

## **Analisis Kemaslahatan dan Kontekstual Praktek Jual Beli Berbasis Online (E-Commerce)**

**Uki Syauki**

**Praktisi Ekonomi Syariah**

### **Abstrak**

*Jual beli yang disyariatkan Islam adalah jual beli yang tidak mengandung riba, gharar dan maisir. Setiap transaksi jual beli dianggap sah apabila memenuhi rukun dan syarat jual beli yang ditetapkan oleh Syara'. Selain itu jual beli merupakan kegiatan bertemunya penjual dan pembeli, di dalamnya terdapat barang yang diperdagangkan dengan melalui akad (Ijab dan kabul). Keabsahan jual beli juga dapat ditinjau dari beberapa segi : Pertama, tentang keadaan barang yang dijual. Kedua, tentang tanggungan pada barang yang dijual yaitu kapan terjadinya peralihan dari milik penjual kepada pembeli. Ketiga, tentang sesuatu yang menyertai barang saat terjadi jual beli.<sup>1</sup>*

*Kegiatan jual beli yang jika dilaksanakan tanpa aturan dan norma-norma yang berlaku akan mendatangkan kerugian dan kerusakan dalam masyarakat. Kecerakahan mendorong manusia untuk mengambil keuntungan sebanyakbanyaknya melalui cara berbagai cara, misalnya berlaku curang dalam ukuran dan takaran serta manipulasi dalam kualitas barang dagangan yang jika hal itu diperturutkan, niscaya rusaklah sendi-sendi perekonomian masyarakat. Berbisnis merupakan aktivitas yang sangat dianjurkan dalam ajaran Islam. Bahkan Rasulullah SAW sendiri pun telah menyatakan bahwa 9 dari 10 pintu rezeki adalah melalui pintu berdagang (al-hadits). Artinya, melalui jalan perdagangan inilah pintu-pintu rezeki akan dapat dibuka sehingga karunia Allah terpancar daripadanya.*

*Jual beli merupakan sesuatu yang diperbolehkan, dengan catatan selama dilakukan dengan benar sesuai dengan tuntunan ajaran Islam. Kalau kita bicara tentang bisnis online, banyak sekali macam dan jenisnya. Namun demikian secara garis besar bisa di artikan sebagai jual beli barang dan jasa melalui media elektronik, khususnya melalui internet atau secara online. Dan dalam perkembangan zaman saat ini, kita tak dapat mengelak bahwa fenomena jual beli online telah tumbuh dan menjamur ditengah-tengah kehidupan kita sehari-hari. Mulai dari penjualan pakaian jadi, sepatu, tas, buku, dll. Lantas bagaimanakah hukum jual beli online dalam perspektif islam dan bagaimana relevansinya terhadap jual beli online saat ini.*

*Kata kunci: Maslahat, kontekstual, jual beli online (e-commerce)*

### **Pendahuluan**

Teknologi internet mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap perekonomian dunia. Internet membawa perekonomian dunia memasuki babak baru yang lebih populer dengan istilah digital economics atau perekonomian digital. Makin banyak kegiatan perekonomian dilakukan melalui media internet.

---

<sup>1</sup> Ibnu Rusyd, Bidayat Al-mujtahid, Ttp, Dar al-Fikr, tt, II, 120-130.

Misalnya, semakin banyak mengandalkan jual beli sistem *online (e-commerce)* sebagai media transaksi.<sup>2</sup>

*E-commerce* pada dasarnya merupakan suatu kontak transaksi perdagangan antara penjual dan pembeli dengan menggunakan media internet jadi proses pemesanan barang, pembayaran transaksi hingga pengiriman barang dikomunikasikan melalui internet.<sup>3</sup> *E-commerce* juga dapat diartikan sebagai suatu proses berbisnis dengan memakai teknologi elektronik yang menghubungkan antara perusahaan, konsumen dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik dan pertukaran/penjualan barang, servis, dan informasi secara elektronik.<sup>4</sup>

Elektronik commerce atau disingkat dengan *E-commerce* adalah kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (consumers), manufaktur (manufaktur), services providers dan pedagang perantara (intermediateries) dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer (computer network) yaitu internet. Penggunaan sarana internet merupakan suatu kemajuan teknologi yang dapat dikatakan menunjang secara keseluruhan spektrum kegiatan komersial.<sup>5</sup>

Dalam pengertian *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 dalam media elektronik (media digital) yang secara fisik tidak memerlukan pertemuan para pihak yang bertransaksi, dan keberadaan media ini dalam public networking atas sistem yang berlawanan dengan *private network* (sistem tertutup).

