

## Review E-Commerce dalam Perspektif Bisnis Syariah

Andi Iswandi

Institut PTIQ Jakarta,  
Jl. Batan I No. 2 Pasar Jum'at,  
Lebakbulus, Cilandak,  
Jakarta Selatan, Indonesia  
andiiswandi@ptiq.ac.id

### ABSTRACT

*Electronic sales or e-commerce is the distribution, purchase, sale, marketing of goods and services through electronic systems. The development of digital technology is currently very fast, especially in the e-commerce sector. The intense competition has forced many parties to continue to innovate in order to survive in this era of disruption. This study aims to formulate e-commerce theory from a sharia perspective by discussing the themes (1) definition of e-commerce; (2) the concept and mechanism of e-commerce; (3) the legitimacy of e-commerce in sharia business. The results of the discussion of this study state that e-commerce is a trading transaction system that uses electronic instruments for online shopping businesses. Transactions carried out in e-commerce via the internet are basically not different from as-salam transactions, except for commodities that are used as the object of the transaction. e-commerce transactions via the internet should be careful in making transactions, such as by checking the security system owned by merchants, having insight and knowledge about the commodities that are used as the object of transactions so as not to buy commodities that are not in accordance with existing norms, and also clearly check the date of delivery and place of delivery of the commodity so that disputes can be avoided. Finally, it is hoped that this will provide new opportunities in modern Islamic business activities.*

**Keywords:** E-Commerce, Sharia, Business

### ABSTRAK

Perkembangan digital teknologi saat ini sangat pesat terutama di sektor e-commerce. Ketatnya persaingan telah memaksa banyak pihak untuk terus berinovasi agar tetap dapat bertahan di era disrupsi ini. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan teori e-commerce dalam perspektif syariah dengan membahas tema (1) definisi e-commerce; (2) konsep dan mekanisme e-commerce; (3) legitimasi e-commerce dalam bisnis syariah. Hasil pembahasan penelitian ini menyatakan bahwa e-commerce adalah sistem transaksi perdagangan yang menggunakan instrument elektronik untuk usaha pembelanjaan secara online. Transaksi yang dilakukan dalam e-commerce melalui internet pada dasarnya tidak memiliki perbedaan dengan transaksi as-salam kecuali pada komoditas yang dijadikan sebagai objek transaksi. transaksi e-commerce melalui internet hendaknya berhati-hati dalam melakukan transaksi, seperti dengan mengecek sistem keamanan yang dimiliki oleh merchant, memiliki wawasan dan pengetahuan tentang komoditas yang dijadikan objek transaksi agar tidak membeli komoditas yang tidak sesuai dengan norma-norma yang ada, dan juga mengecek dengan jelas mengenai tanggal pengiriman dan tempat penyerahan komoditas agar perselisihan dapat dihindari. Akhirnya, dengan ini diharapkan dapat memberikan peluang baru dalam kegiatan bisnis modern yang Islami.

**Kata Kunci:** E-Commerce, Syariah, Bisnis

## PENDAHULUAN

Pada zaman sekarang ini, dunia telah banyak dipengaruhi oleh perkembangan teknologi terutama internet. Kemajuan internet membawa banyak keuntungan, teknologi dapat dinikmati oleh hampir seluruh masyarakat tanpa adanya batasan dan juga kesulitan. Saat ini aktivitas dan kegiatan dilakukan dengan menggunakan teknologi internet, apalagi saat ini dunia sedang dilanda Covid-19 (Lubis 2020) yang belum jelas kapan berakhirnya (Hadiwardoyo 2020). Sejak Maret 2020 belajar tatap muka di kelas ditiadakan, belajar dipindahkan ke jaringan internet dengan berbagai aplikasi belajar seperti Zoom, Hangout, Classroom, Googlemeet dll (Dewi 2020). Di samping itu saat ini mencari pekerjaan, melamar pekerjaan sudah menggunakan kecanggihan teknologi internet. berkomunikasi, berbelanja semua dapat dilakukan dengan mudah menggunakan internet.(Kristiyono 2015).

Dengan perkembangan teknologi yang sangat pesat saat ini, mengakibatkan perkembangan pengguna internet di Indonesia tumbuh semakin pesat. Berdasarkan data dari *We Are Social*, pada Januari 2016 pengguna internet aktif di Indonesia mencapai 88.1 juta pengguna. Jika dibandingkan dengan data populasi penduduk Indonesia yang sebanyak 259.1 juta jiwa, maka pengguna internet aktif di Indonesia sudah mencapai 34% dari total populasi di Indonesia (Hadi 2017)

Kemajuan teknologi digital memang telah memudahkan manusia dalam segala hal dibandingkan periode sebelum internet dikenal luas oleh masyarakat (Latifah and Lubis 2020). Teknologi merupakan alat untuk dapat melakukan efektivitas dan efisiensi biaya yang mungkin akan dikeluarkan. Perbandingan teknologi yang digunakan hanya mengandalkan faktor keramahan alam. Melalui teknologi tersebut apa yang dulunya tidak mungkin, kini dapat terjadi dengan logis. Canggihnya teknologi modern saat ini dan terbukanya jaringan informasi global yang serba transparan, yang menurut Toffler adalah gejala masyarakat gelombang ketiga, telah ditandai dengan munculnya internet, yakni sebuah teknologi yang memungkinkan adanya transformasi secara cepat ke seluruh jaringan dunia melalui dunia maya. Dengan teknologi

internet, *human action* (perilaku manusia), *human interaction* (interaksi antar manusia), dan *human relation* (hubungan kemanusiaan) mengalami perubahan yang cukup signifikan. Jaringan komunikasi global telah menciptakan tantangan-tantangan terhadap cara pengaturan transaksi-transaksi sosial dan ekonomi (Toffler 1970).

*Digital Economics* atau Ekonomi Digital yang dipelopori oleh penemuan internet telah membawa perekonomian dunia memasuki babak baru. Keberadaannya ditandai dengan semakin maraknya kegiatan perekonomian yang memanfaatkan internet sebagai media komunikasi, kolaborasi, dan kooperasi. Perdagangan misalnya, semakin banyak mengandalkan perdagangan elektronik/*electronic commerce* (*e-commerce*) sebagai media transaksi, dan diperkirakan, lebih dari 95 persen dari seluruh kegiatan di internet merupakan kegiatan perdagangan.

