secara umum yang meliputi konsep Persatuan, Keadilan, Kebebasan Berkehendak, dan Tanggung Jawab. Selain itu Penggunaan dompet digital (e-wallet) mempermudah masyarakat dalam melakukan pembayaran secara cepat, aman, dan efisien. Praktik ini mencerminkan masalah dalam bentuk efisiensi sistem pembayaran nasional dan mendukung Gerakan Nasional Non-Tunai (GNNT). Dengan integrasi e-wallet, risiko kehilangan uang tunai secara fisik dapat diminimalisir. Teknologi ini juga memungkinkan distribusi aset menjadi lebih ringkas dan memudahkan akses keuangan bagi kelompok masyarakat yang sebelumnya tidak terjangkau bank konvensional.

Selain itu Inovasi pembayaran digital seperti **QRIS** (*Quick Response Code Indonesian Standard*) juga manifestasi utama dari *hajiyyat*. Teknologi ini menghilangkan kesulitan fisik dalam bertransaksi, seperti kebutuhan membawa uang tunai atau menyediakan uang kembalian. QRIS mendukung interkoneksi antarpenyedia layanan, sehingga pembayaran menjadi lebih cepat, praktis, dan aman (Wahid & Zuardi, 2023). Hal ini sejalan dengan kaidah fikih bahwa kesulitan mendatangkan kemudahan (*al-masyaqqah tajlib al-taisir*) (Amin dkk, 2024).

c. Praktik Bisnis Digital pada Tingkatan Tahsiniyah

Tingkatan *Tahsiniyat* berkaitan dengan aspek estetika, keindahan, etika, dan penyempurnaan yang memperbaiki kehidupan manusia (Wahid & Zuardi 2023). Masalah Tahsiniyah berkaitan dengan aspek estetika, etika, dan penyempurnaan yang membuat hidup menjadi lebih nyaman dan indah.

Maslahah ini menyatakan bahwa kebutuhan hidup manusia baginya tidak sampai pada tingkat dharuri, dan tidak sampai pada hajiyyah, tetapi jika kebutuhan tersebut terpenuhi maka akan memberikan kesempurnaan dan keindahan bagi kehidupan manusia. Tahsiniyyah juga termasuk dalam bidang muamalat seperti dilarang menjual barang najis (Shah & Susilo, 2022).

Etika Pemasaran Digital dan Kehormatan

Dalam bisnis digital, *tahsiniyat* menuntut perilaku akhlak yang mulia dalam berkomunikasi. Perusahaan harus menghindari praktik *Offensive Marketing* yang kontroversial, menghina pihak lain, atau menggunakan pesan yang merendahkan martabat kelompok tertentu. Contohnya adalah kasus iklan yang merendahkan wanita demi tujuan komersial; hal ini dianggap melanggar etika Islam dan merusak harmoni sosial. Bisnis yang mencapai level *tahsiniyat* akan mengedepankan iklan yang jujur, santun, dan bermartabat (Wiryanto dkk, 2023).

Pengalaman Pengguna (User Experience)

Dalam ekosistem digital, tingkatan ini mencakup peningkatan pengalaman pengguna (user experience). Segala inovasi digital yang bertujuan untuk memberikan kenyamanan lebih, keindahan antarmuka, atau kegiatan rekreasi digital yang tidak bersifat mendesak namun meningkatkan kualitas hidup (Daredmi, 2024).

Penggunaan Blockchain

Huda dkk (2025) mengatakan bahwa praktik bisnis Etis dan transparansi Digital, penggunaan teknologi (seperti blockchain) untuk meningkatkan standar etika, transparansi tingkat tinggi, dan tanggung jawab sosial dalam bisnis digital masuk dalam tingkatan ini untuk memperindah hubungan muamalah.

E. KESIMPULAN

Penerapan etika bisnis dalam ekosistem digital kontemporer bukan sekadar tuntutan regulasi teknis, melainkan perwujudan dari nilai-nilai *maslahah* yang bertujuan membawa kebaikan, kemanfaatan, dan kesesuaian bagi seluruh pemangku kepentingan

Maslahah dalam bisnis digital secara sistematis terbagi ke dalam tiga tingkatan hierarkis yang saling melengkapi: *Dharuriyah*, *Hajiyyat*, dan *Tahsiniyyah*.

Tingkatan *Dharuriyah* merupakan fondasi paling krusial karena menyangkut hal-hal esensial yang jika diabaikan akan meruntuhkan tatanan sosial dan ekonomi digital. Dalam konteks ini, perlindungan terhadap lima elemen fundamental (*Al-Kulliyat al-Khams*) menjadi standar etika tertinggi:

Perlindungan Agama (Hifz al-Din); Perlindungan Jiwa (Hifz al-Nafs); Perlindungan Akal (Hifz al-Aql); Perlindungan Keturunan (Hifz al-Nasl); Perlindungan Harta (Hifz al-Mal)

Tingkatan *Hajiyat*, bisnis digital berperan sebagai instrumen untuk menghilangkan kesulitan (*masyaqqah*) dan memberikan kemudahan dalam aktivitas ekonomi masyarakat. Meskipun ketiadaan aspek ini tidak secara langsung merusak eksistensi lima pilar utama, namun pengabaianannya akan menimbulkan kekakuan dalam mobilitas ekonomi. Aktifitas bisnis digital pada level ini adalah : E-commerce dan Inklusi Finansial yang telah memberikan manfaat nyata bagi pemberdayaan UMKM dengan menghilangkan hambatan geografis dan mempermudah akses pasar serta pembiayaan. Kemudian Fleksibilitas Transaksi melalui *mobile banking*, *e-wallet* (dompet digital), dan QRIS telah menciptakan efisiensi waktu dan biaya operasional.

