

## TRANSAKSI *ON-LINE* (*E-COMMERCE*) : PELUANG DAN TANTANGAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

**Dedi Riswandi**

Universitas Nahdlatul Ulama Nusa Tenggara Barat

### Abstrak

*E-Commerce* merupakan suatu transaksi saling tukar menukar barang antar satu dengan yang lainnya untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari secara digital. Seiring perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi informasi, sistem transaksi secara *on-line* (*E-Commerce*) sangat memudahkan bagi para pelaku bisnis untuk berinteraksi dan bertransaksi melalui media internet. Transaksi *On-line* (*E-commerce*) merupakan suatu transaksi yang melibatkan penjual dan pembeli dalam satu media internet dan melakukan transaksi secara langsung melalui website dan situs transaksi seperti : tokopedia, shopee, buka lapak, lazada, JD.id dan lain-lain. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif yaitu dengan menggunakan kajian pustaka (*Library Research*) dengan mengambil referensi dari beberapa buku yang didapatkan dari perpustakaan dan sumber dari website atau internet. Selain itu, keterlibatan langsung oleh penulis dalam melakukan transaksi secara *on-line* (*E-Commerce*) bisa mendapatkan dan mempertegas data-data yang dibutuhkan. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa transaksi *on-line* (*E-Commerce*) sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi islam selama tidak ada unsur penipuan/*gharar*, perjudian/*maysir* dalam praktiknya serta tidak terdapat unsur kecacatan pada produk yang ditransaksikan. Apabila terjadi hal-hal yang disebutkan tadi, maka pihak-pihak yang bertanggung jawab wajib untuk mengganti kerugian yang dialami oleh pembeli selaku pihak yang dirugikan.

**Kata Kunci** : *Transaksi On-line, E-Commerce, Ekonomi Islam.*

### PENDAHULUAN

Agama Islam merupakan agama yang sempurna mengatur kehidupan di dunia maupun di akhirat. Islam juga mengajarkan tentang pergaulan yang mengatur hubungan manusia dengan segala keperluannya di dunia antara lain adalah cara mendapatkan harta, yaitu dengan berbagai bentuk transaksi mu'amalah. Setiap orang memiliki hak untuk berusaha mendapatkan harta dan mengembangkannya, sesuai dengan syari'at yang telah ditentukan oleh Allah SWT.

Manusia adalah makhluk sosial yang saling membutuhkan, setiap manusia pasti membutuhkan bantuan dari orang lain baik itu berupa harta maupun

tenaga, untuk itulah setiap individu wajib saling tolong-menolong dalam hal kebaikan dan bukan dalam hal berbuat dosa, sebagaimana firman Allah Swt :

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا

عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ (المائدة: ٢)

Artinya :”Dan tolong-menolonglah kamu dalam hal kebaikan dan taqwa, dan janganlah kamu tolong-menolong dalam perbuatan dosa dan permusuhan”.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Depag RI, *Al-Qur'an dan terjemahannya* ( Jakarta : Yayasan

Seiring dengan berjalannya waktu dan perkembangan bentuk transaksi mu'amalah, masyarakat semakin kompleks dan semua membutuhkan konsep hukum yang benar menurut hukum Islam. Dari sekian banyak bentuk transaksi mu'amalah manusia, jual beli merupakan suatu solusi dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat karena di dalam jual beli terdapat unsur kerjasama dan tolong-menolong antar sesama.

Hukum jual beli pada dasarnya adalah mubah, namun ada kalanya sunnah apabila ada unsur kerjasama dan tolong-menolong, dan ada kalanya juga haram apabila mengandung unsur-unsur penipuan, kecurangan, dan merugikan salah satu pihak, serta jual beli yang samar (*gharar*).

Dalam penelitian ini, penulis memfokuskan perhatian kepada sistem transaksi *On-Line (E-Commerce)*. Dalam jual beli ini seseorang hanya mengirimkan pesan kepada satu alamat perusahaan di Internet yang menawarkan produk tertentu kemudian memesan atau membeli produk yang ditawarkan tersebut. Produk akan dikirim dalam jangka beberapa hari dan pembayaran akan dilakukan dengan cara mentransfer sejumlah uang ke rekening situs penjualan tersebut sesuai harga produk yang dipesan atau dibeli.

Secara umum dapat diketahui bahwa, studi Ekonomi Islam menjelaskan adanya ketentuan yang mengharuskan dalam transaksi bersifat fisik menghadirkan benda sebagai obyek perjanjian tertentu. Jika transaksi dilakukan terhadap barang pesanan, maka harus dinyatakan sifat barang tersebut secara kongkrit, sehingga tidak

menimbulkan sengketa di kemudian hari.<sup>2</sup>

Perkembangan teknologi sangat mempengaruhi hukum transaksi di dunia modern sekarang ini. Transaksi dilakukan secara cepat, bahkan antara penjual dan pembeli tidak bertemu dalam suatu tempat yang dipahami sebagai majelis aqad. Secara kasat mata, bila dilihat dari praktik transaksi *On-Line (E-Commerce)*, banyak hal yang perlu dikaji lebih mendalam baik itu dari segi aqad, syarat dan rukun jual beli serta kerelaan atau suka sama suka yang menjadi inti utama dalam jual beli, sebagaimana firman Allah Swt :

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا  
تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ  
بِالْبَطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً  
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۗ (النساء:  
٢٩)

Artinya : "Hai orang-orang yang beriman janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan jalan yang tidak sah, kecuali dengan jalan perniagaan/dagang serta suka sama suka di antara kalian."<sup>3</sup>

Dengan melihat permasalahan di atas, maka peneliti mencoba untuk mengangkat permasalahan ini untuk dikaji dalam jurnal Penelitian yang berjudul: "Transaksi *On-Line (E-*

Penyelenggara Penterjemah/Pentafsir Al-Quran, 1990 ), hal. 156-157.