Istilah *E-commerce* yang didefinisikan oleh Juolian Ding 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 didalam elektronik (media digital) yang secara fisik tidak memerlukan pertemuan para pihak dan keberadaan media ini dalam public network (sistem tertutup). Dan sistem public

---

<sup>2</sup> Rieke Ustadiyanto, Framework E-Commerce Cet.I, Yogyakarta: Andi, 2001, hlm. 11

<sup>3</sup> Ibid, hlm. 11

<sup>4</sup> Munir Fuady, Hukum Kontrak (Dari Sudut Pandang Hukum Bisnis). hlm.407

<sup>5</sup> Abdul Halim Barakatullah dan Teguh Prasetyo, Bisnis E-Commerce Study System Keamanan dan Hukum di Indonesia, hlm. 10

network ini harus mempertimbangkan sistem terbuka.<sup>6</sup> Beberapa kalangan akademis sepakat mendefinisikan *e-commerce* sebagai salah satu cara memperbaiki kinerja dan mekanisme pertukaran barang, jasa, informasi, dan pengetahuan dengan memanfaatkan teknologi berbasis jaringan peralatan digital.<sup>7</sup>

Dari 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: Terjadinya transaksi antara dua belah pihak, adanya pertukaran barang, jasa, atau informasi dan internet merupakan medium utama dalam proses atau mekanisme perdagangan tersebut.

Dari karakteristik tersebut diatas terlihat jelas bahwa pada dasarnya *e-commerce* merupakan dampak dari perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi, dan secara signifikan mengubah cara manusia melakukan interaksi dengan lingkungannya, yang dalam hal ini terkait dengan mekanisme dagang, serta salah satu bentuk jual beli yang hampir setiap aktivitas di dalamnya dilakukan secara elektronik dengan menggunakan internet, transaksi-transaksi perdagangan elektronik ini yang secara fisik tidak memerlukan pertemuan para pihak serta penggunaan komputer sebagai sarana penciptaan relasi bisnis sehingga terjadi proses pembelian dan penjualan jasa/pertukaran dan distribusi informasi antara dua pihak di dalam satu perusahaan dengan menggunakan internet.

Perkembangan dunia bisnis dewasa ini dalam perkembangan perdagangan tidak lagi membutuhkan pertemuan secara langsung antara pelaku bisnis. Kemajuan teknologi memungkinkan untuk dilaksanakannya hubungan-hubungan bisnis melalui perangkat teknologi yang disebut dengan internet. Permintaan ataupun penawarannya melalui perangkat lunak yang ada dalam melakukan kegiatan usaha di *cyberworld* tersebut menjadi daya tarik tersendiri bagi para pelaku bisnis yang kini memiliki kecenderungan memerlukan informasi yang cepat, dan tidak memakan waktu yang lama. Segmentasi atau ruang lingkup *e-commerce* itu meliputi 3 sisi, yakni *e-commerce* yang terdiri dari segmentasi bisnis ke bisnis (*business to business*), bisnis

---

<sup>6</sup> Ding Julian, *E-Commerce: Law And Office*, Sweet And Maxwel Asia, hlm. 25

<sup>7</sup> Muhammad Choirul Huda, *Tinjauan Hukum Islam terhadap Transaksi Jual beli Dengan Sistem Online (Skripsi)*, Surabaya, IAIN Sunan Ampel, 2010 hlm. 42

ke konsumen (*business to consumer*), serta konsumen ke konsumen (*consumer to consumer*).<sup>8</sup>

Pebisnis yang mengadakan perjanjian tentu saja adalah para pihak yang bergerak dalam bidang bisnis yang dalam hal ini mengikatkan dirinya dalam suatu perjanjian untuk melakukan usaha dengan pihak pebisnis lainnya. Pihak-pihak yang mengadakan perjanjian dalam hal ini adalah internet service provider (ISP) dengan website atau keybase (ruang elektronik), ISP itu sendiri adalah pengusaha yang menawarkan akses kepada internet. Sedangkan internet merupakan suatu jalan bagi komputer-komputer untuk mengadakan komunikasi bukan merupakan tempat akan tetapi merupakan jalan untuk dilalui.<sup>9</sup>

