
Manajemen Operasional Dan E-Commerce Syariah

Abdullah Najib Azzamani¹

¹ Universitas Muhammadiyah Jakarta, Indonesia;

* Correspondence e-mail; adindafanzy@gmail.com

Article history

Submitted: 2023/11/01; Revised: 2023/11/04; Accepted: 2023/11/10

Abstract

Dengan kemajuan dalam teknologi dan komunikasi, cara orang berpikir, khususnya masyarakat Islam, tentang menggunakan media online. Hal ini ditandai dengan peningkatan jumlah penjual dan pembeli yang bertransaksi secara online, dimulai dari menawarkan produk, memasarkan, hingga melakukan transaksi. Indonesia memiliki potensi besar untuk mengembangkan transaksi e-commerce. Namun, karena Indonesia adalah negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, kita harus memperhatikan aturan hukum Islam dalam berinteraksi. Untuk menjamin keabsahan transaksi, beberapa kondisi harus diteliti lebih lanjut karena e-commerce dilakukan melalui komputer dan jaringan.

Keywords

E-Commerce Syariah, Manajemen Operasional



© 2023 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY SA) license, <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>.

PENDAHULUAN

Perkembangan laju perekonomian di era modern sudah berkembang dengan pesat. Hal ini terlihat dengan kemudahan masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya, terutama dengan keberadaan pasar modern yang ada di sekitar masyarakat. Namun dengan keberadaan pasar modern ini nantinya akan menimbulkan kompetensi dengan pedagang biasa saja.

Dalam pengelolaan perusahaan tentu harus memiliki penerapan manajemen yang dapat menjadi landasan untuk menjalankan dan menyampai tujuan usaha demi kepentingan bersama. Salah satu ilmu manajemen yang banyak dimiliki perusahaan adalah manajemen operasional yaitu adanya kegiatan yang berhubungan dengan tahap produksi dari pembuatan bahan baku mentah diubah menjadi barang atau jasa yang dikombinasikan pada tahap transformasi guna mencapai tujuan yang telah dirancang (Syarifah, Anwar, & Wardhana H, 2022).

Menurut segi prespektif lain, ekonomi Islam merupakan disiplin ilmu mengenai segala kegiatan ekonomi yang berlandaskan pada Al-Qur'an serta As-sunnah.

Perekonomian Islam diarahkan pula agar terbentuk kesejahteraan masyarakat dan bukan kerusakan, hal ini dapat diketahui dari konsep Islam mengenai harta dan cara memperolehnya yang berlandaskan kepada kemaslahatan sosial (Dede Nurohman 2011, 4).

METODE

Penelitian ini bertujuan untuk lebih mengetahui tentang manajemen operasional syariah dan kami disini menggunakan metodologi pendekatan penelitian yaitu pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif merupakan tata cara penelitian yang memberikan hasil data-data deskriptif atau uraian-uraian yang dapat diambil dari sebuah pengamatan. Singkatnya, metodologi pendekatan kualitatif merupakan metodologi yang mempergunakan manfaat dari data-data kualitatif yang berupa pendefinisian atau penguraian Analisa dengan cara investigasi deskriptif. Beberapa sumber jika melakukan penelitian dengan data sekunder dapat ditemukan di artikel-artikel dari internet, jurnal yang pernah ada sebelumnya, publikasi pemerintah, buku digital atau e-book, serta informasi-informasi mana saja yang dapat diambil dengan penguraian atau penjelasan yang sama. Dari penjelasan tersebut, kami sebagai peneliti menggunakan sumber data sekunder.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Manajemen Operasional Berbasis syariah

Laurent A. Aply menerjemahkan manajemen sebagai “The art of getting think done though people”. Manajemen diartikan sebagai proses perencanaan, pengorganisasian, memimpin dan mengawasi usaha-usaha dari anggota organisasi ataupun suatu kelompok yang mana untuk mencapai tujuan organisasi. Manajemen dikatakan sebagai seni yang dilakukan untuk melakukan sesuatu serta manajemen dianggap suatu hal yang fungsional dan bebas nilai (M. Karebet 2003,13).

