

SKRIPSI

KONSEP *E-COMMERCE* DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH



OLEH

**DIAN FITRI AWALIYAH
NIM :17.2400.033**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2022

KONSEP *E-COMMERCE* DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH



OLEH

**DIAN FITRI AWALIYAH
NIM :17.2400.033**

Skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
IAIN PAREPARE**

2022

PENGESAHAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Konsep *E-Commerce* dalam Perspektif Ekonomi Syariah

Nama Mahasiswa : Dian Fitri Awaliyah

Nomor Induk Mahasiswa : 17.2400.033

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam B. 1428/In.39.8/PP.00.9/4/2021

Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama : Drs. Moh Yasin Soumena, M.Pd

NIP : 19610320 199403 1 004

Pembimbing Pendamping : Rusnaena, M.Ag

NIP : 19680205 200312 2 001

Mengetahui:

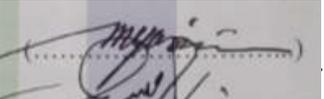
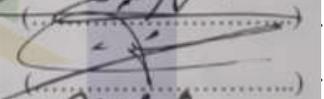
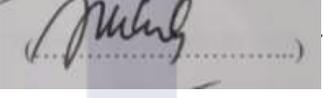
Dekan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag.
NIP 19730129 200501 1 004

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

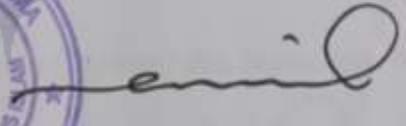
Judul Skripsi : Konsep *E-Commerce* dalam Perspektif Ekonomi Syariah
Nama Mahasiswa : Dian Fitri Awaliyah
Nomor Induk Mahasiswa : 17.2400.033
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam B. 1428/In.39.8/PP.00.9/4/2021
Tanggal Kelulusan : 27 Januari 2022

Disahkan oleh Komisi Penguji

Drs. Muh Yasin Soumena, M.Pd	(Ketua)	
Rusnaena, M.Ag.	(Sekretaris)	
Dr. Hj. St Nurhayati Ali, M.Hum	(Anggota)	
Dra. Rukiah, M.H.	(Anggota)	

Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag.
NIP 19730129 200501 1 004



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur penulis panjatkan atas ke hadirat Allah swt. Berkat hidayah, rahmat, taufik dan karunia-Nya, penulis dapat merampungkan penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Parepare. Selawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada junjungan Nabi Muhammad saw, Rasul pilihan yang membawa cahaya penerang dengan ilmu pengetahuan. Serta iringan doa untuk keluarga, sahabat, dan seluruh pengikutnya yang selalu setia sampai akhir zaman.

Tidak ada manusia yang terlahir dalam wujud sempurna, begitupun dengan penulis yang terlahir dengan penuh keterbatasan sehingga bantuan dari berbagai pihak, yang penuh keikhlasan memberi kontribusi baik moril maupun materil.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada Ayahanda dan Ibunda yang telah membesarkan, mendidik dan mendoakan saya dengan tulus, Terima kasih kepada suami dan anak yang selama ini selalu *support* untuk menyelesaikan penelitian ini. Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua keluarga tercinta yang pernah mendidik sejak SD, SMP, dan SMA, hingga penulis sampai pada penyusunan skripsi.

Penulis telah banyak menerima bimbingan dan bantuan dari Bapak Drs. Moh. Yasin Soumena, M.Pd dan Ibu Rusnaena, M.Ag. selaku Pembimbing Utama dan Pembimbing Pendamping, atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, penulis ucapkan terima kasih.

Selanjutnya, penulis juga mengucapkan, menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si. selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare.
2. Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, yang telah meluangkan waktunya dan atas pengabdianya yang telah menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.
3. Dr. Hj. Rusdaya Basri, Lc, MA selaku dosen Penasehat Akademik yang selama ini telah memberikan berbagai nasehat, motivasi, dukungan dan bantuannya dalam menjalani aktivitas akademik.
4. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan ilmunya dan wawasan kepada penulis, dan seluruh staf bagian rektorat; akademik; dan fakultas yang siap selalu melayani mahasiswa.
5. Kepala Perpustakaan IAIN Parepare beserta jajarannya yang telah melayani dan menyediakan referensi terkait dengan judul penelitian penulis.
6. Seluruh keluarga, yang memberi segenap dukungan, doa, bantuan dan menjadi motivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Para sahabat, yang selama ini telah menemani dalam suka maupun duka, mendoakan, selalu memberikan dukungan, bantuan dan motivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman PPL, KPM-DR, serta seperjuangan angkatan 2017 di Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, yang ikut serta mendukung dan mendoakan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Semua pihak yang telah memberikan bantuan dalam penyelesaian skripsi ini, mohon maaf peneliti tidak bisa menyebutkan satu persatu.

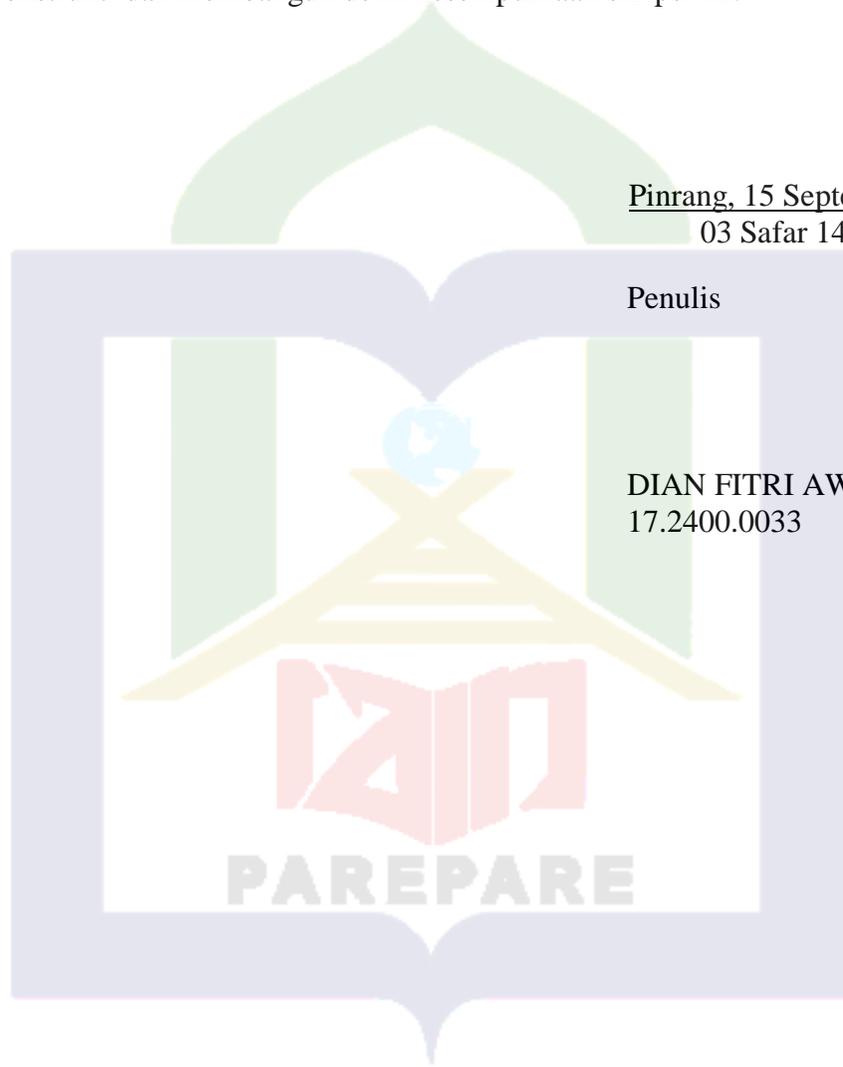
Kata-kata tidaklah cukup untuk mengapresiasi bantuan mereka dalam penulisan skripsi ini. semoga Allah senantiasa memberikan rahmat dan hidayah kepada mereka.

Akhirnya penulis menyampaikan kiranya pembaca berkenaan memberikan saran konstruktif dan membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Pinrang, 15 September 2021
03 Safar 1443 H

Penulis

DIAN FITRI AWALIYAH
17.2400.0033



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Dian Fitri Awaliyah
Nomor Induk Mahasiswa : 17.2400.033
Tempat Tanggal Lahir : Tuppu, 10 Juni 1999
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Konsep *E-Commerce* dalam Perspektif
Ekonomi Syariah

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Pinrang, 15 September 2021

Penyusun,

Dian Fitri Awaliyah

17.2400.033

ABSTRAK

Dian Fitri Awaliyah. *Konsep E-Commerce dalam Perspektif Ekonomi Syariah*, (dibimbing oleh Moh. Yasin Soumena, dan Rusnaena).

E-commerce merupakan suatu transaksi jual-beli produk (barang dan jasa) melalui media internet yang mengakibatkan transaksi *e-commerce* dapat berlangsung dimana saja dan kapan saja (selama koneksi internet tidak terputus) tanpa mengenal batas waktu dan ruang. *E-commerce* cenderung memiliki kesamaan dengan *bai' as-salam* ditinjau dari pembayaran yang sifatnya disegerakan dan penyerahan atau pengiriman barang yang sifatnya ditangguhkan. Sebenarnya Islam merupakan agama yang memudahkan umatnya dalam melakukan transaksi jual beli, hanya saja terdapat beberapa ketentuan yang berlaku di dalam Islam mengenai transaksi jual beli. Maka perlu untuk dikaji karena terdapat perbedaan pendapat diantara para ulama. Untuk itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kaitan *e-commerce* dalam ekonomi syariah, tentang syarat dan tujuan *e-commerce*, serta tentang mekanisme pembayaran *e-commerce*.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian pustaka (*Library Research*). Oleh karena itu teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara studi kepustakaan yang diambil dari buku-buku, kitab-kitab terjemahan, teori-teori baik itu berupa jurnal maupun informasi lainnya yang ada relevansinya dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) *E-commerce* mempunyai keterkaitan dengan ekonomi syariah, yakni dalam bentuk *bai' as-salam*, baik dari sisi pengertian, bentuk transaksi, maupun cara bertransaksi. Perbedaannya hanya terletak pada pembayaran dan penyerahan objek yang diperjualbelikan. 2) Syarat *e-commerce* dalam ekonomi syariah, yakni memiliki modal, barang yang dimiliki, dan adanya akad. Tujuannya adalah memberikan kemudahan bertransaksi (bermu'amalah); menata struktur kehidupan ekonomi masyarakat; dan menumbuhkan rasa kerelaan dalam bertransaksi. 3). Mekanisme pembayaran *e-commerce*, mempunyai kesamaan dengan mekanisme yang berlaku dalam sistem ekonomi syariah pada bentuk *bai' as-salam*, yakni adanya pembayaran; penyerahan barang; dan dilakukan setelah adanya akad kedua belah pihak yang bertransaksi.

Kata Kunci: *Bai' as-salam*, *E-Commerce*, Ekonomi Syariah.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PENGESAHAN KOMISI PEMBIMBING	ii
KATA PENGANTAR	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	vii
DAFTAR ISI.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
A. Tujuan Penelitian	7
B. Kegunaan Penelitian.....	7
C. Defenisi Istilah	8
D. Tinjauan Penelitian Relevan.....	10
E. Landasan Teoritis	13
F. Metode Penelitian.....	25
BAB II <i>E-COMMERCE</i>	28
A. Pengertian <i>E-Commerce</i> Dalam Ekonomi Syariah.....	28
B. Bentuk Transaksi <i>E-Commerce</i> Dalam Ekonomi Syariah	31
C. Cara Bertransaksi <i>E-Commerce</i> Dalam Ekonomi Syariah.....	37
BAB III SYARAT DAN TUJUAN <i>E-COMMERCE</i>	44
A. Syarat <i>E-Commerce</i> Dalam Ekonomi Syariah.....	44
B. Tujuan <i>E-Commerce</i> Dalam Ekonomi Syariah.....	48
C. Cara Memperoleh Keuntungan Dari <i>E-Commerce</i>	51
BAB IV MEKANISME PEMBAYARAN <i>E-COMMERCE</i>	56
A. Pembayaran Secara Elektronik.....	56
B. Pembayaran Melalui COD (<i>Cash On Delivery</i>)	62
C. Keamanan <i>E-Commerce</i> Dalam Melakukan Transaksi	66
BAB V PENUTUP	
A. Simpulan	Error! Bookmark not defined.
B. Saran	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR PUSTAKA I
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....59





DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul Lampiran	Halaman
1.	Dokumentasi	V
2.	Riwayat Hidup	VI



PEDOMAN TRANSLITERASI DAN SINGKATAN

A. Transliterasi

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin:

Huruf	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tsa	Ts	te dan sa
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	h	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	Kh	ka dan ha
د	dal	D	De
ذ	dzal	Dz	de dan zet
ر	Ra	R	Er
ز	zai	Z	Zet

س	sin	S	Es
ش	syin	Sy	es dan ya
ص	shad	ş	es (dengan titik di bawah)
ض	dhad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik ke atas
غ	gain	G	Ge
ف	fa	F	Ef
ق	qaf	Q	Qi
ك	kaf	K	Ka
ل	lam	L	El
م	mim	M	Em
ن	nun	N	En
و	wau	W	We
ه	ha	H	Ha
ء	hamzah	’	Apostrof
ي	ya	Y	Ya

Hamzah (ء) yang di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika terletak di tengah atau di akhir, ditulis dengan tanda(“).

2. Vokal

- a. Vokal tunggal (*monoftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagaiberikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	Fathah	A	A
اِ	Kasrah	I	I
اُ	Dhomma	U	U

- b. Vokal rangkap (*diftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupagabunganhuruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَيَّ	Fathah dan Ya	Ai	a dan i
اَوَّ	Fathah dan Wau	Au	a dan u

Contoh :

كَيْفَ : Kaifa

حَوْلَ : Haula

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
نا / نِي	Fathah dan Alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
يِي	Kasrah dan Ya	Ī	i dan garis di atas
وُو	Kasrah dan Wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh :

مات : māta
رمى : ramā
قيل : qīla
يموت : yamūtu

4. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

- ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah [t].
- ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha (h)*.

Contoh :

رَوْضَةُ الْجَنَّةِ : *raudah al-jannah* atau *raudatul jannah*
الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madīnah al-fāḍilah* atau *al-madīnatul fāḍilah*
الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah. Contoh:

رَبَّنَا : *Rabbanā*

نَجَّيْنَا : *Najjainā*

الْحَقُّ : *al-haqq*

الْحَجُّ : *al-hajj*

نُعْمَ : *nu‘ima*

عَدُوُّ : *‘aduwwun*

Jika huruf *ى* bertasydid diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (يِ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* (i).

Contoh:

عَرَبِيٌّ : ‘Arabi (bukan ‘Arabiyy atau ‘Araby)

عَلِيٌّ : ‘Ali (bukan ‘Alyy atau ‘Aly)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *لا* (*alif lam ma’arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang

ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar

(-). Contoh:

الشَّمْسُ	: <i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i>)
الزَّلْزَلَةُ	: <i>al-zalzalāh</i> (bukan <i>az-zalzalāh</i>)
الْفَلْسَفَةُ	: <i>al-falsafah</i>
الْبِلَادُ	: <i>al-bilādu</i>

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun bila hamzah terletak diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif. Contoh:

تَأْمُرُونَ	: <i>ta’murūna</i>
النَّوْءُ	: <i>al-nau’</i>
شَيْءٌ	: <i>syai’un</i>
أَمْرٌ	: <i>Umirtu</i>

8. Kata Arab yang lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur’an* (dar *Qur’an*), *Sunnah*. Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Fī zilāl al-qur’an

Al-sunnah qabl al-tadwin

Al-ibārat bi ‘umum al-lafẓ lā bi khusus al-sabab

8. Lafẓ al-Jalalah (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah. Contoh:

دِينُ اللَّهِ *Dīnullah* با الله *billah*

Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafẓ al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُمُ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *Hum fī rahmatillāh*

9. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan pada pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*). Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi‘a linnāsi lalladhī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadan al-ladhī unzila fih al-Qur’an

Nasir al-Din al-Tusī

Abū Nasr al-Farabi

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata *Ibnu* (anak dari) dan *Abū* (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

Abū al-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walid Muhammad Ibnu)

Naṣr Ḥamīd Abū Zaid, ditulis menjadi: Abū Zaid, Naṣr Ḥamīd (bukan: Zaid, Naṣr Ḥamīd Abū)

B. Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt.	=	<i>subḥānahū wa ta'āla</i>
saw.	=	<i>ṣallallāhu 'alaihi wa sallam</i>
a.s.	=	<i>'alaihi al- sallām</i>
H	=	Hijriah
M	=	Masehi
SM	=	Sebelum Masehi
l.	=	Lahir tahun
w.	=	Wafat tahun
QS .../...: 4	=	QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrāhīm/ ..., ayat 4
HR	=	Hadis Riwayat

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab:

ص	=	صفحة
دم	=	بدون

صلعم	=	صلى الله عليه وسلم
ط	=	طبعة
بن	=	بدون ناشر
الخ	=	إلى آخرها / إلى آخره
ج	=	جزء

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu dijelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

- ed. : Editor (atau, eds. [dari kata editors] jika lebih dari satu orang editor). Karenadalam bahasa Indonesia kata “editor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).
- et al. : “Dan lain-lain” atau “dan kawan-kawan” (singkatan dari *et alia*). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.
- Cet. : Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.
- Terj. : Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga digunakan untuk penulisan karya terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya.
- Vol. : Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedi dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan kata juz.
- No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi di era globalisasi adalah perubahan yang tidak terelakkan, yang telah menyentuh hampir seluruh aspek kehidupan termasuk dalam aspek kegiatan ekonomi. Terbukanya jaringan informasi yang luas menjadikan transformasi terjadi secara cepat ke seluruh jaringan dunia melalui aktivitas di dunia maya. Dengan teknologi internet, perilaku manusia, interaksi antar manusia, hubungan manusia mengalami perubahan yang cukup signifikan.¹ Interaksi antar manusia, interaksi antar konsumen dengan penyedia barang atau jasa yang sebelumnya dilakukan secara langsung (bertemu secara fisik) menjadi interaksi tidak langsung (perdagangan jarak jauh).

Internet awalnya hanya berfungsi sebagai alat tukar data ilmiah dan akademik, namun seiring berjalannya waktu telah berubah menjadi kebutuhan hidup sehari-hari dan dapat diakses dari berbagai belahan dunia.² Keberadaannya ditandai dengan semakin maraknya kegiatan perekonomian yang memanfaatkan internet sebagai media perdagangan barang atau jasa antara penjual atau penyedia jasa dengan konsumen, yang lebih dikenal dengan perdagangan elektronik atau *electronic commerce (e-commerce)*.

Perkembangan perdagangan online atau *e-commerce* yang pesat menjadi sebuah fenomena baru dalam ekonomi di Indonesia. Fakta ini diharapkan bisa memberikan lebih banyak dampak positif dalam mensejahterakan pemerataan ekonomi secara digital di bumi Nusantara. Hal ini berkaitan dengan kondisi negara Indonesia yang sangat luas, terdiri dari 16 ribu pulau dengan jumlah penduduk sekitar 240 juta jiwa merupakan tantangan tersendiri bagi negara untuk melakukan pemerataan pembangunan ekonomi di segala bidang.

¹Azhar Muttaqin, *Transaksi E-Commerce Dalam Tinjauan Hukum Islam*, (Malang: Universitas Muhamadiyah, 2009), h. 2.

²NgafifiMuhamad, *Kemajuan Teknologi dan Pola Hidup Manusia dalam Perspektif Sosial Budaya*, (Jurnal Pembangunan Pendidikan Fondasi dan Aplikasi, Volume 2 Nomor 1 2014, h. 34.

Menurut Badan Pusat Statistik *E-Commerce* tahun 2019, Tren pengguna *e-commerce* di Indonesia tumbuh cukup besar dalam beberapa tahun terakhir. Prediksinya, pertumbuhan masih akan terus terjadi dalam beberapa tahun ke depan. Statista mencatat jumlah pengguna *e-commerce* di Indonesia pada 2017 mencapai 139 juta pengguna, kemudian naik 10,8% menjadi 154,1 juta pengguna di tahun lalu. Tahun ini diproyeksikan akan mencapai 168,3 juta pengguna dan 212,2 juta pada 2023.³ Hal yang sama juga terjadi pada tingkat penetrasi *e-commerce* yang selalu mengalami peningkatan. Hingga 2023 diproyeksikan mencapai 75,3% dari total populasi pasar yang dipilih. Adapun sektor *e-commerce* dengan pendapatan tertinggi terdapat pada *fashion* yang pada 2023 diproyeksikan mencapai US\$ 11,7 miliar.⁴

Fakta transaksi melalui *e-commerce* yang tinggi harus bisa dimanfaatkan untuk terwujudnya pemerataan ekonomi di Indonesia. Hal ini bisa dilakukan jika bisnis *e-commerce* tersebut bisa merangkul sektor ekonomi lokal seperti pertanian, perkebunan, perikanan bahkan UMKM di seluruh daerah dapat berperan secara aktif dalam perdagangan berbasis digital ini. Dengan adanya teknologi, diharapkan bisa memutus mata rantai yang panjang dalam proses distribusi, sehingga semakin mendekatkan produsen dengan konsumen serta harga pasar pun tetap kompetitif dan sehat.

