

## Menilik Transaksi *E-Commerce* dari Perspektif Ekonomi Islam

Lailatul Husna  
Sekolah Tinggi Agama Islam Rokan Bagan Batu  
E-mail: [lailatulhusna128@gmail.com](mailto:lailatulhusna128@gmail.com)

### ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze e-commerce transactions from an Islamic economic perspective. Library research, namely research carried out by collecting data and theoretical foundations by studying books, scientific papers, previous research results, related journals, related articles and sources related to research in accordance with the research being studied. The results of the analysis show that technically, e-commerce transactions such as buying and selling of goods or services, if the goods are received in a tough manner because they are non-digital, can be compared to al-salam buying and selling transactions which have been prescribed by law since the beginning of the emergence of Islam. The use of e-commerce in Indonesia is permitted as long as both parties understand and agree. This paper also aims to provide guidance for e-commerce users in running their business.

**Keywords:** *e-commerce (electronic commerce)*, buying and selling al-salam

### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah ini adalah menganalisis transaksi *e-commerce* dari sudut pandang ekonomi syariah. Penelitian Pustaka (*library research*) yaitu Penelitian dilaksanakan dengan mengumpulkan data dan landasan teoritis dengan mempelajari buku, karya ilmiah, hasil penelitian terdahulu, jurnal-jurnal terkait, artikel-artikel yang terkait serta sumber-sumber yang terkait dengan penelitian sesuai dengan penelitian yang diteliti. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara teknis, transaksi *e-commerce* seperti jual-beli barang atau jasa, jika barang diterima secara tangguh karena berupa non digital, dapat dibandingkan dengan transaksi jual-beli al-salam yang sudah disyariatkan sejak awal kemunculan Islam. Penggunaan *e-commerce* di Indonesia diizinkan asalkan kedua belah pihak memahami dan sepakat. Tulisan ini juga bertujuan memberikan panduan bagi pengguna e-commerce dalam menjalankan bisnisnya.

**Kata Kunci:** *e-commerce (electronic commerce)*, jual-beli al-salam

### Pendahuluan

Pertumbuhan teknologi informasi saat ini sangat kompleks dan memiliki dampak besar pada kehidupan manusia, termasuk bisnis melalui e-Commerce di internet. Ini merupakan cara untuk berbelanja atau melakukan transaksi secara online dengan menggunakan internet untuk akses dan pengiriman. e-Commerce membuka banyak kesempatan dan memberikan banyak keuntungan, seperti biaya promosi produk yang rendah dan efisiensi waktu (Aprilina, 2020).

Namun, seiring dengan berkembangnya e-Commerce, perlu adanya pemahaman dan tindakan yang hati-hati dan bijak dalam melakukan transaksi online. Dalam hal ini, memastikan keamanan informasi dan transaksi, serta memenuhi syarat-syarat yang ditentukan dalam hukum ekonomi Islam, merupakan hal yang sangat penting. Oleh karena itu, sangat dianjurkan untuk melakukan riset dan memahami segala hal yang berkaitan dengan e-Commerce sebelum memutuskan untuk melakukan transaksi online.

Perkembangan teknologi memberikan pengaruh besar pada kehidupan di Indonesia, termasuk dalam dunia bisnis dengan munculnya e-commerce. E-commerce telah memodifikasi perilaku transaksi penjual dan konsumen, dengan memfasilitasi pemasaran dan transaksi barang tanpa terbatas oleh waktu dan jarak. Kini banyak pilihan website e-commerce, baik gratis maupun berbayar, sehingga tidak ada alasan bagi pelaku bisnis untuk tidak mengambil peluang melalui media e-commerce (Naili, 2018).

E-commerce juga memberikan fleksibilitas bagi pelaku bisnis, mereka dapat melakukan transaksi kapan dan di mana saja, sehingga lebih efisien dan praktis. Selain itu, e-commerce juga membuka peluang bisnis bagi pelaku usaha baru dan mempermudah akses bagi konsumen untuk menemukan produk yang dibutuhkan. Walaupun demikian, perkembangan e-commerce juga memunculkan beberapa masalah, seperti masalah keamanan transaksi dan masalah kepatuhan terhadap syariat Islam dalam bisnis. Oleh karena itu, penting untuk menjalankan bisnis e-commerce secara bijak dan memperhatikan aspek-aspek yang sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam.