Adapun konsep dasar manajemen dikelompokkan menjadi 3 macam yakni pertama lingkup manajemen yang menyentuh seluruh bidang pada masyarakat seperti pemerintah, perdangan, perindustrian. Kedua unsur dan fungsi manajemen seperti Unsur dan fungsi manajemen. Ketiga Orientasi manajemen yaitu mencapai profit setinggi-tingginya, perusahaan yang terus mengupayakan pertumbuhan dari profitnya dan menjaga keberlangsungan profit yang telah didapatkan (M. Karebet 2003, 13).

Terdapat lima fungsi manajemen yaitu, pertama planning menentukan tujuan-tujuan yang nantinya akan dicapai pada suatu organisasi. Kedua organizing engelompokkan serta menentukan menentukan kegiatan. Ketiga staffing menentukan

keperluan yang dibutuhkan. Keempat *Motivating* menyalurkan kegiatan ke arah tujuan-tujuan tertentu perusahaan. Kelima *Controlling* pengukuran pelaksanaan dari suatu kegiatan serta pengawasan ketika tercapainya tujuan.

Produksi ialah penciptaan produk (barang/jasa). Produksi juga bisa dimaknai sebagai kegiatan ataupun proses pentransformasian input menjadi output. Adapun manajemen operasional merupakan suatu proses ataupun kegiatan membuat produk dengan cara mentransformasi input menjadi output. Menurut Efendi dalam (Kristanto et al., 2022) Manajemen operasional merupakan operasi yang menghasilkan hasil akhir dengan mengubah satu atau lebih input menjadi satu atau lebih output. Menurut Purnomo dan Astuningsih (2021) Manajemen operasional merupakan urutan langkah-langkah yang menghasilkan produksi produk dan jasa. Baik dengan cara terlibat dalam prosedur perencanaan, pengaturan, memimpin, dan memeriksa operasi. Menurut Zainul (2019) Manajemen produksi dan operasi mencakup berbagai kegiatan yang melibatkan berbagai bidang yang luas. Menurut Friska et al. (2020) Manajemen operasional adalah sebagai upaya untuk meningkatkan produktivitas di organisasi telah dipecah menjadi empat fase yang berbeda yakni, proses, layanan, strategi, dan manajemen. Menurut Nurila (2022) Manajemen Operasi adalah Ilmu yang dengannya bisnis dapat mengelola operasi produktif mereka dan mengatasi banyak tantangan yang mereka hadapi.

Sehingga dari beberapa pengertian tersebut dapat dijelaskan bahwa manajemen operasional adalah cara yang dilakukan oleh perusahaan dalam memanfaatkan seluruh sumber daya yang dimilikinya agar dapat dimanfaatkan untuk kegiatan operasional perusahaan hingga mendapatkan kinerja perusahaan yang bermutu dalam proses pembentukan produk.

Islam memandang manajemen operasional dengan adanya sumber daya alam yang melimpah maka manusia haruslah ada yang mengolah atau mengaturnya oleh karena itu Allah SWT berfirman pada surat Al-Fushilat ayat 10.

وَجَعَلَ فِيهَا رَوَاسِيَ هُنَّ فَنَقْفَهَا وَبَرَّكَ فِيهَا أَقْنَا تَهَا فِي أَرْبَعَةِ أَيَّامٍ، سَنَاءً لِّلْسَاءِ نِيلِينَ

Artinya: Dan dia menciptakan di bumi itu gunung-gunung yang kokoh di atasnya. Dia memberkahinya dan Dia menentukan padanya kadar makanan-makanan (penghuni) nya dalam empat masa (Q.S. Fushilat : 10)

Landasan Manajemen Operasional Berbasis Syariah

Sumber daya alam yang telah ada diatur, maka dimulailah tahapan aktivitas-aktivitas manajemen mulai dari perencanaan yang nantinya perencanaan tersebut direalisasikan dengan adanya proses input. Karena sebelumnya Allah SWT

menekankan agar memanfaatkan apa yang ada di muka bumi serta mengelola sebagai tanda sukur sebagaimana firman Allah SWT dalam surat Al-A'araf ayat 10.

وَلَقَدْ هَمَمْنَا كُنْ فِي الْأَرْضِ وَ جَعَلْنَا لَكُنْ فِيهَا هَمًا يَشْ قَلِيلَ مَا تَشْكُرُونَ

Artinya: Sesungguhnya Kami telah menempatkan kamu sekalian di muka bumi dan Kami adakan bagimu dimuka bumi (sumber) penghidupan. Amat sedikitlah kamu bersyukur (QS. Al-A'raf:10).