Pemerintah meyakini para pelaku usaha di pedesaan dan juga UMKM daerah bisa mempunyai peranan penting jika mampu bersahabat dengan kecanggihan teknologi. Dengan demikian para pelaku usaha lokal bisa meningkatkan produktivitas serta kesejahteraannya. Kita juga berharap pemerintah juga turut memberikan dukungannya untuk membangun infrastruktur untuk mewujudkan perdagangan melalui media digital hingga ke desa dan pelosok-pelosok. Bisa dikatakan hingga kini

³<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/10/tren-pengguna-e-commerce-2017-2023>, diakses pada tanggal 25 maret 2021

kebutuhan internet belum merata di seluruh Indonesia. Namun, jika melihat geliat dan respon positif dari masyarakat dan pelaku bisnis, tidak menutup kemungkinan infrastruktur internet akan mendapat dukungan penuh dari pemerintah.

Tantangan terberat lainnya adalah memastikan *bisnis e-commerce sepenuhnya aman*, sehingga mendapat kepercayaan di hati masyarakat. Menurut data pada 2016 dari Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia (APJII), sebanyak 30 persen dari total 130 juta pengguna yang melakukan transaksi via internet di Indonesia merasa belum mendapatkan keamanan dalam pengalaman bertransaksi online. Untuk menyiasatinya, ada beberapa hal yang bisa dilakukan saat memilih *e-commerce* untuk bertransaksi.

Pada dasarnya pihak-pihak yang terkait dalam jual beli secara elektronik tersebut di atas masing-masing memiliki hak dan kewajiban. Penjual atau pelaku usaha yang menawarkan produk melalui internet, berkewajiban memberikan informasi secara benar dan jujur mengenai produk yang ditawarkan kepada pembeli atau konsumen. Di samping itu penjual harus menawarkan produk yang diperkenankan oleh undang-undang, maksudnya barang-barang yang ditawarkan bukanlah barang-barang yang bertentangan dengan undang-undang, tidak rusak atau mengalami cacat tersembunyi, sehingga barang yang ditawarkan adalah barang yang layak untuk diperjual belikan, sehingga jual beli tersebut tidak menimbulkan kerugian bagi siapapun yang membelinya. Di sisi lain, penjual atau pelaku usaha berhak untuk mendapatkan pembayaran dari pembeli atau konsumen atas barang yang dijualnya tersebut.

Sedangkan seorang pembeli atau konsumen memiliki kewajiban membayar harga barang yang telah dibelinya dari penjual sesuai jenis dan harga barang yang telah disepakati antara penjual dan pembeli tersebut. Selain itu pembeli juga wajib mengisi identitas diri yang sebenar-benarnya dalam formulir penerimaan. Seorang pembeli juga berhak untuk mendapatkan informasi secara lengkap atas barang yang akan dibelinya dari seorang penjual, sehingga pembeli tidak diragukan atas barang yang telah dibelinya tersebut. Kedua belah pihak baik penjual dan pembeli berhak

mendapatkan perlindungan hukum apabila satu dari mereka mempunyai itikad tidak baik.

Jual beli secara elektronik yang semakin marak ini, orang-orang berlomba memanfaatkan jejaring sosial media dan *marketplace* seperti *facebook*, *twitter*, *instagram*, *whatsapp*, *shoppe*, *bukalapak*, *tokopedia*, dan sebagainya kemudian mengubahnya menjadi toko online untuk memasarkan sebuah produk. Cara pembeliannya yang mudah tanpa keluar masuk toko seperti yang dilakukan pada toko-toko konvensional, dan bisa mengefisienkan waktu, bisnis toko online ini lebih menjanjikan dengan omset yang lebih tinggi dibandingkan kalau membuka toko konvensional.⁵

Transaksi *E-Commerce* dengan cara dipesan biasanya dengan menggunakan jasa kurir pengiriman dan dari sekian banyak yang melakukan pengiriman pesanan itu ada juga terjadi ketidaksesuaian dari yang telah dipesan dengan yang dikirim oleh pemasok kepada si pembeli, kesalahan-kesalahan yang terjadi diantaranya dari kualitas bahan yang di kirim, mutunya juga ukurannya.

Masalah ini juga sering dihadapi oleh pembeli atau pedagang di sekitar tempat tinggal saya yang mengalami ketidak tepatan dalam pengiriman, pembayaran, dan ketidaksesuaian antara kualitas bahan yang dipesan dengan yang yang terkirim ke pembeli. Ketika barang yang dipesan pembeli tidak sesuai dengan keterangan gambar di toko online dan adanya keterlambatan dalam pengiriman maka para pedagang banyak mendapatkan komplain dari pembeli, itu membuat kepercayaan pembeli ke pedagang akan berkurang. Para pedagang pun terkadang mengalami keterlambatan kedatangan barang oleh supplier, padahal barang itu sudah dijanjikan akan datang sesuai waktu yang dijanjikan ke pembeli, sehingga pembeli pun harus menunggu di waktu yang lama. Biasanya keterlambatan terjadi karena jasa pengiriman mengalami overload, atau karena kurangnya jasa kurir di jasa pengiriman itu.

⁵Deka Meuthia Novari, *Penerapan Sistem Reseller Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus Usaha Online Shop di Pertokoan Barokah Galeri Bukit Kemuning*, (Al-Mizan, Volume 01 Nomor 01 September, 2019), h. 40-41.

Tidak hanya keterlambatan dalam kedatangan barang yang menjadi kendala para pedagang dan pembeli tetapi ada juga yang mengalami keterlambatan dalam pembayaran, ketika barang dipesan ke pedagang maka pembeli harus membayar lunas atau boleh membayar uang muka terlebih dahulu, ketika barang sudah datang baru dilakukan pelunasan. Tetapi sering terjadi keterlambatan dalam pelunasan oleh pembeli ke pedagang sehingga terkadang pedagang merasa dirugikan karena modal dagang mereka tidak berputar.⁶ Jual beli yang mendapatkan berkah dari Allah adalah jual beli jujur, yang tidak curang, tidak mengandung unsur penipuan dan penghianatan. Perdagangan secara pesanan merupakan salah satu dari bentuk-bentuk perdagangan yang diperbolehkan oleh Syari'at Islam. Dalam jual beli seorang pedagang harus berlaku jujur, dilandasi keinginan agar orang lain mendapatkan kebaikan dan kebahagiaan sebagaimana ia menginginkannya dengan cara menjelaskan cacat barang dagangan yang ia ketahui dan yang tidak terlihat oleh pembeli.⁷

Hal ini memperjelas bahwa segala bentuk jual beli yang mengandung ketidakjelasan (*gharar*) dilarang oleh Syariah. Sedangkan *gharar* sendiri meliputi banyak hal seperti menyembunyikan informasi tentang harga, model, ukuran, sifat, kualitas barang yang sesungguhnya dan ketidak tepatan waktu dalam pengiriman dan pembayaran sehingga pembeli terkecoh dan menyebabkan kerugian. Seperti yang terjadi antara pedagang dan pembeli di Desa Sabbang Paru, Kecamatan Lembang. Banyak para pedagang mengalami keterlambatan kedatangan pengiriman dari suplier sehingga pembeli dan pedagang itu harus menunggu lebih lama lagi. Dan terkadang juga kualitas barang yang dipesan kualitas bahan dan ukuran tidak sesuai dengan keterangan gambar di toko online tersebut. Itu membuat para pedagang dan pembeli kecewa.

⁶Syukri Iska, *E-Commerce dalam Perspektif Fikih Ekonomi*, (Jurnal Islam Vol 9 No 2, 2010), h. 35

⁷Arwani, Agus, *Epistemologi Hukum Ekonomi Islam (Muamalah)*, (Religia: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman, Volume 15 No. 1 2012), h. 12

Ketidak tepatan janji dan ketidak jelasan sangat jelas dilarang dalam Islam. Tetapi larangan ini tidak serta merta dapat diberlakukan terhadap praktek yang dilakukan oleh pedagang dan pembeli *E-Commerce* di Desa Sabbang Paru tersebut, mengingat perbuatan mereka itu mengandung beberapa kemungkinan motivasi dan cara ketika melakukannya. Oleh sebab itu, perlu dilakukan kajian lebih lanjut mengenai ketidaksesuaian akad yang saat ini perkembangannya sangat pesat di dunia termasuk di Indonesia.



B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan yang hendak diteliti adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kaitan *e-commerce* dalam ekonomi syariah ?
2. Bagaimana syarat dan tujuan *e-commerce* dalam kaitannya dengan ekonomi syariah ?
3. Bagaimana mekanisme pembayaran *e-commerce* dalam kaitannya dengan ekonomi syariah ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui kaitan *e-commerce* dalam ekonomi syariah.
2. Mengetahui syarat dan tujuan *e-commerce* dalam kaitannya dengan ekonomi syariah.
3. Mengetahui mekanisme pembayaran *e-commerce* dalam kaitannya dengan ekonomi syariah.

D. Kegunaan Penelitian

Manfaat pada penelitian ini dapat ditinjau dari dua aspek yaitu secara teoritis dan praktis.

1. Manfaat teoretis
 - a. Diharapkan dapat memperkaya kajian teoritis tentang ekonomi syariah, khususnya mengenai *e-commerce* dalam ekonomi syariah
 - b. Mengembangkan kajian *e-commerce* pada perspektif ekonomi syariah dan disesuaikan dengan kondisi aktual ekonomi.
 - c. Mengembangkan kajian teoritis *e-commerce* perspektif ekonomi syariah, tidak hanya pada kasus atau fenomena bersifat mikro tetapi juga bersifat makro ekonomi.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi masyarakat : Mempermudah pemahaman masyarakat tentang *e-commerce* dalam perspektif ekonomi syariah dan memberikan pertimbangan
- b. bagi mereka dalam proses pengambilan keputusan ekonomi (memenuhi kebutuhan hidup)
- c. Bagi Penulis : Penelitian ini adalah hasil elaborasi penulis terhadap pengetahuan teoritis selama menempuh kuliah sarjana di IAIN Parepare dengan fenomena ekonomi yang terjadi di tengah masyarakat. Secara umum dapat menambah wawasan dan pengalaman pada kegiatan penelitian.
- d. Bagi Pemerintah dan *Stakeholder* Terkait : Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan informasi dan rujukan pemerintah ataupun produsen dalam pengambilan keputusan, kebijakan, dan program, khususnya terkait usaha untuk mempengaruhi harga produk.
- e. Bagi Akademisi : Penelitian ini dapat menjadi referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan konsep *e-commerce* dalam perspektif ekonomi syariah. Selain itu, dapat menjadi bahan pembandingan (penelitian terdahulu), khususnya pada penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif.

E. Defenisi Istilah

Agar kesalahpahaman dalam memahami judul penelitian ini, yaitu *Konsep E-Commerce Dalam Perspektif Ekonomi Syariah*, maka peneliti akan memberikan penegasan dari istilah judul tersebut sehingga istilah yang terkandung didalamnya lebih jelas sekaligus menjadi batasan dalam pembahasan selanjutnya. Adapun istilah yang perlu mendapat penjelasan adalah sebagai berikut:

1. Konsep

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia kata konsep dimaknai dengan rancangan ide atau pengertian yang diabstrakkan dari peristiwa konkret, ataugambaran mental dari objek, proses, atau apa pun yang ada di luar bahasa, yang

digunakan oleh akal budi untuk memahami hal-hal lain.⁸ Konsep atau anggitan adalah abstrak, entitas mental yang universal yang menunjuk pada kategori atau kelas dari suatu entitas, kejadian atau hubungan.

Istilah konsep berasal dari bahasa latin *conceptum*, artinya sesuatu yang dipahami. Aristoteles dalam "*The classical theory of concepts*" menyatakan bahwa konsep merupakan penyusun utama dalam pembentukan pengetahuan ilmiah dan filsafat pemikiran manusia. Konsep merupakan abstraksi suatu ide atau gambaran mental, yang dinyatakan dalam suatu kata atau simbol. Konsep dinyatakan juga sebagai bagian dari pengetahuan yang dibangun dari berbagai macam karakteristik.

2. E-Commerce

E-Commerce berasal dari dua suku kata yaitu *e* adalah singkatan dari *electronic* dan *commerce*. Secara bahasa, *electronic* berarti ilmu elektronika, alat-alat elektronik, atau semua hal yang berhubungan dengan dunia elektronika dan teknologi. Sedangkan *commerce* berarti perdagangan atau perniagaan.

E-commerce merupakan kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (*consumers*), manufaktur (*manufactures*), *service providers* dan pedagang perantara (*intermediaries*) dengan menggunakan jaringan internet. Ada banyak definisi untuk *e-commerce*, tapi 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.⁹

⁸Kamus Besar Bahasa Indonesia, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/KONSEP>, Diakses pada tanggal 27 maret 2021, pukul 21.10 PM

⁹Haris Faulidi Asnawi, *Transaksi Bisnis E-Commerce Perspektif Islam*, (Yogyakarta: Magistra Insania Press, 2004), h. 14

3. Perspektif

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia kata perspektif sebagai pandangan dari sudut satuan kompleks bahasa sebagai wujud yang bergerak, yang mempunyai bagian awal, inti, dan bagian akhir; pandangan dinamis.¹⁰

4. Ekonomi Syariah

Ekonomi syariah merupakan ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang dilhami oleh nilai-nilai Islam. Ekonomi syariah atau sistem ekonomi koperasi berbeda dari kapitalisme, sosialisme, maupun negara kesejahteraan (*Welfare State*). Berbeda dari sistem kapitalisme, sistem Ekonomi Islam menentang eksploitasi oleh pemilik modal terhadap buruh yang miskin, dan melarang penumpukan kekayaan. Selain itu, ekonomi dalam kaca mata Islam merupakan tuntutan kehidupan sekaligus anjuran yang memiliki dimensi ibadah yang teraplikasi dalam etika dan moral syariah islam

Ekonomi Islam mempunyai tujuan untuk memberikan keselarasan bagi kehidupan di dunia. Nilai Islam bukan semata-mata hanya untuk kehidupan muslim saja, tetapi seluruh makhluk hidup di muka bumi. Esensi proses Ekonomi Islam adalah pemenuhan kebutuhan manusia yang berlandaskan nilai-nilai Islam guna mencapai pada tujuan agama (falah). Ekonomi Islam menjadi rahmat seluruh alam, yang tidak terbatas oleh ekonomi, sosial, budaya dan politik dari bangsa. Ekonomi Islam mampu menangkap nilai fenomena masyarakat sehingga dalam perjalanannya dapat berubah tanpa meninggalkan sumber hukum teori ekonomi Islam.¹¹

F. Tinjauan Penelitian Relevan

Berdasarkan pengertian diatas maka yang dimaksud pada judul penelitian adalah sebagai berikut :

Shahrzad Shahriari, Mohammadreza Shahriari dan Saeid Gheiji dalam penelitian mereka pada *granthaalayah* tahun 2015 yang berjudul *E-Commerce And It*

¹⁰Kamus Besar Bahasa Indonesia, <https://kbbi.web.id/perspektif>, Diakses pada tanggal 27 maret 2021

¹¹Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam*. (Yogyakarta : Ekonisa, 2003), h. 34

Impact On Global Trend And Market adapun tujuan dari penelitian ini ialah mengidentifikasi bagaimana keberlangsungan manfaat dari *e-commerce* dan dampaknya terhadap pasar yang melihat dari perkembangan revolusi industri yang sudah masuk pada media informasi. Hal itu menyebabkan perubahan besar terjadi pada hubungan ekonomi antar individu, perusahaan dan pemerintah yang menggeser pertukaran komersil yang dahulunya masih menggunakan kertas dan sekarang sudah serba elektronik yang juga membuat perubahan terjadi pada aspek ekonomi, sosial dan budaya. Penelitian ini dilakukan melalui pendekatan deskriptif analitik diambil melalui informasi dan data data yang didapat dari fenomena yang terjadi dilapangan, sehingga ditarik sebuah kesimpulan bahwa *e-commerce* dapat melakukan bisnis apapun secara online dan dapat lebih tumbuh lebih pesat dalam hal penjualan maupun pembelian. Dengan *e-commerce* pertukaran informasi terkait barang dan pertukaran antar bank dan pelanggan akan lebih cepat dan meminimalisir anggaran.¹²

Penelitian Telsy Fratama Samad yang berjudul *Konsep E-Commerce Perspektif Ekonomi Islam* dalam jurnal ekonomi, dan bisnis Islam tahun 2019, dengan menggunakan metode kualitatif dengan analisis deskriptif, menjelaskan bahwa transaksi *e-commerce* dianggap sesuai dengan akad jual beli yang umum dalam syariat Islam. Hal ini dipertegas oleh pendapat para ulama kontemporer dalam Majmu Fatawa bahwa transaksi *e-commerce* tidak menyalahi syariat selama tidak mengikan salah satu pihak dan memenuhi rukun dan syarat sah jual beli dalam Islam. Secara rinci dapat diuraikan sebagai berikut: (1) Asal dari setiap kegiatan muamalat adalah mubah (diperbolehkan), hingga ada hal yang mengubahnya. Dalam hal ini, baik transaksi *e-commerce* maupun jual beli tradisional tidak dilarang sesuai dengan firman Allah dalam QS. Al-Jumuah Ayat 110; (2) Meskipun tidak dilakukan secara langsung, namun dengan mekanisme dan deskripsi yang rinci serta seluruh kesepakatan yang telah disetujui kedua belah pihak maka dalam hal ini internet bisa dianggap sebagai majelis dimana penjual dan pembeli bertemu dan melaksanakan

¹²Shahrzad Shahriari, *E-Commerce And It Impact On Global Trend And Market*, (Jurnal Penelitian Grantatalayah, 2015)

akad; (3) Mengenai sighat, meskipun tidak dilakukan secara verbal (lisan), namun kesepakatan pembeli dengan meng-klik *accept* bisa dianggap sebagai qabul dan dianggap sah sesuai dengan ijma', dan tidak berlaku untuk akad nikah.¹³

Ravi B. Dalam penelitiannya pada *international research journal of commerce arts and science* tahun 2017 yang berjudul *E-Commerce: Problem And Prospects* Tujuan dari penelitian ini ialah mulai dari membandingkan model bisnis tradisional dan bisnis elektronik. Mengidentifikasi manfaat dan kekurangannya kemudian dampak, masalah, kendala, tantangan dan peluang bisnis *e-commerce* pada dunia yang serba berkemajuan ini. Peluang utama yang luar biasa memberikan *e-commerce* menjadi bisnis yang terus bertumbuh diberbagai bidang kehidupan ekonomi dikarenakan penyebaran teknologi informasi dan komunikasi membuka pintu bagi perkembangan di bidang bisnis, jangkauan global, dan pada umumnya lebih efisien. Tantangannya terletak pada sistem keamanan teknologi informasi dan hukum yang efektif diberlakukan. Jenis penelitian yang dilakukan pada penelitian ini ialah deskriptif-analitik yakni dengan mengumpulkan informasi actual dari data yang diperoleh agar didapat informasi baru dari masalah ataupun tantangan tersebut. Kesimpulannya adalah Teknologi terus menerus mendefinisikan ulang model bisnis, menciptakan kembali prosesnya, mengubah budaya perusahaan dan meningkatkan hubungan dengan pelanggan dan pemasok.

Penelitian yang dilakukan oleh Mahmudah Mulia Muhammad yang berjudul *Transaksi E-Commerce dalam Ekonomi Syariah* dalam jurnal *El-Iqtishady* tahun 2020, dengan metode penelitian berdasarkan studi pustaka dengan berbagai referensi jurnal dan buku serta beberapa artikel terbaik dan terupdate, kemudian dianalisis secara kualitatif kemudian disajikan secara deskriptif. Yang menjelaskan terkait kekhawatiran umat muslim tentang hukum yang berkaitan dengan bisnis *e-commerce*, yang rumornya terdapat gharar, riba dan isu-isu yang terkait ekonomi syariah terutama di Indonesia. Penggunaan *e-commerce* di Indonesia dibolehkan selagi antara

¹³Fratama Samad. Telsy, *Konsep E-Commerce Perspektif Ekonomi Islam*, (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, 2019)

kedua belah pihak saling paham. Artikel ini juga untuk memberikan panduan umum tentang pengguna e-commerce dalam menjalankan bisnisnya.¹⁴

Syukri Iska dalam jurnal ekonomi Vol. 9 No. 2 tahun 2010 yang berjudul *Ekonomi dalam Perspektif Fikih Ekonomi* dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi literatur (dokumen/pustaka) menjelaskan bahwa, *E-Commerce* adalah satu bentuk interaksi ekonomi (muamalah) yang belum ada ketentuannya secara konkrit dalam Alquran dan Sun-nah Rasulullah saw, sehingga hal ini terkatagori kepada masalah *Ijtihady*. Dia merupakan suatu cara dalam jual beli atau perdagangan. Untuk itu harus memenuhi rukun dan syarat jual beli yang telah digariskan dalam Islam. Dilihat dari sisi teknis transaksinya, baik dalam bentuk jual beli jasa atau barang, kalau barang tersebut diserahkan secara tangguh karena berbentuk non digital, maka transaksi *e-commerce* ini dapat dianalogikan/diqiyaskan kepada jual beli *al-salam*, yang telah disyariatkan semenjak awal-awal Islam melalui Sunnah Nabi saw. Berbeda halnya kalau objek barang yang ditransaksikan itu berbentuk digital yang dapat langsung diterima oleh pembeli setelah pembayaran dilakukan, maka jenis jual beli ini terkatagori kepada jual beli umum/biasa, yang diistilahkan dalam kitab fikih dengan *buyu'*.¹⁵

Penelitian sebelumnya yang telah dijelaskan diatas memiliki persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini. Persamaan penelitian-penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah dari variabel penelitian dan pendekatan yang digunakan, yaitu sama-sama berfokus pada variabel *e-commerce* dalam ekonomi syariah dan sama-sama menggunakan pendekatan studi dokumen (*Library Research*).