<sup>2</sup> Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah*, Terj, Jilid III (Beirut : Dar Al-Fikr, 1977), hlm. 124

<sup>3</sup> Depag RI, *Al-Qur'an Terjemah* hal. 122.

*Commerce*) : Peluang dan Tantangan Dalam Perspektif Ekonomi Islam”..

## METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif yaitu dengan menggunakan kajian pustaka (*Library Research*) dengan mengambil referensi dari beberapa buku yang didapatkan dari perpustakaan dan sumber dari website atau internet. Selain itu, keterlibatan langsung oleh penulis dalam melakukan transaksi secara *on-line* (*E-Commerce*) bisa mendapatkan dan mempertegas data-data yang dibutuhkan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN (12pt) *Transaksi on-line (E-Commerce) dan jenis-jenisnya*

### a. *Transaksi on-line (E-Commerce)*

Istilah transaksi *on-line (E-Commerce)* sampai saat ini belum ada satu pengertian yang seragam. Hal ini disebabkan karena pengembangan *E-Commerce* yang terus berkembang, sehingga hampir setiap saat *E-Commerce* mengalami perubahan dan mempunyai bentuk baru. Namun demikian, bukan berarti dengan tidak adanya pengertian yang seragam ini mengakibatkan tidak ada sama sekali pengertian *E-Commerce*. Pada kesempatan ini akan dikemukakan beberapa pengertian dari *E-Commerce*.<sup>4</sup>

*Electronic commerce* merujuk secara umum kepada semua bentuk transaksi yang berkaitan dengan *aktifitas komersial*, baik organisasi maupun individual yang berdasarkan pemerosesan dari transaksi data yang didigitalisasikan, termasuk teks, suara, dan gambar.<sup>5</sup>

Sementara menurut Kalakota dan Whinston untuk mendefinisikan elektronik

*commerce* dapat dilakukan dari berbagai macam perspektif, di antaranya adalah :

1. Dari *perspektif komunikasi*, *E-Commerce* adalah penyerahan informasi, produk/jasa, atau pembayaran melalui jaringan telepon, jaringan computer/Internet, atau dengan maksud elektronik lainnya.
2. Dari *perspektif proses bisnis*, *E-Commerce* adalah aplikasi teknologi melalui transaksi bisnis otomatis dan aliran kerja.
3. Dari *perspektif pelayanan*, *E-Commerce* adalah alat yang mengamalkan hasrat dari perusahaan konsumen dan manajemen untuk memotong biaya pelayanan, sedangkan memperbaiki kualitas barang dan mempercepat pelayanan.
4. Dari *perspektif On-line*, *E-Commerce* menyediakan kemampuan pembelian dan penjualan produk dan informasi di Internet dan jasa on-line lainnya.<sup>6</sup>

Sebenarnya ada banyak definisi mengenai *E-Commerce*, tetapi yang pasti setiap kali masyarakat berbicara tentang *E-Commerce*, mereka biasa memahaminya sebagai bisnis yang berhubungan dengan Internet. *E-Commerce* juga dikenal dengan *E-business*, *E-tailing* (untuk penjualan vital)

Jadi *E-Commerce* merupakan satu set dinamis ekonomi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan/jasa dan informasi yang dilakukan secara elektronik.<sup>7</sup>

<sup>4</sup> Marketbiz Research Associate, *E-Payment Jual Beli* (Indonesia : Internet Marketing Center), www, Marketbiz Net. Ci. Id,

<sup>5</sup> Capella *E-Commerce, Pengantar Elektronik Commerce*, (PT. Capella Sumber Internet). [www.capella.co.id](http://www.capella.co.id).

<sup>6</sup> *Ibid.*

<sup>7</sup> Ono W. Purbo, , *pertanyaan tentang E-commerce*, <http://www.lp.itb.ac.id/~ycldav> ([Onno@indo.net.id](mailto:Onno@indo.net.id))

### b. Jenis-Jenis transaksi *on-line* (*E-Commerce*)

Transaksi *on-line* (*E-Commerce*) telah melahirkan revolusi lain, di mana terjadi penekanan secara bisnis dalam penjualan dan pembelian produk dan pelayanan. Hal ini juga berkenaan dengan dan penjualan informasi, produk dan pelayanan jaringan komunikasi computer. *E-Commerce* membantu pelaksanaan tradisional melalui cara baru dalam mentransfer dana dari proses informasi, karena informasi menjadi jantung dari aktivitas perdagangan apapun. Informasi secara elektronik ditransfer dari komputer ke komputer secara otomatis, kenyataannya hal ini telah mentransformasikan cara organisasi beroperasi.<sup>8</sup>

Adapun jenis-jenis transaksi *on-line* (*E-Commerce*) dalam dataran praktis *E-Commerce* hanya dikenal dua macam yaitu :

1. *Business to business E-Commerce* (*B2B E-Commerce*), bentuk transaksi perdagangan ini melalui internet, yang dilakukan oleh dua perusahaan atau beberapa perusahaan.
2. *Business to consumer* (*B2C E-Commerce*), yang merupakan transaksi jual beli melalui internet antara penjual barang konsumsi dengan konsumen (*end user*).<sup>9</sup>

Secara faktual model transaksi *on-line* (*E-Commerce*) mempunyai banyak ragam. Dari segi sifatnya transaksi *E-Commerce* dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

1. *Business to Business* (*B2B*), model transaksi *E-Commerce* ini digunakan sekarang. Hal ini meliputi Inter Organisational system (IOS) transaksi dengan segera dari transaksi pasar elektronik antar organisasi.