Perkembangan *e-commerce* tidak terlepas dari laju pertumbuhan internet karena *e-commerce* berjalan di atas jaringan internet. Pertumbuhan pengguna internet yang sangat pesat merupakan suatu kenyataan yang membuat internet menjadi salah satu media yang efektif bagi perusahaan maupun perorangan untuk memperkenalkan dan menjual produk/jasa mereka ke calon konsumen di seluruh dunia. Hadirnya *e-commerce* memungkinkan terciptanya persaingan yang sehat antara perusahaan kecil, menengah dan besar dalam merebut pangsa pasar (Kangean and Rusdi 2020).

Sebagai suatu perdagangan yang berbasis teknologi canggih, *e-commerce* telah mereformasi perdagangan konvensional di mana interaksi antara konsumen dan perusahaan yang sebelumnya dilakukan secara langsung menjadi interaksi yang tidak langsung. *E-commerce* telah mengubah paradigma bisnis klasik dengan menumbuhkan model-model interaksi antara produsen dan konsumen di dunia virtual. Prinsip perdagangan dengan sistem pembayaran klasik yang kita kenal adalah perdagangan di mana penjual dan pembeli bertemu secara fisik atau secara langsung kini berubah menjadi konsep *tele-marketing* yakni perdagangan jarak jauh dengan menggunakan media internet yang tidak lagi membutuhkan pertemuan antar para pelaku bisnis. Sistem perdagangan yang dipakai dalam *e-commerce* dirancang untuk

menandatangani secara elektronik. Penandatanganan elektronik ini dibuat mulai dari saat pembelian, pemeriksaan dan pengiriman. Karena itu, ketersediaan informasi yang benar dan akurat mengenai konsumen dan perusahaan dalam e-commerce merupakan suatu prasyarat mutlak.

Menurut Sodikin sistem E-Commerce telah dibangun dengan berbagai metode yang meliputi sistem distribusi barang dan jasa, sistem pembayaran, dan penerapan sistem informasi. Aspek keamanan menjadi prioritas semua pengelola e-Commerce. Kriptografi merupakan ilmu yang berhubungan sandi-sandi yang mencakup Enkripsi (*plaintext*) menjadi (*ciphertext*) dan Deskripsi (*ciphertext*) menjadi (*plaintext*). Ketiga hal itu berkaitan dengan metode yang saat ini marak gunakan dalam menganalisis Sistem keamanan E-Commerce. Metode AES (*Advanced Encryption Standard*) merupakan algoritme standar enkripsi kunci simetri yang dapat mengenkripsi dan mendeskripsi (Sodikin and Hidayat 2020).

Saat ini perkembangan ekonomi, sosial budaya dan hukum telah banyak dimudahkan oleh digital teknologi. Persaingan saat ini telah beralih dari pasar konvensional menjadi pasar bebas di dunia maya. Model transaksi baru telah bermunculan dengan tetap mengedepankan nilai dan norma dalam jual beli perdagangan yang sesuai dengan konsep bisnis syariah. Selain itu, dampak kemajuan ekonomi digital buah dari kemudahan internet memiliki sisi kelemahan dan ancaman. Di antara ancamannya adalah persaingan antar wilayah negara yang seakan-akan tanpa sekat "*borderless*" tidak ada lagi sekat antara negara dengan negara lain. Jual beli barang dengan *marketplace* telah memudahkan semua orang berbelanja di luar negeri secara langsung (*online*). Bila saja pemerintah membiarkan saja persaingan ini maka kita akan terpukul mundur karena warga negara lain akan merebut pangsa pasar kita.

Sangat penting untuk terus meningkatkan kualitas sumber daya manusia, dengan meningkatnya kualitas manusia tentu akan menghasilkan produk dengan inovasi dan kreasi yang berkesinambungan dan terus membuat karya untuk dapat merebut pangsa pasar domestik maupun global.

Dari uraian latar belakang di atas, beberapa masalah yang dapat dirumuskan

pada penelitian ini, yakni (1) definisi e-commerce; (2) konsep dan mekanisme e-commerce; (3) legitimasi e-commerce dalam bisnis syariah.

## **METODE PENELITIAN**

Pada penelitian ini digunakan teknik analisis kualitatif dengan melakukan kajian literatur terhadap peluang dan tantangan yang ada pada pengembangan e-Commerce di Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan prinsip analisis diskriptif dan studi pustaka (*library research*) dalam memahami e-Commerce untuk mendapatkan pemahaman lebih ringkas permasalahan mengenai peluang dan tantangan, *self-critical* yang terbangun, *shopphisticated* dalam kompleksitas dan ambiguitas pembahasan. Penelitian ini diharapkan dapat menjawab pertanyaan penelitian "Bagaimana peluang dan tantangan serta posisi legitimasi syariah pada e-Commerce sebagai wahana jual beli dan perdagangan di Indonesia saat ini?"

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **E-Commerce: Konsep, Mekanisme dan Proses Bisnis**

Menurut bahasa e-commerce merupakan berasal dari bahasa inggris yaitu *electronic commerce*. Sedangkan menurut istilah adalah sistem transaksi perdagangan yang menggunakan instrumen elektronik untuk usaha pembelanjaan secara *online*.

Tujuan utama e-commerce ialah untuk mempermudah transaksi, utamanya adalah transaksi jual beli yang melalui jalan *online* yang aman dan dipercaya ketika melakukan transaksi. Maka dari itu, untuk memberikan layanan yang aman dalam melakukan transaksi terdapat prasyarat yaitu memberikan kerangka hukum dan kebijakan yang kondusif untuk transaksi e-commerce (Suyanto 2003).

Jual-beli merupakan salah satu jenis *mu'amalah* yang diatur dalam Islam. Melihat bentuknya e-commerce pada dasarnya merupakan model transaksi jual-beli juga. Namun, 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 yang berbeda dengan model transaksi jual-beli biasa, apalagi dengan daya jangkauan yang tidak hanya lokal tapi juga bersifat global. Ada banyak cara untuk mengklasifikasikan e-commerce, salah satunya dengan melihat peserta yang melakukan transaksi e-commerce.