G. Landasan Teoritis

1. Defenisi E-Commerce

E-Commerce sering diartikan sebagai jual beli barang dan jasa melalui media elektronik, khususnya melalui internet. Dalam ungkapan lain, *e-commerce* adalah

¹⁴Mahmudah Mulia Muhammad, *Trasnasaksi E-Commerce dalam Ekonomi Syariah*, (Jurnal Ekonomi, 2020)

¹⁵Syukri Iska, *Ekonomi dalam Perspektif Fikih Ekonomi*, (Jurnal Ekonomi Vol.9 No. 2, 2010)

bentuk media penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet, televisi atau jaringan komputer lainnya. *Electronic commerce* ini merupakan kumpulan teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas melalui transaksi elektronik dan pertukaran barang, jasa, dan informasi secara elektronik.¹⁶

Terdapat banyak definisi untuk *e-commerce*, tapi 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.

Secara umum menurut David Baum, yang dikutip oleh Onno W. Purbo dan Aang Arif Wahyudi, *E-Commerce is adynamic set of technologies, applications, and business process that link enterprises, consumers, and communities through electronic transactions and the electronic exchange of goods, services, and information.* *E-commerce* merupakan satu set dinamis dari 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.

Association for Electronic Commerce secara sederhana mendefinisikan *e-commerce* sebagai mekanisme bisnis secara elektronik. CommerceNet, sebuah konsorsium industri, memberikan definisi yang lebih lengkap, yaitu penggunaan jaringan komputer sebagai sarana penciptaan relasi bisnis yang di dalamnya terjadi proses pembelian dan penjualan jasa atau produk antara kedua belah pihak melalui internet atau pertukaran dan distribusi informasi antar dua pihak di dalam satu perusahaan dengan menggunakan intranet. Sementara Amir Hartman dalam bukunya *Net Ready: Strategies for Success in the E-Conomy* secara lebih terperinci lagi mendefinisikan *e-commerce* sebagai suatu jenis dari mekanisme bisnis secara elektronik yang memfokuskan diri pada transaksi bisnis berbasis individu dengan

¹⁶Jack Febrian, *Pengetahuan Komputer & Teknologi Informasi*, (Bandung:Informatika, 2004), h. 168

menggunakan internet sebagai medium pertukaran barang atau jasa baik antara dua institusi (*business-to-business*) maupun antar institusi dan konsumen langsung (*business-to-consumer*).

Menurut ECEG-Australia (*Electronic Commerce Expert Group*) *Electronic Commerce is a broad concept that covers any commercial transaction that is effected via electronic means and would include such means as facsimile, telex, EDI, internet and the telephone*. Berdasarkan pengertian ECEG-Australia di atas, *e-commerce* meliputi transaksi perdagangan melalui media elektronik. Dalam hal ini tidak hanya media internet yang dimaksudkan, tetapi juga melalui media elektronik lainnya, seperti facsimile, telex, EDI dan telepon.

E-commerce merupakan 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).

Berbagai definisi yang ditawarkan dan dipergunakan oleh berbagai kalangan, terdapat kesamaan dari masing-masing definisi tersebut. Kesamaan tersebut memperlihatkan bahwa *e-commerce* memiliki karakteristik sebagai berikut:

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

2. Ruang Lingkup E-Commerce

Banyak cara untuk mengklasifikasikan transaksi *e-commerce*, salah satunya dengan melihat sifat peserta yang terlibat dalam transaksi *e-commerce*. Tiga kategori

utama dari *e-commerce* adalah bisnis ke konsumen (B2C), bisnis ke bisnis (B2B), dan konsumen ke konsumen (C2C)¹⁷.

- a. Business to Consumer (B2C) *e-commerce* adalah yang paling sering dibicarakan, dimana bisnis online mencoba mendapatkan konsumen. Ada beberapa kategori yang termasuk B2C diantaranya adalah portal, retail online, *content providers*, transaksi pialang, jasa provider, dan komunitas provider
- b. Business to Business (B2B) *e-commerce* adalah dimana bisnis fokus untuk menjual ke bisnis lainnya. B2B adalah transaksi secara elektronik antara entitas atau obyek bisnis yang satu ke obyek bisnis lainnya, disebut juga transaksi antar perusahaan. Transaksinya menggunakan EDI dan email untuk pembelian barang dan jasa, informasi & konsultasi.
- c. Consumer to Consumer (C2C) *e-commerce* menyediakan kemudahan bagi sesama konsumen untuk saling menjual dengan bantuan pasar online seperti *eBay*. Dalam C2C *e-commerce*, konsumen menyediakan produk untuk masuk ke pasar, menempatkan produk untuk dijual, dan mengandalkan pengelola pasar untuk membuat katalog, mesin pencari, dan kejelasan transaksi sehingga produk bisa dipamerkan dan ditemukan dengan mudah, kemudian dibayarkan.

3. Pelaku Dan Komponen *E-Commerce*

Beberapa komponen dalam *e-commerce* yaitu:

1. Internet; termasuk internet, intranet, dan extranet. Internet adalah pondasi *e-commerce* dan pembawa informasi bisnis komersial
2. Pengguna *e-commerce*; termasuk konsumen personal dan bisnis. Konsumen bisnis bisa terdiri dari para staf, kekayaan, barang, dan produksi
3. *Authentication Authority: Authentication Authority* (CA) adalah kuasa yang diakui oleh hukum, dan bertanggungjawab terhadap pengedaran dan

¹⁷Chriswan Sungkono, *Sistem Informasi Manajemen*, edisi 10, (Jakarta: Salemba Empat, 2008), h. 55

- mengums sertifitat digital dan memfasilitasi semua pihak yang termasuk di dalam perdagangan online untuk saling mengenal satu sama lain
4. Pusat distribusi, adalah pihak yang bertanggungjawab mengirimkan barang yang tidak bisa dikirimkan secara online kepada konsumen untuk menjaga aliran yang baik
 5. Bank online, yang menyediakan bisnis tradisional bank kepada pihak penjual dan pembeli seperti penyelesaian, dan jasa perputaran waktu
 6. Administrasi aktifitas komersial, terutarna terdiri dari departemen industri, kustom, pajak, dan perdagangan.

Mengingat perjanjian transaksi dilakukan melalui media internet, maka perlu diketahui beberapa pihak yang terlibat di dalamnya:¹⁸

- a. Penyedia jasa Internet (*Internet Service Provider/ ISP*). ISP adalah pemilik ruang elektronik yang disebut website/keybase yang terdiri dari site yang satu dengan lainnya dapat dibedakan. ISP dipasarkan melalui penyalur jasa internet.
- b. Pengembang (*intellectual agent*), yaitu pelaku bisnis yang mengadakan kontrak langsung dengan ISP. ISP dan pengembang ini harus online 24 jam sehari dan tujuh hari dalam seminggu agar dapat dikunjungi customer dengan mudah.
- c. Customer atau pemakai.

2. Piranti Pengaman pada *E-Commerce*

Internet sebagai tempat transaksi berlangsung dihadapkan pada banyak ancaman keamanan, baik dalam hal komunikasi dan transaksi. Ancaman ini membuat para konsumen ragu untuk menggunakan internet untuk bertransaksi dimana uang dan informasi pribadi diperlukan. Untuk itulah internet secara berkala meningkatkan keamanan untuk melawan ancaman ini. Seiring dengan perkembangan zaman dan

¹⁸Abdul Ghofur Anshori, *Pokok-Pokok Hukum Perjanjian Islam di Indonesia*, (Yogyakarta: Citra Media, 2006), h. 40

teknologi, pengamanan internet telah memformuliskan beberapa solusi untuk menghadapi ancaman tersebut, diantaranya:¹⁹

- a. *Encryption* (penggunaan sandi)
- b. *Digital Signatures*
- c. *Digital certificates and certificate authorities*
- d. *Secure Socket Layer (SSL)*
- e. *Secure Electronic Transactions (SET)*
- f. *Firewalls* (access control),
- g. *Virtual private networks*

Sehubungan dengan pengamanan pada mekanisme pembayaran, internet telah dilengkapi dengan beberapa sistem pengamanan seperti:²⁰

- a. *Secure Socket Layer (SSL)*, yang dikembangkan oleh *Netscape Communication* untuk memberi pengamanan pada interaksi browser dengan web server. SSL membangun channel pengamanan komunikasi antara dua komputer. SSL juga memungkinkan kedua belah pihak untuk mengecek integritas data dan mengoptimalkan keaslian data masing-masing. Dalam konteks pembayaran elektronik, SSL memudahkan para pemegang kartu untuk menyerahkan detail pembayarannya kepada server merchant dengan aman.
- b. *Transport Layer Security (TLS)* bisa dilihat sebagai pengembangan dari SSL. Baik SSL dan TLS menyediakan pembuktian keaslian, kerahasiaan dan integritas, melindungi terhadap gangguan pesan, penyadapan, dan penipuan. Perbedaan yang mencolok antara SSL dan TLS terletak pada prosedur *handshaking*.
- c. *Secure Electronic Transaction (SET)*. Pada tahun 1996, Visa dan Mastercard mengembangkan protokol SET. SET didesain untuk menyediakan transaksi elektronik terpercaya yang akan memberi keamanan pada semua pihak yang

¹⁹Haris Faulidi Asnawi, *Transaksi Bisnis E-Commerce Perspektif Islam*, (Yogyakarta: Magistra Insania Press, 2004), h. 88

²⁰Haris Faulidi Asnawi, *Transaksi Bisnis E-Commerce Perspektif Islam*, (Yogyakarta: Magistra Insania Press, 2004), h. 90

melakukan transaksi. Lebih lanjut, menurut spesifikasi SET ada beberapa kebutuhan bisnis perlu ditangani diantaranya keamanan pengiriman informasi pemesanan dan pembayaran, integritas data setiap transaksi, keaslian bahwa konsumen adalah pemegang kartu dan keaslian bahwa pihak penjual benar-benar bisa menerima jenis pembayaran tersebut.

5. Prinsip-Prinsip Ekonomi Syariah

Prinsip-prinsip ekonomi syariah yang merupakan bangunan ekonomi Islam didasarkan atas lima nilai universal yakni : tauhid (keimanan), 'adl (keadilan), nubuwah (kenabian), khilafah (pemerintah) dan ma'ad (hasil). Kelima nilai ini menjadi dasar inspirasi untuk menyusun teori-teori ekonomi Islam.²¹ Nilai-nilai filosofis yang ada dalam ekonomi Islam merupakan fondasi dari munculnya prinsip-prinsip ekonomi Islam yang menjadi acuan dalam seluruh aktivitas ekonomi dalam Islam. Namun teori yang kuat dan baik tanpa diterapkan menjadi sistem, akan menjadikan ekonomi Islam hanya sebagai kajian ilmu saja tanpa memberi dampak pada kehidupan ekonomi.

Lima nilai-nilai universal tersebut, dibangunlah tiga prinsip derivatif yang menjadi ciri-ciri dan cikal bakal sistem ekonomi Islami. Ketiga prinsip derivatif itu adalah *multitype ownership*, *freedom to act*, dan *social justice*. Di atas semua nilai dan prinsip yang telah diuraikan di atas, dibangunlah konsep yang memayungi kesemuanya, yakni konsep Akhlak. Akhlak menempati posisi puncak, karena inilah yang menjadi tujuan Islam dan dakwah para Nabi, yakni untuk menyempurnakan akhlak manusia. Akhlak inilah yang menjadi panduan para pelaku ekonomi dan bisnis dalam melakukan aktivitasnya. Nilai-nilai Tauhid (keEsaan Tuhan), 'adl (keadilan), nubuwah (kenabian), khilafah (pemerintah, dan ma'ad (hasil) menjadi inspirasi untuk membangun teori-teori ekonomi Islam.

²¹Adiwarman Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, (Jakarta: III T, 2002),h.17

Berikut prinsip-prinsip ekonomi islam yaitu :²²

1. Tauhid

Tauhid merupakan pondasi ajaran Islam. Dengan tauhid, manusia menyaksikan bahwa “Tiada sesuatupun yang layak disembah selain Allah dan “tidak ada pemilik langit, bumi dan isinya, selain daripada Allah” karena Allah adalah pencipta alam semesta dan isinya dan sekaligus pemiliknya, termasuk pemilik manusia dan seluruh sumber daya yang ada. Karena itu, Allah adalah pemilik hakiki. Manusia hanya diberi amanah untuk memiliki untuk sementara waktu, sebagai ujian bagi mereka.

Segala sesuatu dalam Islam, yang ada tidak diciptakan dengan sia-sia, tetapi memiliki tujuan. Tujuan diciptakannya manusia adalah untuk beribadah kepada-Nya. Karena itu segala aktivitas manusia dalam hubungannya dengan alam dan sumber daya serta manusia (mu’amalah) dibingkai dengan kerangka hubungan dengan Allah. Karena kepada-Nya manusia akan mempertanggungjawabkan segala perbuatan, termasuk aktivitas ekonomi dan bisnis.²³

2. Nubuwwah

Sifat rahim dan kebijaksanaan Allah, manusia tidak dibiarkan begitu saja di dunia tanpa mendapat bimbingan. Karena itu diutuslah para Nabi dan Rasul untuk menyampaikan petunjuk dari Allah kepada manusia tentang bagaimana hidup yang baik dan benar di dunia, dan mengajarkan jalan untuk kembali (taubat) keasal-muasal segala sesuatu yaitu Allah. Fungsi Rasul adalah untuk menjadi model terbaik yang harus diteladani manusia agar mendapat keselamatan di dunia dan akhirat. Untuk umat Muslim, Allah telah mengirimkan manusia model yang terakhir dan sempurna untuk diteladani sampai akhir zaman, Nabi Muhammad Saw.

Sifat-sifat utama sang model yang harus diteladani oleh manusia pada umumnya dan pelaku ekonomi serta bisnis pada khususnya adalah Sidiq (benar,

²²Ismail, Yulizar D Sanrego, *Falsafah Ekonomi Islam*, (Karya Abadi : Jakarta, 2015), h. 66

²³Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Raja Wali Pers, 2007), h.14-15

jujur), amanah (tanggung jawab, dapat dipercaya, kredibilitas), fathonah (kecerdikan, kebijaksanaan, intelektualitas) dan tabligh (komunikasi keterbukaan dan pemasaran).

3. Khilafah

Khilafah Dalam Al-Qur'an Allah berfirman bahwa manusia diciptakan untuk menjadi khalifah di bumi artinya untuk menjadi pemimpin dan pemakmur bumi. Karena itu pada dasarnya setiap manusia adalah pemimpin. Nabi bersabda: "setiap dari kalian adalah pemimpin, dan akan dimintai pertanggungjawaban terhadap yang dipimpinnya". Ini berlaku bagi semua manusia, baik dia sebagai individu, kepala keluarga, pemimpin masyarakat atau kepala Negara. Nilai ini mendasari prinsip kehidupan kolektif manusia dalam Islam (siapa memimpin siapa). Fungsi utamanya adalah untuk menjaga keteraturan interaksi antar kelompok termasuk dalam bidang ekonomi agar kekacauan dan keributan dapat dihilangkan, atau dikurangi.

Pemerintah dalam Islam memainkan peranan yang kecil tetapi sangat penting dalam perekonomian. Peran utamanya adalah untuk menjamin perekonomian agar berjalan sesuai dengan syari'ah, dan untuk memastikan tidak terjadi pelanggaran terhadap hak-hak manusia. Semua ini dalam kerangka mencapai tujuan-tujuan syari'ah untuk memajukan kesejahteraan manusia. Hal ini dicapai dengan melindungi keimanan, jiwa, akal, kehormatan, dan kekayaan manusia.

Status khalifah atau pengembalian amanat Allah itu berlaku umum bagi semua manusia, tidak ada hak istimewa bagi individu atau bangsa tertentu sejauh berkaitan dengan tugas kekhalifahan itu. Namun tidak berarti bahwa umat manusia selalu atau harus memiliki hak yang sama untuk mendapatkan keuntungan dari alam semesta itu. Mereka memiliki kesamaan hanya dalam hal kesempatan, dan setiap individu bisa mendapatkan keuntungan itu sesuai dengan kemampuannya. Individu-individu diciptakan oleh Allah dengan kemampuan yang berbeda-beda sehingga mereka secara instinktif diperintahkan untuk hidup

bersama, bekerja bersama, dan saling memaafkan keterampilan mereka masing-masing.

Tidak berarti bahwa Islam memberikan superioritas (kelebihan) kepada majikan terhadap pekerjaannya dalam kaitannya dengan harga dirinya sebagai manusia atau dengan statusnya dalam hukum. Hanya saja pada saat tertentu seseorang menjadi majikan dan pada saat lain menjadi pekerja. Pada saat lain situasinya bisa berbalik, mantan majikan bisa menjadi pekerja dan sebagainya dan hal serupa juga bisa diterapkan terhadap budak dan majikan.

4. Kebebasan individu

Seringkali diterjemahkan sebagai kebangkitan tetapi secara harfiah ma'ad berarti kembali. Dan kita semua akan kembali kepada Allah. Hidup manusia bukan hanya di dunia, tetapi terus berlanjut hingga alam akhirat. Pandangan yang khas dari seorang Muslim tentang dunia dan akhirat dapat dirumuskan sebagai: "Dunia adalah ladang akhirat". Artinya dunia adalah wahana bagi manusia untuk bekerja dan beraktivitas (beramal shaleh), namun demikian akhirat lebih baik daripada dunia. Karena itu Allah melarang manusia hanya untuk terikat pada dunia, sebab jika dibandingkan dengan kesenangan akhirat, kesenangan dunia tidaklah seberapa.

Individu memiliki kesamaan dalam hal harga diri sebagai manusia. Perbedaan tidak bisa diterapkan berdasarkan warna kulit, ras, kebangsaan, agama, jenis kelamin atau umur. Hak-hak dan kewajiban- kewajiban ekonomik setiap individu disesuaikan dengan kemampuan yang dimilikinya dan dengan peranan-peranan normatif masing-masing dalam struktur sosial. Berdasarkan hal inilah beberapa perbedaan muncul antara orang-orang dewasa, di satu pihak, dan orang jompo atau remaja di pihak lain atau antara laki-laki dan perempuan. Kapan saja ada perbedaan-perbedaan seperti ini, maka hak-hak dan kewajiban-kewajiban mereka harus diatur sedemikian rupa, sehingga tercipta keseimbangan.

Islam tidak mengakui adanya kelas-kelas sosio-ekonomik sebagai sesuatu yang bertentangan dengan prinsip persamaan maupun dengan prinsip

persaudaraan (ukhuwah). Kekuatan ekonomi berbeda dengan kekuatan sosio-politik, karena adanya fakta bahwa tujuan-tujuan besar dan banyak rinciannya ditekankan dalam Al-Qur'an dan Sunnah, dan arena di lestarikannya metode-metode yang digunakan oleh umat Muslim untuk menetapkan hukum mengenai hal-hal rinci yang tidak ditentukan sebelumnya dinilai sebagai kebaikan dan kemalasan dinilai sebagai kejahatan.

Ibadah yang paling baik adalah bekerja, dan pada saat yang sama bekerja merupakan hak dan kewajiban .kewajiban masyarakat dan badan yang mewakilinya adalah menyediakan kesempatan-kesempatan kerja kepada para individu. Buruh yang bekerja secara manual layak mendapatkan pujian sebagaimana diriwayatkan Nabi Saw.Pernah mencium tangan orang bekerja seperti itu.Monastisismedan asketisisme sangat dilarang dalam Islam; Nabi Saw. Diriwayatkan pernah bersabda bahwa orang-orang yang menyediakan makanan dan keperluan- keperluan lain untuk dirinya (dan keluarganya) lebih baik menghabiskan waktunya untuk beribadah tanpa mencoba berusaha mendapatkan penghasilan untuk kehidupannya sendiri.

Sebagai konsekuensinya, menjadi Imam sholat dan berkhotbah dalam Islam merupakan pekerjaan suka rela yang tidak perlu dibayar. Nabi Saw. Pernah memohon kepada Allah Swt. Untuk berlindung diri agar beliau, antara lain, tidak terjangkau penyakit lemah dan malas.Kehidupan adalah proses dinamis menuju peningkatan. Ajaran Islam memandang kehidupan manusia didunia ini seolah berpacu dengan waktu.Umur manusia sangat terbatas dan banyak sekali peningkatan yang harus dicapai dengan rentan waktu yang sangat terbatas ini.kebaikan dan kesempurnaan merupakan tujuan dalam proses ini. Nabi Saw pernah menyuruh seorang penggalian kubur untuk memperbaiki lubang yang dangkal disuatu kuburan meskipun hanya permukaannya saja.

Beliau menetapkan aturan bahwa “Allah menyukai orang yang bila dia melakukan suatu pekerjaan, maka ia harus melakukannya dengan cara yang sangat baik.

5. Keadilan

Allah adalah pencipta segala sesuatu, dan salah satu sifat-Nya adalah adil. Dia tidak membeda-bedakan perlakuan terhadap makhluk-Nya secara dzalim. Manusia sebagai khalifah di muka bumi harus memelihara hukum Allah di bumi dan menjamin bahwa pemakaian segala sumber daya diarahkan untuk kesejahteraan manusia, supaya semua mendapat manfaat daripadanya secara adil dan baik. Dalam banyak ayat, Allah memerintahkan manusia untuk berbuat adil. Islam mendefinisikan adil sebagai tidak menzalimi dan tidak dizalimi. Implikasi ekonomi dari nilai ini adalah bahwa pelaku ekonomi tidak dibolehkan untuk mengejar keuntungan pribadi bila hal itu merugikan orang lain atau merusak alam. Tanpa keadilan, manusia akan terkotak-kotak dalam berbagai golongan.