Tingkatan *Tahsiniyah* membawa bisnis digital ke level yang lebih tinggi, yaitu pada aspek estetika, keindahan, dan penyempurnaan etika yang memperindah hubungan antar manusia. Pada level ini, fokus beralih kepada sekadar fungsi menjadi kualitas pengalaman dan keluhuran budi pekerti:

Etika Pemasaran, seperti Perusahaan dituntut untuk meninggalkan praktik pemasaran ofensif yang merendahkan martabat kelompok tertentu dan menggantinya dengan komunikasi yang jujur, santun, dan bermartabat, kemudian *Pengalaman Pengguna (User Experience)* dimana Segala bentuk inovasi yang meningkatkan kenyamanan antarmuka dan rekreasi digital dipandang sebagai upaya untuk meningkatkan kualitas hidup secara menyeluruh. Penggunaan teknologi mutakhir seperti *blockchain* menjadi manifestasi dari upaya meningkatkan standar etika dan transparansi dalam bisnis digital, yang pada akhirnya memperindah hubungan muamalah antara produsen dan konsumen.

REFERENSI

- Alghadi, M. Y., Alqudah, H., Lutfi, A., Ananzeh, H., Marei, A., Almaiah, M. A., & Al- Matari, Y. A. (2024). *Enhancing cyber governance in Islamic banks: The influence of artificial intelligence and the moderating effect of Covid-19 pandemic*. International Journal of Data & Network Science. Vol 8, No 1.
- Ali, M., Hassan, R., & Mohd, R. (2013). *Ethical business and financial performance in Islamic organizations*. International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management, Vol 6, No1.
- Alserhan, B. (2017). *Islamic branding: A conceptualization of related terms*. Journal of Brand Management. Vol. 18, No. 1.
- Amin.I, Salma, Bahar. M, Lendrawati. (2024). Stratification of Al-Maqashid Al-Khamsah (Preserving Religion, Soul, Reason, Heredity and Property)

- and Its Application in al-Dharuriyah, al-Hajiyah, al-Tahsiniah, and Mukammilat. Academic Journal of Islamic Studies. volume 9, number 1 (264-281)
- Aulia Zulni.D, Achiria. S. (2020). *Implementation Of Islamic Business Ethics In Digital Wallet: Literature Review Approach*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 3, No. 1.
- Arfarizan, Hasan.A. (2023). The Effect Of Brand Digitalization Of E-Mas Transactions: E-Mas Features On The Mobile Bsi Maqashid Syariah Framework. Devotion - Journal of Research and Community Service. Volume 4, Number 4
- Busari.S.A, Rokis.R, Sawari. M.F, Bt. Mohammadali.N.A, Amanullah. M. (2025). Maqasid al-Shariah-Based Strategies for Enhancing Digital Adoption Among B40 Muslim Entrepreneurs. Journal of Islamic Finance, Vol. 14 No. 2 (160-169)
- Daredmi, S, Rozalinda, Zulvianti, N. (2024). *Transformation of Maslahah Principles in E-Commerce in Al -Ghazali's View*. Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis. Vol 6, No. 4.
- Gunawan. (2019). *Mencari Peluang di Revolusi Industri 4.0: Untuk melalui Era Disrupsi 4.0*. Lampung: Queency Publisher.
- Habib. Z. (2025). Ethics of Artificial Intelligence in Maqāṣid Al-Sharī'a's Perspective. KARSA :Jurnal Sosial dan Budaya Keislaman. Vol. 33 No. 1.
- Haetami, E. (2015). *Perkembangan Teori Mashlahah 'Izzu Al-Dīn Bin 'Abd Al-Salām Dalam Sejarah Pemikiran Hukum Islam*. Asy-Syari'ah.
- Islam, E., & Islam, H. (2024). *Imam al-Ghazali dan Konsep Maslahah : Kontribusi Kontemporer terhadap Integrasi Etika , Ekonomi , dan Kesejahteraan dalam Hukum Islam*.
- Masruroh. (2020). *Analisis Maqashid Syariah Imam Haramain dalam Etika Bisnis E-Commerce Melalui Marketplace (Studi Kasus Marketplace [Shopee.co.id](https://www.shopee.co.id))*. SAUJANA: Jurnal Perbankan Syariah dan Ekonomi Syariah. Vol.2 , No.2.
- Melzatia, S, Mahroji, Daryanto, E, Setiono, E.Y. (2025). *Digitalisation of Islamic Economy and Maqasid Sharia for Social Resilience and Welfare*. Jurnal Lemhannas RI (JLRI). Vol. 13, No.1.
- Mohd Haridan, N., Sheikh Hassan, A. F., Mohammed Shah, S., & Mustafa, H. (2023). *Financial innovation in Islamic banks: evidence on the interaction between Shariah board and FinTech*. Journal of Islamic Accounting and Business Research, Vol 14, No. 6
- Mufarrochah.S, Falisa Putri. F, Murtadho.A, Assari, E.(2025). *Etika Bisnis dalam Hukum Islam: Implikasinya terhadap Praktik Bisnis Modern*. Jurnal USM Law Review Vol 8 No 1.

