

***E-Commerce* Dalam Hukum Bisnis Syariah**

Ilham Abdi Prawira

Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

E-Mail: ilhamabdiprawira@gmail.com

Abstrak

E-commerce sebagai salah satu wujud dari perkembangan teknologi, informasi, dan komunikasi dewasa ini memberikan manfaat dan kemudahan bagi masyarakat dalam melaksanakan kegiatan perekonomian. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *e-commerce* dengan kacamata hukum bisnis syariah mengingat *e-commerce* merupakan persoalan kontemporer yang tidak terdapat dalam literatur-literatur fikih terutama fikih-fikih klasik. Setelah dilakukan analisis dapat disimpulkan, bahwa transaksi *e-commerce* merupakan bentuk formulasi baru sistem jual-beli yang dalam hukum bisnis syariah dipersamakan dengan transaksi jual beli salam karena kedua jenis transaksi tersebut memiliki persamaan-persamaan spesifik. Di samping itu juga terdapat perbedaan-perbedaan mendasar mengenai keduanya, akan tetapi perbedaan tersebut tidak serta merta membatalkan kebolehan dalam melakukan transaksi melalui *e-commerce* selama tidak keluar dari koridor hukum Islam (Syariah).

Kata Kunci: *E-Commerce, Hukum Bisnis Syariah, Bai' As-Salam.*

Pendahuluan

Pada hakikatnya manusia merupakan konsumen. Dengan demikian terdapat interkasi antara sesama manusia sehingga dapat saling mengambil dan memberi manfaat.¹ Salah satu praktek yang merupakan hasil interaksi sesama manusia adalah terjadinya jual beli untuk mendapatkan kebutuhan yang mereka inginkan. Jual beli tidak hanya dilakukan di pasar atau pusat perbelanjaan

¹ AAG. Peters, dkk, *Hukum dan Perkembangan Sosial*, (Jakarta: Agape Press, 1990), hlm. 142.

saja, tetapi dengan perkembangan zaman dan teknologi turut mengubah sistem jual beli sehingga dapat dilakukan secara *online*.

Pesatnya perkembangan teknologi informasi, yang terlihat pada masifnya penggunaan jaringan internet, turut mendongkrak kebutuhan masyarakat untuk senantiasa melakukan transaksi dagang menggunakan jaringan internet. Berbagai aspek transaksi yang tergolong dalam proses interaksi bisnis konvensional berubah dengan cepat ketika perdagangan secara *face-to-face* mulai digantikan dengan perdagangan *online* berbasis internet. Transaksi komersil (*profit transaction*) yang biasanya dilakukan secara konvensional, telah bergeser ke arah yang lebih dinamis melalui penggunaan jaringan internet. Transaksi melalui jaringan internet diyakini memudahkan pegiat ekonomi dalam melakukan transaksi serta menjadi solusi dalam terbatasnya ruang dan waktu. Bahkan, dalam hal ini bentuk transaksi ini dapat terjadi secara bersamaan tanpa harus ada pertemuan sehingga dapat mengefisienkan waktu.² Terlebih pada masa-masa pandemi Covid-19 seperti sekarang ini, sebagian besar masyarakat berbondong-bondong menggunakan transaksi *e-commerce* agar terhindar dari kerumunan orang banyak dan interaksi langsung dengan orang lain yang sangat berisiko dalam penyebaran Covid-19.

E-commerce pada dasarnya merupakan dampak dari teknologi informasi dan telekomunikasi. Secara signifikan mengubah cara manusia melakukan interaksi dengan lingkungannya terkait dengan mekanisme perdagangan. Semakin meningkatnya dunia bisnis yang mempergunakan internet dalam melakukan aktivitas sehari-hari secara tidak langsung menciptakan sebuah domain dunia baru yang kerap diistilahkan dengan *cyber space* atau dunia maya.³

Berbeda dengan dunia nyata, *cyber space* memiliki karakteristik yang unik. Karakteristik unik tersebut memperlihatkan bahwa seorang manusia dapat dengan mudah berinteraksi dengan siapa saja di dunia sejauh yang bersangkutan

² Ashabul Fadhli, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Penerapan Akad As-Salam Dalam Transaksi E-Commerce", *Jurnal Mazahib (Jurnal Pemikiran Hukum Islam)*, Vol. XV, No. 1, 2016, hlm. 2.

³ Ahmad M. Ramli, *Cyber Law dan HAKI dalam Sistem Hukum Indonesia*, (Bandung: Refika Aditama, 2004), hlm. 1.

terhubung internet. Hilangnya batas dunia yang memungkinkan seseorang berkomunikasi dengan orang lain secara efisien dan efektif secara langsung mengubah cara perusahaan melakukan bisnis dengan perusahaan lain atau konsumen.⁴

E-commerce merupakan wujud kemajuan teknologi pada aspek bisnis yang memadukan antara mekanisme konvensional dan digital. *E-commerce* pada transaksi bisnis berbasis individu ataupun perusahaan digerakkan sebagai medium pertukaran barang, jasa, dan informasi baik antara dua buah institusi (*business to business*) dan konsumen langsung (*business to consumer*). Singkatnya, *e-commerce* saat ini bisa dilihat sebagai sebuah alternatif dalam menjalankan transaksi bisnis yang sarat dengan solusi berupa kemudahan yang selama ini menjadi persoalan dominan.⁵

Persoalannya sekarang adalah bagaimana perspektif hukum Islam dalam memandang fenomena kontemporer ini. Melihat bentuknya *e-commerce* pada dasarnya merupakan model transaksi jual beli juga, hanya saja dikategorikan sebagai jual beli modern karena mengimplikasikan inovasi teknologi. Secara umum perdagangan secara Islam menjelaskan adanya transaksi yang bersifat fisik, dengan menghadirkan benda tersebut sewaktu transaksi, sedangkan *e-commerce* tidak seperti itu dan permasalahannya juga tidaklah sesederhana itu. *E-commerce* merupakan model perjanjian jual beli dengan karakteristik aksentuasi yang berbeda dengan model jual beli biasa, apalagi dengan daya jangkau yang tidak hanya lokal tapi juga global. Adaptasi secara langsung ketentuan jual beli biasa akan kurang tepat dan tidak sesuai dengan konteks *e-commerce*.⁶ Dengan demikian perlu dilakukan analisis lebih lanjut bagaimana ketentuan-ketentuan hukum transaksi *e-commerce* serta apakah telah sesuai dan relevan dengan ketentuan-ketentuan akad dalam hukum bisnis syariah.

⁴ Richardus Eko Indrajit, *E-Commerce: Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2001), hlm. 2.

⁵ *Ibid*, hlm. 2-3.

⁶ Azhar Muttaqin, "Transaksi *E-Commerce* Dalam Tinjauan Hukum Jual Beli Islam", *Jurnal Ulumuddin*, Vol. VI, No. IV, 2010, hlm. 460.