Golongan yang satu akan menzalimi golongan yang lain, sehingga terjadi eksploitasi manusia atas manusia. Masing-masing berusaha mendapatkan hasil yang lebih besar daripada usaha yang dikeluarkannya karena kerakusannya. Keadilan dalam hukum Islam berarti pula keseimbangan antara kewajiban yang harus dipenuhi oleh manusia (mukallaf) dengan kemampuan manusia untuk menunaikan kewajiban itu. Di bidang usaha untuk meningkatkan ekonomi, keadilan merupakan “nafas” dalam menciptakan pemerataan dan kesejahteraan, karena itu harta jangan hanya saja beredar pada orang kaya, tetapi juga pada mereka yang membutuhkan.²⁴

²⁴Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Raja Wali Pers, 2007), h. 16

H. Metode Penelitian

Metode penelitian menggambarkan proses yang dilalui peneliti dalam mengumpulkan, menganalisis, dan menafsirkan data sehingga dapat diperoleh temuan penelitian. Metode penelitian yang digunakan dalam skripsi ini merujuk pada pedoman penulisan Karya Ilmiah (Makalah dan Skripsi) yang diterbitkan IAIN Parepare tahun 2020, tanpa mengabaikan buku-buku metodologi lainnya. Metode penelitian dalam buku tersebut mencakup beberapa bagian, yakni jenis penelitian, fokus penelitian, jenis dan sumber data yang digunakan, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.²⁵

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian pustaka (*Library Research*). Penelitian ini dilakukan dengan bersumber pada data-data kepustakaan, dengan menganalisis konsep *e-commerce*, serta buku-buku, jurnal, maupun karya-karya ilmiah yang berhubungan dengan fokus penelitian. Pendekatan yang digunakan oleh peneliti adalah kualitatif karena berdasarkan dari kejadian yang terjadi dalam masyarakat.

2. Pendekatan Penelitian

Fokus dalam penelitian ini adalah mengidentifikasi variabel atau komponen utama dalam konsep *e-commerce* perspektif ekonomi syariah. Penelitian ini juga memberikan sebuah skema pengembangan *e-commerce* dalam perpektif ekonomi syariah.

3. Jenis Data

Jenis data yang digunakan untuk mengumpulkan data maupun informasi dalam penelitian ini adalah data Primer dan data sekunder.

²⁵Tim Penyusun, Pedoman Penulisan Karya Ilmiah (Makalah dan Skripsi), edisi revisi (Parepare: STAIN Parepare, 2013, h.30-36)

i. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari objek yang akan diteliti.²⁶ Data primer dalam penelitian ini bersumber langsung dari beberapa jurnal yang menjadi pegangan dalam mempelajari ilmu ekonomi khususnya buku-buku mengenai konsep *e-commerce* dalam perspektif ekonomi syariah. Adapun jurnal yang dimaksud yaitu :

1. Jurnal El Barka dari Luckman. E. yang berjudul *Model E-Commerce di Indonesia*.
2. Jurnal Dwi Kurniawati Annisa yang berjudul *Transaksi E-Commerce dalam Perspektif Islam*.
3. Jurnal IAIN Padangsidempuan dari Dasopang Nur Sania yang berjudul *Jual Beli Online Dalam Perspektif Hukum Islam*.
4. Jurnal Pemikiran Hukum Islam dari Ashabul Fadhli dengan judul *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Penerapan Akad As-Salam Dalam Transaksi E Commerce*.
5. Jurnal dari Faulidi Asnawi Haris yang berjudul *Transaksi Bisnis E-Commerce Perspektif Islam*.
6. Jurnal *Dinamika Hukum* dari Masdurohatun Anis yang berjudul *Tantangan Ekonomi Syariah Dalam Menghadapi Masa Depan Indonesia di Era Globalisasi*.

ii. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan dari sumber-sumber yang telah ada.²⁷ Peneliti akan mengumpulkan data dan informasi yang berkaitan dengan *e-commerce* perspektif ekonomi syariah yang telah ada sebelumnya baik itu berupa jurnal, skripsi, tesis maupun disertasi.

²⁶ Nasution, *Metodologi, Research (Penelitian Ilmiah)*, (Cet.9; jakarta:Bumi Aksara,2007), h.145

²⁷Hasan, M. Iqbal, *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, (Ghalia Indonesia:2002)

4. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah teknik kepustakaan, dimana peneliti mengumpulkan data dan informasi dari buku-buku ataupun sumber kepustakaan lainnya. Oleh sebab itu buku-buku atau referensi yang digunakan harus sesuai dengan fokus penelitian. Kemudian peneliti membaca sumber referensi yang digunakan tentang konsep *e-commerce*. Setelah itu diklasifikasikan sesuai kebutuhan dan menurut kelompoknya masing-masing secara sistematis, sehingga memudahkan dalam proses analisis.²⁸

5. Metode Pengolahan Data

Adapun metode yang digunakan dalam menganalisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Metode Induksi

Metode Induksi dilakukan dengan menganalisa data yang bertitik tolak dari hal-hal yang bersifat khusus kemudian dapat diperoleh hasil kesimpulan umum.

b. Metode Deduksi

Metode deduksi dilakukan dengan penganalisan data yang bertitik tolak dari hal-hal yang bersifat umum untuk memperoleh suatu kesimpulan yang bersifat khusus dan dapat dipertanggungjawabkan.

c. Metode Komparatif

Metode komparatif dilakukan dengan membandingkan suatu pandangan dengan pandangan lain guna menemukan suatu persamaan atau perbedaan²⁹

²⁸Kaelan, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Paradigma, 2005), h.58

²⁹Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), h.58

BAB II

E-COMMERCE DALAM EKONOMI SYARIAH

A. Pengertian *E-Commerce* dalam Ekonomi Syariah

Secara umum, *e-commerce*³⁰ adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang atau jasa melalui sistem elektronik seperti internet, televisi, www, atau jaringan umum lainnya yang kemungkinan seluruh dunia bisa melihatnya. Sedangkan, menurut para ahli :

1. Kotler & Armstrong, *e-commerce* adalah saluran online yang dapat dijangkau seseorang melalui *computer*, yang digunakan oleh pebisnis dalam melakukan aktifitas bisnisnya dan digunakan konsumen untuk mendapatkan informasi dengan menggunakan bantuan *computer* yang dalam prosesnya diawali dengan memberi jasa informasi pada konsumen dalam penentuan pilihan.
2. Menurut Wong, *e-commerce* adalah proses jual beli dan memasarkan barang serta jasa melalui sistem elektronik, seperti radio, televisi dan jaringan komputer atau internet.
3. Menurut Baum³¹ *e-commerce* adalah *e-commerce is dynamic set of technologies, applications, and business process that link enterprises, customers, and communities through electronic transactions and electronic exchange of goods, services and information*".

E-commerce dalam ekonomi syariah disebut *bai as-salam*. Salam sinonim dengan *salaf*³². Dikatakan *aslama ats-tsauba lilkhayath*, artinya iya memberikan atau

³⁰Dedi Riswandi, *Transaksi On-Line (E-Commerce) : Peluang Dan Tantangan Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, (Jurnal Econetica Vol.1 No.1 Mei 2019), h. 25

³¹Dedi Riswandi, *Transaksi On-Line (E-Commerce) : Peluang Dan Tantangan Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, (Jurnal Econetica Vol.1 No.1 Mei 2019), h. 26

³²Salaf adalah tiga generasi muslim awal yaitu para sahabat, tabi'in dan tabi'ut tabi'in. Kemudian istilah *salaf* ini dijadikan sebagai satu-satunya sandaran *manhaj* (metode) dalam memahami (dua) sumber hukum agama Islam yang benar, yang mengikuti pembawa ajaran sebelumnya hingga sampai ke Rasulullah secara autentik. Maka Metode ini mengajarkan syariat Islam secara murni (pemahaman dan amalan murid-murid Rasulullah) tanpa adanya tambahan dan pengurangan manusia manapun setelah tiga generasi yang disebut terbaik oleh Allah dan Rasul-nya, inilah hakikat Salafiyah. Seseorang yang pemahaman dasar dan metodenya mengikuti tiga generasi

menyerahkan pakaian untuk dijahit. Dikatakan salam karena orang yang memesan menyerahkan harta pokoknya dalam majelis. Dikatakan salam karena ia menyerahkan uang terlebih dahulu sebelum menerima barang dagangannya. Salam termasuk kategori jual beli yang sah jika memenuhi persyaratan keabsahan jual beli pada umumnya.

1. Shofiyullah Mz., menjelaskan bahwa *e-commerce* merupakan sebuah transaksi (muamalah) antara pembeli (*musytari*) dengan penjual (*ba-i*) tanpa ada pertemuan fisik (*khiyar majlis*) dengan menggunakan peralatan teknologi yang berbasis teknologi informasi dan komunikasi.
2. Dimayuddin Djuani mengatakan dalam bukunya Pengantar *Fiqh Muamalah* bahwa *ba'i salam* adalah akad jual beli barang pesanan di antara pembeli (muslam) dengan penjual (muslam ilaih). Spesifikasi dan harga barang pesanan harus sudah disepakati di awal akad, sedangkan pembayaran dilakukan di muka secara penuh.
3. Ahmad Wardi Muslich dalam bukunya *Fiqh Muamalat* mengambil beberapa pendapat, menurut Kamaluddin bin Al-Hamman dari mazhab Hanafi mengatakan bahwa sesungguhnya pengertian *salam* menurut syara' adalah jual beli tempo tunai. Pendapat kedua, dari Syafi'iyah dan Hanabilah memberikan definisi bahwa *salam* suatu akad atas barang yang disebutkan sifatnya dalam perjanjian dengan pengerahan tempo dengan harga yang diserahkan di majelis akad.³³
4. Malikiyah memberikandefinisi bahwa *salam* adalah jual beli dimana modal (harga) dibayar di muka, sedangkan barang diserahkan dibelakang. Dari beberapa definisi yang dikemukakan oleh ulama mazhab tersebut dapat diambil intisari bahwa salam adalah salah satu bentuk jual beli dimana uang harga barang

tersebut di atas, ini disebut *Salafy (as-Salafy)*, jamaknya adalah *Salafiyyun (as-Salafiyyun)*, <https://id.wikipedia.org/wiki/Salaf> (11 Oktober 2021), h. 30

³³Hasan Ayyub, *Fiqh Mu'amalah al-Maliyyah*. (Kairo: Dar al-Islam. 1423 H), h. 99

dibayarkan secara tunai, sedangkan barang yang dibeli belum ada, hanya sifat-sifat, jenis, dan ukurannya sudah disebutkan pada waktu perjanjian dibuat.³⁴

Terdapat beberapa pendapat yang diperoleh beberapa persamaan karakteristik *e-commerce* yaitu: terjadi transaksi antara dua pihak, terjadi pertukaran produk (barang maupun jasa), serta terdapat media atau perantara internet pada proses transaksi tersebut. Beberapa karakteristik *e-commerce* yang telah disebutkan dapat dibuat suatu kesimpulan bahwa pada dasarnya *e-commerce* merupakan suatu transaksi jual-beli produk (barang ataupun jasa) melalui media internet. Penggunaan media internet mengakibatkan transaksi *e-commerce* dapat berlangsung dimana saja dan kapan saja (selama koneksi internet tidak terputus) tanpa mengenal batas waktu dan ruang, sehingga Blut, menyatakan bahwa kekuatan *e-commerce* seakan memungkinkan untuk mampu menghilangkan hambatan-hambatan geofisika.

Jual beli sendiri masuk kedalam kegiatan muamalah didalam ajaran agama Islam. Hukum dasar muamalah adalah *Al- Ibahah* (boleh) selama tidak ada dalil yang melarangnya. Oleh sebab itu, dasar hukum jual beli online sama seperti jual beli dan akad *As-Salam* yaitu diperbolehkan dalam agama islam. Dalam jual beli baik online maupun offline ada yang halal dan ada juga yang haram. Jual beli salam adalah suatu benda yang disebutkan sifatnya dalam tanggungan atau memberi uang di depan secara tunai, barangnya diserahkan kemudian hari atau waktu yang telah ditentukan.³⁵

Menurut ulama *syafi'iyah* akad salam boleh ditanggungkan hingga waktu tertentu dan juga boleh diserahkan secara tunai. Secara lebih rinci salam didefenisikan dengan bentuk jual beli dengan pembayaran dimuka dan penyerahan barang di kemudian hari (*advanced payment* atau *forward buying* atau *future sale*) dengan harga, spesifikasi, jumlah, kualitas, tanggal dan tempat penyerahan yang jelas, serta disepakati sebelumnya dalam perjanjian. Oleh karena itu, dalam ekonomi syariah *e-commerce* dapat disinonimkan dengan salam.

³⁴Adiwarman Karim. *Bank Islam, Analisis Fiqh dan Keuangan*. (Jakarta: Raja Grafindo, 2008), h. 57

³⁵Nur Sania Dasopang, *Jual Beli Online Dalam Perspektif Hukum Islam*, (Padangsidempuan : IAIN Padangsidempuan, 2021), h. 55

B. Bentuk Transaksi *E-Commerce* Dalam Ekonomi Syariah

Bisnis online (dalam hal ini ialah *e-commerce*), terdapat 3 peran penting yaitu : konsumen (C) sebagai pengguna barang atau jasa, produsen atau perusahaan (B) sebagai pelaku bisnis dan yang terakhir ialah pemerintah (G) sebagai pemangku kebijakan.³⁶ Bentuk transaksi *e-commerce* dalam ekonomi syariah adalah sebagai berikut :

1. B2B (*Business To Business*) adalah jenis interaksi yang dilakukan antar produsen/perusahaan/pelaku bisnis, biasanya berupa kesepakatan guna kelancaran bisnis kedua belah pihak
2. B2C (*Business to Consumer*) yaitu pada interaksi ini, terdapat aktivitas secara langsung antara produsen atau pelaku bisnis dengan konsumen
3. C2C (*Consumer to Consumer*) yaitu Interaksi jenis ini melibatkan konsumen sebagai individu dengan konsumen yang lain
4. C2B (*Consumer to Business*) yaitu jenis interaksi yang terjadi ketika konsumen secara individu membentuk atau menciptakan suatu nilai yang akan digunakan pada proses bisnis.
5. B2G (*Business to Government*) yaitu interaksi jenis ini memiliki kemiripan dengan jenis *Business to Business*, hanya saja pada jenis B2G terdapat interaksi antara instansi pemerintah dengan para pelaku bisnis.
6. G2C (*Government to Consumer*) yaitu Interaksi jenis ini merupakan interaksi yang terjadi antara masyarakat sebagai konsumen dengan pemerintah. Pelayanan dari instansi pemerintahan dapat dengan mudah dijangkau oleh masyarakat sebagai konsumen pada interaksi jenis ini.

Di Indonesia sendiri, terdapat berbagai macam karakteristik masyarakat yang menggunakan bentuk transaksi yang telah dipaparkan diatas. Jika dihubungkan

³⁶Richard Sandhusen, *Marketing E-Commerce*, (Hauppauge, New York: Barron's Educational Series, 2008), h. 55

dengan bentuk transaksi diatas, maka ada beberapa variasi transaksicommerce yang seringkali digunakan di Indonesia.Beberapa jenis variasi tersebut dapat dilihat pada tabel berikut.

No	Jenis <i>E-Commerce</i>	Keterangan	Jenis Interaksi
1.	<i>Listing/Iklan</i> Baris	Jenis ini merupakan suatu jenis platform yang memudahkan bagi individu atau pelaku bisnis dengan penjualan produk berkuantitas kecil. Barang yang akan dijual dapat dipasang tanpa biaya. Lebih lanjut, adanya iklan premium menjadi sumber pendapatan bagi e-commerce jenis ini. Contoh: OLX, berniaga.com	C2C atau B2C
2.	Online Marketplace	Pada jenis ini, selain barang dagangan produsen dipromosikan, suatu website juga telah menyediakan fasilitas transaksi uang sebagai alat pembayaran secara online. Contoh: tokopedia.com, bukalapak.com	C2C
3.	Shopping Mall	Jika seorang produsen telah memiliki suatu <i>brand</i> ternama, jenis <i>e-commerce</i> ini tampaknya cocok untuk digunakan. Jenis ini memiliki karakteristik yang hampir sama dengan jenis <i>online marketplace</i> hanya saja pada jenis ini seorang produsen wajib memiliki <i>brand</i> yang telah populer. Hal ini dikarenakan terdapat suatu sistem verifikasi pada <i>e-</i>	B2B atau B2C

		<i>commerce</i> jenis ini. Contoh: blibli.com, zalora.com, shopee.com	
4.	Toko Online	Dibandingkan dengan jenis <i>e-commerce</i> lainnya, jenis ini dirasa cukup sederhana bagi para pemula. Dengan memiliki stok produk yang akan dijual, penjual dapat membuka suatu toko online dengan menggunakan <i>domain</i> pribadi. Selanjutnya, produk tersebut dapat dijual kepada pembeli <i>via online</i> . Contoh: wearingklamby.com, elizabeth.co.id	B2C
5.	Toko online di media sosial	Ciri dari <i>e-commerce</i> jenis ini ialah menggunakan fitur dari sosial media yang mereka miliki. Sosial media tersebut dapat berupa facebook, instagram, maupun whatsapp. Barang yang akan dijual dipromosikan menggunakan feed yang ada di instagram ataupun ditampilkan di beranda facebook. Contoh: Siapapun yang berjualan dengan media social.	C2C
6.	Jenis website <i>crowdsourcing</i> dan <i>crowdfunding</i>	<i>E-commerce</i> jenis ini dapat dimanfaatkan bagi suatu <i>platform</i> dimana orang-orang dapat dikumpulkan untuk suatu tujuan tertentu, misalnya untuk sebuah penggalangan dana. Contoh: kitabisa.com, wujudkan.com	C2B

E-commerce memungkinkan untuk meningkatkan keseluruhan nilai bisnis perusahaan. Maka, sangat perlu untuk memahami ciri-ciri dan bentuk transaksi *e-commerce* yang berbeda-beda. Namun, biaya kesempatan bisa terjadi, jika strategi lokal tidak cocok untuk pasar baru, perusahaan bisa kehilangan pelanggan potensial. Ada juga beberapa bisnis online yang menggunakan beberapa model bisnis di atas pada saat bersamaan. Contohnya bentuk bisnis yang memiliki toko-toko online B2C mereka sendiri serta marketplace yang memverifikasi penjualnya terlebih dahulu.³⁷ Membandingkan situs *e-commerce* satu dengan yang lainnya hanya dapat dilakukan apabila mereka memiliki model bisnis yang serupa.

Kontrak/akad dalam Islam mengenai transaksi jual beli, terdapat beberapa diantaranya seperti: *bai' as-salam*, *bai' al-istisna*, dan *bai' muajjal*³⁸. Penjelasan mengenai ketiga akad dalam Islam tersebut adalah sebagai berikut:

1. *Bai' as-salam* merupakan suatu perjanjian jual beli dengan pembayaran lunas di muka sedangkan barang dikirimkan kemudian. *As-salam* atau disebut juga *as-salaf* merupakan jual beli dengan pembayaran disegerakan sedangkan penyerahan barang ditangguhkan, lebih lanjut dijelaskan bahwa *as-salam* mengandung makna penyerahan.³⁹
2. *Bai' al-istisna* merupakan suatu perjanjian dimana pembeli memberi order atau pesanan kepada penjual dan akan membayar upah atau harga barang jika pesanan telah dibuat. Jika dilihat dari ketersediaan barang ketika transaksi, maka bentuk *bai' al-istisna* memiliki kesamaan dengan *bai' as-salam* yaitu barang belum tersedia secara konkret. Namun dalam hal pembayaran terdapat perbedaan pada kedua jenis akad tersebut, *bai' as-salam* mengharuskan pembayaran bersifat disegerakan, sedangkan *bai' al-istisna* boleh ditangguhkan ataupun disegerakan sesuai dengan kesepakatan penjual dan pembeli.

³⁷Luckman. E, *Model E-Commerce di Indonesia*, (Jurnal El Barka : 2014), h. 48

³⁸Norazlina Zainul, Fauziah Osman, Siti Hartini Mazlan, *E-Commerce from an Islamic Perspective*, (Electronic Commerce Research and Applications, 2004), h. 280–293.

³⁹Haris Faulidi, *Transaksi Bisnis Ecommerce*, (Yogyakarta : MagistraInsani, 2004), h. 75

3. *Bai' muajjal* merupakan suatu perjanjian dimana pembeli dan penjual keduanya telah sepakat untuk penangguhan pembayaran.

E-commerce cenderung memiliki kesamaan dengan *bai' as-salam* jika ditinjau dari pembayaran yang sifatnya disegerakan dan penyerahan atau pengiriman barang yang sifatnya ditangguhkan. Pada transaksi *e-commerce*, setelah terjadi kesepakatan antara penjual dan pembeli, maka pembeli akan membayar nominal barang yang telah disepakati. Jika pembayaran telah terbukti lunas, maka penjual kemudian mengirimkan barang yang diinginkan oleh pembeli. Sebenarnya Islam merupakan agama yang memudahkan umatnya dalam melakukan transaksi jual beli, hanya saja terdapat beberapa ketentuan yang berlaku di dalam Islam mengenai transaksi jual beli. Islam melarang transaksi jual beli yang mengandung unsur *riba*⁴⁰, *gharar*⁴¹, penipuan⁴², paksaan⁴³ dan *maisir*⁴⁴, dan haram⁴⁵.