3. *Business to Consumer* (*C2C*), dalam kategori ini konsumen menjual dengan langsung untuk konsumen. Contohnya adalah individu menjual yang diklasifikasikan. (e.g [www.classified2000.com](http://www.classified2000.com)) Pemilikan kediaman (*residential property*), mobil dan sebagainya.
4. *Consumer to Business* (*C2B*), kategori ini meliputi individu yang menjual produk atau jasa untuk organisasi. Selama individu yang menjual mempengaruhi (*intereract*) dengan mereka dan penutupan transaksi.<sup>10</sup>

### Keunggulan dan kekurangan transaksi On-Line(*E-Commerce*)

#### a. Keunggulan transaksi *On-Line* (*E-Commerce*)

Kalangan bisnis melihat *E-Commerce* adalah sebagai suatu kemungkinan bisnis yang baru, dengan banyak sekali keunggulan yang dipunyaiinya. Berbagai keunggulan itu antara lain<sup>11</sup> :

1. Jangkauan atau cakupan yang luas dan basis konsumen yang besar. Para pengecer yang menggunakan *website* akan menikmati keuntungan dari jumlah konsumen yang terus bertambah. Berbagai hambatan geografis yang ada selama ini menjadi hilang dan tidak ada batasan mengenai jangka waktu kegiatan. Jam beroperasi hanya dibatasi oleh *hardware* dan *software*.
2. Pendapatan yang terus bertambah. *Website* membuka berbagai kemungkinan dalam melakukan penjualan dan distribusi. Merchants mendapatkan berbagai keuntungan dari besarnya pasar yang ada, baik

<sup>8</sup> Marketbiz Research, Associate, *E-Payment Jual Beli* (Indonesia : Internet Marketing Center), [www, Marketbiz Net. Ci. Id](http://www.Marketbiz.Net),

<sup>9</sup> *Ibid*

<sup>10</sup> *Ibid*

<sup>11</sup> Muhammad Aulia Adnan, *Aspek Hukum Protokol Pembayaran Visa/mastercard secure electronic Transation net* (Jakarta : Fakultas hukum Univesitas Indonesia, 2000), [www, geocities.Com](http://www.geocities.Com),

dilihat secara geografis maupun dilihat dari sisi jumlah konsumen.

3. Pengehematan biaya. Penggunaan transaksi *on-line* (*E-Commerce*) akan dapat secara drastis mengurangi biaya *inventaris/persediaan* yang harus disediakan oleh merchants dalam suatu waktu. Terdapat berbagai perusahaan yang tidak mempunyai persediaan, tetapi mereka dapat menawarkan berbagai macam produk kepada pelanggannya. Mereka hanya menghubungkan antara berbagai macam permintaan yang ada ke dalam sistem yang dipergunakan oleh produsen.
4. Hubungan yang lebih baik dengan konsumen. Perdagangan secara *on-line* (*E-Commerce*) mempunyai kemampuan untuk berinteraksi dengan konsumen secara lebih dekat dan cepat. Konsep ini dikenal sebagai *one to one marketing*, dimana merchant dapat secara langsung berinteraksi dengan konsumen.

Sementara, Anastasia Diana secara lebih rinci menyebutkan manfaat transaksi *on-line* (*E-Commerce*) bagi organisasi, perdagangan dan perusahaan, bagi konsumen dan manfaat bagi masyarakat luas, sebagai berikut :<sup>12</sup>

1. Bagi organisasi, pedagang dan perusahaan.
  - a. Memperluas pasar hingga mencakup *pasar nasional* dan *pasar global*, sehingga perusahaan bisa menjangkau lebih banyak pelanggan, memilih pemasok terbaik, dan menjalin relasi dengan mitra bisnis yang dinilai paling cocok.
  - b. Menekan biaya menyusun, memproses, menyimpan dan

mengakses informasi berbasis kertas.

- c. Memungkinkan perusahaan mewujudkan bisnis yang sangat terspesialisasi.
  - d. Menekan waktu antara pembayaran dan penerimaan produk/jasa.
  - e. Meningkatkan biaya telekomunikasi.
  - f. Meningkatkan produktivitas karyawan melalui rekayasa ulang proses bisnis.
2. Bagi konsumen.
    - a. Memungkinkan konsumen berbelanja atau melakukan transaksi lainnya setiap saat (24 jam sehari) dan dari hampir semua lokasi.
    - b. Memberikan pilihan produk dan pemasukan yang lebih banyak kepada pelanggan.
    - c. Memungkinkan konsumen dalam mendapatkan barang dan jasa lebih murah, karena konsumen bisa berbelanja di banyak tempat dan melakukan perbandingan secara cepat.
    - d. Memungkinkan pelanggan bisa berpartisipasi dalam *lelang virtual*.
    - e. Mempasilitasi kompetisi yang mengarah pada diskon substansial bagi pelanggan.
    - f. Memungkinkan pelanggan berinteraksi dengan pelanggan lainnya dalam *electronic communities* dan saling bertukar gagasan serta pengalaman.
  3. Bagi masyarakat luas.
    - a. Memungkinkan orang lebih banyak bekerja di rumah dan jarang bepergian untuk berbelanja, sehingga kemacetan dan polusi bisa berkurang.
    - b. Memungkinkan beberapa jenis barang dijual dengan harga lebih murah, sehingga bisa

<sup>12</sup> Anastasia Diana, *Mengenal E-Bussines*, Yogyakarta: Penerbit Andi, 2001, hal 57-58

terjangkau oleh orang-orang yang kurang mampu.