E-Commerce: Suatu Pengenalan

Teknologi merubah banyak aspek bisnis dan aktivitas pasar. Dalam perdagangan misalnya, kemajuan teknologi telah melahirkan metode bertransaksi yang dikenal dengan istilah *e-commerce*. Secara lebih luas, *e-commerce* merupakan penggunaan alat-alat elektronik dan teknologi untuk melakukan perdagangan, meliputi interaksi *business-to-business*, dan *business-to-consumer*. *E-commerce* menggambarkan cakupan yang luas mengenai teknologi, proses, dan praktik yang dapat melakukan transaksi bisnis tanpa menggunakan kertas sebagai sarana mekanisme transaksi. Hal ini bisa dilakukan dengan berbagai cara seperti melalui *e-mail* atau bisa juga melalui *world wide web*.⁷

Secara etimologi (bahasa), *e-commerce* dapat diartikan sebagai berikut: *electronic*, berarti ilmu elektronik (muatan listrik), alat-alat elektronik, atau segala hal yang berhubungan dengan dunia elektronika dan teknologi.⁸ Sedangkan *commerce*, artinya perdagangan, perniagaan.⁹ Adapun menurut istilah pengertian *e-commerce* adalah proses transaksi jual beli baik barang maupun jasa secara elektronik melalui media internet.

Menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, dijelaskan bahwa yang dimaksud dengan transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, dan/atau media elektronik lainnya.¹⁰ Merujuk pada pengertian tersebut, maka *e-commerce* termasuk pada salah satu kategori transaksi elektronik.

E-commerce merupakan kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (*consumers*), manufaktur (*manufactures*), *service providers*, dan pedagang perantara (*intermediaries*) dengan menggunakan jaringan komputer (*computer network*) yaitu internet. Penggunaan sarana internet merupakan suatu kemajuan

⁷ Haris Faulidi Asnawi, *Transaksi Bisnis E-Commerce Perspektif Islam*, (Yogyakarta: Magistra Insania Press, 2004), hlm. 14.

⁸ John M. Echols dan Hasan Shadily, *Kamus Inggris-Indonesia*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003), hlm. 209.

⁹ *Ibid*, hlm. 129.

¹⁰ Pasal 1 ayat (2) Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

teknologi yang dapat dikatakan menunjang secara keseluruhan spektrum kegiatan komersial.¹¹

Ada banyak definisi untuk *e-commerce*, akan tetapi pada umumnya *e-commerce* merujuk pada semua bentuk transaksi komersial yang menyangkut organisasi dan individu yang didasarkan pada pemrosesan dan transmisi data yang digitalisasikan, termasuk teks, suara, dan gambar. Termasuk juga pengaruh bahwa pertukaran informasi komersial secara elektronik yang mungkin terjadi antara institusi pendukung dan aktivitas komersial pemerintah. Ini termasuk antara lain manajemen organisasi, negosiasi dan kontrak komersial, legal dan kerangka regulasi, penyusunan perjanjian keuangan, dan pajak satu sama lain.¹²

Sulit untuk mendefinisikan secara pasti apa itu *e-commerce* tergantung pada perspektif atau kacamata yang memanfaatkannya. Secara umum dapat didefinisikan:¹³ “*E-commerce is a dynamic set of technologies, application, and business process that link enterprise, consumers, and communities through electronic transactions and the electronic exchange of goods, service, and information.*”¹⁴

Definisi lain dari *e-commerce*, yaitu suatu transaksi komersial yang dilakukan antara penjual dan pembeli atau dengan pihak lain dalam hubungan perjanjian yang sama untuk mengirimkan sejumlah barang, pelayanan, atau peralihan hak. Transaksi komersial ini terdapat di dalam media elektronik (media digital) yang secara fisik tidak memerlukan pertemuan para pihak yang bertransaksi, dan keberadaan media ini dalam *public network* atas sistem yang berlawanan dengan *private network* (sistem tertutup).¹⁵

¹¹ Mawardi, “*Transaksi E-Commerce dan Bai’ As-Salam (Suatu Perbandingan)*”, *Jurnal Hukum Islam*, Vol. VII, No. 1, 2008, hlm. 62.

¹² *Ibid*, hlm. 63.

¹³ Onno W. Purbo dan Aang Arif Wahyudi, *Mengenal E-Commerce*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2001), hlm. 1-2.

¹⁴ *E-Commerce* merupakan satu set dinamis teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, jasa, dan informasi yang dilakukan secara elektronik.

¹⁵ Haris Faulidi Asnawi, *Transaksi Bisnis E-Commerce Perspektif Islam*, (Yogyakarta: Magistra Insania Press, 2004), hlm. 16-17.

Dari berbagai definisi yang ditawarkan di atas, terdapat kesamaan dari masing-masing definisi tersebut. Kesamaan tersebut memperlihatkan bahwa *e-commerce* memiliki karakteristik sebagai berikut:¹⁶

1. Terjadinya transaksi antara dua belah pihak,
2. Adanya pertukaran barang, jasa, atau informasi,
3. Internet merupakan medium utama dalam proses atau mekanisme perdagangan tersebut.

Dari karakteristik tersebut terlihat jelas bahwa pada dasarnya *e-commerce* merupakan dampak dari perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi, dan secara signifikan mengubah cara manusia melakukan interaksi dengan lingkungannya, yang dalam hal ini terkait dengan mekanisme dagang.

Para Pihak dalam Transaksi *E-Commerce*

Transaksi jual beli secara elektronik pada dasarnya sama dengan transaksi jual beli biasa yang dilakukan di dunia nyata, dilakukan oleh para pihak yang terkait, walaupun dalam jual beli secara elektronik ini pihak-pihaknya tidak bertemu secara langsung satu sama lain, tetapi berhubungan melalui internet. Dalam transaksi jual beli secara elektronik, pihak-pihak yang terkait antara lain:¹⁷

1. Penjual atau *merchant* atau pengusaha yang menawarkan sebuah produk melalui internet sebagai pelaku usaha,
2. Pembeli atau konsumen, yaitu setiap orang yang tidak dilarang oleh undang-undang melakukan transaksi jual beli produk yang ditawarkan oleh penjual/pelaku usaha/*merchant*,
3. Bank sebagai pihak penyalur dana dari pembeli atau konsumen kepada penjual atau pelaku usaha/*merchant*,
4. *Provider* sebagai penyedia jasa layanan akses internet.

Pada dasarnya pihak-pihak dalam jual beli secara elektronik tersebut di atas,¹⁸ masing-masing memiliki hak dan kewajiban.

¹⁶ *Ibid*, hlm. 17.

¹⁷ Azhar Muttaqin, “*Transaksi E-Commerce Dalam Tinjauan Hukum Jual Beli Islam*”, Jurnal Ulumuddin, Vol. VI, No. IV, 2010, hlm. 461.