Dengan menjawab pertanyaan tersebut, diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih luas mengenai e-commerce dalam perspektif Islam dan membantu masyarakat dalam menentukan langkah-langkah bisnis yang sesuai dengan aturan hukum Islam. Selain itu, ini juga dapat membantu mengatasi masalah-masalah yang mungkin terjadi dalam kegiatan bisnis e-commerce sehingga menghasilkan transaksi yang baik dan sesuai dengan hukum syariah.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini dilakukan berdasarkan studi pustaka dengan berbagai referensi jurnal dan buku serta beberapa artikel terbaik dan terupdate. Penelitian Pustaka (*library research*) yaitu Penelitian dilaksanakan dengan mengumpulkan data dan landasan teoritis dengan mempelajari buku, karya ilmiah, hasil penelitian terdahulu, jurnal-jurnal terkait, artikel-artikel yang terkait serta sumber-sumber yang terkait dengan penelitian sesuai dengan penelitian yang diteliti. Setelah semua data telah diperoleh berhasil dikumpulkan selama proses penelitian baik data primer dan data sekunder dianalisis secara kualitatif kemudian disajikan secara deskriptif yaitu menjelaskan, menguraikan, menggambarkan permasalahan yang berkaitan dengan transaksi *e-commerce* dalam ekonomi syariah.

### **Hasil dan Pembahasan**

*E-commerce* merupakan suatu proses transaksi barang atau jasa melalui sistem informasi yang memanfaatkan teknologi informasi. *E-commerce* menurut O'Brien & Marakas (2010) "*is the buying, selling, marketing, and servicing of products, services, and information over a variety of computer networks. Ecommerce is changing the shape of competition, the speed of action, and the streamlining of interactions, products, and payments from customers to companies and from companies to suppliers*". Sedangkan menurut Sutabri (2012) *e-commerce* adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet atau televisi, www, atau jaringan komputer lainnya. *E-commerce* dapat melibatkan transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem inventori otomatis, dan sistem pengumpulan data otomatis. Sehingga dapat dikatakan bahwa *e-commerce* merupakan suatu pemasaran barang atau jasa melalui sistem informasi yang memanfaatkan teknologi informasi.

*E-commerce* dapat dibagi menjadi beberapa jenis yang memiliki karakteristik berbeda-beda. Penggolongan *e-commerce* dibedakan sebagai berikut: 1). *Business to Consumer* (B2C), 2). *Business to business* (B2B). 3). *Consumer to Consumer* (C2C). 4). *Peer-to-peer* (P2P). 5). *Mobile Commerce* (*M-Commerce*) (Dewi, 2011). *E-commerce* yang dimaksud dalam tulisan ini termasuk dalam golongan *Business to Consumer* (B2C), yang mencakup transaksi jual, beli, dan pemasaran kepada individu pembeli dengan media internet melalui penyedia layanan *e-commerce*, seperti Shoope, Lazada, dan JD.ID. Di dalam proses transaksi *e-commerce*, baik

itu B2B maupun B2C, melibatkan lembaga perbankan sebagai institusi yang menangani transfer pembayaran transaksi.

Keuntungan dan resiko dalam bertransaksi di *e-commerce* diantaranya adalah :

1. Keuntungan yang akan didapat apabila bertransaksi di *e-commerce*, diantaranya:
  - a. *Revenue stream* (aliran pendapatan) baru yang mungkin lebih menjanjikan, yang tidak bisa ditemui di sistem transaksi tradisional,
  - b. Dapat meningkatkan *market exposure* (pangsa pasar),
  - c. Menurunkan *operating cost* (biaya operasional),
  - d. Melebarkan jangkauan (*global reach*),
  - e. Meningkatkan pelanggan loyalty,
  - f. Meningkatkan supplier management,
  - g. Memperpendek waktu produksi dan jangkauan distribusi.
2. Adapun Risiko yang akan didapat bertransaksi di *e-commerce*, yang dilihat dari segi bisnis, penyalahgunaan dan kegagalan sistem, diantaranya:
  - a. Kehilangan segi keuangan secara langsung karena kecurangan,
  - b. Pencurian informasi rahasia yang berharga,
  - c. Kehilangan kesempatan bisnis karena gangguan pelayanan,
  - d. Penggunaan akses ke sumber oleh pihak lain yang tidak berhak.