Suatu organisasi maupun perusahaan harus di manage sebaik mungkin dari segi operasionalnya agar nantinya tercipta keseimbangan serta keselarasan sesuai dengan proses dari inputnya atau pengelolaannya (Irmayanti 2011, 3).

Kendala Dan Strategi Implementasi Manajemen Operasional Ditinjau Dari Ekonomi Islam

Kendala dalam implementasi manajemen operasional yaitu pemilihan strategi, pemilihan produk prioritas, perencanaan produk awal. Strategi yang dikembangkan manajer operasional adalah merancang produk serta jasa yang menekankan pada pengembangan riset yang selalu menekankan adanya inovasi dengan melalui riset yang dilakukan, Strategi yang dapat ditambahkan lagi dengan pengembangan optimalisasi persediaan bagi peningkatan efektivitas dan efisiensi.

Dalam memproduksi suatu produk, organisasi menjalankan tiga fungsi yang nantinya juga berperan dalam menjaga kelangsungan hidup organisasi itu sendiri. Fungsi yang dimaksud antara lain sebagai berikut.

1. Pemasaran, yaitu fungsi untuk menimbulkan permintaan ataupun pesanan terhadap suatu produk.
2. Produksi/operasi, yaitu fungsi untuk menghasilkan produk.
3. Keuangan/akuntansi, yaitu fungsi yang mengatur dan memonitor perusahaan terkait pengumpulan sumber dana dan pendapatan serta pembayaran biaya dan beban. Pemasaran, produksi, dan keuangan merupakan sub-sistem dari sistem operasi, yang satu sama lainnya saling berinteraksi dan mempengaruhi.

Manajemen operasi memiliki lima tanggung jawab dalam pengaplikasiannya, pertama tanggung jawab terhadap proses yaitu untuk memastikan proses produksi secara fisik yang mencakup seleksi tipe proses, pemilihan teknologi, analisis aliran proses, penentuan lokasi fasilitas dan layout fasilitas, dan penanganan bahan (materials handling). Kedua bertanggungjawab atas kapasitas jangka panjang, kapasitas jangka menengah, dan kapasitas jangka pendek serta kapasitas tentang forecasting; perencanaan fasilitas, perencanaan agregat, dan scheduling; dan pengawasan. Ketiga bertanggungjawab atas persediaan yaitu bertanggungjawab atas pengelolaan sistem logistik mulai dari pembelian sampai penyimpanan persediaan

bahan mentah, barang dalam proses dan produk akhir. Keempat bertanggungjawab atas tenaga kerja, yaitu perancangan dan pengelolaan tenaga kerja dalam operasi-operasi mulai dari disain pekerjaan, alokasi tenaga kerja, pengukuran kerja, peningkatan produktivitas, pemberian kompensasi, dan penciptaan lingkungan kerja yang aman dan sehat. Kelima, bertanggungjawab atas kualitas terutama bertanggung jawab atas kualitas barang-barang dan jasa-jasa yang dihasilkan (Handoko, 2015, p.04).

E-commerce adalah proses jual beli dan memasarkan barang serta jasa melalui sistem elektronik, seperti radio, televisi dan jaringan komputer atau internet (Dedi Riswandi' 2019:25). Sementara ekonomi syariah adalah suatu sistem ekonomi yang bersumber dari nilai-nilai Islam (Al-Quran dan Hadits) yang dijadikan pedoman dalam memenuhi kebutuhan hidup setiap manusia demi menjaga kelangsungan hidupnya. Jual beli sendiri masuk ke dalam kegiatan muamalah di dalam ajaran agama Islam. Hukum dasar muamalah adalah Al-Ibahah (boleh) selama tidak ada dalil yang melarangnya. Oleh sebab itu, dasar hukum jual beli online sama seperti jual beli dan akad As-Salam yaitu diperbolehkan dalam agama islam. Dalam jual beli baik online maupun offline ada yang halal dan ada juga yang haram. Jual beli salam adalah suatu benda yang disebutkan sifatnya dalam tanggungan atau memberi uang di depan secara tunai, barangnya diserahkan kemudian hari atau waktu yang telah ditentukan (Nur Sania Dasopang.2021:55). Menurut ulama syafi'iyah akad assalmu boleh ditanggungkan hingga waktu tertentu dan juga boleh diserahkan secara tunai. Secara lebih rinci assalam didefinisikan dengan bentuk jual beli dengan pembayaran dimuka dan penyerahan barang di kemudian hari (advanced payment atau forward buying atau future sale) dengan harga, spesifikasi, jumlah, kualitas, tanggal dan tempat penyerahan yang jelas, serta disepakati sebelumnya dalam perjanjian. Oleh karena itu, dalam ekonomi syariah e-commerce dapat disinonimkan dengan salam.