¹⁸ Pihak-pihak dalam transaksi *e-commerce* di atas merupakan pembagian secara umum, terdapat pembagian pihak-pihak terkait secara spesifik, seperti yang ditegaskan oleh Didik M. Arief Mansur dan Elistaris Gultom dalam bukunya “*Cyber Law: Aspek Hukum Teknologi Informasi*” mengidentifikasi pihak-

Penjual/pelaku usaha/*merchant* merupakan pihak yang menawarkan produk melalui internet, oleh karena itu, seorang penjual wajib memberikan informasi secara benar dan jujur atas produk yang ditawarkannya kepada pembeli atau konsumen. Di samping itu, penjual juga harus menawarkan produk yang diperkenankan oleh undang-undang. Maksudnya barang yang ditawarkan tersebut bukan barang yang bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, tidak rusak ataupun mengandung cacat tersembunyi, sehingga barang yang ditawarkan adalah barang yang layak untuk diperjualbelikan. Dengan demikian, transaksi jual beli tersebut tidak menimbulkan kerugian bagi siapa pun yang menjadi pembelinya. Di sisi lain, seorang penjual

pihak yang terlibat dalam transaksi *e-commerce* yang terdiri dari lima macam, yaitu: (1) Penjual/*merchant*, yaitu perusahaan/produsen yang menawarkan produknya melalui internet untuk menjadi *merchant*, maka seseorang harus mendaftarkan diri sebagai *merchant account* pada sebuah bank, tentunya ini dimaksudkan agar *merchant* dapat menerima pembayaran dari konsumen dalam bentuk *credit card*. (2) Konsumen/*card holder*, yaitu orang-orang yang ingin memperoleh produk (barang/jasa) melalui pembelian secara *online*. Konsumen yang akan berbelanja di internet dapat berstatus perorangan atau perusahaan. Apabila konsumen merupakan perorangan, maka yang perlu diperhatikan dalam transaksi *e-commerce* adalah bagaimana sistem pembayaran yang digunakan, apakah pembayaran dilakukan dengan menggunakan *credit card* atau dimungkinkan pembayaran dilakukan secara manual/*cash*. Hal ini penting untuk diketahui, mengingat tidak semua konsumen yang akan berbelanja di internet adalah pemegang kartu kredit. Pemegang kartu kredit adalah orang yang namanya tercetak pada kartu kredit yang dikeluarkan oleh penerbit berdasarkan perjanjian yang dibuat. (3) *Acquirer*, yaitu pihak perantara penagihan (antara penjual dan penerbit) dan pembayaran (antara pemegang dan penerbit). Perantara penagihan adalah pihak yang meneruskan penagihan kepada penerbit berdasarkan tagihan yang masuk kepadanya yang diberikan oleh penjual barang/jasa. Pihak perantara pembayaran antara pemegang dan penerbit adalah bank di mana pembayaran kartu kredit dilakukan oleh pemilik kartu kredit/*card holder*, selanjutnya bank yang menerima pembayaran ini akan mengirimkan uang pembayaran tersebut kepada penerbit kartu kredit. (4) *Issuer*, yaitu perusahaan *credit card* yang menerbitkan kartu. (5) *Certification Authorities*, yaitu pihak ketiga yang netral yang memegang hak untuk mengeluarkan sertifikasi kepada *merchant*, kepada *issuer* dan dalam beberapa hal diberikan kepada *card holder*. Apabila transaksi *e-commerce* tidak sepenuhnya dilakukan secara online dengan kata lain hanya proses transaksinya saja yang secara online sementara pembayaran tetap dilakukan secara manual/ *cash*, maka pihak *acquirer*, *issuer*, dan *certification authority* tidak terlibat di dalamnya. Disamping pihak-pihak tersebut di atas, pihak lain yang keterlibatannya tidak secara langsung dalam transaksi *e-commerce* yaitu jasa pengiriman (ekspedisi).

atau pelaku usaha memiliki hak untuk mendapatkan pembayaran dari pembeli/konsumen atas harga barang yang dijualnya, juga berhak untuk mendapatkan perlindungan atas tindakan pembeli/konsumen yang beritikad tidak baik dalam melaksanakan transaksi jual beli secara elektronik ini.¹⁹

Seorang pembeli/konsumen memiliki kewajiban untuk membayar harga barang yang telah dibelinya dari penjual sesuai jenis barang dan harga yang telah disepakati antara penjual dengan pembeli tersebut. Selain itu, pembeli juga wajib mengisi data identitas diri yang sebenar-benarnya dalam formulir penerimaan. Di sisi lain, pembeli/konsumen berhak mendapatkan informasi secara lengkap atas barang yang akan dibelinya dari seorang penjual, sehingga pembeli tidak dirugikan atas produk yang telah dibelinya itu. Pembeli juga berhak mendapatkan perlindungan hukum atas perbuatan penjual/pelaku usaha yang beritikad tidak baik.²⁰

Bank sebagai perantara dalam transaksi jual beli secara elektronik, berfungsi sebagai penyalur dana atas pembayaran suatu produk dari pembeli kepada penjual produk itu, karena mungkin saja pembeli/konsumen yang berkeinginan membeli produk dari penjual melalui internet berada di lokasi yang letaknya saling berjauhan sehingga pembeli termaksud harus menggunakan fasilitas bank untuk melakukan pembayaran atas harga produk yang telah dibelinya dari penjual, misalnya dengan proses pentransferan dari rekening pembeli kepada rekening penjual (*account to account*).²¹

Provider merupakan pihak lain dalam transaksi jual beli secara elektronik, dalam hal ini *provider* memiliki kewajiban untuk menyediakan layanan akses 24 jam kepada calon pembeli untuk dapat melakukan transaksi jual beli secara elektronik melalui media internet dengan penjual yang menawarkan produk lewat internet tersebut, dalam hal ini terdapat kerjasama antara penjual/pelaku usaha dengan *provider* dalam menjalankan usaha melalui internet ini.²²

¹⁹ Azhar Muttaqin, "Transaksi E-Commerce Dalam Tinjauan Hukum Jual Beli Islam", Jurnal Ulumuddin, Vol. VI, No. IV, 2010, hlm. 461.

²⁰ *Ibid.*

²¹ *Ibid*, hlm. 461-462.

²² *Ibid*, hlm. 462.

Ruang Lingkup *E-Commerce*

E-commerce sebagai suatu media melakukan kontrak bisnis, memiliki jangkauan yang sangat luas.²³ Seperti halnya internet, di mana pun dan siapa pun dapat melakukan aktivitas apapun termasuk aktivitas ekonomi, *e-commerce* memiliki segmentasi penerapan yang luas. Secara garis besar, *e-commerce* saat ini diterapkan untuk melaksanakan aktivitas ekonomi *business-to-business*, *business-to-consumer*, dan *consumer-to-consumer*.²⁴

1. *Business-to-Business*

Yaitu komunikasi bisnis secara online antara pelaku usaha. Misalnya kerjasama bisnis antara perusahaan penyelenggara jasa layanan *internet service provider* (ISP) dengan perusahaan produsen lainnya sebagai pengguna (*user*). Dikatakan *business-to-business*, karena keduanya merupakan perusahaan yang memproduksi barang dan jasa secara terpisah.²⁵ Contoh lain, seperti, Krakatau Steel (www.krakatausteel.com), Unilever (www.unilever.id).