### **Pembahasan**

Bisnis ke konsumen dalam *e-commerce* merupakan suatu transaksi bisnis secara elektronik yang dilakukan pelaku usaha dan pihak konsumen untuk memenuhi suatu kebutuhan tertentu dan pada saat tertentu. Transaksi bisnis ini produk yang diperjualbelikan mulai produk barang dan jasa baik dalam bentuk berwujud maupun dalam bentuk elektronik atau digital yang telah siap untuk digunakan atau dikonsumsi, Perkembangan segmentasi ecommerce khususnya pada ruang lingkup bisnis ke konsumen membawa keuntungan bukan saja pada pihak pelaku usaha, pihak konsumen pun mendapat keuntungan yang sama. Walaupun demikian tetap saja kemungkinan-kemungkinan penyimpangan di dunia maya dapat terjadi.<sup>10</sup>

Konsumen ke konsumen merupakan transaksi bisnis secara elektronik yang dilakukan antara konsumen untuk memenuhi suatu kebutuhan tertentu dan pada saat tertentu pula, segmentasi konsumen ke konsumen ini sifatnya lebih khusus karena transaksi dilakukan oleh konsumen ke konsumen yang memerlukan transaksi internet telah dijadikan sebagai sarana tukar menukar informasi tentang produk baik mengenai harga, kualitas dan pelayanannya. Selain itu antar *customer*

---

<sup>8</sup> Panggih P, Dwi Atmojo, *Internet Untuk Bisnis I*, Jogjakarta: Dirkomnet Training, 2002, hlm.6

<sup>9</sup> Onno W purba dan aang arid wahyudi, *mengenal e-commerce*, hlm. 57

<sup>10</sup> Ibid, hlm. 18

juga dapat membentuk komunitas pengguna atau penggemar produk tersebut. Ketidakpuasan *costumer* dalam mengonsumsi suatu produk dapat segera tersebar luas melalui komunitas-komunitas tersebut. Internet telah menjadikan customer memiliki posisi tawar yang tinggi terhadap perusahaan dengan demikian menuntut pelayanan perusahaan menjadi lebih baik.<sup>11</sup>

Teknologi informasi telah mengubah cara-cara bertransaksi dan membuka peluang baru dalam melakukan transaksi bisnis. Namun, teknologi informasi tersebut juga sekaligus menciptakan peluang-peluang baru bagi tindak kejahatan. Konsekuensinya, elektronik information memerlukan adanya perlindungan yang kuat terhadap upaya-upaya yang dilakukan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab untuk dapat mengakses informasi tersebut, kebutuhan perlindungan yang demikian menjadi sangat tinggi apabila menyangkut elektronik information yang sangat rahasia.<sup>12</sup>

Tranasaksi elektronik antara *e-merchant* (pihak yang menawarkan barang atau jasa melalui internet) yang terjadi didunia maya atau di internet. Pada umumnya berlangsung secara *paperless transaction*, sedangkan dokumen yang dipergunakan dalam transaksi tersebut bukanlah paper dokumen, melainkan dokumen elektronik (digital elektronik). Salah satu isu terbesar dalam implementasi sistem *e-commerce* adalah mekanisme pembayaran *via* internet.<sup>13</sup> Berbagai aspek transaksi yang tergolong dalam berbagai proses interaksi bisnis konvensional berubah dengan cepat ketika perdagangan secara *face- to-face* mulai digantikan dengan perdagangan *online* Seperti halnya untuk membeli sesuatu, ada beberapa tahapan yang dijalani, yaitu mencari lokasi si penjual, memilih suatu produk, menanyakan harga, membuat suatu penawaran, sepakat untuk melakukan pembayaran, mengecek indentitas dan validitas mekanisme pembayaran, penyerahan barang oleh penjual dan penerimaan oleh pembeli. Mekanisme pembayaran *online* juga harus menyertakan semua atau sebagian dari tahapan-tahapan ini dalam alur pembayaran yang digunakan.