Menurut Antonio (2003), Unsur-unsur yang harus ada dalam jual beli assalam:

1. Sighat transaksi.

Sighat artinya pernyataan ijab dan kabul. Ijab merupakan pernyataan penyerahan barang yang keluar dari penjual saat yang melakukan transaksi. Sedangkan kabul pernyataan penerimaan barang dari pihak pembeli yang menunjukkan atas kerelaannya menerima dari pernyataan pertama. Pernyataan ijab kabul ini dapat dilakukan dengan cara lisan, tulisan atau isyarat yang memberi pengertian dengan jelas tentang adanya ijab Kabul. Oleh karenanya bai'usalam dapat dilakukan dengan segala macam pernyataan yang dapat dipahami oleh kedua belah pihak yang melakukan transaksi baik dalam bentuk perkataan, perbuatan, isyarat maupun dalam bentuk tulisan.

2. Pelaku transaksi

Pelaku transaksi dalam bai'usalam yaitu muslim atau pembeli/pemesan yang disebut dengan rabassalam dan muslim ilaihi atau penjual. Syarat dari penjual dan pembeli menurut jumhur Ulama fiqih yaitu mereka yang paham dengan tindakan-tindakan hokum, sehingga jual beli olehanak kecil yang belum balig, orang yang hilang akal, dungu, mabuk, pingsan tidak syah akadnya.

3. Obyek transaksi

Obyek transaksi yang di tawarkan penjual melalui internet, maka pembeli harus membayar terlebih dahulu melalui sistem yang sudah ditentukan (online), kemudian barang akan dikirimkan dan diterima oleh pembeli. Jika pembayaran telah terbukti lunas, maka penjual harus segera mengirimkan barang yang dipesan oleh pembeli.

Adapun beberapa perbedaan spesifik dalam transaksi e-commerce maupun bai'ussalam, khususnya dalah hal model penawaran, pembayaran, serta pengiriman dan penerimaan.

a. Penawaran

Pada penawaran, bai'as-salam mensyaratkan adanya sighthat ijab qabul antara penjual dan pembeli dengan akad menanggihkan penyerahan obyek transaksi. Adapun pada transaksi e-commerce, penawaran dilakukan oleh penjual melalui website pada internet. Penjual menyediakan store front yang berisi katalog produk dan pelayanan yang akan diberikan. Calon pembeli yang memasuki website penjual tersebut dapat melihat-lihat barang yang ditawarkan. Penawaran barang melalui website/market place menampilkan deskripsi yang jelas tentang kondisi barang-barang yang ditawarkan, harga, nilai rating atau poll otomatis, spesifikasi barang termaksud dan menu produk lain yang berhubungan. Penawaran akan terjadi apabila seseorang menggunakan media internet untuk berkomunikasi lebih jelas mengenai twaran barang yang diinginkan baik via chatting atau email.

b. Pembayaran

Setelah terjadinya akad jual beli, maka pembayaran dan penyerahan barang dalam transaksi as-salam hendaklah disegerakan. Para ulama dari mazhab Maliki membatasinya tidak lebih dari tiga hari, jika tidak, maka transaksi menjadi batal. Pembayaran pada e-commerce, dapat dilakukan dengan cara, Edmon (2000:90) :

a. Transaksi model digital payment sebagai transaksi yang melibatkan lembaga keuangan dan pemegang account yang akan melakukan pengambilan atau mendeposit uangnya dari accountmasing-masing; b. Pembayaran dua pihak tanpa perantara. Pembeli dapat langsung membayar pesanan barang kepada penjual tanpa perantara dengan menggunakan uang nasional. c. Pembayaran dengan perantaraan

pihak ketiga, umumnya merupakan proses pembayaran yang menyangkut debit, kredit ataupun cek masuk. Pembayaran dalam transaksi jual beli secara elektronik ini sulit untuk dilakukan secara langsung, karena adanya perbedaan lokasi antara penjual dengan pembeli, walaupun dimungkinkan untuk dilakukan.