*E-commerce* memberikan pilihan kepada produsen tentang jenis usaha dan skala usaha yang akan dikembangkan. Dengan mengimplementasikan teknologi informasi *e-commerce*, produsen dapat memilih untuk mengembangkan target pasar kepada pasar global atau hanya fokus terhadap segmen pasar tertentu (Rizal, 2011). Dengan menggunakan *e-commerce*, produsen dapat merubah daftar harga atau melakukan kustomisasi produk atau jasa yang ditawarkan dan terinformasikan secara cepat melalui website. Sesuatu yang biasanya memerlukan waktu yang lama untuk dilaksanakan atau diintegrasikan, dengan *e-commerce* menjadi lebih cepat.

Suatu konsep jual-beli dalam fikih muamalah yang sangat sepadan dengan konsep *e-commerce* ini adalah jual-beli *al-salam*, kalau barangnya berbentuk pesanan yakni yang non digital, dan jual beli umum (*buyu'*) untuk jenis-jenis barang yang digital.

Ba'i as salam adalah serah terima dalam perdagangan (jual beli), dengan sistem pembayaran terlebih dahulu harga barang yang ditentukan dalam spesifikasi, yang barang perdagangan tersebut akan dikirimkan pada tanggal yang disepakati nanti. Sosis salam (Ba'i sebagai salam) biasanya digunakan untuk produk pertanian jangka pendek (Yunus, 2018).

Jual beli salam adalah kontrak antara pembeli dan penjual untuk memesan barang, dan salam penjualan adalah kontrak antara pembeli dan penjual untuk memesan barang. Spesifikasi dan harga produk yang dipesan harus disepakati di awal kontrak, dan pembayaran penuh harus dilakukan terlebih dahulu.

Ulama Syafi'iyah dan Hanabilah menjelaskan bahwa salam adalah kesepakatan tentang spesifikasi tertentu dari barang pesanan yang akan tertunda dalam jangka waktu tertentu dan akan dibayarkan tunai pada panitia kontrak. Malikiyah Ulama mengatakan, Salam Ini adalah kontrak pembelian dan penjualan di mana modal (pembayaran) dibayar tunai (di muka), dan objek pesanan diserahkan setelah jangka waktu tertentu.

Padahal, menurut Rozalinda, salam adalah salah satu bentuk jual beli. Menurut bahasa penduduk Hijaz (Madinah) disebut Salam, dan menurut penduduk Irak disebut Salaf. Arti dari sapaan atau bahasa salaf adalah: "Tingkatkan dana dan serahkan barang." Oleh karena itu, penjualan salam merupakan "sales order", pembeli membayar terlebih dahulu untuk membeli barang dengan standar tertentu, sekaligus mengirimkan barang setelah jangka waktu tertentu (Saprida, 2018).

Ada beberapa rukun dan syarat dalam perjanjian jual beli salam, antara lain “modal (*ra'sul maal*) dan barang pesanan (*al-muslim fih*)”. Menurut jumhur ulama, ada tiga pilar dalam penjualan salam:

- a. Orang yang melakukan transaksi jual beli salam (*'Aqidain*)
- b. Ada berapa uang yang harus dibayar dan sesuatu barang dalam transaksi tersebut (Objek transaksi).
- c. Shigat, yaitu setuju dan Kabul.

Menurut aturan Sayyid Sabil dalam Kitab Assana, terdapat delapan syarat hukum (yaitu "salam") untuk pesanan jual beli, ialah barang yang akan dijual beli salam jelas dalam sifatnya, ada keterangan kapan pesanan akan kita terima atau kapan sesuatu itu sampai kekita baik berupa barang ataupun makanan, diserahkannya uang atau modal dasar sebelum berpisah dari majlis akad serah terima, Shigat dan serah terima tidak ada khiyar didalamnya serta ada keterangan secara jelas pada jual beli salam. Tidak hanya itu, dalam jurnal (Nurmalia, 2018) ada juga syarat yang mengikat pada barang pesanan, ialah:

- a. Ciri, bentuk, isi dan karakteristik barang pesanan harus ditentukan. Yang apabila dibandingkan dengan yang lain ada sesuatu yang membedakan dan dengan itu dapat diukur dengan karakteristik tertentu.
- b. Jumlah barang yang dipesan dapat ditentukan dengan ukuran, berat, jumlah setiap benih atau ukuran panjang menggunakan satuan yang diketahui.
- c. Barang yang menjadi pesanan tersebut harus dalam bentuk hutang (ini kewajiban)
- d. Barang yang dipesan harus disediakan pada saat pemesanan.
- e. Jangan langsung menentukan barang pesanan. Oleh karena itu, barang yang dipesan bukan dari barang yang sebenarnya dikonfirmasi.
- f. Sebelum pengiriman barang pesanan, kontrak pesanan tidak boleh diubah.