Tiga jenis utama dalam perdagangan elektronik ini meliputi bisnis ke konsumen, bisnis ke bisnis, dan konsumen ke konsumen. *Pertama*, Bisnis ke konsumen melibatkan penjualan produk dan layanan secara eceran kepada pembeli perorangan. Contoh: menjual buku, peranti lunak, musik, dan lain-lain. *Kedua*, Bisnis ke bisnis, yaitu melibatkan penjualan produk dan layanan antar perusahaan. Contoh menjual gas alam cair, bahan bakar, bahan kimia, dan lain-lain. *Ketiga*, Konsumen ke konsumen, melibatkan konsumen yang menjual secara langsung kepada konsumen. Contoh: mereka yang menjual barang-barangnya dengan melelang kemudian setuju dengan penawaran yang paling tinggi. Cara lain untuk mengklasifikasikan transaksi e-commerce adalah dengan bentuk koneksi fisik pertanyaan dengan menggunakan web.

E-commerce merupakan prosedur berdagang atau mekanisme jual-beli di internet di mana pembeli dan penjual dipertemukan di dunia maya. Adapun mekanisme e-commerce dapat diaplikasikan dengan melihat penggambaran yang sederhana sebagai berikut: (1) Transaksi e-commerce ini diawali oleh konsumen yang bermaksud membeli barang melalui internet dengan cara memesan spesifikasi barang yang telah ditentukan oleh gambaran yang ada dalam transaksi tersebut, (2) Pembeli dan penjual telah menyepakati di mana rekening bank yang nantinya akan ditransfer, (3) Pembeli mentransfer dana pada pihak bank atau rekening yang telah disepakati tersebut, (4) Penjual melakukan pengiriman barang kepada pembeli, (5) Pembeli mengkonfirmasi penerimaan barang pada penjual sehingga akad yang dilakukan ini sah, (6) Rekening atau pihak bank baru mentransfer pada penjual.

Bagi suatu transaksi dalam perekonomian juga mengenal keuntungan

dan kerugian, Keuntungan dan kerugian dalam transaksi e-commerce tersebut antara lain ialah:

Pertama, Keuntungan, (a) Bagi Perusahaan, memperpendek jarak, perluasan pasar, perluasan jaringan mitra bisnis dan efisiensi, dengan kata lain mempercepat pelayanan ke pelanggan, dan pelayanan lebih responsif, serta mengurangi biaya-biaya yang berhubungan dengan kertas, seperti biaya pos surat, pencetakan, report, dan sebagainya sehingga dapat meningkatkan pendapatan, (b) Bagi Konsumen, efektif, aman secara fisik dan fleksibel, (c) Bagi Masyarakat Umum, mengurangi polusi dan pencemaran lingkungan, membuka peluang kerja baru, menguntungkan dunia akademis, meningkatkan kualitas SDM.

Kedua Kerugian yang terdiri dari: (a) Meningkatkan Individualisme, pada perdagangan elektronik seseorang dapat bertransaksi dan mendapatkan barang/jasa tanpa bertemu dengan siapa pun, (b) Terkadang dapat menimbulkan kekecewaan, apa yang dilihat di layar monitor komputer kadang berbeda dengan apa yang dilihat secara kasat mata, (c) Masih lemahnya hukum yang mengatur bisnis e-commerce ini, (d) Belum ada standar kualitas, keamanan dan reliabilitas yang diterima secara universal.

## **E- Commerce Dalam Perpektif Bisnis Syariah**

### **1. Dalil Al-Qur'an Tentang Jual Beli**

Dalil tentang jual beli dalam Al-Qur'an di antaranya adalah Surah Al-Baqarah ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي  
يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ  
مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ  
مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ  
فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

*“Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barangsiapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu*

dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. barangsiapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, kekal di dalamnya.”

Riba dalam syariat Islam adalah seperti kebanyakan yang dilakukan oleh orang Arab. Misalnya saja seperti perkataan mereka ketika menagih uang pinjaman: apakah kamu mau menambah waktunya dengan menambahkan persentase bunganya? Lalu setelah itu karena orang yang berutang tidak mampu membayar maka ia terpaksa menambah jumlah utangnya (sedangkan ia tidak menerima pinjaman kecuali di awalnya saja). Dan ini adalah haram seperti yang disepakati oleh seluruh umat sepanjang zaman. Syaikh Imam Al-Qurthubi, Tafsir al-Qurthubi, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2007), hlm. 768-770. Lalu Allah SWT. mengharamkan perilaku seperti ini, dan membantah perkataan mereka yang menyamakan riba dengan jual beli melalui firman-Nya:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.”

Al-Qur'an surah An-Nisa' ayat 29.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ  
إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ  
إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“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. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”

## 2. Dalil Hadits tentang Jual beli

### a. Larangan menipu dalam jual beli

وَعَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ ( أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى  
اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مَرَّ عَلَى صُبْرَةٍ طَعَامٍ, فَأَدْخَلَ يَدَهُ  
فِيهَا, فَتَأَلَّتْ أَصَابِعُهُ بَلَلًا , فَقَالَ: مَا هَذَا يَا صَاحِبَ  
الطَّعَامِ؟ قَالَ: أَصَابَتْهُ السَّمَاءُ يَا رَسُولَ اللَّهِ. فَقَالَ:

أَفَلَا جَعَلْتَهُ فَوْقَ الطَّعَامِ; كَيْ يَرَاهُ النَّاسُ؟ مَنْ عَشَّ  
فَلَيْسَ مِنِّي ) رَوَاهُ مُسْلِمٌ

Dari Abu Hurairah Radliyallaahu 'anhu bahwa Rasulullah Shallallaahu 'alaihi wa Sallam pernah melewati sebuah tumpukan makanan. Lalu beliau memasukkan tangannya ke dalam tumpukan tersebut dan jari-jarinya basah. Maka beliau bertanya: "Apa ini wahai penjual makanan?". Ia menjawab: Terkena hujan wahai Rasulullah. Beliau bersabda: "Mengapa tidak engkau letakkan di bagian atas makanan agar orang-orang dapat melihatnya? Barangsiapa menipu maka ia bukan termasuk golonganku." Riwayat Muslim

### b. Larangan menjual buah yang masih di pohon

وَعَنْ جَابِرِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ -رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا-;  
( أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ نَهَى عَنِ الْمُخَاقَلَةِ,  
وَالْمُزَابِنِ وَالْمُخَابِرَةِ, وَعَنِ الثُّنْيَا, إِلَّا أَنْ تُعْلَمَ ) رَوَاهُ  
الْحُمْسَةُ إِلَّا ابْنَ مَاجَةَ, وَصَحَّحَهُ التِّرْمِذِيُّ