2. *Business-to-Consumer*

Yaitu transaksi *e-commerce* yang dilakukan antara penjual/pedagang/*merchant* dengan konsumen (*consumers*) secara langsung untuk memenuhi kebutuhan tertentu.²⁶ Banyak cara yang digunakan untuk melakukan pendekatan dengan pihak konsumen, antara lain dengan mekanisme toko *online* (*electronic shopping mall*) atau bisa juga dengan menggunakan konsep seperti yang sedang meledak di Indonesia saat ini.²⁷

Electronic shopping mall memanfaatkan *website* untuk menjajakan produk dan jasa pelayanan. Para penjual menyediakan semacam *storefront* yang berisikan katalog

²³ Burhanuddin, *Hukum Kontrak Syariah*, (Yogyakarta: BPFE, 2009), hlm. 218.

²⁴ Haris Faulidi Asnawi, *Transaksi Bisnis E-Commerce Perspektif Islam*, (Yogyakarta: Magistra Insania Press, 2004), hlm. 18.

²⁵ Burhanuddin, *Hukum Kontrak Syariah*, (Yogyakarta: BPFE, 2009), hlm. 218. Lihat juga: Onno W. Purbo dan Aang Arif Wahyudi, *Mengenal E-Commerce*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2001), hlm. 57.

²⁶ Burhanuddin, *Hukum Kontrak Syariah*, (Yogyakarta: BPFE, 2009), hlm. 219.

²⁷ Onno W. Purbo dan Aang Arif Wahyudi, *Mengenal E-Commerce*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2001), hlm. 59-60.

produk dan pelayanan yang diberikan. Dan para pembeli bisa melihat-lihat barang apa saja yang akan dia beli.²⁸ Contoh situs yang menggunakan mekanisme ini adalah Amazon (www.amazon.com), NetMarket (www.netmarket), dan Sanur (www.sanur.co.id),²⁹ Asus (www.store.asus.com) .

3. *Consumer-to-Consumer*

Consumer-to-consumer merupakan transaksi bisnis secara elektronik yang dilakukan antar konsumen untuk memenuhi suatu kebutuhan tertentu dan pada saat tertentu pula.³⁰ segmentasi *consumer-to-consumer* ini sifatnya lebih khusus karena transaksi hanya dilakukan oleh sesama konsumen. Dalam hal ini, internet dijadikan sebagai sarana tukar menukar informasi tentang harta, kualitas, dan pelayanan suatu produk barang/jasa.³¹ Contohnya adalah individu menjual yang diklasifikasikan, ada (www.classified2000.com)³² OLX (www.olx.com), dan lain sebagainya.

E-Commerce Dalam Perspektif Fikih Kontemporer

Bila dilihat dari sistemnya serta prinsip operasionalnya, maka *e-commerce* menurut kacamata fikih kontemporer sebenarnya merupakan alat, media, metode teknis ataupun sarana (*wasilah*) yang dalam kaidah syariah bersifat fleksibel, dinamis, dan variabel. Hal ini termasuk dalam kategori *umuriddunya* (persoalan teknis keduniawian) yang Rasulullah pasrahkan sepenuhnya selama dalam koridor syariah kepada umat Islam untuk menguasai dan memanfaatkan demi kemakmuran bersama. Namun dalam hal ini ada yang tidak boleh berubah atau bersifat konstan dan prinsipil,

²⁸ Haris Faulidi Asnawi, *Transaksi Bisnis E-Commerce Perspektif Islam*, (Yogyakarta: Magistra Insania Press, 2004), hlm. 20.

²⁹ Contoh lain dari *Business-to-customer*, yaitu situs penjualan tiket yang dilakukan secara *online* oleh perusahaan itu sendiri melalui *website* perusahaan. Seperti jual beli tiket Pesawat Garuda Indonesia (www.garuda-indonesia.com), Pesawat Lion Air Indonesia (www.mobile.lionair.co.id), dan lain sebagainya.

³⁰ Haris Faulidi Asnawi, *Transaksi Bisnis E-Commerce Perspektif Islam*, (Yogyakarta: Magistra Insania Press, 2004), hlm. 22.

³¹ Burhanuddin, *Hukum Kontrak Syariah*, (Yogyakarta: BPF, 2009), hlm. 219.

³² Haris Faulidi Asnawi, *Transaksi Bisnis E-Commerce Perspektif Islam*, (Yogyakarta: Magistra Insania Press, 2004), hlm. 22.

yakni prinsip-prinsip syariah dalam muamalah tersebut di atas yang tidak boleh dilanggar dalam mengikuti perkembangan. Sebagaimana menurut kaidah fikih bahwa prinsip dasar dalam transaksi muamalah dan persyaratannya yang terkait dengannya adalah boleh³³ selama tidak dilarang oleh syariah atau bertentangan dengan dalil (nash) syariah.³⁴

Oleh karena itu, hukum transaksi dengan menggunakan *e-commerce* adalah boleh berdasarkan prinsip *mashlahah* karena kebutuhan manusia akan kemajuan teknologi ini dengan berusaha memperbaiki dan menghindari kelemahan dan penyimpangan teknis maupun syariah, sebab tidak dapat dipungkiri bahwa mekanisme yang dibuat manusia tidak luput dari kelemahan dan selama masih relatif aman dan didukung oleh upaya-upaya pengamanan hal itu dapat ditolelir. (berdasarkan prinsip toleransi syariah dalam muamalah dan kaidah fikih: *Ad-Dhararu Yuzal/ Mudarat harus dihilangkan*).³⁵

Mengenai teknis operasionalnya dikembalikan kepada kelaziman, tradisi, prosedur, dan sistem (*'urf*) yang berlaku termasuk dalam aktualisasi *ijab* dan *qabul* dalam jual beli tidak harus dilakukan dengan mengucapkan kata atau bertemu fisik. Akan tetapi, itu bisa bersifat fleksibel dengan meng-*klik* atau meng-*enter* pilihan tertentu pada *cyberspace* yang kemudian dilakukan penyelesaian pembayaran dengan cara dan media teknologi apa pun yang dapat dianggap sah selama memenuhi kriteria dan persyaratan syariah dalam transaksi untuk selanjutnya masing-masing pihak komitmen untuk memenuhi kewajibannya masing-masing sesuai kesepakatan.³⁶ Adapun yang menjadi landasan diperbolehkannya transaksi melalui *e-commerce*, yaitu sebagai berikut:

³³ Adapun kaidah fikih yang menyatakan hal tersebut, yaitu:

الأصل في المعاملات الإباحة حتى يدل الدليل على تحريمها

“*Hukum asal dalam urusan muamalah adalah boleh, kecuali ada dalil yang mengharamkannya.*” Lihat: Muhammad Khalid Manshur, *al-Ahkam al-Thibbiyah al-Muta'alliqah bi al-Nisa' fi al-Fiqh al-Islami*, (Yordania: Dar al-Nafa'is, t.t.), hlm. 177.