3) Pengiriman dan Penerimaan

Pada transaksi e-commerce terjadi biasanya penjual dan pembeli ada ditempat yang berbeda yang saling berjauhan, sehingga akan melibatkan pengiriman barang. Pengiriman akan dilakukan setelah pembayaran dilakukan oleh pembeli, sehingga pembeli berhak atas penerimaan barang termaksud. Ada keterlibatan jasa dan pengiriman barang yang sebelumnya sudah di kontrakan dalam perjanjian, termasuk kerusakan barang saat pengiriman yang menjadi tanggung jawab dari pengirim. Sementara dalam bai' as-salam tidak dibahas tentang pengiriman barang, tetapi membahas tentang tempat penyerahan barang dan lama masa penyerahan atau masa Tangguh.

E-commerce dalam ekonomi syariah, akan terbilang sah bila syarat yang ada didalamnya terpenuhi dengan baik, dan berikut syarat bai'ias-salam (Fathurrahman Djamil; 2012:133)

1. Modal atau harga (ra'sual-māl)

a. Modal usaha dan alat pembayaran.

Modal di sini adalah sejumlah uang yang dikeluarkan untuk membayar barang yang dipesan. Hukum awal mengenai pembayaran adalah bahwa ia harus dalam bentuk uang tunai.

b. Penerimaan pembayaran

Kebanyakan ulama mengharuskan pembayaran salam dilakukan pada saat kontrak disepakati dan tunai di majelis akad sebelum para pihak meninggalkan majelis. Apabila pembayaran dilakukan setelah barangnya selesai atau dibayar uang panjarnya pada waktu akad, maka jual beli tersebut tidak masuk kepada ba'ias-salam melainkan jual beli biasa.

c. Harga

Harga disetujui ketika pertama akad antara pembeli dan penjual, serta proses bayarnya dilaksanakan ketika pertama kali perjanjian. harga produk ditulis dengan jelas, dan dilarang merubah selagi masa akad

2. Obyek akad atau barang yang dipesan (muslam fih) yaitu

- Harus jelas ciri-cirinya, jenisnya, dan macamnya, serta dapat diakui sebagai utang.
- Barang harus dapat diidentifikasi secara jelas, yaitu untuk mengurangi kesalahan akibat

kurangnya pengetahuan tentang macam barang tersebut. c. Penyerahan barang dikemudian hari, karena para ulama berpendapat tentang waktu penyerahan barang pada bai'i as-salam. Menurut ulama Hanafiyah, Malikiyah, Hanabilah, penyerahan barang dikemudian hari sesuai waktu yang disepakati. Menurut mereka jika barang diserahkan pada waktu akad maka bukan termasuk ba'ias-salam. Namun berbeda dengan ulama Syafi'iyah yang menyatakan bahwa dalam ba'ias-salam boleh saja barang diserahkan pada waktu akad, karena atas kesepakatan bersama antara penjual dan Pembeli. Alasannya, jika barang yang dibeli itu boleh diserahkan pada waktu yang akan datang, maka penyerahannya pada waktu akad pun juga boleh sehingga kemungkinan terjadinya penipuan lebih dapat dihindari. Barang pesanan yang kelak diberikan oleh penjual sesuai kriteria yang telah ditentukan dalam akad. Salah satu kategori barang yang tidak dilarang adalah barang hasil produksi yang tidak memunculkan kemudharatan. Dalam hal ini, pembeli diberi kebebasan untuk memilih bahan/produk sesuai dengan kebutuhannya. Ini adalah salah satu hak pembeli di e-commerce. Dalam Islam jika barang yang dibeli tidak sesuai dengan kesepakatan, maka barang yang dibeli bisa dikembalikan kepada penjualannya. Pada dasarnya, hal ini bertujuan untuk melindungi hak-hak pembeli guna mendapatkan barang yang dia inginkan.