Dari Jabir Radliyallaahu 'anhu bahwa Nabi Shallallaahu 'alaihi wa Sallam melarang jual-beli dengan cara *muhaqalah* (menjual biji atau tanaman dengan borongan yang masih samar ukurannya), *muzabanah* (menjual buah yang masih segar dengan yang sudah kering dengan sukatan), *mukhobarah* (menyewakan tanah untuk ditanami tumbuhan dengan syarat si pemilik tanah mendapat keuntungan setengah atau lebih dari hasilnya), dan *tsunaya* (penjualan dengan memakai pengecualian), kecuali jika ia jelas. Riwayat Imam Lima kecuali Ibnu Majah. Hadits shahih menurut Tirmidzi

### c. Larangan jual beli secara *gharar*

وَعَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ ( أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى  
اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مَرَّ عَلَى صُبْرَةٍ طَعَامٍ,  
فَأَدْخَلَ يَدَهُ فِيهَا, فَتَأَلَّتْ أَصَابِعُهُ بَلَلًا, فَقَالَ:  
مَا هَذَا يَا صَاحِبَ الطَّعَامِ؟

قَالَ: أَصَابَتْهُ السَّمَاءُ يَا رَسُولَ اللَّهِ. فَقَالَ: أَفَلَا  
جَعَلْتَهُ فَوْقَ الطَّعَامِ كَمَا يَرَاهُ النَّاسُ؟ مَنْ عَشَّ فَلَيْسَ  
مِنِّي. رَوَاهُ مُسْلِمٌ

Dari Abu Hurairah *Radliyallaahu 'anhu* bahwa Rasulullah *Shallallaahu 'alaihi wa Sallam* pernah melewati sebuah tumpukan makanan. Lalu beliau memasukkan tangannya ke dalam tumpukan tersebut dan jari-jarinya basah. Maka beliau bertanya: "Apa ini wahai penjual makanan?". Ia menjawab: Terkena hujan wahai Rasulullah. Beliau bersabda: "Mengapa tidak engkau letakkan di bagian atas makanan agar orang-orang dapat melihatnya? Barangsiapa menipu maka ia bukan termasuk golonganku." Riwayat Muslim

- d. Larangan menjual barang yang bukan miliknya

يَا رَسُولَ اللَّهِ يَا تَبِيَّ الرَّجُلُ فَيَسْأَلُنِي الْبَيْعَ لَيْسَ  
عِنْدِي أَبِيعُهُ مِنْهُ ثُمَّ أَتْبَاعُهُ لَهُ مِنَ السُّوقِ قَالَ لَا تَبِعْ مَا  
لَيْسَ عِنْدَكَ

"Wahai Rasulullah, ada seseorang yang mendatangiku lalu ia meminta agar aku menjual kepadanya barang yang belum aku miliki, dengan terlebih dahulu aku membelinya untuk mereka dari pasar?" Rasulullah *shallallahu 'alaihi wa sallam* menjawab, "Janganlah engkau menjual sesuatu yang tidak ada padamu." (HR. Abu Daud no. 3503, An Nasai no. 4613, Tirmidzi no. 1232 dan Ibnu Majah no. 2187. Syaikh Al Albani mengatakan hadits ini shahih).

- e. Larangan dua jual beli dalam satu akad

عن أبي هريرة قال: قال رسول الله  
صلى الله عليه وسلم: عن بيعتين في بيعة

Dari Abu Hurairah *radliyallaahu 'anhu* ia berkata : "Rasulullah *shallallaahu 'alaihi wasallam* melarang dua jual beli dalam satu jual beli (baca : dua jual beli dalam satu akad/transaksi – Abul-Jauzaa') [HR. Tirmidzi no. 1231, Ahmad no. 9582, 10153; An-Nasa'i no. 4632; Ad-Daarimi no. 1379; Ibnul-Jarud no. 600; Abu Ya'la no. 6124;

Ibnu Hibban no. 4973; Al-Baihaqi 5/343; dan Al-Baghawiy no. 21111 - shahih).

### 3. Pendapat Ulama tentang e-Commerce

Transaksi via tulisan (baca: faks atau internet) bisa dianalogkan dengan transaksi dengan tulisan yang ditujukan kepada orang yang tidak berada di majelis transaksi. Kasus semacam ini dibolehkan oleh mayoritas ulama karena adanya saling rela, meski kerelaan pihak kedua tidak langsung terwujud. Hal ini tidaklah masalah asalkan ada kabul (penyataan menerima dari pihak kedua) pada saat surat sampai kepada pihak kedua. Inilah pendapat mayoritas ulama. Tapi ada sebagian ulama Syafi'iyah yang tidak membolehkannya.

Sedangkan transaksi via suara (baca:telepon) bisa dianalogkan dengan transaksi dengan cara saling berteriak dari jarak yang berjauhan. An Nawawi dalam al Majmu' 9/181 mengatakan, "Andai ada dua orang yang saling berteriak dari kejauhan maka jual beli sah tanpa ada perselisihan".

Para ulama mempersyaratkan adanya kesatuan majelis untuk selain transaksi hibah, wasiat dan mewakilkan.

Ijab dan kabul disyaratkan harus berturut-turut dan tolak ukur berturut-turut adalah kembali pada *urf* (kebiasaan masyarakat setempat). Menurut mayoritas ulama (selain Syafi'iyah), kabul tidak diharuskan segera mungkin demi mencegah adanya pihak yang dirugikan dan supaya ada kesempatan untuk berpikir.

Jika ijab itu via surat maka disyaratkan adanya kabul dari pihak kedua pada saat surat sampai ke tangannya.

Demikian pula disyaratkan adanya kesesuaian antara ijab dan kabul serta tidak ada indikasi yang menunjukkan bahwa salah satu pihak yang bertransaksi membatalkan transaksi.

Menurut mayoritas ulama pihak yang mengeluarkan ijab (pihak pertama) boleh meralat ijabnya

### Transaksi E-Commerce dan Transaksi As-Salam

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.

Secara umum dapat dilihat bahwa dalam perdagangan secara Islam menjelaskan adanya transaksi yang bersifat fisik, dengan menghadirkan benda 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-istisnâ*. Transaksi as-salam merupakan bentuk transaksi dengan sistem pembayaran secara tunai/disegerakan tetapi penyerahan barang ditangguhkan. Sedang transaksi *al-istisnâ* merupakan bentuk transaksi dengan sistem pembayaran secara disegerakan atau secara ditangguhkan sesuai kesepakatan dan penyerahan barang ditangguhkan.