- c. Kemungkinan masyarakat di negara yang berkembang dan kawasan pedalaman menikmati produk barang dan jasa yang relative langka di tempat tinggalnya, termasuk di dalam belajar jarak jauh lewat *E-University*.
- d. Mempasilitasi penyampaian jasa publik, seperti pelayanan kesehatan, pendidikan dan distribusi layanan sosial pemerintah secara lebih murah dan berkualitas.

#### **b. Kekurangan transaksi *On-Line (E-Commerce)***

Meskipun transaksi on-line (*E-Commerce*) merupakan sistem yang menguntungkan karena dapat mengurangi biaya transaksi bisnis dan dapat memperbaiki kualitas pelayanan kepada pelanggan, namun sistem *E-Commerce* beserta *infrastruktur* pendukungnya mudah sekali disalah gunakan oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab dan juga bisa terkena kesalahan-kesalahan yang mungkin timbul melalui berbagai cara.

Kerusakan hebat bisa terjadi pada semua elemen yang berkaitan dengan sistem ini, baik itu dalam system perdagangan *komersial, institusi financial, service provider*, bahkan konsumen sekalipun. Harus diakui bahwa sesuatu yang dibuat manusia itu memang tidak ada yang sempurna.<sup>13</sup>

Dari segi pandangan bisnis, penyalahgunaan dan kegagalan *sistem (kelemahan system)* yang terjadi, terdiri atas :<sup>14</sup>

1. Kehilangan segi finansial secara langsung karena kecurangan.  
Seorang penipu yang berasal dari dalam ataupun dari luar, yang mentransfer sejumlah uang dari rekening yang satu ke

rekening yang lainnya, atau dia telah menghancurkan/mengganti semua data *financial* yang ada.

2. Pencurian informasi rahasia yang berharga.  
Pada umumnya banyak organisasi atau lembaga-lembaga yang menyimpan data yang sangat penting bagi kelangsungan hidup mereka, misalnya kepemilikan teknologi atau informasi pemasaran maupun informasi yang berhubungan dengan kepentingan *konsumen/client* mereka. Gangguan yang timbul bisa menyikap semua informasi rahasia tersebut kepada pihak-pihak yang tidak berhak dan dapat mengakibatkan kerugian yang besar bagi si korban.
3. Kehilangan kesempatan bisnis karena gangguan pelayanan.

Bergantung pada pelayanan elektronik dapat mengakibatkan gangguan selama periode waktu yang tidak dapat diperkirakan. Kesalahan ini bersifat kesalahan nonteknis, seperti aliran listrik tiba-tiba padam, atau jenis-jenis gangguan yang tak terduga lainnya.

4. Penggunaan akses ke sumber oleh pihak yang tidak berhak.  
Pihak luar mendapatkan akses yang sebenarnya bukan menjadi haknya dan menggunakan hal itu untuk kepentingan pribadi. Misalnya, seorang hacker yang berhasil membobol sebuah sistem perbankan. Setelah itu, dengan seenaknya sendiri dia memindahkan sejumlah rekening orang lain ke dalam rekeningnya sendiri.
5. Kehilangan kepercayaan dari para konsumen.  
Kepercayaan konsumen terhadap sebuah perusahaan/ lembaga/ institusi tertentu, dapat hilang karena berbagai macam faktor, seperti usaha yang dilakukan dengan sengaja oleh pihak lain yang berusaha menjatuhkan reputasi perusahaan tersebut, dan juga bisa berupa

<sup>13</sup> *Ibid*, hal 57-58

<sup>14</sup> Onno W. Purbo, *pertanyaan tentang E-commerce*, <http://www.lp.itb.ac.id/~ycldav> ([Onno@indo.net.id](mailto:Onno@indo.net.id)) hal 7-8

kesalahan-kesalahan fatal yang dilakukan oleh perusahaan itu, yang mengakibatkan kepercayaan konsumen berkurang

6. Kerugian-kerugian yang tidak terduga. Gangguan terhadap transaksi bisnis, yang disebabkan oleh gangguan dari luar yang dilakukan dengan sengaja, ketidakjujuran, praktik bisnis yang tidak benar, kesalahan factor manusia, kesalahan system elektronik, mengakibatkan kerugian.

### Analisa Ekonomi Islam terhadap Pihak yang Bertransaksi.

Dalam mewujudkan kegiatan transaksi yang sah dan sempurna menurut prinsip ekonomi Islam ketentuan-ketentuan yang telah ditetapkan oleh syar'iat juga harus dipenuhi baik mengenai ketentuan orang yang berakad, barang dan perjanjiannya.