Jual-beli *al-salam* dapat ditemukan dalilnya dalam sabda Rasulullah saw, sebagaimana diriwayatkan oleh Bukhari dan Muslim dari Ibn Abbas:

من أسلف في شيءٍ ففي كَيْلٍ معلومٍ ووزنٍ معلومٍ إلى أجلٍ معلومٍ

Artinya:

*Siapa yang melakukan jual-beli salam, hendaklah melakukannya dengan takaran dan timbangan yang jelas, sampai batas waktu tertentu.*

Berdasarkan hadis tersebut di atas, maka para ulama sepakat akan kebolehan jual beli *al-salam* ini, sejauh sesuai dengan garis Rasulullah saw tersebut. Kendati objek transaksi salam dimaksudkan dalam hadis adalah masalah pertanian sesuai dengan kondisi yang ada pada waktu, saat ini tentunya tidak cukup hanya sebatas masalah pertanian saja. Artinya akan dapat dikembangkan dalam aspek dan bentuk objek transaksi lainnya.

Dengan adanya penjelasan tentang jual beli *al-salam* di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa secara prinsip bentuk transaksi jual beli antara *al-salam* dengan *e-commerce* adalah sama, yakni sama-sama berbentuk pesanan yang penyerahan barangnya ditangguhkan, sedangkan pembayarannya sama-sama tunai. Kendati pada *al-salam* pembayarannya secara konvensional, yakni langsung berbentuk uang tunai, sesuai dengan kondisi peradaban yang ada pada waktu itu, sedangkan “tunai” dalam sistem pembayaran pada *e-commerce* dengan memakai media *e-mail* dan *credit card* (kartu kredit) secara *on line*.

Secara garis besar, antara *e-commerce* dengan *bai' as-salam* memiliki persamaan dan perbedaan yang sangat mendasar. Berdasarkan uraian di atas, paling tidak ada beberapa hal yang peneliti dapat rumuskan terkait dengan hal tersebut; Baik *bai' as-salam* maupun *e-*

*commerce* sama-sama merupakan aktivitas jual beli. Maka seperti halnya transaksi jual beli, disyaratkan paling tidak ada 4 hal yang harus terpenuhi; yaitu pembeli, penjual, alat tukar (uang), dan barang yang diperjual-belikan atau obyek transaksi.

Hanya saja, pada transaksi *e-commerce* maupun *bai' as-salam* obyek transaksi ditanggguhkan penyerahannya walaupun telah terjadi kesepakatan jual beli antara penjual dan pembeli. Setidaknya ini lah persamaan mendasar antara *e-commerce* dan *bai' as-salam*. Adapun beberapa perbedaan spesifik ditemukan juga dalam di antara kedua konsep tersebut, khususnya dalam hal model penawaran, pembayaran, serta pengiriman dan penerimaan. Perbedaan ini tidak secara otomatis menyatakan bahwa *e-commerce* tidak sah. Kecuali nyata pertentangannya dengan prinsip dan nilai ajaran Islam di bidang muamalah, yaitu mengandung unsur *maisir* (judi), *gharar* (penipuan), riba dan produk atau jasa yang ditawarkan adalah termasuk yang diharamkan oleh ajaran Islam.

Hukum dan ketentuan transaksi *E-Commerce* juga telah diatur dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem Dan Transaksi Elektronik yang diantaranya membahas secara rinci tentang pelaku yang melakukan transaksi, objek, dan pengawas. Undang-undang ini juga mengatur tentang keamanan transaksi elektronik dan hak pembeli saat barang yang diterimanya namun tidak sesuai dengan deskripsi yang dijelaskan penjual dalam penawaran (PP RI No. 82 Tahun 2012). Meskipun secara hukum pihak konsumen dilindungi, akan tetapi pihak konsumen harus mengedepankan prinsip kehati-hatian dalam melakukan hubungan kontraktual melalui internet, karena perjanjian bisa dilakukan dengan pihak yang berbeda kewarganegaraan (Abdul, 2006).