- Mujtahidah.F, Yazid. M. (2025). Implementation Of Maqashid Al-Sharia In Digital Hajj Savings: Inclusive Hajj Fintech In Islamic Banking. I-ECONOMICS: A Research Journal on Islamic Economics. Vol 11 No 2.
- Musanna, K. (2022). *E-Commerce Practice in the Light of Mashlahah Mursalah*. Journal of Islamic Economics Lariba. Vol. 8 No. 2
- Nikmah. M, Nasikhin, Fihris.(2025). God-Conscious Ai: Maqasid Al-Shari'ah In Algorithmic Design. Jurnal Salam Institute Islamic Studies. Vol. 02 No. 01.
- Novyta Oktavia. D, Batubara.C. (2024). *The Urgency of the Regulation Prohibiting Social Commerce in Indonesia from the Perspective of Maslahah Mursalah*. Jurnal USM Law Review Vol 7 No 3 .
- Nur, M. R. A. & S. (2020). *Klasifikasi Maslahah Dalam Ushul Fiqh dan Implikasinya Terhadap Hukum Islam Kontemporer*. Urmal Studi Islam Dan Hukum, Vol. 15, No. 2
- Nurjannah, Misbach, I, Muin, R. (2021). *The Maslahah of Muslim Consumer Behavior in Using E-Wallet In Makassar City*. Jurnal Kajian Ilmu-Ilmu Keislaman.Vol.7, No.1
- Nurul Huda, A, Nurlaili,Zulaikah. (2025). *The Effect of Economic Digitalization and Startup Investment on Informal Sector Employment Absorption in Five Metropolitan Cities of Indonesia (Jakarta, Surabaya, Bandung, Medan, and Makassar) 2020–2024: An Islamic Economic Perspective*. Al Tijarah. Vol.11, No.2.
- Pattanaprichawong. A. (2021). The Purposes Of The Shari`Ah (Maqasid Alshari`Ah) And Waqf. PROCEEDING The 3rd ICDIS.
- Rafsanjani, H. (2016). *Etika Produksi Dalam Kerangka Maqashid Syariah*. Journal: Perbankan Syariah, Vol 1, No. 2.
- Ramadani, V., Hisrich, R., & Dana, L. P. (2016). *Islamic entrepreneurship: Impact on society and business*. International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management. Vol.20, No.2.
- Shakeel Syah, H, Susilo, A. (2022). *E-Commerce on The Study of Maslahah Mursalah (A Review From An Islamic Economic Perspective)*. Tasharruf: Journal Economics and Business of Islam. Vol. 7, No.1.
- Sikki, Nurhaeni, Rahma Indhytsania H, Tumbas,G, Mayusip, B, Mamengko, W, Joshua, D. (2025). *The Application Of Islamic Business Ethics In Modern Markets : Principles , Challenges, And Opportunities In A Globalized Economy* .
- Sutisna, N. H., Dewi, A. P., Nugraha, I., Katmas, E., Mutakin, A., Nurhadi, S., Arsyad, K., & Triyawan, A. (2021). *Panorama: Maqashid Syariah*. Media Sains Indonesia.
- Syah, I, Hanani, S.(2025). *Relevansi Maslahah dalam Fatwa MUI tentang Jual Beli Emas Digital terhadap Perlindungan Konsumen*. Jurnal Al Wasith: Jurnal Studi Hukum Islam. Vol. 10, No. 2.

- Wahid.R, Zuardi . M.H. (2023). Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) In Terms of Maqashid Sharia. International Journal of Islamic Economics volume 5, nomor 01.(38-50)
- Wahyuni, S, Asmuni, Anggraini, T. (2023). *Analisis Maqashid dan Masalah Transaksi E-Commerce Di Indonesia*. Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi. Vol. 8, No.2
- Wiryanto. F. S, Kusuma. A.S, Widodo. P.(2023). Maqashid Sharia Analysis of Islamic Business Offensive Marketing: A Case Study of Rabbani. Jurnal Ekonomi Syariah Vol. 8. No. 2.
- Yusuf Rangkuti, M. (2023). *Toward a Holistic Framework of Islamic Business Ethics: Insights from Leadership, Halal Practices, and Finance in a Digital Age*. Sinergi International Journal of Islamic Studies. Vol. 1, No.3
- Zailani.M.N, Satar.N.H.M, Zakaria.R.H.(2022). Maqasid Al-Shariah Based Index Of Socio-Economic Development: A Literature Review. The Journal of Muamalat and Islamic Finance Research Vol. 19, No. 1,(47-62).