Dalam hal ini, ketentuan yang dimaksud adalah orang yang melakukan *aqad* transaksi. Adapun syarat-syarat orang yang berakad adalah sebagai berikut :

1. *Tamyiz* (berakal), anak kecil atau orang gila yang melakukan transaksi maka transaksi yang dilakukan itu tidak sah<sup>15</sup> begitu pula orang yang mabuk.
2. Tidak ada paksaan atau suka rela dalam melakukan *aqad*, sehingga kedua belah pihak sama-sama berkehendak untuk melakukan *aqad*, baik lahir maupun batin<sup>16</sup> apabila salah satu pihak yang dipaksa maka *aqad*nya tidak sah, karena tidak ada unsur kerelaan.
3. Merupakan pemilik sempurna atau yang mewakili.
4. Tidak berlaku transaksi orang yang *safih* (bodoh) dan orang yang berada dalam pengapuan. Jika mereka mengadakan transaksi, maka transaksinya terhenti

(*mauquf*) sampai mendapatkan izin dari walinya.

Namun jika ditinjau dari sistem transaksi *on-line* (*E-Commerce*) ini bisa dikatakan sebagai pihak yang berakad adalah : *Card Holder* (pemegang kartu sekaligus pemilik rekening), *Merchant* (penyedia barang). Di antara kedua belah pihak tersebut telah memenuhi kriteria-kriteria yang dijadikan syarat orang-orang yang berakad dalam pelaksanaan transaksi *on-line* (*E-Commerce*) seperti yang telah dijelaskan di atas, maka jual belinya dibolehkan dalam syari'at Islam tanpa ada keraguan hukumnya. Sebagaimana firaman Allah swt dalam surat Al-Baqarah ayat 282 yang berbunyi :

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ  
بِدِينٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ<sup>ع</sup>  
وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ<sup>ع</sup>  
(البقرة: ٢٨٢)

Artinya : “ Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara langsung untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu mencatatnya atau menuliskannya. Dan hendaklah dicatat atau ditulis dengan pencatat yang adil.<sup>17</sup>”

Dalam Islam dikenal istilah wakalah atau perwakilan, karena transaksi jual beli menggunakan layanan internet dimana para pihak secara fisik tidak bertemu langsung, namun dengan layanan internet kedua belah pihak yang bertransaksi bisa menunjuk dan memilih pihak ketiga yang ada dalam layanan yang sama untuk menyelesaikan urusan transaksi tersebut.

Sebagai pihak ketiga, dalam hal ini adalah pihak bank maka hendaklah menjaga

<sup>15</sup> Wahbah Azzuhaili, *Al-Fiqh al-islami wa adillatuh* (Damaskus : Dar al-Fikr, 1989), hal. 354

<sup>16</sup> Abdurrahman Aljaziri, *Al-Fiqh ala Al-mazahib Al-Arba'ah* (Beirut : Dar al-fikr, tt), hal 160-161

<sup>17</sup> Depag RI. *Al-Qur'an Terjemah*, hal. 70

amanat dari kedua belah pihak yang bertransaksi sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qura'an surat Al-Anfal ayat 27 yang berbunyi :

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَخُوْنُوْا اللّٰهَ  
وَالرَّسُوْلَ وَتَخُوْنُوْا اٰمَنَاتِكُمْ وَاَنْتُمْ  
تَعْلَمُوْنَ ( (الأَنْفَال: ٢٧) )

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasulullah serta janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahuinya.”<sup>18</sup>

Dari penjelasan ayat-ayat Al-Qur'an di atas dapat disimpulkan bahwa transaksi *on-line* (*E-Commerce*) ini telah sesuai dengan syariat Islam, karena dalam Islam juga dikenal istilah pihak yang mewakili, sehingga dapat dikatakan bahwa hal di atas telah menunjukkan serah terima antara pembeli dan penjual, walaupun pelaksanaannya tidak secara langsung.

### **Analisa Ekonomi Islam terhadap Barang yang Diperjanjikan dan Alat Pembayaran.**

Untuk syarat barang yang harus dapat diserahkan, *ma'qud alaih* (uang dan barang) dalam transaksi ini, proses serah terimanya adalah : pertama, untuk uang biasa (non elektrik) dapat dikirimkan (diserahkan) oleh pembeli (*Card holder*) kepada penjual (*merchant*) tidak secara langsung, melainkan melalui perantara pihak

ketiga yang dipercaya dalam sistem yang ada di *E-Commerce*.

Pihak ketiga dalam hal ini adalah *payment gateway*, *acquirer* dan *issuer*. Sementara uang elektrik dapat dikirimkan (diserahkan) langsung tanpa melalui pihak ketiga yang ada dalam transaksi *on-line* (*E-Commerce*), atau melalui pihak ketiga melalui pihak yang sama.