Allah berfirman dalam QS. Ali Imran : 130:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Terjemahnya :

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kepada Allah agar kamu beruntung”⁴⁶

⁴⁰*Riba'* diartikan sebagai penetapan bunga atau melebihi jumlah pengembalian yang tidak sesuai dengan harga pokoknya. Rozalinda, *Fikih Ekonomi Syariah*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2017), h. 240

⁴¹*Gharar* merupakan situasi dengan penuh ketidakpastian yang terjadi pada pihak-pihak yang bertransaksi. Ketidakpastian ini menyangkut kualitas, kuantitas, harga, maupun waktu terjadinya transaksi. Rozalinda, *Fikih Ekonomi Syariah*, h. 351

⁴²Penipuan diartikan sebagai suatu situasi dimana salah satu pihak ikut dalam suatu perjanjian dengan harapan memperoleh keuntungan, namun kenyataan malah sebaliknya

⁴³Paksaan didefinisikan sebagai suatu tindakan yang tidak menyenangkan untuk suatu hal yang tidak disetujui oleh orang tersebut. Rozalinda, *Fikih Ekonomi Syariah*, h. 351

⁴⁴*Maisir* merupakan kegiatan bertaruh (baik uang maupun barang) atau secara harfiah dijelaskan bahwa *maisir* ialah memperoleh sesuatu atau keuntungan dengan sangat mudah tanpa bekerja keras. Rozalinda, *Fikih Ekonomi Syariah*, h. 369

⁴⁵Haram diartikan sebagai segala sesuatu yang dilarang. Segala sesuatu yang haram baik itu berupa aktivitas maupun barang, tidak diperbolehkan dilakukan transaksi dalam Islam. Rozalinda, *Fikih Ekonomi Syariah*, h. 292

⁴⁶Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung : CV. Penerbit Jumanatul 'Ali-ART(J-ART), 2004), h. 555

Seperti halnya transaksi konvensional, *e-commerce* maupun *bai' as-salam* memiliki unsur-unsur atau rukun-rukun yang menyebabkan terjadinya transaksi. Secara garis besar terdapat 3 unsur yaitu: pihak-pihak yang bertransaksi, sighat transaksi dan obyek transaksi. Pihak-pihak yang bertransaksi dalam jual beli sudah pasti penjual dan pembeli. Penjual ialah pelaku transaksi yang melakukan transaksi dagang terhadap barang/ produk dagangannya yang kemudian (dalam sistem transaksi *e-commerce*) dipasarkan melalui internet. Sedangkan pembeli ialah pelaku transaksi yang melakukan transaksi dengan cara membeli barang/ produk yang ditawarkan oleh penjual. Ketika melakukan transaksi jual beli, Islam menyarankan kepada penjual untuk senantiasa berlaku amanah, seperti firman Allah dalam QS. An-Nisa Ayat 58 :

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۗ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

Terjemahnya :

“Sungguh, Allah menyuruhmu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia hendaknya kamu menetapkannya dengan adil. Sungguh, Allah sebaik-baik yang memberi pengajaran kepadamu. Sungguh, Allah Maha Mendengar, Maha Melihat.⁴⁷

Seorang penjual juga memiliki hak dalam transaksi jual beli. Penjual berhak untuk menerima pembayaran ketika barang sudah diterima oleh pembeli, penjual juga memiliki hak untuk memaksa pembeli melakukan pembayaran jika memang semua kesepakatan telah dilakukan oleh penjual. Sighat (pernyataan kehendak dari pihak-pihak yang bertransaksi) merupakan suatu keharusan dalam sebuah transaksi jual beli. Jika sighat pada *bai' as-salam* dilakukan dengan cara lisan ataupun tulisan dimana kedua pihak melakukan pertemuan, maka berbeda halnya dengan sighat yang dilakukan pada *e-commerce*.

Pada *e-commerce*, kehendak kedua pihak dilakukan melalui fasilitas internet. Biasanya, penjual melakukan penawaran produk dengan cara menyediakankatalog di

⁴⁷Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung : CV. Penerbit Jumanatul 'Ali-ART(J-ART), 2004), h. 555

website, lapak atau situs komersilnya. Produk yang dijual biasanya juga dilengkapi informasi tentang spesifikasi produk, sehingga pembeli dapat memastikan mengenai produk yang akan dibelinya. Proses penawaran produk seperti ini sudah diterapkan di beberapa jenis website *e-commerce*, salah satu contohnya ialah di shopee.

Proses selanjutnya ialah pembeli dapat melakukan komunikasi dengan penjual melalui aplikasi chat yang disediakan. Pembeli dapat bertanya segala hal mengenai barang yang akan dibeli, tentang ketersediaan barang maupun variasi barang. Setelah terdikesepakatan antara penjual dan pembeli mengenai barang tersebut, maka pembeli dapat melakukan pembayaran dan penjual dapat memproses pengiriman barang. Proses komunikasi dua arah inilah yang pada *e-commerce* disebut *sighat*.⁴⁸

Obyek transaksi merupakan bagian penting dalam transaksi jual beli. Obyek transaksi dapat berupa barang atau jasa yang keberadaannya harus bisa diterima pembeli ketika kesepakatan pihak-pihak yang bertransaksi telah dilaksanakan. Seperti yang telah diuraikan sebelumnya, setelah terjadi kesepakatan antar para pihak, maka pihak pembeli akan melakukan pembayaran sesuai dengan nominal barang yang dibelinya. Proses pembayaran ini dalam *e-commerce* dapat dilakukan melalui sistem *transfer bank*, *cash on delivery* (COD), maupun menggunakan fasilitas kartu kredit. Namun, hal yang perlu diperhatikan dalam penggunaan kartu kredit ialah adanya unsur *riba*’ sehingga proses pembayaran melalui kartu kredit tidak disarankan dalam Islam.

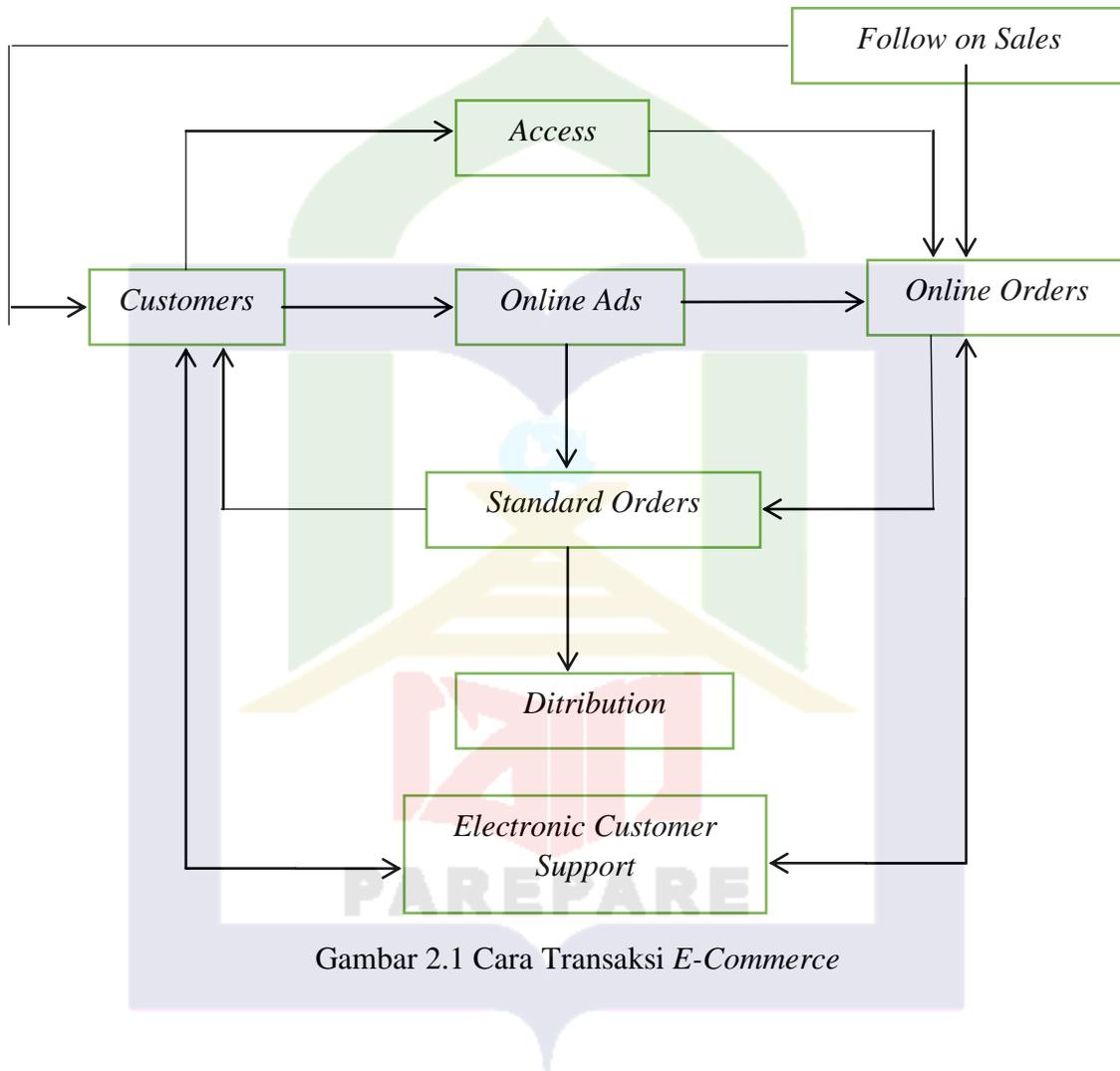
C. Cara Bertransaksi *E-Commerce* dalam Ekonomi Syariah

Ketika melakukan transaksi *e-commerce*, konsumen dapat memilih barang yang akan dikehendakinya dengan menggunakan fasilitas berupa katalog yang disediakan oleh produsen.

Kasus di bawah ini menunjukkan jelas konsumen maupun produsen diuntungkan. Lebih lanjut, jika dilihat dari segi waktu, proses transaksi jual beli menggunakan internet juga lebih cepat. Bayangkan saja jika kita membutuhkan suatu

⁴⁸Ashabul Fadhli, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Penerapan Akad As-Salam Dalam Transaksi E Commerce*, (Mazahib Jurnal Pemikiran Hukum Islam, 2016), h. 19.

barang yang hanya tersedia di suatu daerah X misalnya, maka dengan menggunakan internet kita dapat berbelanja atau mendapatkan barang tersebut hanya dengan bertransaksi lewat smartphone tanpa harus datang ke daerah X (yang secara otomatis juga akan menghemat biaya akomodasi).⁴⁹



Gambar 2.1 Cara Transaksi E-Commerce

⁴⁹Annisa Dwi Kurniawati, *Transaksi E-Commece Dalam Perspektif Islam*, (Jurnal : Volume 02, No. 01 Januari – Juni 2019), h. 78

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa sebagai konsumen (*customers*) kita bisa melihat produk ataupun jasa yang ditawarkan oleh penjual melalui iklan dan juga kita bisa langsung mencari informasi tentang barang yang kita inginkan kemudian melakukan transaksi dengan penjual secara langsung. Secara umum, ketika kita melakukan transaksi jual beli secara *online*, maka terdapat beberapa pihak yang bersangkutan: penjual, pembeli, bank sebagai penyalur dana, serta *provider* yang menyediakan jasa internet. Seorang penjual dapat menawarkan produknya dengan deskripsi produk secara jujur, dan juga memiliki kewajiban untuk menjual barang-barang yang hanya diizinkan menurut Undang-Undang, tidak diperkenankan menjual barang cacat maupun barang yang dilarang oleh Undang-Undang karena hal ini akan merugikan pihak konsumen.

Jika penjual telah selesai menjual produknya, maka dia berhak untuk menerima hasil penjualan dari produk. Sebaliknya, seorang pembeli juga memiliki kewajiban untuk membayar produk yang dibelinya dan juga memberikan identitas asli guna pengiriman barang, jika hal tersebut telah dilakukan maka pembeli berhak untuk menerima barang yang diinginkannya. Lebih lanjut, peran bank ialah sebagai penyedia dana yang menyalurkan dana dari pembeli ke penjual, biasanya dilakukan melalui proses transfer. Yang terakhir, *provider* memiliki peran memberikan layanan untuk mengakses internet guna kelancaran transaksi.

Transaksi *e-commerce* dalam pandangan Islam, sebenarnya memiliki definisi yang hampir sama dengan transaksi konvensional, hanya saja terdapat beberapa aturan dan kewajiban yang harus sesuai dengan prinsip Islam dan diperbolehkan dalam Islam, seperti yang disebutkan dalam QS. Al-Jumuah ayat 10 :⁵⁰

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Terjemahnya :

⁵⁰Shofiyullah, *E-Commerce Dalam Hukum Islam (Studi Atas Pandangan Muhammadiyah Dan NU*, (Jurnal Penelitian Agama :2008), h. 571-585.

Apabila salat telah dilaksanakan, maka bertebaranlah kamu di bumi; carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak agar kamu beruntung.⁵¹

Ayat ini menjelaskan bahwa Allah mengizinkan hamba-Nya untuk melakukan aktivitas apapun selama tidak bertentangan dengan prinsip Islam, termasuk transaksi perdagangan atau jual beli. Namun, dalam melakukan transaksi jual beli seorang muslim harus tetap memegang teguh iman dan takut kepada Allah dalam segala jenis bentuk perdagangan seperti firman Allah QS. Al-Baqarah Ayat 275.⁵²

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 مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Terjemahnya :

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, mereka kekal di dalamnya.

Rana praktek di dunia ekonomi syariah, *salam* merupakan suatu akad jual beli layaknya *murabahah*⁵³. Perbedaan mendasar hanya terletak pada pembayaran serta penyerahan objek yang diperjualbelikan. Dalam akad *salam*, pembeli wajib menyerahkan uang/modal di awal atas objek yang dibelinya, lalu barang diserahkan dalam kurun waktu tertentu. Salam dapat diaplikasikan sebagai bagian dari pembiayaan yang dapat diberikan oleh bank kepada nasabah debitur yang

⁵¹QS. Al-Jumuah Ayat 10

⁵²QS. Al-Baqarah Ayat 275

⁵³Murabahah merupakan akad jual beli dengan modal pokok ditambah keuntungan. Dimana penjual menyebutkan harga pembelian barang (modal) kepada pembeli. Rozalinda, *Fikih Ekonomi Syariah*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2017), h. 218

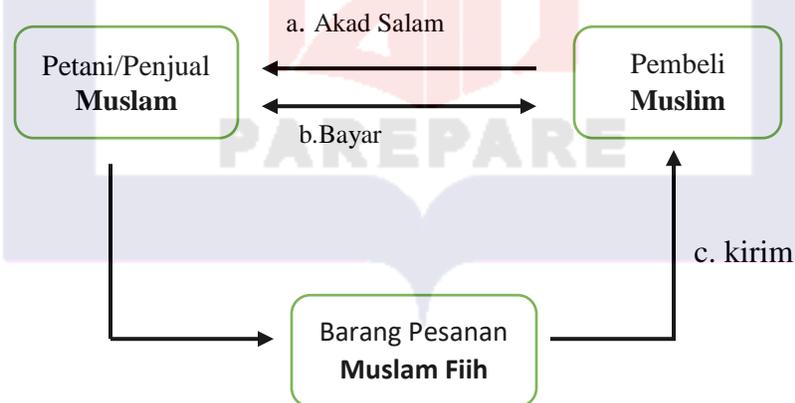
membutuhkan modal guna menjalankan usahanya, sedangkan bank dapat memperoleh hasil dari usaha nasabah lalu menjualnya kepada yang berkepentingan. Ini lebih dikenal dengan salam paralel.

Aplikasi akad *salam* dalam bank, bank bertindak sebagai pembeli, sementara nasabah sebagai penjual. Ketika barang telah diserahkan kepada bank, maka bank akan menjualnya kepada rekanan nasabah atau kepada nasabah itu sendiri secara tunai maupun cicilan. Harga beli bank adalah harga pokok ditambah keuntungan. Pembiayaan ini pada umumnya dilakukan dalam pembiayaan barang yang belum ada, seperti pembelian komoditas pertanian.

Bai as-salam biasanya dipergunakan pada pembiayaan bagi petani dengan jangka waktu yang relatif pendek, yaitu 2-6 bulan. Karena yang dibeli oleh bank adalah barang seperti padi, jagung, dan cabai dan bank tidak berniat untuk menjadikan barang-barang tersebut sebagai simpanan atau *inventory*, maka dilakukan akad *bai as-salam* kedua, misalnya kepada Bulog, pedagang pasar induk, dan grosir. Inilah yang dalam ekonomi syariah dikenal sebagai salam paralel.⁵⁴

Skema fiqih pembiayaan Salam dan salam Paralel dapat digambarkan sebagai berikut :

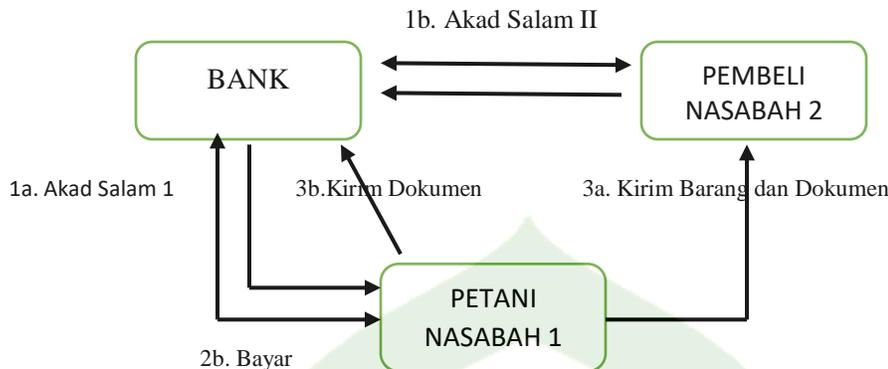
1. Skema Salam Fiqih



Gambar 2.2 Skema Salam Fiqih

⁵⁴Antonio. Muhammad Syafi'ie, *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktek*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), h. 67

2. Skema Salam Paralel



Gambar 2.3 Skema Salam Paralel

Berdasarkan kompilasi SOP serta skema tersebut di atas, tahapan pelaksanaan salam dan salam paralel adalah sebagai berikut :⁵⁵

1. Adanya permintaan barang tertentu dengan spesifikasi yang jelas, oleh nasabah pembeli kepada bank syariah sebagai penjual.
2. *Wa'ad* nasabah untuk membeli barang dengan harga dan waktu tangguh pengiriman barang yang disepakati.
3. Mencari produsen yang sanggup untuk menyediakan barang yang dimaksud (sesuai batas waktu yang disepakati dengan harga yang lebih rendah)
4. Pengikatan I antara bank sebagai penjual dan nasabah sebagai pembeli untuk membeli barang dengan spesifikasi tertentu yang akan diserahkan pada waktu yang telah ditentukan
5. Pembayaran oleh nasabah pembeli dilakukan di awal akad (bisa seluruhnya atau sebagian dan dibayarkan sisanya sebelum barang diterima).
6. Pengikatan II antara bank sebagai pembeli dan nasabah produsen sebagai penjual untuk membeli barang dengan spesifikasi tertentu yang akan diserahkan pada waktu yang telah ditentukan.
7. Pembayaran dilakukan segera oleh bank sebagai pembeli kepada nasabah produsen pada saat pengikatan dilakukan.

⁵⁵Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2007), h. 66

8. Pengiriman barang dilakukan langsung oleh nasabah produsen kepada nasabah pembeli pada waktu yang ditentukan.

Waktu pelaksanaan transaksional *salam* paralel adalah suatu transaksi dimana bank melakukan dua akad *salam* dalam waktu yang sama. Dalam akad *salam* pertama, bank (selaku muslim) melakukan pembelian suatu barang kepada pihak penyedia barang (muslim ilaihi) dengan pembayaran di muka dan pada akad *salam* kedua, bank (selaku muslim ilaihi) menjual lagi kepada pihak lain (muslim) dengan jangka waktu penyerahan yang disepakati bersama. Pelaksanaan kewajiban bank selaku muslim ilaih (penjual) dalam akad *salam* kedua tidak tergantung pada akad *salam* yang pertama.

Adapun syarat-syarat *salam* paralel yang harus dipenuhi, antara lain :⁵⁶

1. Pada *salam* paralel, bank masuk ke dalam dua akad yang berbeda. Pada *salam* pertama bank bertindak sebagai pembeli dan pada *salam* kedua bank bertindak sebagai penjual. Setiap kontrak *salam* ini harus independen satu sama lain.

Contoh: Jika A telah membeli 100 ton beras dari B dengan akad *salam* yang akan diserahkan pada tanggal 1 Juli. A dapat menjual 100 ton beras tersebut kepada C dengan akad *salam* paralel dengan penyerahan pada tanggal 1 Juli juga. Penyerahan beras kepada C tidak boleh tergantung pada penerimaan barang dari B. Jika B tidak mengirim beras pada tanggal 1 Juli, A harus tetap memenuhi untuk mengirim beras 100 ton ke C pada tanggal 1 Juli. A dapat menempuh jalan apa saja atas kelalaian B, tetapi A tetap tidak dapat menghindar dari kewajibannya untuk mengirim beras kepada C sesuai perjanjian. Demikian juga B mengirim barang yang rusak yang tidak sesuai dengan spesifikasi yang telah disepakati, A tetap wajib mengirim barang kepada C sesuai spesifikasi yang telah disepakati bersama.