Transaksi as-salam – disebut juga as-salaf – 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 utang. Dalam transaksi as-salam tercermin adanya saling tolong menolong yang dapat menguntungkan kedua belah pihak. Pihak pembeli dapat membeli barang dengan harga lebih murah, begitu pula pihak penjual memperoleh keuntungan dari penerimaan uang lebih cepat dari penyerahan barang. Dengan pembayaran itu berarti didapat tambahan modal yang berguna untuk mengelola dan mengembangkan usahanya.

Transaksi as-salam dibolehkan berdasarkan al-Qur'an dan As-Sunnah. Ibn 'Abbâs berkata: "Saya bersaksi bahwa salaf yang dijamin untuk waktu tertentu, telah dihalalkan oleh Allah dalam Kitab-Nya dan diijinkan-Nya". Kemudian dia membaca firman Allah: "Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kalian mencahkannya"

Ketika Rasulullah Saw tiba di Madinah, orang-orang sudah biasa

melakukan pembayaran lebih dahulu (salaf) buat buah-buahan untuk jangka waktu setahun atau dua tahun. Kemudian beliau bersabda: "Barangsiapa yang melakukan salaf, hendaklah melakukannya dengan takaran yang jelas dan timbangan yang jelas pula, sampai batas waktu tertentu."

Pelaksanaan transaksi bisnis e-commerce, secara sekilas hampir serupa dengan transaksi as-salam dalam hal pembayaran dan penyerahan komoditas yang dijadikan sebagai objek transaksi. Oleh karena itu, untuk menganalisis dengan jelas apakah transaksi dalam e-commerce melalui internet tersebut dapat disejajarkan dengan prinsip-prinsip transaksi yang ada dalam transaksi as-salam maka masing-masing dapat dicermati melalui pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi, proses pernyataan kesepakatan transaksi dan melalui objek transaksi.

Dalam transaksi e-commerce melalui internet perintah pembayaran (*payment instruction*) melibatkan beberapa pihak selain dari pembeli (*cardholder*) dan penjual (*merchant*). Para pihak itu adalah *payment gateway*, *acquirer* dan *issuer*. Dalam transaksi *online* merupakan suatu keharusan adanya pihak-pihak lain yang terlibat. Karena transaksi e-commerce melalui media internet merupakan bentuk transaksi yang dilakukan oleh pihak-pihak yang dalam bertransaksi tidak saling bertemu *face-to-face* atau bahkan tidak saling mengenal, sebab mereka bertransaksi dalam dunia maya atau virtual. Oleh karena itu, untuk menjamin adanya kehandalan, kepercayaan, kerahasiaan, validitas dan keamanan, transaksi e-commerce dalam pelaksanaannya memerlukan layanan-layanan pendukung.

Dalam hal ini *payment gateway* dapat dianggap seperti saksi dalam transaksi yang melakukan otorisasi terhadap instruksi pembayaran dan memonitor proses transaksi *online*. *Payment gateway* ini diperlukan oleh *acquirer* untuk mendukung berlangsungnya proses otorisasi dan memonitor proses transaksi yang berlangsung. *Payment gateway* biasanya dioperasikan oleh *acquirer* atau bisa juga oleh pihak ketiga lain yang berfungsi untuk memproses instruksi pembayaran. *Payment gateway* dalam hal ini telah memperoleh sertifikat digital yang dikeluarkan dan dikelola oleh pihak ketiga yang terpercaya, yang dikenal dengan nama Certification Authority (CA), seperti VeriSign,

Mountain View, Thawte, i-Trust dan sebagainya. Sertifikat digital ini dimiliki sebagai tanda bukti bahwa dia memiliki hak atau izin atas pelayanan transaksi elektronik.

Selain *payment gateway*, adanya *acquirer* dan *issuer* juga merupakan suatu keharusan. *Acquirer* adalah sebuah institusi finansial dalam hal ini bank yang dipercaya oleh *merchant* untuk memproses dan menerima pembayaran secara *online* dari pihak *consumer*. Dan *issuer* merupakan suatu institusi finansial atau bank yang mengeluarkan kartu bank (kartu kredit maupun kartu debit) yang dipercaya oleh *consumer* untuk melakukan pembayaran dalam transaksi *online*. Masing-masing dari *acquirer* dan *issuer* merupakan wakil dari *merchant* dan *consumer* dalam melakukan pembayaran secara *online*.

Pada transaksi as-salam keberadaan saksi dan wakil bukan suatu keharusan tapi apabila diperlukan hal itu tidak akan merusak atau membatalkan transaksi, bahkan untuk keberadaan saksi sangat dianjurkan dalam transaksi as-salam. Karena dikhawatirkan adanya perselisihan dikemudian hari, baik disengaja oleh salah satu pihak maupun karena lupa. Dan juga setiap transaksi akan selalu terkait dengan keadaan dan kondisi yang melingkupinya. Pada transaksi yang dilakukan dalam bentuk yang lebih formal terikat dan mengandung risiko tinggi, demi kemaslahatan (kebaikan) di antara pihak-pihak yang terlibat sangat dianjurkan adanya administrasi dan saksi apabila melakukan suatu transaksi.

Dalam melakukan transaksi, *consumer* diminta untuk mengisi informasi pembayaran (yang biasanya disertai dengan memasukkan kode rahasia) pada *form slip* pembelian yang telah disediakan *website merchant* yang kemudian dilakukan otorisasi melalui *payment gateway*. Dari otorisasi tersebut dapat diketahui bahwa ia benar-benar pemilik yang sah dan berwenang menggunakannya. Pada pihak penjual, *merchant* memiliki sertifikat digital dari CA yang menjamin identitas pihak tersebut bahwa ia benar-benar ada dan memiliki wewenang untuk melakukan transaksi *online*. Dan yang paling penting dalam melaksanakan transaksi *online* adalah kedua pihak harus mengerti (paling tidak mengetahui) tentang pengoperasian komputer dan internet, dan hal ini tidak mungkin dilakukan oleh orang yang tidak

memiliki kecakapan yang sempurna, seperti dilakukan oleh anak-anak yang belum berakal atau orang gila. Seperti halnya dalam transaksi as-salam, masing-masing pihak yang terlibat dalam transaksi harus memenuhi ketentuan-ketentuan untuk validitas transaksi itu sendiri. Pembeli dan penjual harus memenuhi ketentuan memiliki kecakapan yang sempurna dan mempunyai wewenang untuk melakukan transaksi.