d. Tempat penyerahan, Pihak-pihak yang berkontrak harus menunjuk tempat yang disepakati dimana barang (muslamfih) harus diserahkan. Jika kedua belah pihak yang berkontrak tidak menentukan tempat pengiriman, maka barang harus dikirim ke tempat yang menjadi kebiasaan, misalnya Gudang si pembeli (muslam). Pembeli harus memahami hukum (baligh/mumayyiz dan berakal) dan mampu menjalankan akad atau transaksi pembeli. Selain itu juga harus menepati kesepakatan atas transaksi yang telah disetujui. Indikator kerelaan pembeli dapat dilihat dari pembeli memilih produk sendiri yang disediakan.

e. Akad assalam bersifat mengikat, maksudnya akad harus sekaligus jadi tanpa ada khiyār syarat (hak memilih secara syarat) baik bagi kedua belah pihak maupun salah

satu pihaknya. Apabila akad assalam disertai dengan khiyar syarat maka akad assalam menjadi batal atau tidak sah. f. Penjualan barang (muslamfih) sebelum diterima, yaitu Jumhur ulama melarang penjualan ulang barang (muslamfih) oleh penjual (muslam ilaih) sebelum diterima oleh pembeli (muslam). Para ulama sepakat bahwa penjual (muslam ilaih) tidak boleh mengambil keuntungan tanpa menunaikan kewajiban menyerahkan barang (muslamfih)

Ada beberapa tahapan dalam transaksi e-commerce menurut Syafruddin (2013) yaitu: a) Information sharing. Prinsip penjual adalah mencari dan menjaring calon pembeli sebanyak-banyaknya. Sementara pembeli berusaha sedapat mungkin mencari informasi produk atau jasa yang dibutuhkan. B) Pemesanan produk atau jasa secara elektronik. C) Aktivitas pembelian antara penjual dan pembeli ini biasanya dilakukan melalui jaringan tertentu seperti EDI (Eletctronik data Interchange) atau ekstranet. D) Aktivitas pasca jual. Aktivitas yang dilakukan dalam tahapan ini antara lain, keluhan terhadap kualitas produk, permintaan informasi baru, cara penggunaan dan lain sebagainya. F) Enam tahap supaya transaksi e-commerse valid atau sah.

3. Mengajukan kontrak (at-ta'aqud)

Penjual dan pembeli harus melakukan kontrak, kedua belah pihak mengecek adanya empat pillar yang mengikat kontrak, yaitu: sighthat (ijab qabul), dua pihak yang melakukan transaksi, barang yang diperjualbelikan, dan ungkapan yang harus disepakati. Jika pemilik barang sebagai penjual tidak bias hadir, maka seorang agen/wakil dari penjual harus memastikan bahwa tokonya benar-benar ada. Sehubungan dengan barang yang menjadi objek transaksi, selain syarat yang berlaku pada objek, secara umum dalam transaksi e-commerce, dimana transaksinya dilakukan via internet, maka barang tersebut harus tersedia di suatu tempat di pasar global.

a. Memastikan validitas (shiha)

Selama proses validitas, kontrak tersebut harus bebas dari elemen bunga (riba), ketidak pastian (gharar), penipuan, pemaksaan, atau dari jenis perjudian (maisir)

b. Implementasi/ pelaksanaan (Nafadz). Dalam tahap ini, ada dua hal utama yang harus dilakukan: Orang yang menawarkan produk adalah pemilik produk itu sebenarnya dan memiliki hak penuh terhadap barang tersebut dan Barang tersebut terbebas dari semua hutang-piutang

c. Mengikat (Ilzaam)

Kontrak yang dibuat antara penjual dan pembeli dalam transaksi jual beli harus bersifat mengikat. Oleh karena nya sebelum terjadi kontrak kedua belah pihak harus menyiapkan dan memperhatikan hal hal yang akan terjadi pada saat transaksi terjadi. Pembeli harus crosscheck kondisi barang sesuai dengan deskripsinya, dan menyimpan bukti dokumen dari dari kontrak guna menghindari manipulasi.

d. Pengiriman

Ini adalah tahap akhir dimana kedua pihak harus saling menukar antara barang dan harga yang harus dibayarkan. Pada umumnya, e-commerce menggunakan kartu kredit, namun muslim harus menghindari pemakaian kartu kredit yang mengandung riba, dan mencari alternatif pembayaran yang lain, seperti pembayaran melalui bank. Setelah menerima produk, konsumen juga harus memeriksa dan mengkonfirmasi apakah barang yang diterima sesuai dengan kondisi dan spesifikasi yang disepakati. Dalam Islam, ada beberapa opsi yang dilakukan jika hal ini terjadi, yaitu dengan khiyar.