⁵⁶Irawan.Hermansyah.Abd. Kholik Khoerulloh, *Konsep Ba'i Salam Dan Implementasiya Dalam Mewujudkan Ketahanan Pangan Nasional*, (Jurnal Ekonomi Islam : Vol. VII No. 14 Juli 2020), h. 44

2. Salam paralel hanya boleh dilakukan dengan pihak ketiga. Penjual pada salam pertama tidak boleh menjadi pembeli pada salam paralel karena hal ini akan menjadi kontrak pembelian kembali yang dilarang oleh syariah.



BAB III

SYARAT DAN TUJUAN *E-COMMERCE* DALAM EKONOMI SYARIAH

A. Syarat *E-Commerce* Dalam Ekonomi Syariah

Syarat *e-commerce* secara umum :

1. Memiliki modal sebagai alat pembayaran atas pembelian atau pemesanan barang yang telah diketahui jumlahnya.
2. Barang yang dijual maupun dibeli harus diperjelas identifikasinya agar tidak menimbulkan komplek kemudian hari.
3. Tidak melakukan penipuan terhadap customer maupun cutomer terhadap produsen.

Syarat jual beli online di lapak (*e-commerce*) sama halnya dengan jual beli secara langsung non-online. Ilustrasinya sebagai berikut : Si A (provider/perusahaan) menyediakan lapak/warung untuk dijadikan tempat penjualan barang dagangan. Si B (supplier/produsen/pemilik barang) menaruh barang dagangannya di lapak/warung milik si A. Si C adalah customer/pembeli yang membeli barang milik si B di tempat si A. Dari ilustrasi sederhana ini kita bisa lihat bahwa skema yang terjadi adalah skema jual beli antara si pemilik produk dengan si pembeli. Sehingga si pemilik produk mendapatkan margin atas jasa jualnya.

E-commerce dalam ekonomi syariah, akan terbilang sah bila syarat yang ada didalamnya terpenuhi dengan baik, dan berikut syarat bai'i as-salam:

1. Modal atau harga (*ra'su al-māl*)
 - a. Modal usaha dan alat pembayaran.⁵⁷
 Modal di sini adalah sejumlah uang yang dikeluarkan untuk membayar barang yang dibutuhkan atau dipesan. Modal atau uang sebagai alat pembayaran untuk pembelian atau pemesanan barang diisyaratkan harus diketahui secara jelas jumlah dan bentuknya seperti jenis dan macamnya misalnya dinar, dirham, dollar, dan lain-lain. Hukum awal mengenai pembayaran adalah bahwa ia harus dalam bentuk uang tunai.

⁵⁷Fathurrahman Djamil, *Penerapan Hukum Perjanjian dalam Transaksi Di Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2012), h. 133

b. Penerimaan pembayaran

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

Harga disetujui ketika pertama akad antara pembeli dan penjual, serta proses bayarnya dilaksanakan ketika pertama kali perjanjian. harga produk ditulis dengan jelas, dan dilarang merubah selagi masa akad. *E-Commerce* juga memberikan pilihan untuk metode pembayaran, seperti melalui Alfamart, Indomaret, Shopeepay, dan masih banyak lagi. Pembeli bisa memilih sesuai hatinya. Jika Jual beli salam tersebut memenuhi syarat dan ketentuan, berarti transaksi tersebut sah. Menurut ulama Hanafiyah kerelaan kedua belah pihak yang menjadikan rukun dalam jual beli.⁵⁸ Sahnya akad salam, mengakibatkan penjual berhak memperoleh modal (*ra'sul mal*) dan berkewajiban untuk mengirimkan barang kepada pembeli. Pembeli juga berhak memiliki barang yang dibeli sesuai spesifikasi yang disepakati antara penjual dan pembeli, serta berkewajiban untuk membayar penjual.

Fasilitas layanan *e-commerce* yang menjual berbagai produk, maksudnya adalah pembeli dapat memilih barang sesuai kebutuhan seperti sandang, pangan, dan papan. Layanan *e-commerce* juga mempermudah transaksi jual beli dengan cepat tanpa harus keluar rumah dan bertemu langsung dengan penjualnya. Adanya kesepakatan antara penjual dan pembeli diharapkan tidak menghadirkan kecurangan. Belanja di layanan *e-commerce* dengan penerapannya akad salam, maka jaminan barang yang dibeli akan aman. Selain itu juga jaminan barang sampai kepada pembelinya asli. Keunggulan layanan *e-commerce* seperti shopee lainnya yaitu di Shopee dapat melacak sampai mana barang kalian dikirim. Maka tidak heran banyak yang menggunakan aplikasi ini sebagai transaksi jual beli.

⁵⁸Abdul Rahman Ghazaly, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), h. 71.

2. Obyek akad atau barang yang dipesan (*muslam fih*)⁵⁹
 - a. Harus jelas ciri-cirinya, jenisnya, dan macamnya, serta dapat diakui sebagai utang.
 - b. Barang harus dapat diidentifikasi secara jelas, yaitu untuk mengurangi kesalahan akibat kurangnya pengetahuan tentang macam barang tersebut misalnya beras atau kain, tentang kualitasnya pula misalnya kualitas utama, kedua, atau ekspor, dan tidak ketinggalan mengenai jumlahnya.
 - c. Penyerahan barang dikemudian hari, karena para ulama berpendapat tentang waktu penyerahan barang pada bai'i as-salam. Menurut ulama Hanafiyah, Malikiyah, Hanabilah, penyerahan barang dikemudian hari sesuai waktu yang disepakati. Menurut mereka jika barang diserahkan pada waktu akad maka bukan termasuk jual beli salam. Namun berbeda dengan ulama Syafi'iyah yang menyatakan bahwa dalam jual beli salam boleh saja barang diserahkan pada waktu akad, karena atas kesepakatan bersama antara penjual dan pembeli. Alasannya, jika barang yang dibeli itu boleh diserahkan pada waktu yang akan datang, maka penyerahannya pada waktu akad pun juga boleh sehingga kemungkinan terjadinya penipuan lebih dapat dihindari.

Barang pesanan yang kelak diberikan oleh penjual sesuai kriteria yang telah ditentukan dalam akad. Salah satu kategori barang yang tidak dilarang adalah barang hasil produksi yang tidak memunculkan kemudharatan. Dalam hal ini, pembeli diberi kebebasan untuk memilih bahan/produk sesuai dengan kebutuhannya. Ini adalah salah satu hak pembeli di *e-commerce*. Dalam Islam jika barang yang dibeli tidak sesuai dengan kesepakatan, maka barang yang dibeli bisa dikembalikan kepada penjualannya. Pada dasarnya, hal ini bertujuan untuk melindungi hak-hak pembeli guna mendapatkan barang yang dia inginkan.

⁵⁹Fathurrahman Djamil, *Penerapan Hukum Perjanjian Dalam Transaksi Di Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2012), h. 136

- d. Tempat penyerahan, Pihak-pihak yang berkontrak harus menunjuk tempat yang disepakati di mana barang (*muslam fih*) harus diserahkan. Jika kedua belah pihak yang berkontrak tidak menentukan tempat pengiriman, maka barang harus dikirim ke tempat yang menjadi kebiasaan, misalnya gudang si pembeli (*muslam*).

Pembeli harus memahami hukum (baligh/mumayyiz dan berakal) dan mampu menjalankan akad atau transaksi pembeli. Selain itu juga harus menepati kesepakatan atas transaksi yang telah disetujui. Indikator kerelaan pembeli dapat dilihat dari pembeli memilih produk sendiri yang disediakan di layanan Shopee.

- e. Akad salam bersifat mengikat, maksudnya akad harus sekaligus jadi tanpa ada *khiyār syarat*⁶⁰ (hak memilih secara syarat) baik bagi kedua belah pihak maupun salah satu pihaknya. Apabila akad salam disertai dengan khiyār syarat maka akad salam menjadi batal atau tidak sah.
- f. Penjualan barang (*muslam fih*) sebelum diterima, yaitu Jumhur ulama melarang penjualan ulang barang (*muslam fih*) oleh penjual (*muslam ilaih*) sebelum diterima oleh pembeli (*muslam*). Para ulama sepakat bahwa penjual (*muslam ilaih*) tidak boleh mengambil keuntungan tanpa menunaikan kewajiban menyerahkan barang (*muslam fih*).

Penjual adalah pihak yang menyediakan barang. Penjual juga harus paham hukum (baligh/mumayyiz dan berakal) dan tidak dibolehkan melanggar janji. Dalam hal ini, setelah pembeli sudah membayar, kewajiban penjual untuk mengemas dan mengirim barang sesuai kesepakatan. Saat pengiriman pihak pembeli harus bersabar menunggu, sebab barang dalam proses pengemasan dan pengiriman ke tempat tujuan.

⁶⁰Khiyār syarat adalah hak memilih yang terjadi selama periode tertentu dan disepakati oleh kedua belah pihak yang terkait perjanjian, atau penjualan yang didalamnya disyaratkan sesuatu baik oleh penjual maupun oleh pembeli. Seperti saya jual rumah ini dengan harga Rp. 100.000.000,- dengan syarat khiyār selama tiga hari. Rozalinda, *Fikih Ekonomi Syariah*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2017, h. 251

B. Tujuan *E-Commerce* Dalam Ekonomi Syariah

Jika diklasifikasikan, tujuan penggunaan *e-commerce* terbagi menjadi tiga tipe aplikasi yaitu :⁶¹

1. *Electronic Markets* (EMs)

EMs adalah sebuah sarana yang menggunakan teknologi informasi dan komunikasi untuk melakukan atau menyajikan penawaran dalam sebuah segmen pasar, sehingga pembeli dapat membandingkan berbagai macam harga yang ditawarkan. Dalam pengertian lain EMs adalah sebuah sistem informasi antar organisasi yang menyediakan fasilitas-fasilitas bagi para penjual dan pembeli untuk bertukar informasi tentang harga dan produk yang ditawarkan.

EMs adalah sebuah sistem informasi antar organisasi yang menyediakan fasilitas-fasilitas bagi para penjual dan pembeli untuk bertukar informasi tentang harga dan produk yang ditawarkan. Keuntungan fasilitas EMs bagi pelanggan adalah terlihat lebih nyata dan efisien dalam hal waktu. Sedangkan bagi penjual, ia dapat mendistribusikan informasi mengenai produk dan service yang ditawarkan dengan lebih cepat sehingga dapat menarik pelanggan lebih banyak.

2. *Electronic Data Interchange* (EDI)

EDI adalah sarana untuk megefisienkan pertukaran data transaksi-transaksi regular yang berulang dalam jumlah besar antar organisasi-organisasi sosial. Secara formal EDI didefinisikan oleh *International Data Exchange Association* (IDEA) sebagai "transfer data terstruktur dengan format standar yang lebih disetujui yang dilakukan dari satu sistem komputer ke sistem komputer yang lain dengan menggunakan media elektronik". EDI sangat luas penggunaannya, biasanya digunakan oleh kelompok retail yang besar ketika melakukan bisnis dagang dengan para *supplier* mereka.

⁶¹Nuryani, *E-commerce*. dalam berita pajak No.1438/Tahun XXIII/1 Maret 2001, h. 2

EDI memiliki standarisasi pengkodean transaksi perdagangan, sehingga organisasi komersial tersebut dapat berkomunikasi secara langsung dari satu sistem komputer yang satu ke sistem komputer yang lain tanpa melakukan *hard copy*, faktur, serta terhindar dari penundaan, kesalahan, memperoleh respon yang cepat, pengiriman faktur, yang cepat dan akurat serta pembayaran dapat dilakukan secara elektronik.

3. *Internet Commerce*

Internet commerce adalah penggunaa internet yang berbasis teknologi informasi dan komunikasi untuk perdagangan. Kegiatan komersial ini seperti iklan dalam penjualan produk dan jasa. Transaksi yang dapat dilakukan di internet antara lain pemesanan atau pembelian barang dimana barang akan dikirim melalui pos atausarana lain setelah uang ditransfer ke rekening penjual.

Penggunaan internet sebagai media pemasaran dan saluran penjualan terbukti mempunyai keuntungan antara lain untuk beberapa produk tertentu lebih sesuai ditawarkan melalui internet. Harga lebih murah mengingat membuat situs di internet lebih murah biayanya dibandingkan dengan membuka outlet retail di berbagaitempat; internet merupakan media promosi perusahaan dan produk yang paling tepat dengan harga yang relatif lebih murah; serta pembelian melalui internet akan diikuti dengan layanan pengantaran barang di tempat pemesanan.

Tujuan jual beli salam dalam ekonomi syariah, antara lain:⁶²

1. Jual beli dapat menata struktur kehidupan ekonomi masyarakat yang menghargai hak milik orang lain.
2. Penjual dan pembeli dapat memenuhi kebutuhannya atas dasar kerelaan atau suka sama suka.

⁶²Ghufron Ihsan, *Fiqh Muamalat*, (Prenada Media Grup : Jakarta, 2008), h. 40

3. Masing-masing pihak merasa puas. Penjual melepas barang dagangannya dengan ikhls dan menerima uang, sedangkan pembeli memberikan uang dan menerima barang dagangan dengan puas pula. Dengan demikian, jual beli juga mampu mendorong untuk saling bantu antara keduanya dalam kebutuhan sehari-hari
4. Dapat menjauhkan diri dari memakan atau memiliki barang yang haram
5. Penjual dan pembeli mendapat rahmat dari Allah SWT
6. Menumbuhkan ketentraman dan kebahagiaan.

Adapun hikmah jual beli dalam garis besarnya yaitu⁶³ Allah SWT mensyariatkan jual beli sebagai pemberian keluangan dan keleluasaan kepada hamba-hamba-Nya, karena semua manusia secara pribadi mempunyai kebutuhan berupa sandang, pangan, dan papan. Kebutuhan seperti ini tak pernah putus selama manusia masih hidup. Tak seorang pun dapat memenuhi hajat hidupnya sendiri, karena itu manusia di tuntut berhubungan satu sama lainnya. Dalam hubungan ini, tak ada satu hal pun yang lebih sempurna daripada saling tukar, dimana seorang memberikan apa yang ia miliki untuk kemudian ia memperoleh sesuatu yang berguna dari orang lain sesuai dengan kebutuhannya masing-masing.

Pembeli (biasanya) mendapatkan keuntungan berupa: Pertama, jaminan untuk mendapatkan barang sesuai dengan yang ia butuhkan dan pada waktu yang ia inginkan. Sebagaimana ia juga mendapatkan barang dengan harga yang lebih murah bila dibandingkan dengan pembelian pada saat ia membutuhkan kepada barang tersebut. Sedangkan penjual juga mendapatkan keuntungan yang tidak kalah besar dibanding pembeli. Kedua, penjual mendapatkan modal untuk menjalankan usahanya dengan cara-cara yang halal, sehingga ia dapat menjalankan dan mengembangkan usahanya tanpa harus membayar bunga. Dengan demikian selama belum jatuh tempo, penjual dapat menggunakan uang pembayaran tersebut untuk menjalankan usahanya dan mencari keuntungan sebanyak-banyaknya tanpa ada kewajiban apapun. Ketiga,

⁶³Ghufron Ihsan, *Fiqh Muamalat*, (Prenada Media Grup : Jakarta, 2008), h. 35

Penjual memiliki keleluasaan dalam memenuhi permintaan pembeli, karena biasanya tenggang waktu antara transaksi dan penyerahan barang pesanan berjarak cukup lama.

C. Cara Memperoleh Keuntungan dari *E-Commerce*

Beberapa keuntungan yang bisa diperoleh dengan *e-commerce* antara lain:⁶⁴

1. Globalisasi pasar. Internet memungkinkan pertukaran komoditas dan informasi tidak dibatasi oleh ruang dan waktu. Siapa saja dapat menggunakan layanan *e-commerce* untuk membuat bisnis elektronik setiap saat. Perusahaan dapat memperluas usahanya dengan internet ke seluruh dunia sementara konsumen dapat membeli produk yang mereka inginkan.
2. *Personalized demands* (dapat mengubah permintaan sesuai keinginan). Dalam lingkungan *e-commerce*, pelanggan dapat merealisasikan lebih banyak keinginan dalam produk atau kualitas layanan. Serentak, inovasi teknologi dapat mengaktifkan proses bisnis perusahaan ‘secara otomatis sehingga pelanggan dapat memperoleh layanan yang lebih nyaman dari sebelumnya
3. Integrasi Bisnis. Hal ini dapat tercermin pada integrasi dan penyatuan pengolahan bisnis untuk perusahaan-perusahaan yang terlibat. Prosedur kerja lebih teratur, operasi pengerjaan dan pengolahan informasi elektronik secara keseluruhan dapat memanfaatkan sumber daya manusia dan sumber daya material.
4. Peluang bisnis merata. Penerapan *e-commerce* dapat membawa peluang yang sama bagi siapapun, juga perusahaan kelas menengah dan perusahaan kecil. Sebagai pasar yang cenderung terbuka, pengeluaran besar berupa iklan mahal dan banyak tenaga pemasar tidak diperlukan. Hanya dengan mengakses website atau koneksi internet, perusahaan menengah dan kecil dapat memperoleh keuntungan lebih.

⁶⁴Martinos, *Teknologi E-Commerce di Indonesia*, (Jurnal Vol. II, 2015), h. 54

Salah satu cara *e-commerce* mendapatkan pemasukan adalah mencari suntikan dana dari investor. Hal ini dilakukan Tokopedia yang mendapat suntikan dana dari Softbank dan Alibaba atau Bukalapak dengan *Mirae Asset-Naver Asia Growth Fund*. Selain itu, keuntungan situs *e-commerce* juga berasal dari komisi para pedagang yang berjualan di situsnya. Menariknya, ada juga *e-commerce* yang tidak meminta komisi pada para penjualnya.

Menurut iPrice, ada tujuh cara lain bagi perusahaan *e-commerce* untuk mendapatkan pemasukan :⁶⁵

1. Mereka bisa menawarkan keanggotaan berbayar. *E-commerce* akan membiarkan para penjual menjajaki jualanannya dengan gratis. Namun, mereka menyediakan fitur-fitur khusus yang hanya bisa dinikmati oleh penjual yang menjadi anggota berbayar.
2. Monetisasi *e-commerce*. Fitur premium yang ditawarkan beragam, mulai dari penataan tampilan toko, statistik penjualan, pengelolaan produk, kuota etalase yang lebih banyak, hingga pemilihan strategi agar produk bisa menjadi laku. Cara lainnya adalah dengan menyediakan iklan atau promosi berbayar pada penjual. Para penjual bisa memanfaatkan fitur ini bahkan jika mereka bukan anggota berbayar.
3. Perusahaan *e-commerce* bisa menyediakan keanggotaan toko resmi. Biasanya, keanggotaan toko resmi hanya ditawarkan pada penjual yang memiliki merek resmi dan menjual barang orisinal. Penjual yang menjadi toko resmi akan dapat menampilkan produk mereka di halaman eksklusif. Keanggotaan toko resmi biasanya juga merupakan jaminan bahwa sebuah toko akan menawarkan pengalaman berbelanja yang aman dan nyaman.
4. Mereka juga bisa menawarkan workshop berbayar bagi penjual yang ingin belajar tentang strategi berjualan untuk meningkatkan penjualan.

⁶⁵Adam Rizal, <https://infokomputer.grid.id/read/121659089/promo-terus-bagaimana-perusahaan-e-commerce-meraih-pendapatan>, diakses pada September 2021, h.20

5. Membuat jasa pengiriman barang sendiri juga bisa jadi salah satu cara bagi perusahaan *e-commerce* untuk mendapatkan pemasukan. Dengan ini, perusahaan juga bisa mengoptimalkan waktu dan biaya pengiriman produk.
6. Situs *e-commerce* bisa menawarkan produk digital, seperti pulsa, uang elektronik, tiket transportasi, asuransi kesehatan dan lain sebagainya.

Keuntungan *e-commerce* *atauba'i as-salam* dalam ekonomi syariah, yaitu sebagai berikut :

1. Keuntungan Bagi Pembeli (*muslam*)⁶⁶

- a. Jaminan Mendapatkan Barang

Jaminan untuk mendapatkan barang sesuai dengan yang ia butuhkan dan pada waktu yang ia inginkan. Keuntungan seperti ini bisa terjadi dalam kasus tertentu, seperti pada saat barang akan menjadi langka dan sulit didapat, tetapi saat itu justru dibutuhkan orang. Maka pembeli yang sudah melakukan akad jual-beli secara *salam* tentu tidak perlu repot mencari barang yang langka itu. Sebab dia pada dasarnya sudah membeli dan sudah memiliki barang itu, karena transaksi sudah selesai. Tinggal menunggu pengiriman saja. Contoh yang paling sederhana adalah membeli tiket kereta api atau pesawat beberapa bulan sebelum musim mudik. Tiket sudah dibayar penuh dan uangnya sudah lunas. Sedangkan barang atau jasanya belum kita nikmati.

- b. Harga Cenderung Lebih Baik

Keuntungan kedua dengan menggunakan *ba'i as-salam* ini adalah kita tidak akan jadi korban permainan harga. Biasanya hukum pasar yang berlaku adalah ketika barang langka, maka harga cenderung

⁶⁶Muhammad Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), h. 114.

akan naik. Ketika *demand*⁶⁷ tinggi sementara *supply*⁶⁸ tidak bisa memenuhi, harga akan melambung. Harga tiket akan naik beberapa kali lipat, baik resmi atau tidak resmi, di musim liburan. Tetapi mereka yang sudah beli tiket jauh-jauh hari, tentu tidak perlu membayar lebih. Tiket yang mereka punya harganya pasti jauh lebih murah.