³⁴ Setiawan Budi Utomo, *Fiqih Aktual: Jawaban Tuntas Masalah Kontemporer*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2003), hlm. 70.

³⁵ *Ibid*, hlm. 71.

³⁶ *Ibid*.

1. Q.S. Al-Baqarah (2): 282

ياايها الذين ءامنوا إذا تداينتم بدين إلى أجل مسمى فاكتبوه³⁷

“Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu’amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya.”

2. Q.S. An-Nisa (4): 29

ياايها الذين ءامنوا لا تأكلوا أموالكم بينكم بالباطل إلا أن تكون تجرة عن تراض منكم³⁸

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu”

3. Q.S. Al-Maidah (5): 1

ياايها الذين ءامنوا أوفوا بالعقود³⁹

“Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu.”

4. Hadist Rasulullah SAW

الصلح جائز بين المسلمين إلا صلحا حرم حلالا أو أحل حراما والمسلمون على شروطهم إلا شرطا حرم حلالا أو أحل حراما (رواه الترمذي عن عمرو بن عوف)⁴⁰

“Perdamaian dapat dilakukan di antara kaum muslimin kecuali perdamaian yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram, dan kaum muslimin terikat dengan syarat-syarat mereka kecuali syarat yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram.” (HR. Tirmidzi dari ‘Amr bin ‘Auf)

³⁷ Q.S. Al-Baqarah (2): 282.

³⁸ Q.S. An-Nisa (4): 29.

³⁹ Q.S. Al-Maidah (5): 1.

⁴⁰ Abi Isa Muhammad Ibn Isa Ibn Saurah at-Tirmidzi, *al-Jami’ as-Shahih Wa Huwa Sunan at-Tirmidzi*, (Beirut: Dar al-Kutub al-Ilmiyah, 2000), Jilid II, hlm. 343.

Transaksi *E-Commerce* Dalam Hukum Bisnis Syariah

Setelah melihat dari gambaran umum dan proses terjadinya transaksi *e-commerce*, maka jual beli melalui *e-commerce* dapat diqiyaskan kepada transaksi *as-salam* yang merupakan salah satu akad dalam hukum bisnis syariah.

Orang yang terjun ke dunia usaha, berkewajiban mengetahui hal-hal yang dapat mengakibatkan jual beli itu sah atau fasid.⁴¹ Ini dimaksudkan agar muamalah berjalan sah dan segala sikap dan tindakannya jauh dari kerusakan yang tidak dibenarkan. Keterkaitan hal tersebut di antaranya adalah transaksi *as-salam* dan transaksi *e-commerce*. Transaksi (akad) merupakan unsur penting dalam suatu perikatan. Dalam Islam persoalan transaksi sangat tegas dalam penerapannya dan ini membuktikan bahwa keberadaan transaksi tidak boleh dikesampingkan begitu saja dalam setiap bidang kehidupan manusia (umat Islam), karena begitu pentingnya transaksi dalam suatu perjanjian.⁴²

Secara umum dapat dilihat bahwa dalam perdagangan secara Islam menjelaskan adanya transaksi yang bersifat fisik, dengan menghadirkan benda yang dipesan tersebut sewaktu transaksi, atau tanpa menghadirkan benda yang dipesan, tetapi dengan ketentuan harus dinyatakan sifat benda secara konkret, baik diserahkan langsung atau diserahkan kemudian sampai batas waktu tertentu, seperti dalam transaksi *as-salam* dan transaksi *al-istisna'*.⁴³

Transaksi *as-salam*⁴⁴ merupakan bentuk transaksi dengan sistem pembayaran secara tunai/disegerakan, tetapi penyerahan

⁴¹ Sebagai suatu alat pertukaran, jual beli mempunyai rukun dan syarat yang harus dipenuhi sehingga jual-beli dapat dikatakan sah oleh syara'. Menurut pendapat jumhur ulama rukun jual-beli ada tiga, yaitu: (1) Orang yang bertransaksi (penjual dan pembeli), (2) *Sighat* (lafal *ijab* dan *qabul*), dan (3) Objek transaksi (barang yang diperjualbelikan dan nilai tukar/harga pengganti barang). Mengenai syarat jual beli, ulama fikih sepakat menyatakan bahwa orang yang melakukan transaksi jual beli harus orang yang berakal. Oleh sebab itu, jual beli yang dilakukan oleh anak kecil yang belum berakal dan orang gila hukumnya tidak sah. Lihat: Wahbah az-Zuhaili, *Al-Fiqh al-Islamy wa Adilatuhu*, (Damaskus: Dar al-Fikr, 1989), Juz 4, hlm. 347.

⁴² Mariam Darus Badruzaman, dkk, *Kompilasi Hukum Perikatan*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2001), hlm. 252.

⁴³ Sugeng Santoso, "*Sistem Transaksi E-Commerce Dalam Perspektif KUH Perdata dan Hukum Islam*", *Jurnal Ahkam*, Vol. 4, No. 2, 2016, hlm. 242.

⁴⁴ Adapun pengertian jual beli *as-salam* menurut *fuqaha*, yaitu:

barang ditangguhkan. Sedangkan transaksi *al-istisna'*⁴⁵ merupakan bentuk transaksi dengan sistem pembayaran secara disegerakan atau secara ditangguhkan sesuai kesepakatan dan penyerahan barang ditangguhkan.⁴⁶ Akan tetapi dalam pembahasan ini penulis hanya memfokuskan pembahasan mengenai akad *as-salam*.

Akad *as-salam* merupakan istilah dalam literasi Arab yang secara etimologi mengandung makna memberikan, meninggalkan, dan mendahulukannya secara sederhana. Secara istilah, *as-salam* disebut menjual suatu barang yang penyerahannya ditunda, atau menjual barang yang ciri-cirinya jelas dengan pembayaran modal lebih awal, sedangkan barangnya diserahkan di kemudian

بيع يتقدم فيه رأس المال ويتأخر المثلن لأجل

“Jual beli yang modalnya dibayar dahulu, sedangkan barangnya diserahkan sesuai dengan waktu yang disepakati.” Lihat: Wahbah az-Zuhaili, *al-Fiqh al-Islamy wa Adilatuhu*, (Damaskus: Dar al-Fikr, 2005), Juz 5, 2005, hlm. 3603. Lihat juga: Wahbah az-Zuhaili, *al-Wajiz fi al-Fiqh al-Islamy*, (Damaskus: Dar al-Fikr, 2005), Juz 2, hlm. 77. Adapun yang menjadi landasan hukum jual beli ini adalah, Q.S. Al-Baqarah (2): 282 dan hadis riwayat Bukhari, yaitu:

من أسلف في شيء فكي كيل معلوم ووزن معلوم إلى أجل معلوم (رواه البخاري)

“Barang siapa melakukan *salaf (salam)*, hendaknya ia melakukan dengan takaran yang jelas dan timbangan yang jelas, untuk jangka waktu yang diketahui” (HR. Bukhari). Lihat: Muhammad bin Ismail al-Bukhari, *Shahih al-Bukhari*, (Beirut: Dar al-Fikr, 1995), Jilid II, hlm. 36.