Dalam Islam, setiap usaha harus dilakukan menurut ketentuan hukum yang berlaku agar tidak ada kelompok atau pihak yang dirugikan. Untuk itulah, usaha atau kegiatan bisnis tidak boleh menyimpang dari syariat Islam maupun ketentuan umum yang berlaku dalam suatu negara. Setiap usaha yang merugikan seseorang atau melanggar undang-undang akan dikenakan sanksi, sedangkan dalam Islam transaksi dianggap batal (tidak sah) (Ali, 2009).

Dalam bidang muamalah, dikenal suatu asas hukum Islam, yaitu asas kebolehan atau mubah. Asas ini menunjukkan kebolehan melakukan semua hubungan perdata (sebagian dari hubungan mumalah) sepanjang hubungan tersebut tidak dilarang oleh Al-Quran dan sunnah. Ini berarti bahwa Islam memberi kesempatan luas kepada yang berkepentingan untuk mengembangkan bentuk dan macam hubungan perdata sesuai dengan perkembangan zaman dan kebutuhan umat manusia. Berdasarkan asas kebolehan tersebut, sekarang ini telah berkembang suatu cara dalam mengembangkan suatu perdagangan atau perniagaan melalui media elektronik yang lebih dikenal dengan nama *e-commerce* (Gemala, 2013).

Dalam literatur fiqih, para ulama menjelaskan bahwa kegiatan perdagangan melibatkan dua kegiatan yaitu jual (*al-bayl*) dan beli (*asy-syira*) yang masing-masing saling berkaitan satu sama lain, sehingga jual-beli diartikan sebagai pertukaran harta dengan harta lainnya yang disertai dengan pemindahan hak milik (Sa'du, 2002).

Sebagai suatu alat pertukaran, jual beli mempunyai rukun dan syarat yang harus dipenuhi sehingga jual beli tersebut dapat dikatakan sah menurut syara'. Menurut pendapat jumhur ulama', rukun jual beli ada tiga, yaitu: 1) adanya orang yang bertransaksi, 2) lafal ijab dan qabul, dan 3) barang yang diperjualbelikan dan nilai tukar/ pengganti barang).

Dalam pandangan Islam, *e-commerce* memiliki definisi yang mirip dengan perdagangan konvensional, tetapi ada beberapa aturan dan hukum yang mengatur transaksi ini agar sesuai dengan ketentuan syariat Islam, seperti tercantum dalam alquran:

*"Apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung." (Q.S. Al- Jumuah: 10).*

Ayat ini secara eksplisit menyatakan bahwa Allah memberi kemudahan bagi hamba-Nya untuk melakukan berbagai aktifitas di muka bumi selama tidak bertentangan

dengan syariat Islam. Dalam Islam tidak ada dikotomi antara spiritual dan material, mengingat semua perbuatan dilakukan sebagai wujud ibadah kepada Allah SWT (Wahbah, 2011).

Perdagangan merupakan salah satu bagian dari Islam, bahkan Rasulullah saw merupakan seorang pedagang sukses, untuk melakukan aktifitas perdagangan mereka sampai ke negara yang jauh dari tanah air mereka, yaitu negara Syam dan Syiria. Tidak hanya bisnis saja yang sampai ke berbagai negara, ternyata penyebaran Islam ke berbagai belahan duniapun juga melalui aktivitas bisnis (Hidayat, 2010).

Prinsip Islam dalam berbisnis berdasarkan pada kebebasan, dalam aktivitas ekonomi manusia bebas dalam mengimplementasikan kaidah-kaidah Islam, karena masalah ekonomi masuk dalam aspek muamalah, bukan ibadah (Rachmat, 2001) Maka berlaku padanya kaidah umum, (hukum asal menetapkan syarat dalam muamalah adalah halal dan diperbolehkan kecuali ada dalil (yang melarangnya). Yang tidak boleh dilakukan Islam ialah riba dan ketidakadilan. Dalam aspek ini kebebasan manusia sesungguhnya tidak mutlak, tetapi kebebasan yang berkeadilan dan bertanggung jawab (Hendi, 2002).