*Consumer* dan *merchant* bertemu dalam dunia maya yaitu internet melalui server yang disewa dari ISP. Biasanya akan didahului oleh penawaran dari pihak *merchant*. Kemudian, melalui sebuah *website* yang dimiliki *merchant*, *consumer* dapat melihat daftar atau katalog barang yang dijual yang disertai dengan deskripsi produk yang dijual. Pernyataan kesepakatan dapat dilakukan melalui *chatting*, *video conference*, *e-mail* atau langsung melalui *website merchant*.

Pernyataan kesepakatan dalam transaksi e-commerce pada prinsipnya sama dengan pernyataan kesepakatan pada transaksi as-salam. Namun, dalam transaksi online pernyataan kesepakatan dinyatakan melalui media elektronik dan internet. Meski pernyataan kesepakatan dilakukan dengan berbagai cara, yang terpenting adalah pernyataan dapat dipahami maksudnya oleh kedua pihak yang melakukan transaksi, sehingga dapat dijadikan manifestasi dari kerelaan kedua pihak. Dan sebelum pernyataan kesepakatan terjadi harus dilakukan berbagai pertimbangan yang berdasarkan informasi yang akurat dan dikelola secara baik dan benar, karena hal tersebut mengandung unsur risiko tinggi walaupun bisa diminimalkan dengan infrastruktur-infrastruktur pendukung yang ada.

Sesuatu yang dijadikan pembayaran/harga dalam transaksi e-commerce adalah uang yang telah diketahui jumlah dan mata uang yang digunakan. Uang yang dijadikan pembayaran/harga diserahkan melalui wakil/perantara dari masing-masing pihak yang bertransaksi yang dalam hal ini adalah *issuer* dan *acquirer*. 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 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. Harga dalam hal ini merupakan harta yang memiliki nilai dan manfaat menurut *syara'* bagi pihak-pihak yang mengadakan transaksi dan pembayaran dibayarkan segera/didahulukan serta dapat ditentukan dan diketahui oleh pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi sesuai dengan ketentuan dalam transaksi as-salam.

Mengenai komoditas yang dijadikan sebagai salah satu objek transaksi dalam transaksi e-commerce dapat berupa apa saja (baik itu komoditas yang legal maupun ilegal untuk diperdagangkan menurut Islam), tergantung pada penawaran pihak *merchant*. Hal ini disebabkan selama ini internet diasosiasikan sebagai media tanpa batas. Dimensi ruang, birokrasi, waktu, kemapanan dan tembok struktural yang selama ini ada di dunia nyata dengan mudah ditembus oleh teknologi informasi. Oleh karena itu, di samping komoditas yang memang legal juga terdapat komoditas yang ilegal menurut Islam untuk diperdagangkan, seperti minuman keras. Hal ini tergantung kepada *consumer* sendiri dalam mencermati jenis komoditas apa dan bagaimana yang akan dibeli. Sedang ketentuan dalam transaksi as-salam mengharuskan komoditas yang dijadikan sebagai objek transaksi merupakan sesuatu yang legal diperdagangkan menurut Islam. Sejauh ini dapat dicermati bahwa apabila komoditas dalam e-commerce merupakan komoditas yang legal menurut Islam untuk diperdagangkan berarti telah sesuai dengan salah satu ketentuan dalam transaksi as-salam.

Adapun komoditas yang diperdagangkan dalam e-commerce dapat berupa komoditas digital dan komoditas non-digital. Untuk komoditas digital seperti *electronic newspapers*, *e-books*, *digital library*, *virtual school*, *software* program aplikasi komputer dan sebagainya, dapat langsung diserahkan melalui media internet kepada *consumer*, seperti dengan melakukan *download* terhadap produk tersebut. Berbeda

halnya dengan komoditas non-digital, komoditas tidak dapat diserahkan langsung melalui media internet namun dikirimkan melalui jasa kurir sesuai dengan kesepakatan spesifikasi komoditas, waktu dan tempat penyerahan.

Dengan demikian, apabila komoditas yang diperdagangkan merupakan komoditas digital maka tidak dapat dikategorikan/disamakan dengan transaksi as-salam. Karena dalam transaksi as-salam komoditas diserahkan kemudian/ditangguhkan penyerahannya. Sedang pada komoditas digital, komoditas diserahkan langsung kepada *consumer* melalui media internet dan diterima langsung pada waktu transaksi. Lain halnya pada komoditas non-digital, komoditas tidak dapat diserahkan langsung kepada *consumer* melalui internet tapi harus dikirimkan melalui jasa kurir yang dalam hal ini berarti penyerahan komoditas tidak diserahkan pada saat transaksi atau dengan kata lain komoditas ditangguhkan sampai pada batas waktu yang telah disepakati. Hal ini berarti bahwa untuk komoditas non-digital telah memenuhi salah satu ketentuan yang ada dalam transaksi as-salam, yaitu mengenai penangguhan penyerahan komoditas. Sebelum melakukan pemesanan, dalam transaksi e-commerce, *consumer* terlebih dahulu dapat melihat dan mengetahui tentang informasi komoditas yang ditawarkan oleh pihak *merchant* dengan melakukan *browsing* pada *website* yang telah disediakan *merchant*.

Setelah memilih jenis barang tertentu yang diinginkan, maka akan dijumpai keterangan lebih jelas mengenai barang yang dipilih itu, antara lain terdiri dari informasi penting tentang produk tersebut (seperti harga dan gambar barang tersebut), nilai *rating* barang itu yang diperoleh dari *poll* otomatis tentang barang itu yang diisi oleh para pembeli sebelumnya (apakah barang tersebut baik, cukup baik, atau bahkan mengecewakan), spesifikasi (*product review*) tentang barang tersebut, dan menu produk-produk lain yang berhubungan. Hal ini menjelaskan komoditas yang dijadikan sebagai objek transaksi dalam transaksi e-commerce sesuai dengan ketentuan transaksi as-salam bahwa komoditas dapat diketahui dan bisa diidentifikasi secara jelas.