Jadi penjual juga bisa menerima penyerahan uang yang dikirim pembeli tersebut baik melalui pihak ketiga, maupun secara langsung dari pembeli, tergantung pada sistem yang dipakai atau disepakati antara penjual dan pembeli.<sup>19</sup>

Kedua, untuk barang biasa (*non-digital*) dapat dikirim oleh penjual kepada pembeli secara tidak langsung, yaitu melalui pihak ketiga. Dalam hal ini pihak ketiga misalnya adalah jasa pos atau kurir. Sebaliknya, pembeli menerima barang tersebut melalui pihak ketiga yang ditunjuk tersebut, sedangkan untuk barang yang sudah *digital*-kan, maka penjual dapat langsung mengirimkannya melalui media internet dengan menggunakan program dan format tertentu berdasarkan program sistem computer yang dimilikinya, sehingga pembeli dapat langsung menerima kiriman tersebut juga melalui media Internet dengan cara *men-down load* dari komputer yang terhubung dengan jaringan Internet.<sup>20</sup>

Untuk syarat yang harus diketahui oleh kedua belah pihak, uang dan barang dalam transaksi ini, proses dan cara memahaminya berbeda dengan jual beli biasa (yang bertemu langsung secara fisik). Dimana dengan jelas dan meyakinkan pembeli dan penjual bisa langsung berhadapan dalam transaksi, menyentuh serta merasakan *ma'qud alaih* berdasarkan indranya sedangkan dalam *E-Commerce*, barang atau alat pembayarannya hanya dapat dilihat berdasarkan pada

<sup>19</sup> Ono W. Purbo, *pertanyaan tentang E-commerce*,  
<http://www.lp.itb.ac.id/~ycldav>  
([Onno@indo.net.id](mailto:Onno@indo.net.id))

<sup>20</sup> Anastasia Diana, *Mengenal E-Bisnis*, hal 57.

<sup>18</sup> *Ibid.* hal. 390



keyakinan atau saling percaya. Pembeli percaya bahwa barang yang dipromosikan dalam iklan oleh penjual di toko *On-line* adalah benar bukan fiktif. Sementara penjual percaya bahwa kartu kredit pembeli benar-benar aktif dan terisi (uangnya ada dan cukup).

Dalam shahih Bukhari Muslim disebutkan dari Sa'id Al-Khudry dari Nabi SAW bahwasanya beliau bersabda :

لا تبيعوا الذهب بالذهب إلا مثلاً بمثل ولا تشفوا بعض  
ها على بعض ولا تبيعوا الفضة  
بالفضة إلا مثلاً بمثل ولا تشفوا بعضها على بعض  
ولا تبيعوا منها غائباً بناجز

Artinya :” Janganlah kalian menjual emas dengan emas kecuali dalam berat yang sama, dan jangan kalian lebihkan sebagian atas sebagian yang lain, dan jangan pula kalian menjual perak dengan perak kecuali dalam berat yang sama, dan jangan kalian lebihkan sebagian atas sebagian yang lain, dan jangan kalian menjual sesuatu yang gaib (tidak ada) dengan sesuatu yang hadir (ada).<sup>21</sup>

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa barang dan alat pembayaran dalam transaksi *on-line* (*E-Commerce*) ini telah memenuhi kriteria-kriteria (syarat-syarat) yang telah ditetapkan dalam Islam, yaitu bahwa barang dan alat pembayaran dalam

hal ini termasuk dalam kategori sebagai suatu yang bisa dan boleh untuk dijadikan obyek dalam transaksi ini.

### **Analisa Ekonomi Islam terhadap *Aqad* dan *Majlis Aqad*.**

Khusus dalam transaksi, tujuan kesepakatan (*aqad*) adalah memindahkan barang dari penjual kepada pembeli dengan imbalan tertentu. *Aqad* dapat dikatakan sebagai suatu kesepakatan atau perjanjian, maka apabila dikaitkan dengan transaksi yang dimaksud adalah perjanjian / kesepakatan antara kedua belah pihak yang berbeda kedudukannya untuk melakukan transaksi.

Syarat yang paling penting dalam setiap *aqad* adalah adanya kerelaan dari kedua belah pihak yang ber*aqad* tidak terkecuali dalam transaksi, karena hal-hal yang menjadikan cacatnya kerelaan ada 4 yaitu : Paksaan, Kesalahan, Menipu/memperdayakan dan Kelalaian. Kesemua hal tersebut dapat menjadikan cacatnya suatu *aqad*.

Pentingnya kerelaan menurut hukum Islam, terlihat jelas bahwa faktor ini sangat menentukan dalam keabsahan *aqad* dalam suatu transaksi, termasuk transaksi *on-line* (*E-Commerce*) ini.

Dalam tradisi fiqih Islam dari sudut pandang dua orang yang melakukan transaksi, ada dua kemungkinan berlangsungnya yaitu Pembeli dan Penjual bertemu dan melakukan transaksi dalam satu majelis yang dalam istilah fiqih disebut *At-taaqud baena al-hadiraen* dalilnya adalah :

وعن ابن عمر رضي الله عنهما عن رسول الله صلى  
الله عليه وسلم قال: إذا تبايع

Artinya :” Dan dari Ibnu Ummar semoga Allah SWT ridha pada keduanya bahwasanya dari Rasulullah SAW bersabda : Apabila dua

<sup>21</sup> Saptono Budi Satriyo, Shaleh Bahannan, *Tanya Jawab Lengkap Permasalahan Jual Beli*. (Jakarta, Pustaka As-Sunnah 2008). hal. 149

orang melakukan transaksi jual beli maka setiap orang dari keduanya harus ada kesepakatan antara keduanya sebelum mereka berpisah.<sup>22</sup>

Dan boleh jadi transaksi berlangsung tanpa bertemunya pembeli dan penjual secara fisik dalam suatu majelis yang dalam istilah fiqih disebut *At-taaqud baena al-gaibain*.<sup>23</sup> Dalilnya adalah :