Untuk mengetahui kesesuaian transaksi e-commerce dengan keabsahan akad dalam perspektif Islam, maka ada beberapa hal yang perlu ditinjau lebih lanjut dalam hal ini. Dalam rukun akad dijelaskan bahwa suatu akad akan sah jika subjek, barang, dan sighthat memenuhi beberapa ketentuan (Wahbah, 2011).

a. Syarat subjek yang melakukan transaksi; Dalam Islam, terdapat dua syarat bagi orang yang melakukan transaksi, yaitu:

- Orang tersebut adalah orang yang berakal dan mumayiz, sehingga orang yang gila dan anak kecil tidak sah melakukan akad.
- Orang yang melakukan transaksi melakukan sendiri tanpa paksaan, maka tidak sah sebuah akad dengan perantara atau wakil pada kedua belah pihak, kecuali orang tua atau hakim.

Dalam e-commerce, semua pihak tidak bertemu secara fisik melainkan melalui internet sehingga para pihak tidak mengetahui bagaimana kondisi fisik pihak yang lain. Oleh karena itu, apabila pihak yang melakukan e-commerce telah dewasa, mampu bertindak sendiri, maka transaksi dianggap sah.

b. Syarat berkaitan dengan objek transaksi Para ulama telah bersepakat bahwa ada beberapa syarat yang harus dipenuhi oleh objek akad yaitu:

- Barang harus tersedia pada saat akad berlangsung, kecuali pada akad salam; Barang yang ditransaksikan dalam e-commerce pada dasarnya telah ada (siap kirim) atau yang bersifat pesanan. Jadi, pengertian ada dalam transaksi ini lebih diutamakan bentuk tampilan benda tersebut dalam layar internet sehingga barang yang diperjualbelikan itu terurai dengan jelas. Jika barang yang diperjanjikan sesuai dengan informasi, maka jual beli itu sah. Namun, apabila ternyata berbeda, maka pihak yang tidak menyaksikan boleh memilih untuk menerima atau tidak dengan menggunakan hak 'khiyar' (Gemala, 2013).
- Barang yang diperjualbelikan adalah barang berharga; Objek akad harus memiliki kejelasan dan diketahui oleh kedua belah pihak. Maka jika barang atau harga tidak diketahui, jual beli tidak sah karena dimungkinkan mengandung unsur penipuan.
- Barang tersebut adalah hak milik perseorangan, maka tidak sah jika barang yang diperjual belikan adalah barang umum seperti air sungai dan padang rumput.
- Barang tersebut adalah milik penuh penjual, atau penjual diizinkan oleh pemiliknya untuk menjual barang tersebut, seperti perwakilan atau perwalian.

- Barang harus bisa diserahterimakan, maka jual beli barang yang tidak bisa diserahterimakan seperti barang ghashab dan burung di udara dianggap tidak sah; Berbeda dengan transaksi secara langsung dimana barang bisa selalu diserahterimakan, dalam transaksi *E-Commerce* dengan jaringan yang luas, ada beberapa objek seperti *software*, musik, Video, dan informasi bisnis yang bersifat maya, dan tidak bisa diserahterimakan secara nyata, karena secara teknis, data tersebut hanya berpindah dari satu *database* ke *database* yang lain. Oleh karena itu, pengertian konsep serah terima dalam *E-Commerce* perlu diperluas, bukan hanya dalam pengertian fisik saja (Dewi, 2013).
- Deskripsi yang jelas mengenai karakteristik barang tersebut kepada pihak pembeli baik melalui penyaksian langsung maupun dengan mendeskripsikan sifatnya secara terperinci barang yang diperjualbelikan bisa dimanfaatkan secara syaria'.
- Barang tersebut bukan barang yang diharamkan; Objek akad yang dibenarkan syariah tidak hanya zatnya halal, namun juga harus bermanfaat. Mengenai syarat halalnya, objek yang ditransaksikan dalam online contract terdiri dari ukuran halal atau haramnya barang tersebut akan menyebabkan keracunan. Selain itu, transaksi melalui online contract tidak hanya dilakukan secara nasional, tapi juga internasional. Oleh karena itu, wajar jika terjadi perbedaan persepsi mengenai kehalalan suatu barang yang diperdagangkan.
- Syarat tentang Shighat (Ijab Qabul); Transaksi perniagaan secara *E-Commerce* memenuhi syarat pertama, karena ijab qabul dilakukan dengan cara tulisan yang dikirim melalui pertukaran data elektronik yang dapat dipahami dengan jelas oleh kedua belah pihak yang mengadakan transaksi. Dari uraian tersebut jelas bahwa Lebih lanjut para ulama berpendapat bahwa ijab dan qabul dapat dilakukan dengan cara lisan, tulisan/surat-menyurat, atau isyarat yang memberi pengertian dengan jelas tentang adanya ijab dan qabul, dan juga dapat bempa perbuatan yang telah menjadi kebiasaan dalam ijab dan qabul. Transaksi jual beli dengan tulisan adalah sah dan berhak akan khiyar majelis selama masih berada dalam satu majelis (Haris Faulidi Asnawi, 2004). Namun dengan semua kejelasan dan deskripsi secara terperinci yang diberikan dalam penawaran melalui situs-situs dan provider, maka akad dianggap sah. Pembeli juga berhak mengembalikan barang yang telah dibeli jika tidak sesuai dengan deskripsi yang tercantum dalam situs tersebut (Dewi, 2013).