Selanjutnya dalam ketentuan transaksi as-salam, komoditas yang dijadikan

sebagai salah satu objek transaksi harus berada dalam tanggungan dan diakui sebagai utang, walaupun tidak harus berada pada penjual pada saat transaksi berlangsung, tetapi harus ada pada waktu yang ditentukan. Pada transaksi e-commerce, walaupun tidak dapat diidentifikasi secara pasti tapi paling tidak, sertifikat digital yang diberikan oleh CA kepada *merchant website* dapat dijadikan jaminan bahwa ia telah diakui sebagai “pedagang” di dunia maya dan memiliki komoditas untuk diperdagangkan/mampu melakukan pemenuhan prestasi sesuai dengan kesepakatan antara kedua belah pihak yang bertransaksi. Selain itu juga pihak *merchant* menyediakan pelayanan kepada setiap *consumer* untuk menyampaikan keluhan ataupun pertanyaan melalui *consumer support* yang dapat diakses setiap saat baik melalui *e-mail*, telepon dan sebagainya.

Untuk komoditas non-digital sebelum transaksi berlangsung telah disepakati mengenai batas waktu untuk penyerahan komoditas. *Consumer* dapat menentukan batas waktu pengiriman yang diinginkan seperti yang telah disediakan oleh *merchant* dalam bentuk *form* yang harus diisi oleh *consumer*. Setelah mengisi *form* tersebut pihak *merchant* akan mengalkulasikan jumlah komoditas sekaligus harga dan biaya pengiriman yang harus dibayar oleh *consumer*. Dari sini terlihat bahwa penangguhan penyerahan komoditas dalam transaksi e-commerce dapat diketahui dan jelas serta ditentukan sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak yang bertransaksi sesuai dengan ketentuan dalam transaksi as-salam.

### **Transaksi E-Commerce di Indonesia**

Internet telah tumbuh dengan sangat cepat tidak hanya di negara-negara maju tapi juga di negara-negara berkembang seperti Indonesia. Perkembangan bisnis e-commerce atau jual beli *online* di Indonesia meningkat drastis sejak beberapa tahun belakangan. Hal ini karena Indonesia sebagai salah satu negara dengan pengguna internet terbesar di dunia Hal ini membuka potensi dan peluang untuk mengembangkan bisnis melalui internet khususnya e-commerce yang telah diprediksikan sebagai “bisnis besar masa depan” (*the next big thing*).

Data dari Social Research & Monitoring soclab.co menunjukkan, pada

2015 pengguna internet di Indonesia mencapai 93,4 juta dengan 77 persen di antaranya mencari informasi produk dan belanja *online*. Pada 2016, jumlah *online shopper* mencapai 8,7 juta orang dengan nilai transaksi sekitar 4,89 miliar dolar AS. Perkembangan internet yang kemudian memunculkan e-commerce merupakan alternatif bisnis yang cukup menjanjikan, karena e-commerce dipandang memiliki banyak kemudahan bagi kedua belah pihak, baik *merchant* maupun *buyer*. Berdasarkan perkembangan di negara-negara besar, e-commerce ini menjadi basis menuju bisnis era baru termasuk di Indonesia (Hadi 2017). Keberadaan e-commerce di Indonesia dipelopori oleh sebuah toko buku online yaitu Sanur. Ide pertama kali munculnya bisnis e-commerce berupa toko buku *online* ini, diilhami adanya jenis bisnis serupa, yaitu Amazon. Sanur merupakan toko buku pertama di Indonesia yang menjual buku melalui internet. Kemudian muncul berikutnya Indonesia Interactive. I-2 dibangun sebagai portal dan menyediakan sebuah *virtual shopping mall*. I-2 saat ini sudah berkembang dan memiliki beberapa *online store*, yang menjual buku, komputer, dan lainnya.

Perkembangan e-commerce di Indonesia masih terhambat oleh beberapa faktor yang ada. Di antaranya adalah faktor jaminan keamanan. Sebuah survei mendapatkan hasil terhadap *user* Indonesia menunjukkan bahwa pikiran utama yang masih tertanam di benak mereka untuk melakukan transaksi di internet adalah mengenai masalah keamanan dalam pembayaran. Dan juga di Indonesia budaya penggunaan kartu kredit masih sedikit dan masih merupakan barang langka dan simbol status, karena itu banyak situs e-commerce di Indonesia yang selain menawarkan cara pembayaran *online* dengan kartu kredit/debit juga menawarkan cara pembayaran lain, seperti *cash on delivery* (COD). Atau dapat juga halaman website hanya menawarkan jenis produk yang akan dijual sedangkan transaksi dan pembayaran dilakukan secara *offline* atau kontak via telepon seperti dalam transaksi jual beli biasa. Secara umum mekanisme transaksi e-commerce yang ada di Indonesia dapat dikategorikan kepada transaksi dan pembayaran dilakukan secara *online*, transaksi secara *online* dan pembayaran

dilakukan setelah barang diterima, dan transaksi dan pembayaran dilakukan di dunia nyata.

Dengan demikian, dalam e-commerce di Indonesia transaksi yang diterapkan bukan hanya transaksi as-salam tapi juga diterapkan transaksi jual beli biasa dan transaksi *al-istishnâ*. Jika transaksi dan pembayaran dilakukan segera secara *online* dan melibatkan komoditas non-digital yang legal diperdagangkan menurut Islam maka pada dasarnya sama dengan transaksi as-salam. Namun jika komoditas yang diperdagangkan adalah komoditas digital pada dasarnya sama dengan jual beli biasa karena komoditas dapat langsung diterima melalui internet oleh *consumer*. Pada mekanisme transaksi dan pembayaran dilakukan secara *offline* di dunia nyata, yaitu dengan menjadikan halaman *website* hanya untuk menawarkan jenis dan katalog produk yang akan dijual, hal ini sama seperti pada jual beli biasa. Sedangkan dalam mekanisme transaksi *online* dengan sistem pembayaran *cash on delivery* dapat dikategorikan ke dalam transaksi *al-istishnâ*.

## KESIMPULAN

Menurut bahasa e-commerce merupakan berasal dari bahasa Inggris yaitu *electronic commerce*. Sedangkan menurut istilah adalah sistem transaksi perdagangan yang menggunakan instrumen elektronik untuk usaha pembelanjaan secara *online*.

Hukum transaksi dengan menggunakan media e-commerce adalah boleh berdasarkan prinsip *maslahah* karena akan kebutuhan manusia dengan kemajuan teknologi ini dengan berusaha memperbaiki dan menghindari kelemahan dan penyimpangan teknik dari syariah. Khususnya dianalogikan dalam jual beli pesanan atau as-salam. Namun ada pengecualian yaitu tidak boleh dalam keadaan barang atau jasa yang diharamkan dalam Islam.