2. Keuntungan bagi penjual (*muslam 'ilaih*)

a. Dapat Modal.

Pihak penjual bisa dapat uang segar tanpa harus segera menyerahkan barang. Seolah-olah penjual mendapatkan modal gratisan untuk menjalankan usahanya dengan cara-cara yang halal, sehingga ia dapat menjalankan dan mengembangkan usahanya tanpa harus membayar bunga. Dengan demikian selama belum jatuh tempo, penjual dapat menggunakan uang pembayaran tersebut untuk menjalankan usahanya.

b. Punya Tempo

Selain mendapat modal, pihak penjual juga memiliki keleluasaan dalam memenuhi permintaan pembeli, karena biasanya tenggang waktu antara transaksi dan penyerahan barang pesanan berjarak cukup lama.

Dengan demikian, *bai'as-salam* bermanfaat bagi penjual dan juga pembeli. Akad salam ini dibolehkan dalam syariat Islam karena punya hikmah⁶⁹ dan manfaat⁷⁰ yang besar, di mana kebutuhan manusia dalam

⁶⁷Demand adalah permintaan yang menyatakan sikap pembeli atau konsumen dengan membeli lebih banyak pada tingkat harga yang lebih rendah. Lihat Aziz, Ekonomi, Adiwarmanto A. Karim, *Ekonomi Islam suatu Kajian Kontemporer*. (Jakarta : Gema Insani, 2001), h, 108.

⁶⁸Supply adalah persediaan yang menyatakan sikap penjual dengan bersedia menjual barang lebih banyak pada harga yang lebih tinggi. Adiwarmanto A. Karim, *Ekonomi Islam suatu Kajian Kontemporer*. (Jakarta : Gema Insani, 2001), h. 107

⁶⁹Hikmah jual beli salam terdapat dalam prinsip muamalah khususnya transaksi niaga dalam Islam ialah saling kerelaan. Artinya, ketika ada dua pihak atau lebih melakukan perniagaan, jangan sampai ada salah satu pihak yang kemudian merasa dirugikan. Untuk menghindari ketidakrelaan tersebut, syariat Islam membuat beberapa ketentuan. Diantaranya ialah mengharamkan transaksi jual

bermuamalah seringkali tidak bisa dipisahkan dari kebutuhan atas akad ini. Kedua belah pihak, yaitu penjual dan pembeli bisa sama-sama mendapatkan keuntungan dan manfaat dengan menggunakan akad salam, baik akad salam biasa mau pun akad salam paralel (salam bertingkat).



beli barang yang tidak ada atau tidak dimiliki oleh pihak penjual. Syukri Iska, *E-Commerce dalam Perspektif Fikih Ekonomi*. Jurnal Islam Vol 9 No 2, 2010, h. 78

⁷⁰Manfaat akad salam bagi pembeli adalah jaminan memperoleh barang dalam jumlah dan kualitas tertentu pada saat ia membutuhkan dengan harga yang telah disepakatinya diawal. Sementara manfaat bagi penjual adalah diperolehnya dana untuk melakukan aktifitas produksi dan memenuhi sebagian kebutuhan hidupnya. Syukri Iska, *E-Commerce dalam Perspektif Fikih Ekonomi*. Jurnal Islam Vol 9 No 2, 2010, h. 85

BAB IV
MEKANISME PEMBAYARAN *E-COMMERCE* DALAM EKONOMI
SYARIAH

A. Pembayaran Secara Elektronik

E-Money / Uang Elektronik adalah alat pembayaran yang diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetorkan terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit. Kemudian uang tersebut disimpan secara elektronik dalam suatu media uang elektronik yang dapat digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang dan bukan penerbit.

E-money ada di berbagai bank dan cara pakainya mirip dengan kartu debit. *E-Money* dapat digunakan untuk transaksi berikut ini:⁷¹

1. Pembayaran Tol (Jabodetabek, Bandung, Medan, Palikanci, Semarang, Bali, Surabaya, Makassar)
2. Pembayaran parkir dan TPE (Terminal Parkir Elektronik)
3. Pembayaran kereta (Commuterline, Railink Kualanamu)
4. Pembayaran Transjakarta, Transjogja, Batik Solo Trans
5. Pembayaran di SPBU Pertamina berlogo *e-money*
6. Belanja di toko retail (Indomaret, Alfa Group)
7. Pembayaran di toko, wahana hiburan dan restoran berlogo *e-money*

E-money tidak mengalami pemotongan administrasi setiap bulan dan juga tidak memiliki bunga. Jadi ini sama dengan uang namun berbeda bentuk saja. Kita bisa membeli *e-money* mandiri di minimart dengan harga Rp25 ribu saldo Rp0. Kartu *e-money* mandiri dapat dengan mudah didapatkan. Kita juga tidak perlu datang ke Bank dan membawa dokumen seperti halnya ingin membuka rekening. Pasalnya kita bisa membelinya di beberapa lokasi dan tidak perlu membawa dokumen. Hanya perlu mengeluarkan uang sebesar Rp 25 ribu untuk membeli kartu perdana.

⁷¹Nindyo Pramono, *Revolusi Dunia Bisnis Indonesia Melalui E-Commerce dan E-Business: Bagaimana Solusi Hukumnya*, (Jurnal Hukum : Vol. 8 No.1 Tahun 2001), h. 67

Langkah-langkah mengaktifkan *e-money* :⁷²

1. Pastikan kalau *merchant* atau tempat kamu melakukan transaksi dapat menerima pembayaran menggunakan *e-money* bank kamu.
2. Pastikan saldo yang kamu miliki pada kartu mencukupi.

Saat ingin menggunakan di kereta api atau busway, tap terlebih dahulu kartu *e-money* Mandiri ke mesin cek saldo yang tersedia di stasiun dan halte busway untuk mengaktifkan kartu. Jika saldo sudah kosong silakan lakukan isi ulang/top up kartu *e-money*, caranya sebagai berikut :

1. Menggunakan kartu Mandiri debit
 - c. Masukkan kartu mandiri debit di mesin atm
 - d. Masukkan PIN mandiri debit
 - e. Pilih menu *e-money*
 - f. Pilih menu isi ulang
 - g. Pilih nominal isi ulang yang tersedia pada tombol atau jumlah lainnya
 - h. Konfirmasi jumlah nominal isi ulang, jika sudah sesuai tekan “Ya”
 - i. Letakkan kartu *e-money* pada reader bertanda logo isi ulang
 - j. Transaksi berhasil, kertas struk keluar dan saldo *e-money* bertambah
2. Menggunakan kartu debit berlogo ATM Bersama
 - a. Masukkan kartu debit berlogo ATM Bersama
 - b. Pilih transaksi lainnya
 - c. Pilih mandiri prabayatar
 - d. Pilih nominal isi ulang yang tersedia pada tombol atau jumlah lainnya
 - e. Konfirmasi jumlah isi ulang, jika sudah sesuai tekan Ya
 - f. Tempelkan *e-money* pada reader bertanda logo isi ulang
 - g. Transaksi berhasil, kertas struk keluar dan saldo *e-money* bertambah

Selain menjamurnya berbagai *convenient* store yang ada di Indonesia, transaksi non tunai juga didukung dengan berubahnya pola hidup masyarakat modern

⁷²Mizana Ramadhan Alhaq, *Pembayaran Dengan Media Electronic Money (E-Money) Dalam Hukum Perbankan Di Indonesia*, (Skripsi Sarjana : Program Studi Ilmu Hukum, 2019). h. 63

saat ini. Berkembangnya sistem perekonomian nasional ke perekonomian global, membuat masyarakat masa kini cenderung tertarik dengan model transaksi *e-commerce* yang mana tidak mengharuskan antara penjual dan pembeli untuk bertemu.⁷³ Perkembangan ini semakin memudahkan orang maupun perusahaan untuk melakukan berbagai macam transaksi bisnis khususnya perdagangan.

Bank Indonesia sendiri bekerjasama dengan beberapa instansi terkait menggalakkan transaksi non tunai yang bertujuan untuk mendorong masyarakat untuk mengurangi transaksi dengan menggunakan uang tunai (*less cash society*). Karena penggunaan transaksi non tunai menurut gubernur Bank Indonesia dapat mengurangi peredaran uang tunai di Indonesia serta mendorong terciptanya *less cash society*.⁷⁴

Uang elektronik (*e-money*) mempunyai karakteristik yang berbeda dengan pembayaran elektronik yang telah ada sebelumnya, seperti *phone banking*, *internet banking*, kartu kredit dan kartu debit, karena setiap pembayaran yang dilakukan dengan menggunakan *e-money* tidak selalu memerlukan proses otorisasi dan tidak terkait secara langsung dengan rekening nasabah di bank (pada saat melakukan pembayaran tidak dibebankan ke rekening nasabah di bank), sebab *e-money* tersebut merupakan produk (*stored value*) dimana sejumlah nilai (*monetary value*) telah terekam dalam alat pembayaran yang digunakan (*prepaid*).⁷⁵

Peran teknologi dalam dunia perbankan sangatlah mutlak, dimana kemajuan suatu sistem perbankan sudah tentu juga ditopang oleh peran teknologi informasi. Semakin berkembang dan kompleksnya fasilitas yang diterapkan

⁷³Nindyo Pramono, *Revolusi Dunia Bisnis Indonesia Melalui E-Commerce dan E-Business: Bagaimana Solusi Hukumnya*, (Jurnal Hukum : Vol. 8 No.1 Tahun 2001), h. 67

⁷⁴Gerakan Nasional Non Tunai, dalam <http://www.gerakannasionalnontunai.com/> diakses pada 22 Januari 2018, h. 25

⁷⁵Mintarsih, *Perlindungan Konsumen Pemegang Uang Elektronik (E-Money) Dihubungkan Dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*, (Jurnal Wawasan Hukum, Vol. 29 No. 02, Tahun 2013)

diperbankan untuk memudahkan pelayanan, itu berarti semakin beragam dan kompleks adopsi teknologi yang dimiliki oleh suatu bank.⁷⁶

Tidak dapat dipungkiri dalam setiap bidang termasuk perbankan menerapkan teknologi bertujuan selain untuk memudahkan operasional intern perusahaan, juga bertujuan untuk memudahkan pelayanan terhadap nasabah. Apalagi untuk saat ini, khususnya dalam dunia perbankan hampir semua produk yang ditawarkan kepada nasabah serupa, sehingga persaingan yang terjadi dalam dunia perbankan adalah bagaimana memberikan produk yang serba mudah, nyaman dan cepat.

Tetapi di satu sisi sistem pembayaran secara elektronik tidak hanya memiliki keunggulan saja, tetapi juga memiliki kekurangan. Berikut adalah kekurangan dari sistem pembayaran secara elektronik :⁷⁷

1. Munculnya kejahatan seperti hacker

Jika konsumen mengikuti *security* yang aturan ancaman minimal, dapat dibandingkan dengan risiko seperti perampokan. Situasi lebih buruk ketika sistem pengolahan perusahaan telah rusak, karena itu mengarah ke kebocoran data pribadi pada kartu dan pemiliknya. Bahkan jika sistem pembayaran elektronik tidak meluncurkan kartu plastik, dapat terlibat dalam skandal mengenai Pencurian identitas.

2. Tidak semua orang dapat mengakses media internet.

Karena keadaan suasana yang tidak mendukung dan wilayah yang terpencil dapat juga menjadi alasan untuk tidak mendapatkan koneksi internet yang bagus dan stabil.

3. Teknologi di Indonesia masih terbatas, dan harganya tergolong mahal. Dengan mahalnya pajak di Indonesia, harga teknologi pun dapat meningkat drastis, dengan teknologi yang semakin canggih harga barang pun meningkat pula. Kurangnya pengetahuan tentang teknologi oleh masyarakat Indonesia pun

⁷⁶Muhammad Sofyan Abidin, *Dampak Kebijakan E-Money di Indonesia Sebagai Alat Sistem Pembayaran Baru*, Jurnal Fakultas Ekonomi (Universitas Negeri Surabaya, 2015), h 98

⁷⁷Jefry Tarantang, *Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 Di Indonesia*, (Jurnal Al-Qardh : Vol 4 Tahun 2019), h. 87

menjadi satu alasan. Sebagian masyarakat Indonesia kurang paham mengenai teknologi, karena adanya rasa malas untuk belajar atau kurangnya teknologi informasi di Indonesia.

4. Kurangnya anonimitas

Informasi tentang semua transaksi, termasuk jumlah, waktu dan penerima disimpan dalam database sistem pembayaran. Dan itu berarti badan intelijen memiliki akses ke informasi ini. Anda harus memutuskan apakah itu baik atau buruk.

5. Masalah mentransfer uang antara sistem pembayaran yang berbeda

Biasanya sebagian besar sistem pembayaran elektronik tidak bekerja sama satu sama lain. Dalam hal ini, konsumen harus menggunakan jasa penukaran e-currency, dan dapat memakan waktu jika konsumen masih tidak memiliki layanan yang terpercaya untuk tujuan ini.

6. Pembatasan

Setiap sistem pembayaran batasnya mengenai jumlah maksimum di rekening, jumlah transaksi per hari dan jumlah output.

Hukum uang elektronik adalah halal. Kehalalan ini berlandaskan kaidah; setiap transaksi dalam muamalah pada dasarnya diperbolehkan kecuali jika ada dalil yang mengharamkannya, maka saat itu hukumnya berubah menjadi haram.⁷⁸ Oleh karena itu uang elektronik harus memenuhi kriteria dan ketentuan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah seperti yang akan diterangkan selanjutnya dalam tulisan ini. Faktor lainnya yang menjadi alasan kehalalan uang elektronik adalah, karena adanya tuntutan kebutuhan manusia akan uang elektronik, dan pertimbangan banyaknya kemaslahatan yang ada di dalamnya.

1. *E-Money* Syariah harus terhindar dari transaksi riba:

- a. Pertukaran nilai uang tunai dengan nilai pada *E-Money* Syariah harus sama jumlahnya karena jika tidak maka tergolong ke dalam *riba al-fadl*.

⁷⁸Ghufron Ihsan, *Fiqh Muamalat*, (Prenada Media Grup : Jakarta, 2008), h. 70

Riba al-fadl tambahan atas salah satu dua barang yg dipertukarkan dalam pertukaran barang ribawi sejenis. Contohnya saldo *E-Money* Syariah sebesar Rp. 100.000,00 tidak boleh dijual seharga Rp. 95.000,00 ataupun Rp. 110.000,00. Jadi hanya boleh dibeli pada nilai yang sama yakni Rp. 100.000,00.

- b. Pertukaran nilai uang tunai dengan nilai pada *E-Money* Syariah juga harus dilakukan secara tunai, jika tidak maka tergolong *riba al-nasiah*. *Riba al-nasiah* adalah penundaan penyerahan salah satu dua barang yang dipertukarkan dalam jual-beli barang ribawi yang sejenis. Misalnya pada saat pemegang kartu *E-Money* Syariah melakukan refund/redeem nilai uang elektronik dengan nilai uang tunai kepada penerbit, maka penerbit harus memenuhi hak tagih tersebut dengan tepat waktu tanpa melakukan penangguhan pembayaran.
- c. Tidak mendorong *israf* (pengeluaran yang berlebihan). Uang elektronik pada dasarnya digunakan sebagai alat pembayaran ritail/mikro, agar terhindar dari *Israf* (pengeluaran yang berlebihan) dalam konsumsi dilakukan pembatasan jumlah nilai uang elektronik serta batas paling banyak total nilai transaksi uang elektronik dalam periode tertentu.
- d. Tidak digunakan untuk transaksi objek haram dan maksiat uang elektronik sebagai alat pembayaran dengan menggunakan prinsip syariah, uang elektronik tidak boleh digunakan untuk pembayaran transaksi objek haram dan maksiat, yaitu barang atau fasilitas yang dilarang dimanfaatkan atau digunakan menurut hukum Islam.⁷⁹

2. DSN MUI membuat ketentuan akad terkait *e-money* syariah, yakni :

a. Akad *Wadi'ah*

Akad yang terjadi antara penerbit dan pemegang *e-money* syariah, dimana nominal uang elektronik tersebut bersifat titipan dan dapat digunakan

⁷⁹Haris Faulidia, *Transaksi Bisnis E-Commerce Perspektif Islam*, (Magistra Insania Press, Yogyakarta), h. 88

oleh pemegang kartu kapan saja. Jumlah uang elektronik yang dititipkan tidak boleh digunakan penerbit kecuali atas izin pemegang kartu.

b. Akad *Qardh*

Sebelumnya penerbit *e-money* syariah akan menentukan jumlah maksimal dana *float* (dana titipan yg belum digunakan oleh pemilik dana). Apabila dana *float* ini dengan izin pemiliknya digunakan oleh penerbit, maka barulah diberlakukan akad *qardh* atau akad pinjaman.

3. Dalam praktek *e-money* syariah, ada tiga pihak yang terlibat :

- a. Penerbit *e-money* sebagai pihak yang menerima *wadi'ah* atau *qardh*. Salah satu institusi yg menyediakan produk tersebut adalah bank syariah.
- b. Pemegang kartu *e-money* syariah sebagai pemilik dana yang memberikan *wadi'ah* atau *qardh*.
- c. *Merchant* yaitu penjual barang dan jasa yang menerima pembayaran dari pemegang *e-money* syariah.

B. Pembayaran Melalui COD (*Cash On Delivery*)

COD atau *Cash On Delivery* adalah metode pembayaran pada pembelian suatu barang yang akan dibayarkan lewat tatap muka atau ketemuan langsung antara penjual dan pembeli lalu mereka melakukan tawar menawar setelah melihat barang.⁸⁰ COD (*Cash On Delivery*) merupakan istilah yang sudah biasa dipakai dalam sistem transaksi jual beli online. COD merupakan sebuah singkatan dalam bahasa Inggris yang artinya pembayaran yang dilakukan pada saat pengiriman. Tidak jauh dari pengertian tersebut, dalam transaksi jual beli di *e-commerce* ini sistem COD yang diterapkan adalah penjual dan pembeli bertemu di suatu tempat yang telah disepakati untuk melakukan proses pembayaran, karena biasanya antara penjual dan pembeli terhalang jarak maka dalam menentukan tempat yaitu ditengah-tengah agar adil.

⁸⁰Didit Budi Utomo, *Tinjauan Fiqih Muamalah Terhadap Praktik Jual Beli Onderdil Bekas Sepeda Motor Sistem Cod (Cash On Delivery) Dan Pcb (Pantau Cocok Bayar) Di Toko Kiyatjr 69*, (Skripsi : IAIN Surakarta, 2020), h. 59

Langkah-Langkah Pembayaran melalui COD :⁸¹

1. Beli atau *check out* barang pilihan
2. Pilih cara pembayaran.
3. Pilih jasa pengiriman dan pilih pembayaran COD.
4. Tunggu kurir datang dan bayar pesanan beserta ongkos kirim (jika ada) secara tunai di tempat pengiriman sesuai biaya yang tertera pada halaman pembelian.

Sistem COD ini pihak pembeli lebih dirugikan daripada pihak penjual. Karena jika sudah terjadi kesepakatan dan melakukan transaksi dengan cara COD, seorang pembeli dengan bermodalkan percaya dengan keterangan penjual dan foto barang yang ada di posting penjual, pembeli tersebut seperti sudah terikat dan harus membeli barang tersebut dengan pertimbangan penjual sudah mau jauh-jauh untuk bertemu dengan pembeli dan disitu penjual juga sudah bermodalkan kesepakatan transaksi yang telah terjadi sebelumnya. Jika tidak jadi membeli, pembeli bisa memberikan alasan dan penuturan yang baik kepada penjual pada saat masih berada dalam satu majelis jika kedua belah pihak telah sepakat untuk tidak melanjutkan transaksi maka berakhir disitu dan tidak akan menimbulkan permasalahan lagi.