---

<sup>11</sup> Pangih P, Dwi Atmojo, *Internet Untuk Bisnis I*, hlm. 7

<sup>12</sup> Sjadeini, "Hukum Ciber System Pengamanan E-Commerce", Dalam Mariam Darus Badruzaman Dkk, *Kompilasi Hukum Perikatan*, hlm. 310

<sup>13</sup> Muhammad Choirul Huda, *Tinjauan Hukum Islam terhadap Transaksi Jual beli Dengan Sistem Online...*, hlm. 53

Perubahan interaksi ini juga mengharuskan untuk mempehatikan ke arah pengembangan keamanan metode pembayaran dalam *e-commerce*, agar lebih aman dan terjamin. Karena itulah, sebagai pendukung dalam transaksi *e-commerce* diperlukan perantara (pihak ketiga) untuk keamanan, indentifikasi, dan pengesahan.<sup>14</sup> Dalam transaksi *e-commerce* melalui internet perintah pembayaran (*payment instruction*) melibatkan beberapa pihak selain dari pembeli (*cardholder*) dan penjual (*merchant*).<sup>15</sup> Para pihak itu adalah *payment gateway, acquirer dan issuer*. Dalam transaksi *online* merupakan sebuah keharusan adanya pihak-pihak lain yang terlibat tersebut. Dalam bisnis konvensional sehari-hari, biasanya seseorang melakukan pembayaran terhadap produk atau jasa yang dibelinya melalui berbagai cara. Cara yang paling umum adalah membayar langsung dengan alat pembayaran yang sah (*uang*), secara tunai (*cash*). Cara lain adalah dengan menggunakan kartu kredit (*credit card*), kartu debit (*debit card*), cek pribadi (*personal check*), atau transfer antara rekening. Proses pembayaran biasanya dilakukan di tempat diperjualbelikannya produk atau jasa tersebut.

Di dunia maya, seseorang seringkali ingin belanja secara cepat dan tidak bertele-tele, terutama dalam hal melakukan transaksi pembayaran. Terlebih-lebih jika barang yang ingin dibeli melalui internet tergolong berharga murah. Menggunakan kartu kredit jelas akan membuang-buang waktu karena di samping harus mengisi sejumlah formulir, proses otorisasi terkadang memakan waktu yang cukup lama tidak sebanding dengan nilai transaksi yang ingin dilakukan bagi praktisi bisnis yang ingin mempermudah konsumennya dalam membelanjakan uang untuk produk-produk ritel berharga murah dengan sistem *e-commerce*, ditawarkan sebuah metode pembayaran yang tergolong cepat dan aman, yaitu dengan menggunakan uang digital (*digital cash*).<sup>16</sup>

*Digital cash* memiliki karakteristik utama, yaitu *transnationality of digital cash*, di mana digital cash memiliki kemampuan mengalir secara bebas melewati batas hukum negara lain. Karakteristik inilah yang menjadi sumber kelebihan dan

---

<sup>14</sup> Soon yong choi dkk, *The Economics of Electronic Commerce*, hlm. 412

<sup>15</sup> Lihat Muhammad Aulia Adnan, *aspek hukum protocol pembayaran visa/mastercard secure elektronik transaction (SET)*, hlm. 54

<sup>16</sup> Muhammad Choirul Huda, Tinjauan Hukum Islam terhadap Transaksi Jual beli Dengan Sistem *Online*, hlm. 64

kekurangan digital cash. Di satu sisi, dis menjadikan transaksi menjadi lebih efisien, tidak berbelit-belit, di sisi lain hal ini akan dapat menimbulkan pertentangan antara prinsip kebebasan *cyberspace* dengan hukum suatu negara.<sup>17</sup>

Implikasi dari pengembangan ini dirasa ada sisi positif dan negatif. Aspek positifnya bahwa dengan perdagangan di internet melalui jaringan *online*, telah meningkatkan peranan dan fungsi perdagangan sekaligus memberikan kemudahan dan efisiensi. Aspek negatif dari pengembangan ini adalah berkaitan dengan persoalan keamanan dalam bertransaksi dengan menggunakan media *e-commerce* dan secara yuridis terkait pula dengan jaminan kepastian hukum (*legal certainty*).<sup>18</sup>

Keuntungan yang dapat diambil dengan adanya *elektronik commerce* antara lain:<sup>19</sup>

- 1) *Revenue stream* (aliran pendapatan) baru yang mungkin lebih menjanjikan, yang tidak bisa ditemui di sistem transaksi tradisional.
- 2) Dapat meningkatkan *market exposure* (pangsa pasar)
- 3) Melebarkan jangkauan (*global reach*)
- 4) Meningkatkan *customer loyalty*
- 5) Meningkatkan *supplier management*
- 6) Memperpendek waktu produksi
- 7) Meningkatkan *value chain* (mata rantai pendapatan)

Adapun resiko yang mungkin terjadi dalam *elektronik commerce* dari segi pandangan bisnis, penyalahgunaan dan kegagalan sistem yang terjadi, antara lain:<sup>20</sup>

- 1) Kehilangan segi finansial secara langsung karena kecurangan seseorang atau seorang penipu yang berasal dari dalam atau dari luar mentransfer sejumlah uang dari rekening yang satu ke rekening lainnya atau dia telah menghancurkan/mengganti semua data finansial yang ada.
- 2) Pencurian informasi rahasia yang berharga Kepemilikan teknologi atau informasi yang berhubungan dengan kepentingan *consumen/client* mereka.