⁴⁵ *Istishna'* merupakan jual beli dalam bentuk pemesanan pembuatan barang. Melalui akad ini, pembuat barang (penjual) menerima pesanan dari pihak pembeli. Menurut jumhur *fuqaha*, akad *istishna'* merupakan bentuk khusus dari jual beli salam. Dengan akad *istishna'*, biasanya pihak pembuat barang/penjual (*shani'*) menerima pesanan terlebih dahulu dari pembeli (*mustashni'*) untuk membuatkan barang sesuai klasifikasi tertentu. Sedangkan pembayarannya ditentukan berdasarkan kesepakatan, baik dengan cara tunai, angsuran, maupun tangguh. Adapun yang menjadi rukun jual beli *istishna'*, yaitu: (1) Penjual atau penerima pesanan (*shani'*), (2) Pembeli atau pemesan (*mustashni'*), (3) Barang (*mashu'*), (4) Harga (*tsaman*), (5) *Ijab qabul (sighat)*. Lihat: Wahbah az-Zuhaili, *al-Fiqh al-Islamy wa Adilatuhu*, (Damaskus: Dar al-Fikr, 2005), Juz 5, 2005, hlm. 3642. Lihat juga: Wahbah az-Zuhaili, *al-Wajiz fi al-Fiqh al-Islamy*, (Damaskus: Dar al-Fikr, 2005), Juz 2, hlm. 87.

⁴⁶ Sugeng Santoso, “Sistem Transaksi E-Commerce Dalam Perspektif KUH Perdata dan Hukum Islam”, *Jurnal Ahkam*, Vol. 4, No. 2, 2016, hlm. 232-234.

hari setelah adanya pemesanan.⁴⁷ Dalam kajian fikih muamalah, transaksi dengan bentuk pesanan dikenal dengan *as-salam*.⁴⁸ Sebab itu, aturan fikih muamalah menuntut agar cara pelaksanaan *e-commerce* harus sejalan dengan akad *as-salam*.

Transaksi *as-salam* disebut juga *as-salaf*⁴⁹ seperti halnya model transaksi jual beli lainnya, telah ada bahkan sebelum kedatangan Nabi Muhammad SAW. Hal ini merupakan suatu bentuk keringanan dalam bermuamalah dan memberikan kemudahan kepada manusia dalam berinteraksi dengan sesama, khususnya pada masalah pertukaran harta, seperti halnya jual beli dengan hutang. Dalam transaksi *as-salam* tercermin adanya saling tolong-menolong yang dapat menguntungkan kedua belah pihak. Pihak pembeli dapat membeli barang dengan harga yang lebih murah, begitu pula pihak penjual memperoleh keuntungan dari penerimaan uang lebih cepat dari penyerahan barang. Dengan demikian pembayaran itu berarti didapat tambahan modal yang berguna untuk mengelola dan mengemabangkan usahanya.

Transaksi *as-salam* boleh sesuai dengan Al-Qur'an dan Sunnah serta berlandaskan atas dasar, bahwa:⁵⁰

1. Di dalam transaksi *as-salam* terdapat unsur yang sejalan dengan upaya merealisasikan kemashlahatan perekonomian (*mashlahah al-iqtishadiyah*).
2. Transaksi *as-salam* merupakan *rukhsah* (suatu dispensasi atau sesuatu yang meringankan) bagi manusia.
3. Transaksi *as-salam* memberikan kemudahan kepada manusia.

Transaksi *as-salam* merupakan bagian dari transaksi jual beli biasa. Hanya saja dalam transaksi *as-salam* terdapat persyaratan tambahan yang menentukan validitas transaksi tersebut. Karena

⁴⁷ Fathurrahman Djamil, *Penerapan Hukum Perjanjian dalam Transaksi di Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2013), hlm. 132.

⁴⁸ Adapun dalam pelaksanaan jual beli *as-salam* harus memenuhi sejumlah rukun, yaitu: (1) *Muslim* atau pembeli, (2) *Muslim ilaihi* atau penjual, (3) Modal atau uang, (3) *Muslim fih* atau barang, dan (5) *Sighat* atau ucapan *ijab* dan *qabul*. Lihat: Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), hlm. 109.

⁴⁹ Wahbah az-Zuhaily, *al-Wajiz fi al-Fiqh al-Islamy*, (Damaskus: Dar al-Fikr, 2005), Juz 2, hlm. 77.

⁵⁰ Azhar Muttaqin, "Transaksi E-Commerce dalam Tinjauan Hukum Jual Beli Islam" *Jurnal Ulumuddin*, Vol. VI, No. IV, 2010, hlm. 462.

dalam transaksi *as-salam* produk yang dijadikan objek transaksi tidak ada/tidak dapat dihadirkan pada saat transaksi terjadi. Penjual, dalam hal ini hanya menyebutkan kriteria-kriteria tertentu pada produk yang akan dijual.

Dengan demikian mekanisme *e-commerce* dapat dipersamakan dengan akad *as-salam* dengan melihat bahwa barang yang ditransaksikan belum ada (*'adam al-mahdah*) ketika transaksi terjadi. Dalam akad *as-salam* calon pembeli menentukan barang yang akan dibeli dengan menyebutkan spesifikasinya kepada penyedia barang. Ketika akad terjadi barang yang diinginkan belum ada di hadapan kedua belah pihak yang bertransaksi namun pihak penjual mampu menyediakan apa yang dipesan oleh calon pembeli berdasarkan sifat-sifat yang telah disebutkan dan calon pembeli menyerahkan pembayaran terlebih dahulu. Kemudian barang akan diserahkan kepada pembeli pada waktu yang telah disepakati.

Korelasi *E-Commerce* dan *Bai' As-Salam*

Berdasarkan hirarki sejarahnya, *e-commerce* memang merupakan model transaksi baru yang ada sesudah transaksi *bai' as-salam*. *E-commerce* ada sebagai akibat pesatnya perkembangan teknologi informasi abad 21 ini. Secara normatif yuridis pun *bai' as-salam* bersumber dari praktek jual beli yang dicontohkan oleh generasi Islam dan menjadi landasan salah satu praktek fikih jual beli yang terlegitimasi selama berabad-abad oleh umat Islam. Karena pengakuan jumah furqaha itulah maka transaksi *as-salam* menjadi standar tolak ukur yang cukup baku untuk mengevaluasi transaksi sejenisnya yang muncul belakangan.