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ  
بِدَيْنٍ إِلَى أَجَلٍ مُّسَمًّى فَأَكْتُبُوهُ<sup>ع</sup>  
وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ<sup>ع</sup>  
(البقرة: ٢٨٢)

Artinya : “ Hai orang-orang yang berima, apabila kamu bermu’amalah tidak secara langsung untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu mencatatnya atau menulisnya. Dan hendaklah dicatat atau ditulis dengan pencatat yang adil.<sup>24</sup>

Pada prinsipnya syarat-syarat transaksi dalam kedua model tersebut tidak ada perbedaan. Namun demikian, dalam transaksi dimana antara kedua belah pihak saling bertemu dalam satu mejelis, ada

beberapa karakter khusus yang membedakan transaksi konvensional. Salah satu karakter yang sangat penting dibahas adalah penentuan tentang kapan satu transaksi dianggap sempurna ketika antara para pihak tidak bertemu secara langsung.

Karakter ini juga menjadi karakter transaksi yang dilangsungkan melalui media Internet khususnya *E-Commerce*. Dalam transaksi ini, kedua belah pihak yang melakukan transaksi tidak bertemu secara langsung sehingga timbul pertanyaan, kapankah transaksi tersebut telah sempurna, bila mengacu pada pembahasan dalam fiqih Islam.

Berkaitan dengan transaksi *on-line* (*E-Commerce*) ini, maka sangat berkaitan dengan syarat *ijab qabul* yang pertama, yaitu antara keduanya tidak terpisah (dalam satu majelis).

Kalimat ini sesungguhnya mengandung makna agar transaksi tersebut bisa terlaksana dengan baik dan terjadi kesesuaian maksud antar pihak yang bertransaksi, jadi syarat pertama ini sangat berkaitan dengan syarat kedua yaitu terjadinya kesesuaian (*an yatawaqofa al-ijabwa al-qobul*) antara pihak yang bertransaksi.

Hal ini telah dijelaskan oleh Rasulullah Saw dalam Haditsnya yang berbunyi :

وعن ابن عمر رضي الله عنهما عن رسول الله صلى  
الله عليه وسلم قال: إذا تبايع

Artinya :” Dan dari Ibnu Ummar semoga Allah SWT ridha pada keduanya bahwasanya dari Rasulullah SAW bersabda : Apabila dua orang melakukan transaksi jual beli maka setiap orang dari keduanya harus ada kesepakatan antara

<sup>22</sup> Al-Hafiz Ibnu Hajar Al-Asqalani, *Bulugul Maram*, hal. 169

<sup>23</sup> Abd. Arrazak As-shanhuri, *Mashadir, al-Haq fi al-Fiqih al-Islami, Dirasah Mukarranah bi al-Fiqih al-Garbi* ( Beirut : Dar al-Fiqr, ttt ) Juz II, hal 5

<sup>24</sup> Depag RI, *Al-Qur’an Terjemah.*, hal. 70

*keduanya sebelum mereka berpisah.*<sup>25</sup>

Dengan demikian transaksi *on-line* (*E-Commerce*) ini yang mana penjual dan pembeli tidak berada dalam satu majelis, tetapi terjaga kejadian yang tidak diinginkan dari *aqad* yang sekiranya tidak dalam satu majelis, karena untuk menyatakan *ijab qabul* bisa dilaksanakan dengan berbagai cara yaitu : dengan lisan, perantara utusan, tulisan atau dengan penyerahan.

Dalam hal ini wesel atau bukti pembayaran lainnya merupakan suatu perintah pembayaran dalam bentuk perwakilan, maka bisa terjadi transaksi dimana penjual dan pembeli tidak bertemu langsung (tidak dalam satu majlis), maka untuk menyatakan *ijab qobul* bisa melalui perwakilan yang dalam masalah ini perwakilan bisa berwujud pengiriman uang yang berarti pihak pembeli telah menyetujui harganya dan perwakilan berupa pengiriman barang penjual juga telah disetujui, sehingga kemungkinan untuk terjadinya *gharar* tidak pernah ada.

Transaksi semacam ini di diperbolehkan dengan syarat-syarat sebagai berikut<sup>26</sup>:

1. Telah populer dilakukan oleh masyarakat.
2. Harus disebutkan dalam perjanjian transaksi sifat-sifat dan kriteria komoditas yang dipesan.
3. Ditentukan waktu pembayaran dan waktu pengiriman barang.
4. Dalam transaksi ini juga boleh dicantumkan persyaratan-persyaratan ganti rugi dari kedua belah pihak.
5. Sistem pembayaran boleh secara kontan maupun cicilan, sesuai perjanjian

## KESIMPULAN

<sup>25</sup> Al-Hafiz Ibnu Hajar Al-Asqalani, *Bulugul Maram*, hal. 169

<sup>26</sup> [http://www.pesantrenvirtual.com/index.php?option=com\\_content&task=view&id=689&Itemid=30](http://www.pesantrenvirtual.com/index.php?option=com_content&task=view&id=689&Itemid=30)