---

<sup>17</sup> Onno W. Purbo Dan Aang Arif Wahyudi, *Mengenal E-Commerce*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2001, hlm. 125-126

<sup>18</sup> Abdul Halim Barakatullah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce Studi Keamanan dan Hukum di Indonesia*, hlm. 3

<sup>19</sup> Onno W. Purbo, Aang Arif Wahyudi, *Mengenal E-Commerce*, hlm. 2

<sup>20</sup> *Ibid*, hlm. 2

Gangguan yang timbul bisa menyikap semua informasi rahasia tersebut kepada pihak-pihak yang tidak berhak dan dapat mengakibatkan kerugian yang besar bagi si korban.

- 3) Kehilangan pelayanan bisnis karena gangguan pelayanan Bergantung pada pelayanan elektronik dapat mengakibatkan gangguan selama priode waktu yang tidak dapat diperkirakan. Kesalahan ini bersifat kesalahan *nonteknis*, seperti aliran listrik tiba-tiba padam, atau jenis-jenis gangguan tak terduga lainnya.
- 4) Pengguna akses ke sumber oleh pihak yang tidak berhak Pihak luar mendapatkan akses yang sebenarnya bukan menjadi haknya dan dia gunakan hal itu untuk kepentingan pribadi. Misalnya seorang hacker yang berhasil membobol sebuah sistem perbankan, setelah itu dengan seenaknya sendiri dia memindahkan sejumlah rekening orang lain kedalam rekeningnya sendiri.
- 5) Kehilangan kepercayaan dari konsumen Kepercayaan konsumen terhadap sebuah perusahaan/lembaga/ institusi tertentu dapat hilang karena berbagai macam faktor, seperti usaha yang dilakukan dengan sengaja oleh pihak lain yang berusaha menjatuhkan reputasi perusahaan tersebut sehingga mengakibatkan kepercayaan konsumen berkurang.
- 6) Kerugian-kerugian yang tidak terduga Gangguan terhadap transaksi bisnis, yang disebabkan oleh gangguan dari luar yang dilakukan dengan sengaja, ketidakjujuran, praktek bisnis yang tidak benar, kesalahan faktor manusia, atau kesalahan sistem elektronik, mengakibatkan kerugian transaksi bisnis yang tidak bisa dihindarkan terutama dari segi financial.

Berdasarkan uraian yang ada, terlihat bahwa melakukan atau menyusun kegiatan *e-commerce* tidak semudah kita membalikkan telapak tangan. Banyak sekali faktor yang harus diperhatikan dan dipertimbangkan. Kita harus mengasumsikan bahwa semua keuntungan yang akan diraih *ekivalen* (sebanding) dengan nilai kerugian yang mungkin timbul.

#### **Analisis Hukum Berdasarkan Fiqh**

Ketentuannya adalah sebagai berikut :<sup>21</sup>Barang jualan sebelum diterimakan kepada pembeli, adalah tanggungan penjual. Artinya kerusakan ('aib) yang timbul

---

<sup>21</sup> Ibid., hlm.. 235

akibat penjual maka akadnya menjadi rusak (*fasakh*). Perusakan barang jualan yang dilakukan oleh pembeli, adalah penerimaan atas barang tersebut, sekalipun tidak mengetahui kalau yang dirusak adalah barang jualan. Pentasharrufan terhadap barang jualan sekalipun dilakukan pada penjual, misalnya dihibahkan, disewakan, digadaikan, atau dengan dijual lagi, namun belum diterima oleh pembeli, hukum pentasharrufannya adalah batal. *Qabdh* (penerimaan) terhadap *mabi'* berupa benda yang tidak bergerak seperti tanah, rumah atau pohon adalah dengan menyerahkan kepada pembelinya berupa kunci atau tanda kepemilikan lainnya sebagai bukti pemberian kuasa kepemilikan atas barang tidak gerak tersebut. *Qabdh* (penerimaan) terhadap *mabi'* berupa benda bergerak, seperti kapal atau hewan, dengan cara memindahkan barang gerak tersebut ketempat lain menuju dekat pembeli. Penjual boleh meminta ganti penukaran (*istibdal*) atas harga pembayaran berupa emas dan perak atau lainnya pada selain jual beli *ribawi* yang sama jenisnya. Penjual boleh meminta ganti penukaran (*istibdal*) atas pembayaran utang bagi yang transaksinya sudah tetap, maka tidak boleh atas *muslam fih*, sebab keadaannya belum tetap.