Khiyar sangatlah penting dalam sistem transaksi COD ini, walaupun masih banyak pihak yang bertransaksi pada *e-commerce* belum mengetahui apa itu *khiyar* tetapi pada praktiknya mereka sudah banyak yang menerapkan hak *khiyar* itu sendiri. Adapun beberapa permasalahan yang ditemukan penulis dalam sistem transaksi COD (*Cash On Delivery*) akan dijelaskan di bawah ini :

1. Terjadi pada saat kedua belah pihak bertemu di suatu tempat yang telah disepakati awalnya untuk melakukan sebuah transaksi. Seperti yang telah dijelaskan di atas bahwa pada sistem COD ini lebih merugikan pembeli, tetapi *khiyar* di sini tetap bisa terjadi khususnya bagi pembeli setelah bertemu penjual lalu melihat dan mengamati pesanan yang dibawanya apabila memang berminat dan cocok dengan

⁸¹Febrian Bayu Nugroho, *Jual Beli Barang-Barang Second Dengan Sistem Cash On Delivery*, (Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, 2017), h. 46

barangnya maka akad jual beli akan dilangsungkan dan apabila tidak berminat dan tidak cocok maka jual beli akan dibatalkan sebelum kedua belah pihak tersebut berpisah, dengan konsekuensi pembeli harus bisa memberi alasan yang jelas, jika tidak maka bisa terjadi hal-hal yang akan merugikan pribadi pembeli itu sendiri seperti yang telah disebutkan di atas. Seperti yang dialami seorang pembeli pada saat membeli barang *online* dengan seorang penjual yang berdomisili di Jakarta dan melakukan transaksi COD di Pinrang. Setelah diperiksa ternyata barang tersebut tidak original tidak seperti yang di nyatakan di awal. Lalu pembeli membatalkan akad tersebut dan memberikan sebagian uang kepada kurir sebagai ongkos bensin yang telah jauh-jauh COD.⁸²

2. Apabila terdapat cacat pada barang pesanan dan memang cacat tersebut tidak diketahui penjual atau memang sengaja penjual tidak menyebutkan cacatnya di awal maka pembeli berhak membatalkan akad tersebut. Penjual biasanya bisa menerima alasan tersebut karena memang alasan cacatnya nyata dan dapat dilihat jelas. Adapun jika pembeli kurang teliti dan baru sadar bahwa barang pesanan tersebut cacat waktu dirumah maka penjual akan menghubungi lagi pihak pembeli dan menanyakan tentang cacat tersebut. Seperti yang dialami seorang pembeli saat membeli piyama karena kurang telitinya pada saat COD ternyata saat dikenakan pembeli kurang nyaman karena kain yang digunakan tidak sesuai yang tertera dalam deskripsi. Sudah berusaha untuk menghubungi pihak penjual tetapi tidak mau bertanggung jawab dengan alasan kurang telitinya pembeli saat mengecek pesanantersebut.⁸³ Ada juga seperti yang dialami oleh seorang pembeli saat membeli *skincare*, pada saat COD dilihat barang terlihat masih bagus tapi setelah 2 hari di gunakan ternyata kulit wajah mengalami kemerah-merahan. Lalu pembeli mencoba menghubungi penjual dengan dalih menanyakan akanskincare

⁸²Erwin Salam, Desa Sabbang Paru, Kec. Lembang Kab. Pinrang, Sulsel, wawancara di Kajuangin, 1 Oktober 2021

⁸³Dwi Anggraini, Desa Sabbang Paru, Kec. Lembang Kab. Pinrang, Sulsel, wawancara di Kajuangin, 2 Oktober 2021)

yang baru di belinya. Namun penjual tetap berargumen kalau itu bukan kesalahan atau cacat pada produknya.

3. Seperti yang dialami oleh seorang pembeli pada saat membeli lotion pemutih, menurut keterangan penjual barang tersebut masih bisa digunakan dan masih berfungsi dengan baik, ini artinya kondisi yang di sampaikan oleh penjual menyatakan bahwa lotion pemutih tersebut aman digunakan setiap saat. Penjual memberikan *khiyar* jika dalam 3 hari pesanan tersebut mengalami masalah boleh di kembalikan. Setelah 3 hari pemakaian tidak mengalami masalah dengan kulit. Hal ini menandakan bahwa kondisi barang sesuai dengan apa yang di ucapkan oleh penjual.

Ekonomi syariah menjelaskan utang barang hukumnya memang dibolehkan oleh syariat. Namun, kebolehan akad utang barang ini juga dibatasi oleh ketentuan dalil tegas *nash* yang menyatakan larangan jual beli sesuatu yang tidak bisa dijamin untung ruginya. Rasulullah shallallahu ‘alaihi wasallam telah melarang secara langsung akan praktik tersebut.⁸⁴ Dengan mempertimbangkan adanya akad kebolehan utang, dan sekaligus larangan jual beli dengan keuntungan yang tidak bisa dijamin, maka kesimpulan mengenai akad kebolehan utang barang secara online (COD), yaitu:⁸⁵

1. Karena intisari dari akad utang adalah untuk membina kerukunan (*al-irfaq*), maka utang barang secara online (COD) hanya berlaku atas pihak-pihak yang sudah diketahui dan dikenal baik oleh pembeli. Sifat pengetahuan seperti ini adalah didasarkan pada *urf* (tradisi), sebab tolong-menolong dan ganti rugi/penjaminan (*dlaman*) hanya mungkin dilakukan bila kedua pihak saling mengenal. Tanpa adanya unsur saling mengenal, maka secara tidak langsung terjadi adanya unsur *maisir* (*gambling*).
2. Melakukan sistem COD secara acak kepada calon pembeli potensial, tanpa dilandasi oleh tujuan utama dari dibolehkannya akad utang, yaitu membina kerukunan (*qashdu*

⁸⁴Muhammad Syamsuddin, *Halal-Haram Unsur Spekulasi dalam Jual Beli Sistem COD*, (Aswaja NU Center : Jawa Timur, 2020), h. 55

⁸⁵Muhammad Syamsuddin, *Halal-Haram Unsur Spekulasi dalam Jual Beli Sistem COD*, (Aswaja NU Center : Jawa Timur, 2020), h. 60

al-irfaq), adalah tindakan yang rawan akan timbulnya kerugian, sehingga dilarang sebab unsur *gharar* dan *dlarar*-nya.

C. Keamanan *E-Commerce* Dalam Melakukan Transaksi

Pengguna transaksi online atau *e-commerce* semakin meningkat dari waktu ke waktu. Indonesia mempunyai basis 55 juta pengguna internet, dan 57 persen dari angka itu adalah pengguna yang aktif berbelanja secara online. Namun sayangnya, hingga saat ini belum ada regulasi yang secara khusus dan spesifik mengatur isu keamanan dan privasi dalam melakukan transaksi online. Salah satu faktor yang menghambat pembuatan hukum *e-commerce* di Indonesia yang lebih terspesialisasi adalah terdapatnya banyak model bisnis *e-commerce* di Indonesia.⁸⁶

Beberapa masalah *e-commerce* di Indonesia yang hingga saat ini belum juga teratasi dengan baik.

1. Infrastruktur dan prosedur lebih mendalam

Tantangan infrastruktur di Indonesia tidak bisa diselesaikan oleh perusahaannya sendiri. Industri *e-commerce* berharap pemerintah juga turut mengambil langkah. Utamanya terkait infrastruktur internet yang belum stabil dan transportasi yang kerap sulit diandalkan. Perwakilan dari layanan logistik RPX menunjukkan bahwa prosedur perizinan dari bea cukai untuk pengantaran ke negara lain tidak efisien.

2. Industri *e-commerce* menginginkan pembayaran non-tunai

Penyedia layanan pembayaran digital mengatakan bahwa masyarakat masih mengandalkan pembayaran tunai dan edukasi tentang sistem pembayaran alternatif. Seharusnya ketergantungan terhadap pembayaran secara tunai harus dihentikan segera. Bila tidak, industri *e-commerce* akan tumbuh secara lambat.

⁸⁶Dedi Riswandi, *Transaksi Online E-Commerce : Peluang dan Tantangan dalam Ekonomi Islam*, (Jurnal Econetica Vol 1 No 1 2019)

3. Edukasi dalam menumbuhkan kepercayaan konsumen

Masalah kepercayaan konsumen dan keamanan dalam bertransaksi *online* masih terus bermunculan. Perwakilan dari OLX mengatakan bahwa kepercayaan dari konsumen masih membutuhkan proses edukasi lebih lanjut. Salah satu solusinya adalah dengan menjalin kerjasama dengan media untuk menjelaskan pemahaman lebih baik tentang model bisnis *e-commerce* untuk menambah kepercayaan masyarakat. Pemerintah mesti turun ke lapangan memberi pemahaman kepada masyarakat tentang keamanan bertransaksi online.

4. Kepercayaan Pelanggan Lebih Berharga Ketimbang Sertifikasi

Masalah lain yang menjadi sorotan adalah terkait penanaman kepercayaan. Beberapa pemain *e-commerce* menekankan keharusan sertifikasi, sementara sisanya lebih mengutamakan kepercayaan pelanggan.

5. Dukungan dan Perlindungan Bagi Para Pemain Baru

Beberapa *e-commerce* mengingatkan pemerintah agar memberi kemudahan bagi para pendatang baru yang mau memasuki ranah ini. Saran yang di ajukan termasuk memberi kemudahan peraturan bagi bisnis kecil dan menengah untuk mendapatkan akses ke investor, dan memberi potongan pajak pada perusahaan baru.

Alasan utama yang mendasari tingginya resiko keamanan dalam transaksi *e-commerce* adalah ditemukannya banyak kelemahan dalam hukum, regulasi, dan sistem *e-commerce* sendiri serta teknologi dan juga Internet. Masih banyak orang meragukan keamanan *e-commerce*, bahkan di dalam media massa sangat marak berita tentang pembobolan sistem keamanan internet. Seperti kita ketahui bahwa sistem transaksi pembayaran dalam *e-commerce* menggunakan beberapa cara seperti *micropayment*, *E-wallet*, *E-Cash / Digital Cash*, *credit card*, *electronic bill presentment* dan *Payment*.

1. Dimensi Keamanan Transaksi *E-Commerce*

Berikut adalah aspek-aspek dari sistem keamanan yang harus diperhatikan oleh tiap unsur yang terlibat dalam transaksi *e-commerce* :

- a. *Authentication* (keabsahan pengirim) : Identitas pengguna/pengirim data teridentifikasi (tidak ada kemungkinan penipuan)
- b. *Confidentiality* (kerahasiaan data/privacy) : data tidak dapat dibaca oleh pihak yang tidak berhak. Privacy data atau informasi harus diberikan agar tiap komponen yang terlibat tidak merasa dirugikan oleh unsur yang lain.
- c. *Integrity* (keaslian data) : Data tidak dapat diubah secara tidak sah. Integritas yang terbentuk harus saling memiliki komitmen sehingga data-data yang diberikan akan dapat terjaga tanpa adanya kebocoran data kepada pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab. Misal, Apakah nilai transaksi Rp. 1.000.000.000 (1 milyar) berubah menjadi Rp. 1.000.000 (1 juta).
- d. *Non-Repudiation* (anti-penyangkalan) : Tidak ada penyangkalan pengiriman data (dari pihak penerima terhadap pihak pengirim). Sehingga pencatatan transaksi bisa diakui sebagai suatu bukti transaksi *e-commerce* telah terjadi. Misalnya konsumen memesan sebuah buku, kemudian menyangkal ke vendor bahwa pemesanan yang diterima vendor tidak seperti yang telah dibuat sebelumnya.⁸⁷

Terkait sistem keamanan dalam aktifitas bertransaksi melalui *e-commerce* (pemesanan, pembayaran, dll) ada beberapa metode pengamanan yang digunakan dalam membangun *e-commerce*, yaitu :

- Konsep Enkripsi dan Dekripsi

Teknologi dasar yang dipergunakan dalam pengamanan data untuk transaksi-transaksi *e-commerce* adalah kriptografi. Dalam kriptografi terdapat ada dua proses utama yaitu :

⁸⁷Laila Ramadhani, *Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa*, (Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang, 2016)

- a. Enkripsi (*encryption*) : yakni proses untuk mengubah pesan asli (*Plaintext*) menjadi pesan yang tersandikan atau pesan yang terahasiakan (*Ciphertext*).

Tujuan Enkripsi : Dengan proses enkripsi akan mengacak data di dalamnya sehingga sangat sulit dan memakan waktu apabila data hasil enkripsi tersebut disimpulkan tanpa mengetahui kode/sandi khusus. Ditambah, algoritma tersebut biasanya melibatkan data rahasia tambahan yang disebut kunci, yang mencegah pesan untuk disimpulkan bahkan jika algoritma tersebut sudah umum dan dikenal oleh publik. Beberapa algoritma yang banyak digunakan adalah DES (*data encryption standart*), TripleDES, IDEA, Blowfish, Twofish, AES (*advanced encryption standard*) dan RC-4. Konsep enkripsi sendiri dimaksudkan untuk membangun aspek keamanan *e-commerce* yaitu *privacy/confidential*, *authentication*, *integrity* dan *non-Repudiation*.

- b. Dekripsi (*decryption*) : yakni proses mengubah pesan yang tersandikan (*Ciphertext*) kembali menjadi pesan pada bentuk aslinya (*Plaintext*).

- Teknik Enkripsi dan Dekripsi

- a. *Kombinasi Public Key/Private Key*

Public Key merupakan kunci yang dikenal oleh umum, sedangkan *Private Key* merupakan kunci yang hanya dikenal oleh si pemiliknya. *Kombinasi Public Key/Private key* sebetulnya menghilangkan keinginan mencuri dengan cara meng-enkripsi nomor kartu kredit tersebut di server perusahaan, jadi pada saat pengiriman data, data telah di-enkripsi dengan menggunakan teknologi *public key* dan *private key*.

Public Key Infrastructure (PKI) adalah satu set perangkat keras, perangkat lunak, orang, kebijakan, dan prosedur yang diperlukan

untuk membuat, mengelola, mendistribusikan, menggunakan, menyimpan, dan mencabut sertifikat digital.⁸⁸ Dalam kriptografi, sebuah PKI adalah pengaturan yang mengikat kunci publik (*public key*) dengan identitas masing-masing pengguna dengan cara otoritas sertifikat (CA).



⁸⁸Abidin, *Dampak Kebijakan E-Money di Indonesia sebagai Alat Sistem Pembayaran Baru*, (Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya Vol II , 2015), h. 98

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan uraian hasil penelitian tersebut, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. *E-commerce* mempunyai keterkaitan dengan ekonomi syariah, yakni dalam bentuk *bai' as-salam*, baik dari sisi pengertian, bentuk transaksi, maupun cara bertransaksi. Perbedaannya hanya terletak pada pembayaran dan penyerahan objek yang diperjualbeikan.
2. Syarat *e-commerce* dalam ekonomi syariah, yakni memiliki modal, barang yang dimiliki, dan adanya akad. Tujuannya adalah memberikan kemudahan bertransaksi (bermu'amalah); menata struktur kehidupan ekonomi masyarakat; dan menumbuhkan rasa kerelaan dalam bertransaksi.
3. Mekanisme pembayaran *e-commerce*, mempunyai kesamaan dengan mekanisme yang berlaku dalam sistem ekonomi syariah pada bentuk *bai' as-salam*, yakni adanya pembayaran; penyerahan barang; dan dilakukan setelah adanya akad kedua belah pihak yang bertransaksi.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka ada beberapa saran yang dapat penulis sampaikan:

1. Bagi semua pihak yang hendak mengeluarkan atau menetapkan suatu pendapat diharapkan mampu mengemukakan dalil dan alasan yang lebih kuat, khususnya ulama yang sependapat dengan konsep *e-commerce* dalam ekonomi syariah.
2. Mengingat konsep *e-commerce* dalam ekonomi Islam merupakan suatu masalah yang sering terjadi dalam kehidupan masyarakat, maka diharapkan kepada umat Islam, khususnya para ulama untuk dapat membahas lebih lanjut mengenai masalah *e-commerce*.

3. Dalam konsep *e-commerce* alangkah baiknya semua pihak yang terkait memahami mengenai syarat-syarat yang harus diperhatikan dalam melakukan jual beli online untuk menghindari kerugian yang akan timbul baik bagi produsen maupun konsumen.



DAFTAR PUSTAKA

Al-Quran Al-Karim

- Abidin, dan Muhammad Sofyan. Dampak Kebijakan *E-Money* di Indonesia Sebagai Alat Sistem Pembayaran Baru. *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya*. 2015
- Agus, Arwani. Epistemologi Hukum Ekonomi Islam (Muamalah), *Religia: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, Vol 15 No. 1 (2012).
- Anshori, Abdul Ghofur. *Pokok-Pokok Hukum Perjanjian Islam di Indonesia.*, Yogyakarta: Citra Media, 2006.
- Ayyub, Hasan. *Fiqh Mu'amalah al-Maliyyah*. Kairo: Dar al-Islam. 1423 H
- Ascarya. *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2007.
- Bayu Nugroho, Febrian. *Jual Beli Barang-Barang Second Dengan Sistem Cash On Delivery*, Skripsi. Program Studi Ekonomi Syariah. 2017
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008.
- Dwi Kurniawati, Annisa. *Transaksi E-Commerce Dalam Perspektif Islam*. *Jurnal Vol 02 No. 01* (2019)
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Bandung : CV. Penerbit Jumanatul 'Ali-ART (J-ART), 2004.
- Dasopang, Nur Sania. *Jual Beli Online Dalam Perspektif Hukum Islam*. *Jurnal IAIN Padangsidempuan* (2021).
- Fadhli, Ashabul. *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Penerapan Akad As-Salam Dalam Transaksi E Commerce*. *Mazahib Jurnal Pemikiran Hukum Islam*, (2016).
- Faulidi Asnawi, Haris. *Transaksi Bisnis E-Commerce Perspektif Islam*. Yogyakarta: Magistra Insania Press, 2004.
- Febrian, Jack. *Pengetahuan Komputer & Teknologi Informasi*, Bandung: Informatika. 2004.
- Hamzah, Amir. *Metode Penelitian Kepustakaan*. Literasi Nusantara, 2020.

- Hasan, M. Iqbal. *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Indonesia : Ghalia, 2002.
- Hasan, Ali. *Manajemen Bisnis Syariah: Kaya di Dunia Terhormat di Akhirat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009.
- Luckman. E. Model E-Commerce di Indonesia. *Jurnal El Barka*(2014)
- Masdurohatun, Anis. *Tantangan Ekonomi Syariah Dalam Menghadapi Masa Depan Indonesia di Era Globalisasi*. *Jurnal Dinamika Hukum* Vol 11, (2011).
- Mintarsih. *Perlindungan Konsumen Pemegang Uang Elektronik (E-Money) Dihubungkan Dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*. *Jurnal Wawasan Hukum*. Vol. 29 No. 02 (2013).
- Mulia Muhammad, Mahmudah. *Transaksi E-Commerce dalam Ekonomi Syariah*. *Jurnal Ekonomi*, (2020).
- Muttaqin, Azhar. *Transaksi E-Commerce Dalam Tinjauan Hukum Islam*. Malang: Universitas Muhammadiyah, 2009.
- Muhammad. *Ekonomi Mikkro dalam Perspektif Islam*. Yogyakarta : BPFY-Yogyakarta, 2004.
- Nasution, *Metodologi, Research (Penelitian Ilmiah)*, Cet.9. Jakarta: Bumi Aksara, 2007.
- Novari, Deka Meuthia. *Penerapan Sistem Reseller Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus Usaha Online Shop di Pertokoan Barokah Galeri Bukit Kemuning)*, *Al-Mizan*, Vol 01 No 01 (2019).
- Ngafifi Muhammad. *Kemajuan Teknologi dan Pola Hidup Manusia dalam Perspektif Sosial Budaya*, *Jurnal Pembangunan Pendidikan Fondasi dan Aplikasi*, Vol 2 Nomor 1. (2014)
- Ramadani, Laila. *Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik (E-Money) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa*. *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang*, 2016
- Rozalinda. *Fikih Ekonomi Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers, 2016.

- Riswandi, Dedi. *Transaksi On-Line (E-Commerce) : Peluang Dan Tantangan Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Jurnal Econetica Vol.1 No.1 Mei 2019
- Rifa'I. Veithzal, dkk. *Islamic Transaction Law in Bussiness: dari Teori ke Praktik*, Jakarta: Bumi Aksara, 2011.
- Sandhusen Richard. *Marketing E-Commerce*. Hauppauge, New York: Barron's Educational Series, 2008
- Sudarsono, Heri. *Konsep Ekonomi Islam*. Yogyakarta : Ekonisa, 2003.
- Sungkono, Chriswan. *Sistem Informasi Manajemen Edisi 10*. Jakarta: Salemba Empat, 2008.
- Sukirno, Sadono. *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*. Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2012.
- Syafei, Rachmat. *Fiqih Muamalah*. Bandung:Pustaka Setia, 2000.
- Syamsuddin,Muhammad.*Halal-Haram Unsur Spekulasi dalam Jual Beli Sistem COD*. Aswaja NU Center : Jawa Timur, 2020.
- Shofiyullah.E-Commerce Dalam Hukum Islam (Studi Atas Pandangan Muhammadiyah Dan NU.*Jurnal Penelitian Agama*(2008).
- Zainul Norazlina, dkk. *E-Commerce from an Islamic perspective*, (Electronic Commerce Research and ApplicationS, 2004.

LAMPIRAN-LAMPIRAN



**DOKUMENTASI PENGUMPULAN REFERENSI DAN Pengerjaan
SKRIPSI**



BIODATA PENULIS



Dian Fitri Awaliyah, lahir di Tuppu, Kabupaten Pinrang pada tanggal 10 Juni 1999. Anak pertama dari 4 bersaudara dari pasangan Bapak Syahril Syam dan Ibu Khadijah Tahir. Penulis beralamat di Kajuangin Desa Sabbang Paru Kecamatan Lembang, Kabupaten Pinrang, Provinsi Sulawesi Selatan. Saat ini saya menyandang sebagai seorang istri dari Erwin Salam, S.Pd., Gr dan ibu dari Iffah Hilya Azzahra.

Adapun riwayat Pendidikan penulis yaitu menyelesaikan Pendidikan Sekolah Dasar di SDN 142 Kajuangin pada tahun 2011. Kemudian melanjutkan Pendidikan di salah satu SMP yang ada di kecamatan paleteang yaitu SMPN 2 Pinrang dan selesai pada tahun 2014, setelah itu melanjutkan tingkat SMA di Jl. Urip Sumiharjo yakni SMAN 1 Pinrang, selesai tahun 2017. Kemudian, penulis melanjutkan Pendidikan keperguruan tinggi Islam yakni di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Parepare yang sekarang telah bertransformasi menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, dengan mengambil Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Hingga tugas akhirnya pada tahun 2021, penulis telah menyelesaikan Skripsi untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dengan judul *“Konsep E-Commerce dalam Perspektif Ekonomi Syariah”*.