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang terdapat pada bab sebelumnya, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Sistem transaksi *on-line* (*E-Commerce*) pada dasarnya tidak jauh berbeda dengan transaksi pada umumnya hanya saja dalam transaksi ini sistem pemesanan dilakukan melalui media Internet dengan mengisi formulir pembelian dalam media Internet, kemudian pembayaran dilakukan dengan menunjuk badan keuangan yang telah terdaftar dalam suatu Negara untuk proses pembayaran, sementara pengiriman barang atau produk menggunakan jasa post atau kurir.
2. Ditinjau dari Prinsip Ekonomi Islam, para pihak yang melakukan transaksi telah memenuhi kriteria-kriteria yang dijadikan syarat orang-orang yang beraqad yaitu : *Tamyiz*, adanya kerelaan, merupakan pemilik sempurna, serta kesepakatan transaksi antara kedua belah pihak. Dari segi alat pembayaran dan barang yang diperjual belikan telah jelas diterangkan bahwa alat pembayaran bisa berupa uang cash dan bisa juga uang yang telah *terdigitalkan*, begitu juga barangnya bisa berupa produk barang dan bisa juga berupa produk yang telah *terdigitalkan* dalam bentuk *software*. Dari segi *Aqad* bisa dilakukan dengan memanfaatkan fasilitas yang ada di Internet itu sendiri melalui *Website*, *E-Mail*, *File Transfer Protokol*, *Real Time Communication CHAT* dimana hal tersebut memungkinkan pihak-pihak yang bertransaksi saling mengirim data dalam bentuk tulisan. Jadi dapat dikatakan bahwa *Aqad* dalam transaksi model baru ini adalah *Aqad* dalam bentuk tulisan Elektrik. *Aqad* dalam bentuk

tulisan adalah sah dalam Islam. Sementara media Internet itu sendiri adalah *Majelis Aqad* dalam transaksi ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abd. Arrazak As-shanhuri, Mashadir, *al-Haq fi al-Fiqih al-Islami, Dirasah Mukarranah bi al-Fiqih al-Garbi* ( Beirut : Dar al-Fiqr, ttt ) Juz II
- Abdul Wahid, dan Mohammad Labib, *Kejahatan Mayantara*. Bandung : Refika Aditama. 2005
- Abdurrahman Aljaziri, *Al-Fiqh ala Al-mazahib Al-Arba'ah* (Beirut : Dar al-fikr, tt)
- Ahmad Mujahid Ramli, *Cyber Law dan HAKI Dalam Sistem Hukum Indonesia*. Bandung : Refika Aditama. 2004.
- Al-Hafiz Ibnu Hajar Al-Asqalani, *Bulugul Maram*, hal. 169
- Anastasia, Diana, *Mengenal E-Bussines*, Yogyakarta: Penerbit Andi, 2001.
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka cipta, 1994
- As-Shan'ani, *Subulus Salam, Terj. Drs. Abubakar Muhammad*, Surabaya : Al-Ikhlash,1995.
- Az-zuhaili, Wahbah, *Al-Fiqh Al-Islami Waadillatuh*, Damaskus : Al-Fikr,1989.
- Black, James A. dan Champion, Dean j., *Metode dan Masalah Penelitian Sosial*, Bandung: Eresco, 1992
- Depeg RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Jakarta: Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Pentafsir Al-Qur'an, 1990.
- Edmon Makarim, *Kompilasi Hukum Telematika*. Jakarta : PT. Gravindo Persada. 2000.
- Faisal, Sanapiah, *Format-Format Penelitian Sosial, Dasar-Dasar dan Aplikasi*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1989.
- Gunawan Widjaja, & Ahmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama. 2000.
- Hamidy, Muammal, *Nailul-Authar*, Terj. Jilid IV, Surabaya : PT. Bina Ilmu, 1978
- Hetty Hassanah, *Metode Alternatif penyelesaian Sengketa*, (Materi Perkuliahan, Bandung : Unikom, 2005
- Moleong, Ixey J., *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosda Karya, 2002
- Muslim, Muslihun, *Fiqih Ekonomi dan Positivisasinya Di Indonesia*, Mataram: LKIM IAIN Mataram, 2006.
- Nasution, S., *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*, Bandung: Tarsito, 1996.
- Rahmat Syafi'I, *Fiqih Muamalah* (Bandung : Pustaka Setia, 2004)
- Retnowulan Sutantio, dan Iskandar Oerip, *Hukum Acara Perdata dalam Teori Dan Praktek*. Bandung : Alumni. 2000.
- Riduan Syahrani, *Seluk-Beluk Dan Asas-Asas Hukum Perdata*. Bandung. Alumni. 1992.
- Rifa'i, Muhammad, *Fiqih Islam Legkap*, Semarang: Toha Putra,1978
- Sabiq, Sayyid, *Fiqih Sunnah 12*, Bandung: Al-Ma'arif,1996
- Saptono Budi Satriyo, Shaleh Bahannan, *Tanya Jawab Lengkap Permasalahan Jual Beli*. (Jakarta, Pustaka As-Sunnah 2008)
- Soekanto, Soejono, *Pengantar Penelitian Hukum*, Cet.IV ,Jakarta : UI Press, 1996

- Subekti R, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*, Cetakan 27 (Jakarta : PT Paramita, 1995)
- Suhendi, hendi, *Fiqih Mu'amalah*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002.
- Syafi'i, Rahmat, *Fiqih Mu'amalah*, bandung : Pustaka Setia, 2004.
- Wahbah Azzuhaili, *Al-Fiqh al-islami wa adillatuh* (Damaskus : Dar al-Fikr, 989)
- Wirjono Prodjodikoro, *Perbuatan Melanggar Hukum*. Cetakan V. Bandung : Sumur Bandung. 1967.
- Zuhri, Muhammad, *Terjemah Sunan At-Tirmidzi*, Semarang: Asy-Syifa', 1992