Memang *bai' as-salam* merupakan produk hukum fikih Islam yang dirumuskan oleh para ulama dengan segala kemungkinannya untuk mengalami reaktualisaikan dari masa ke masa agar senantiasa sesuai dengan tuntutan tempat dan waktu. Namun sebagaimana produk fikih lainnya, hukum ini digali dengan menggunakan metode ijtihad dari dua sumber utama (*mashadirul ahkam*) hukum Islam: yaitu al-Qur'an dan Sunnah. Oleh karena itulah, *bai' as-salam* pada tulisan ini menjadi sebuah model transaksi klasik hukum Islam yang akan menjadi pembanding

dan menganalisa transaksi *e-commerce*.⁵¹

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 dapat dirumuskan terkait dengan hal tersebut:⁵²

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 diperjualbelikan atau objek transaksi. Hanya saja, pada transaksi *e-commerce* maupun *bai' as-salam* objek transaksi ditangguhkan penyerahannya walaupun telah terjadi kesepakatan jual beli antara penjual dan pembeli. Setidaknya ini lah persamaan mendasar antara *e-commerce* dan *bai' as-salam*.⁵³

Adapun perbedaan spesifik ditemukan juga dalam hal kedua konsep tersebut, khususnya dalam hal model penawaran, akad transaksi, objek-objek akad, 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 bidang muamalah, yaitu mengandung unsur *maisir* (judi), *gharar* (penipuan/spekulasi), riba, dan produk atau jasa yang ditawarkan adalah termasuk yang diharamkan oleh ajaran Islam.⁵⁴

Penawaran/Akad Transaksi

Dalam hal penawaran/akad transaksi, jauh berbeda dengan *e-commerce*, *bai' as-salam* merupakan model transaksi yang landasan aplikasinya adalah fikih muamalah dalam bidang jual beli. Untuk penawaran, *bai' as-salam* mensyaratkan adanya sighat *ijab qabul* antara penjual dan pembeli dengan akad menagguhkan penyerahan *al-muslim fih*/objek transaksi.

Pernyataan *ijab* dan *qabul* dapat dilakukan dengan cara lisan, tulisan/surat-menyurat, atau isyarat yang memberi pengertian dengan jelas tentang adanya *ijab* dan *qabul*, dan dapat juga berupa perbuatan yang telah menjadi kebiasaan.

⁵¹ *Ibid*, hlm. 463-466.

⁵² *Ibid*.

⁵³ *Ibid*.

⁵⁴ *Ibid*.

Adapun *e-commerce*, penawaran dilakukan oleh penjual atau pelaku usaha melalui *website* pada internet. Penjual atau pelaku usaha menyediakan *storefront* yang berisi katalog produk dan pelayanan yang akan diberikan. Masyarakat yang memasuki *website* pelaku usaha tersebut dapat melihat-lihat barang yang ditawarkan oleh penjual.

Sebagaimana di atas, penawaran dilakukan oleh penjual atau pelaku usaha melalui *website* biasanya menampilkan barang-barang yang ditawarkan, harga, nilai rating tentang barang yang diisi oleh pembeli sebelumnya, spesifikasi barang, dan menu produk lain yang berhubungan. *E-commerce* terjadinya penawaran apabila seseorang menggunakan media internet untuk berkomunikasi baik via *e-mail* atau *chatting* untuk memesan barang yang diinginkan.

Pada *as-salam* kriteria barang (*al-muslam fih*) ini juga merupakan hal yang paling urgen dan harus jelas pada saat penawaran. Sesuatu yang tidak dapat diidentifikasi kriteria-kriterianya tidak boleh dijadikan *al-muslam fih* karena hal tersebut dapat membawa kepada perselisihan di antara pihak-pihak yang berinteraksi.

Apa yang dilakukan oleh *e-commerce* di era modern seperti sekarang ini untuk menambah kejelasan spesifikasi pengetahuan tentang macam komoditi tersebut karena dapat menghadirkan bentuk visualnya.

Namun demikian, berbeda dengan *bai' as-salam* yang mensyaratkan adanya pertemuan langsung untuk melaksanakan akad, *e-commerce* tidak mengharuskan hal itu, bahkan cenderung menggunakan pihak ketiga yaitu *provider* internet dalam mengkomunikasikan kepentingan kedua belah pihak (penjual dan pembeli).

Objek Akad

Dalam prinsip jual beli dalam Islam, objek akad sudah sangat jelas dan tegas tidak boleh mengandung unsur yang diharamkan oleh Allah SWT. Jika itu terjadi, maka secara otomatis transaksi itu batal demi hukum. Sedangkan pada *e-commerce*, objek transaksi sangat beragam. Boleh tidaknya objek transaksi sangat

tergantung aturan negara di mana transaksi itu dilakukan.⁵⁵ Di Indonesia setiap penjual juga harus menawarkan produk yang diperkenankan oleh undang-undang, tidak rusak ataupun mengandung cacat tersembunyi sehingga barang yang ditawarkan adalah barang yang layak untuk diperjualbelikan. Seperti jual beli narkoba, benda-benda suka, dan lain-lain. Tidak semua produk yang diperbolehkan diperjualbelikan menurut aturan negara, juga diperbolehkan dalam Islam. Contohnya jual beli minuman keras. Negara masih memperbolehkan walaupun dengan syarat-syarat tertentu, sedangkan Islam secara tegas melarang dengan tanpa syarat apapun. Di sinilah salah satu perbedaan objek akad antara *e-commerce* dan *bai' as-salam*.

Pembayaran

Pembayaran dalam transaksi *bai' as-salam* harus di tempat kontrak atau dengan kata lain harus tunai atau disegerakan/didahulukan. Kemudian harus dapat ditentukan dan diketahui oleh pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi. Misalnya pembayaran dilakukan dengan uang, harus dijelaskan jumlah dan mata uang yang digunakan atau dengan barang, harus dijelaskan jenisnya, kualitas, dan sifatnya.⁵⁶

Suatu yang dijadikan pembayaran/harga dalam transaksi *e-commerce* adalah uang yang telah diketahui jumlah dan mata uang yang digunakan. Uang yang dijadikan pembayaran diserahkan melalui wakil/perantara dari masing-masing pihak yang bertransaksi dalam hal ini adalah pihak bank. Pembayaran segera dilakukan sesuai dengan jumlah dan mata uang yang telah disepakati setelah proses otorisasi berhasil dilaksanakan. Berbagai cara biasanya dilakukan oleh perusahaan maupun bank untuk membuktikan kepada *consumer* bahwa proses pembayaran telah dilakukan dengan baik, seperti pemberitahuan melalui *e-mail*, pengiriman dokumen elektronik melalui *e-mail* atau situs terkait yang berisi “berita acara” jual beli dan kuitansi pembelian yang

⁵⁵ Salah satu contoh aturan-aturan mengenai transaksi *e-commerce* di berbagai negara dapat dilihat di: Assafa Endershaw, *Hukum E-Commerce dan Internet dengan Fokus di Asia Pasifik*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007), hlm. 299.