e. Pembayaran untuk transaksi e-commerce

Metode pembayaran adalah cara untuk membayar suatu transaksi jual beli. Ada dua jenis system pembayaran dalam transaksi jual beli yaitu pembayaran tunai dan non tunai. Ada banyak cara pembayaran dalam pembayaran transaksi e-commerce yaitu: 1) Kartu Kredit, artinya lembaga keuangan menerbitkan alat pembayaran non tunai untuk menanggung pembayaran suatu transaksi pemegang kartu dalam proses pembayarn barang, nanti nya pemegang kartu akan mendapat tagihan yang harus di lunasi sesuai ketentuan. 2) Cash On Delivery (COD), artinya, pemabayaran akan dilakukan setelah pesanan diterima. Menurut data dari BPS pada tahun 2021, system pembayaran dengan COD masih mendominasi dalam transaski e-commerce sampai 78,72%. Hal ini dimungkinkan pembeli mencari keamanan dalam belanja online. 3) Virtual Account (VA), cara ini hampir sama dengan transfer via bank, namun bedanya nomor pembayaran di terbitkan bank atas permintaan penjual. Sehingga pembeli tidak perlu takut salah memasukan nominal pembayaran lagi dan tidak perlu memberikan bukti pembayaran, karena system sudah otomatis melakukan pengecekan. 4) E-Wallet, adalah layanan pembayaran transaski bersifat elektronik yang memiliki fungsi sebagai penyimpanan data, dana sebagai alat pembayaran. Seperti, OVO, Dana, GoPay, Shoppe Pay, iSaku, Linkaja, dan lain sebagainya

KESIMPULAN

Berdasarkan informasi di atas, dapat disimpulkan bahwa di era globalisasi saat ini, manajemen operasi masih menarik perhatian para akademisi dan profesional industri dalam bidang manufaktur dan industrialisasi. Ini penting karena elemen manajemen operasi inilah yang mendorong bisnis. Karena fokus utamanya adalah mengelola seluruh sumber daya perusahaan, manajemen operasional alam sangat penting bagi perusahaan. Membutuhkan pemimpin dalam struktur organisasi yang memiliki wewenang dan tanggung jawab yang jelas untuk mencapai tujuan perusahaan dengan menghasilkan barang dan jasa berkualitas tinggi dengan biaya produksi yang paling efisien dan efektif serta memberikan rasa puas kepada pelanggan. Untuk menjamin keabsahan transaksi, beberapa kondisi harus diteliti lebih lanjut karena e-commerce dilakukan melalui komputer dan jaringan

REFERENCES

- Kholijah, S. (2020). Transaksi E-Commerce Dalam Perspektif Ekonomi Syariah. *EKSYDA: Jurnal Studi Ekonomi Syariah*, 1(1), 101-114.
- Purnomo, M. D., & Astuningsih, S. E. (2021). Implementasi Manajemen Operasional Pada Cv. Hanafi Mulya Dalam Prespektif Ekonomi Syariah. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 7(1), 59-67.
- Maadi, A. S. (2018). Digitalisasi Manajemen Pendidikan Islam dan Ekonomi Syariah di Perguruan Tinggi. *FIKROTUNA: Jurnal Pendidikan dan Manajemen Islam*, 7(1), 741-759.
- Pramesti, A., Novitasari, C., & Oktaviani, D. (2023). Penerapan Manajemen Operasional di Era Digital dan Perkembangan E-Commerce. *Economics Business Finance and Entrepreneurship*, 88-97.
- Manurung, W. O., Annisah, T., Syafrina, I., Pramita, N., & Tan, C. (2023). Implementasi Strategi Digital Marketing dan Manajemen Operasional pada UMKM 2Nailhouse Kota Batam. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 327-333.
- Purnomo, M. D., & Astuningsih, S. E. (2021). Implementasi Manajemen Operasional Pada Cv. Hanafi Mulya Dalam Prespektif Ekonomi Syariah. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 7(1), 59-67.