Transaksi yang dilakukan dalam e-commerce melalui internet pada dasarnya tidak memiliki perbedaan dengan transaksi as-salam kecuali pada komoditas yang dijadikan sebagai objek transaksi. Dan juga transaksi e-commerce dapat dibolehkan menurut Islam berdasarkan prinsip-prinsip yang ada dalam perdagangan menurut Islam, khususnya dianalogikan dengan prinsip transaksi as-salam, kecuali pada komoditas yang tidak dibenarkan untuk diperdagangkan secara Islam. Dalam transaksi e-commerce,

komoditas yang dijadikan sebagai objek transaksi dapat berupa apa saja, baik itu komoditas yang legal diperjualbelikan menurut Islam ataupun komoditas yang ilegal, seperti minuman keras (Thalib 2011).

Berbeda halnya dalam transaksi as-salam yang memberlakukan ketentuan bahwa komoditas yang boleh dijadikan sebagai objek transaksi harus komoditas yang dibenarkan oleh Islam untuk diperdagangkan. Oleh karena itu, untuk komoditas yang ilegal diperdagangkan menurut Islam tidak sesuai dengan ketentuan yang ada dalam transaksi as-salam. Selanjutnya, komoditas tersebut dalam transaksi e-commerce dapat berupa komoditas digital dan non-digital. Untuk komoditas digital yang diperdagangkan dalam transaksi e-commerce tidak termasuk dalam ketentuan yang ada dalam transaksi as-salam karena dalam transaksi as-salam, komoditas harus ditanggung hingga penyerahannya sampai batas waktu tertentu. Sedangkan dalam transaksi e-commerce, untuk komoditas digital diserahkan langsung melalui internet kepada *consumer*. Hal ini tidak sama dengan transaksi as-salam tapi sama seperti transaksi jual beli biasa.

## SARAN

Dalam transaksi e-commerce melalui internet peranan infrastruktur pendukung sangat diperlukan untuk membangun kepercayaan di antara pihak-pihak yang bertransaksi. Karena itu bagi para pelaku bisnis e-commerce hendaknya memerhatikan keamanan dalam transaksi, teknologi yang digunakan dan harus selalu diperbaharui dengan mengikuti perkembangan teknologi, memberikan pelayanan sebaik mungkin pada konsumen dan memerhatikan aspek hukum dan aspek moral dalam masalah transaksi. Bagi para *consumer* sebelum melakukan transaksi e-commerce melalui internet hendaknya berhati-hati dalam melakukan transaksi, seperti dengan mengecek sistem keamanan yang dimiliki oleh *merchant*, memiliki wawasan dan pengetahuan tentang komoditas yang dijadikan objek transaksi agar tidak membeli komoditas yang tidak sesuai dengan norma-norma yang ada, dan juga mengecek dengan jelas mengenai tanggal pengiriman dan tempat penyerahan komoditas agar perselisihan dapat dihindari. Akhirnya, dengan ini diharapkan dapat memberikan peluang baru dalam kegiatan bisnis modern yang Islami. Dan yang

terpenting adalah keyakinan bahwa harta yang kita miliki ada hak orang lain yang harus dikeluarkan melalui Zakat, Infaq, Sedekah dan Wakaf (Lubis and Latifah 2019)

## DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, Wahyu Aji Fatma. 2020. "Dampak COVID-19 Terhadap Implementasi Pembelajaran Daring Di Sekolah Dasar." *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan* 2 (1): 55–61.  
<https://doi.org/10.31004/edukatif.v2i1.89>.
- Hadi, Feryanto. 2017. "Transaksi E-Commrece Di Indonesia Pada 2016 Mencapai 489 Miliar Dolar Amerika." *Tribun Bisnis*. 2017.
- Hadiwardoyo, Wibowo. 2020. "Kerugian Ekonomi Nasional Akibat Pandemi Covid-19." *Baskara: Journal of Business and Entrepreneurship* 2 (2): 83–92.  
<https://doi.org/10.24853/baskara.2.2.83-92>.
- Kangean, Sharen, and Farid Rusdi. 2020. "Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Persaingan E-Commrece Di Indonesia." *Prologia* 4 (2): 280.  
<https://doi.org/10.24912/pr.v4i2.6504>.
- Kristiyono, Jokhanan. 2015. "Budaya Internet: Perkembangan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Mendukung Penggunaan Media Di Masyarakat." *Scriptura* 5 (1): 23–30.  
<https://doi.org/10.9744/scriptura.5.1.23-30>.
- Latifah, Fitri, and Rusdi Lubis. 2020. "Digitalization of ZISWAF Development in Indonesia" 1 (1): 140–47.  
<https://doi.org/10.4108/eai.21-9-2019.2293962>.
- Lubis, Rusdi Hamka. 2020. "Corona Disease It's Be a Thorn in the Indonesian Economy (Criticism of The Management of a Country That Is Far From Islamic Values)." *Academia.Edu* 1 (1): 1.  
[http://www.academia.edu/download/63556263/Corona\\_Disease\\_its\\_be\\_a\\_Thorn\\_in\\_the\\_Indonesian\\_Economy20200607-99075-175n9.pdf](http://www.academia.edu/download/63556263/Corona_Disease_its_be_a_Thorn_in_the_Indonesian_Economy20200607-99075-175n9.pdf).
- Lubis, Rusdi Hamka, and Fitri Nur Latifah. 2019. "Analisis Strategi Pengembangan Zakat, Infaq, Shadaqah Dan Wakaf Di Indonesia (Analysis of Zakat, Infaq, Shadaqah and Wakaf Development Strategies in Indonesia)" 3 (1): 45–56.  
<https://doi.org/10.21070/perisai.v3i1.1999>.
- Sodikin, Luthfia, and Taufik Hidayat. 2020. "Analisa Keamanan E-Commerce Menggunakan Metode Aes Algoritma." *Teknokom* 3 (2): 8–13.  
<https://doi.org/10.31943/teknokom.v3i2.46>.
- Suyanto, M. 2003. *Strategi Periklanan Pada E-Commerce Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta: Andi.
- Thalib, Muhammad. 2011. *Al-Qur'an Tarjamah Tafsiriyah: Memahami Makna Al-Qur'an Lebih Mudah, Tepat Dan Mencerahkan*. Yogyakarta: Ma'had An-Nabawy.
- Toffler, Alvin. 1970. *Future Shock*. Sydney Fan. Vol. 42. Bantam: Bodley Head.  
<http://ci.nii.ac.jp/naid/40003375989/>.