⁵⁶ Haris Faulidi Asnawi, *Transaksi Bisnis E-Commerce Perspektif Islam*, (Yogyakarta: Magistra Insania Press, 2004), hlm. 126.

merinci jenis produk atau jasa yang dibeli berikut detail mengenai metode pembayaran yang telah dilakukan atau pencatatan transaksi pembayaran oleh bank yang laporannya akan diberikan secara periodik pada akhir bulan.⁵⁷

Dari penjelasan di atas, secara umum dapat diketahui bahwa antara transaksi *e-commerce* dan *bai' as-salam* merupakan dua model transaksi yang praktiknya dilakukan karena adanya perbedaan zaman. Terdapat persamaan-persamaan yang spesifik di antara keduanya, namun demikian juga terdapat perbedaan di antara keduanya, maka dari pada itu harus menjadi perhatian lebih bagi pelaku *e-commerce* untuk menghindari hal-hal yang tidak sejalan dengan konsep transaksi dalam Islam.

Penutup

Dari penjelasan di atas maka dapat disimpulkan, bahwa *e-commerce* merupakan salah satu hasil dari perkembangan teknologi, informasi, dan komunikasi dewasa ini. Dengan adanya *e-commerce* memberikan kemudahan bagi para pelaku ekonomi baik penjual sebagai pelaku bisnis dan pembeli sebagai konsumen serta pihak-pihak yang berkaitan langsung dengan aktifitas *e-commerce*.

Transaksi *e-commerce* merupakan persoalan kontemporer di mana dalam ketentuan-ketentuan syariah tidak ada yang menjelaskan secara spesifik mengenai hal tersebut. Dalam perspektif fikih kontemporer, transaksi semacam ini dapat ditolelir karena *e-commerce* merupakan bentuk formulasi baru sistem jual-beli. Hanya saja dalam pelaksanaannya harus terhindar dari adanya hal-hal yang dilarang oleh syariah, seperti tidak mengandung unsur *gharar*, *maisir*, dan *riba*.

E-commerce dalam hukum bisnis syariah dipersamakan dengan jual beli *as-salam* karena antara kedua jenis transaksi tersebut memiliki kesamaan-kesamaan yang spesifik. Walaupun kedua bentuk transaksi tersebut memiliki kesamaan-kesamaan yang spesifik, juga terdapat perbedaan-perbedaan yang mendasar dalam pelaksanaannya, seperti model penawaran, akad transaksi, objek akad, serta pengiriman dan penerimaan. Akan tetapi perbedaan-perbedaan tersebut tidak serta merta menyatakan

⁵⁷ *Ibid*, hlm. 127.

bahwa *e-commerce* bertentangan dengan ketentuan syariah, kecuali nyata pertentangannya dengan prinsip dan nilai ajaran Islam bidang hukum bisnis syariah. Maka dari itu penting kiranya bagi para pelaku *e-commerce* wajib memperhatikan dan menghindari hal-hal yang dilarang dalam aturan-aturan yang telah ditetapkan oleh syariah.

Daftar Pustaka

- AAG. Peters, dkk, *Hukum dan Perkembangan Sosial*, Jakarta: Agape Press, 1990.
- al-Bukhari, Muhammad bin Ismail, *Shahih al-Bukhari*, Beirut: Dar al-Fikr, 1995.
- Antonio, Muhammad Syafi'i, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani Press, 2001.
- Asnawi, Haris Faulidi, *Transaksi Bisnis E-Commerce Perspektif Islam*, Yogyakarta: Magistra Insania Press, 2004.
- Abi Isa Muhammad Ibn Isa Ibn Saurah at-Tirmidzi, *al-Jami' as-Shahih Wa Huwa Sunan at-Tirmidzi*, Beirut: Dar al-Kutub al-Ilmiyah, 2000.
- Az-Zuhaili, Wahbah, *al-Fiqh al-Islami wa Adilatuhu*, Damaskus: Dar al-Fikr, 1989.
- Az-Zuhaily, Wahbah, *al-Fiqh al-Islamy wa Adilatuhu*, Damaskus: Dar al-Fikr, 2005.
- Az-Zuhaily, Wahbah, *al-Wajiz fi al-Fiqh al-Islamy*, Damaskus: Dar al-Fikr, 2005.
- Badrulzaman, Mariam Darus, dkk, *Kompilasi Hukum Perikatan*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2001.
- Burhanuddin, *Hukum Kontrak Syariah*, Yogyakarta: BPFE, 2009.
- Djamil, Fathurrahman, *Penerapan Hukum Perjanjian dalam Transaksi di Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Sinar Grafika, 2013.

- Endershaw, Assafa, *Hukum E-Commerce dan Internet dengan Fokus di Asia Pasifik*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007.
- Indrajit, Richardus Eko, *E-Commerce: Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya*, Jakarta: Elex Media Komputindo, 2001.
- Manshur, Muhammad Khalid, *al-Ahkam al-Thibbiyah al-Muta'alliqah bi al-Nisa' fi al-Fiqh al-Islami*, Yordania: Dar al-Nafa'is, t.t.
- M. Echols, John dan Hasan Shadily, *Kamus Inggris-Indonesia*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003.
- M. Ramli, Ahmad, *Cyber Law dan HAKI dalam Sistem Hukum Indonesia*, Bandung: Refika Aditama, 2004.
- Utomo, Setiawan Budi, *Fiqih Aktual: Jawaban Tuntas Masalah Kontemporer*, Jakarta: Gema Insani Press, 2003.
- W. Purbo, Onno dan Aang Arif Wahyudi, *Mengenal E-Commerce*, Jakarta: Elex Media Komputindo, 2001.
- Ashabul Fadhli, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Penerapan Akad As-Salam Dalam Transaksi E-Commerce", *Jurnal Mazahib (Jurnal Pemikiran Hukum Islam)*, Vol. XV, No. 1, 2016.
- Azhar Muttaqin, "Transaksi E-Commerce Dalam Tinjauan Hukum Jual Beli Islam", *Jurnal Ulumuddin*, Vol. VI, No. IV, 2010.
- Mawardi, "Transaksi E-Commerce dan Bai' As-Salam (Suatu Perbandingan)", *Jurnal Hukum Islam*, Vol. VII, No. 1, 2008.
- Sugeng Santoso, "Sistem Transaksi E-Commerce Dalam Perspektif KUH Perdata dan Hukum Islam", *Jurnal Ahkam*, Vol. 4, No. 2, 2016.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.