## Kesimpulan

Secara umum, perdagangan elektronik tidak bertentangan dengan prinsip syariat Islam, selama memenuhi hal-hal yang terkandung dalam perikatan menurut hukum Islam. Islam memandang e-commerce sebagai metode baru atau teknologi untuk mempermudah transaksi ekonomi dan mendukung e-commerce sebagai salah satu cara untuk melakukan bisnis. Fokus utama dalam melakukan bisnis e-commerce adalah moralitas yang berpihak pada tanggung jawab penjual. Secara teknis, transaksi e-commerce dapat dikategorikan sebagai jual-beli al-salam jika barang yang ditransaksikan adalah bentuk non-digital, atau jual-beli umum jika barang yang ditransaksikan adalah bentuk digital. Panduan ini memberikan jawaban terkait kekhawatiran umat Muslim tentang bisnis e-commerce dan memberikan panduan umum bagi pengguna e-commerce dalam menjalankan bisnis mereka.

## DAFTAR PUSTAKA

Abdul Ghofur, 2006, Pokok-Pokok Hukum Perjanjian Islam di Indonesia, Yogyakarta: Citra Media.

- Ali, Hasan, 2009, Edisi Baru Marketing, Jakarta,: PT Buku Kita
- Aprilina Sukma Yanti, *Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Akad pada E-Commerce Studi Kasus Tokopedia*, Ar-Ribhu: Jurnal Vol. 3, No. 2 2020.
- Dewi Irmawati, *Pemanfaatan E-Commerce dalam Dunia Bisnis*, Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis, Edisi Ke-VI November 2011.
- Gemala Dewi, 2013, Hukum Perikatan Islam di Indonesia, Jakarta:Kencana Prenada Media Group
- Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah: Membahas Ekonomi Islam* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002).
- Mohamad Hidayat, *The Sharia Economic, Pengantar Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2010).
- Mohd Rizal Palil, *The Effect Of E-Commerce On Malaysian Tax System: An Empirical Evidence From Academicians And Malaysian Tax Practitioners*, Jurnal Akuntansi & Keuangan, Vol. 6, No. 1, Mei 2011.
- Muhammad Yunus, Fahmi Fatwa Rosyadi Satria Hamdani, and Gusti Khairina Shofia, "Tinjauan Fikih Muamalah Terhadap Akad Jual Beli Dalam Transaksi Online Pada Aplikasi Go-Food," *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah* 2, no. 1 (2018).
- Naili Saadah, *Perencanaan Keuangan Islam Sederhana dalam Bisnis E-Commerce pada Pengguna Online Shop*, *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, Volume 9 Nomor 1 2018.
- Sa'du ad-Din Muhammad al-Kabyi, 2002, *Al-Muamalat Al-Maaliyah Al-Muasshirah Fi Dhau'i Al-Islam*, Beirut: Al-Maktab Al-Islam
- Saprida Saprida, "Akad Salam Dalam Transaksi Jual Beli," *Mizan: Journal of Islamic Law* 4, no. 1 (2018).
- Wahbah az Zuhaili, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu*, jilid 10, Gema Insani Press, Jakarta, 2011, penerjemah: Abdul Hayyie al Kattani, dkk