Dalam jual beli *Online* harus terpenuhinya rukun jual beli, yang terdiri dari 3 hal, yaitu : (1) Orang yang berakad (*'Aqid*), (2) Barang yang diakadkan (*Ma'qud 'alaih*), dan (3) Bentuk transaksi / *ijab qabul* (*Shighah*). Ketiga rukun jual beli tersebut dalam transaksi jual beli apapun menjadi hal wajib yang harus ada dan terlaksana antar pembeli dan penjual, sehingga apabila salah satu dari ketiga rukun tersebut tidak ada, maka transaksi jual beli dianggap tidak sah secara hukum Islam.

Tidak hanya sekedar adanya rukun tersebut, setiap rukun tersebut harus memenuhi syarat dan ketentuannya masing-masing. Dalam hal akad, keduanya (pembeli dan penjual) tidak boleh memberikan jarak pemisah waktu yang lama antara lafadz atau isyarat. Dalam jual beli *Online* pun demikian, pembeli yang bertransaksi melalui media *Online* dapat dianggap sah jika jarak antara *ijab* dan *qabul* tidak terlalu lama, tidak dipisah oleh kalimat lainnya, tidak berbeda kehendak, dan tidak terikat oleh batasan waktu. Disamping itu, Penjual dan pembeli dalam transaksi jual beli *Online* sebaiknya adalah yang sudah mukallaf dan beragama Islam untuk pemilikan barang.

Barang yang dijual dianggap sah apabila :Barang yang dijual oleh penjual

adalah juga berhak menjadi milik pembeli, sebab dilarang jual beli dengan cara *fudhuli* (salah satu dari penjual atau pembeli tidak mempunyai hak atas *ma'qud 'alaih*/barang jualan). Barang yang dijual adalah barang yang kesuciannya dapat dijaga, artinya tidak dibenarkan menjual barang yang tidak suci atau najis seperti kahamar dan yang lain sebagainya. Barang yang dijual harus dapat dilihat dan diketahui oleh calon pembeli, baik sifat dan ukurannya, baik dengan cara langsung maupun dengan cara dipesan seperti jual beli *Online* yang cukup memberikan sifat-sifat barang atau dengan melihat gambar barang yang akan dijual, maka tidak dibolehkan terdapat penipuan atau kebohongan dalam memperlihatkan sifat atau bentuk barang jualan pada pembeli baik sebagian ataupun seluruhnya. Barang yang dijual adalah barang yang dapat memberi manfaat bagi pembeli, artinya sesuatu yang tidak ada manfaatnya bagi pembeli tidak dapat dijadikan sebagai barang jualan, terlebih barang tersebut hanya memberikan *mafsadat* (keburukan) bagi pembeli. Keadaan Barang yang dijual adalah barang yang dapat diserahkan dari penjual ke pembeli, maka tidak dibolehkan menjual barang yang membuat penjual ataupun pembeli tidak mampu mengambilnya atau menangkapnya untuk dijual. Barang yang dijual bukanlah barang yang mengandung unsur riba baik *riba fadhli*, *riba al-qardi*, *riba al-yad*, *riba an-nasai*.

Jual beli *Salam* adalah jual beli barang yang masih dalam tanggungan dengan cara mensifati barang tersebut, dan wajib segera mengungkapkan kalimat akad *salam* atau *salaf* (pesan) saat transaksi jual beli berlangsung. ketentuannya adalah sebagai berikut : Penyerahan atau penerimaan uang (harga barang yang dipesan) dengan ditunjukkan langsung atau masih dalam tangungannya (*dzimmah*) ketika di *majlis khbiyar* (sebelum berpisah dari tempat transaksi sekalipun harga pembayaran / *ra'su mal* berupa manfaat atau jasa). Keputusan transaksi pembayaran harus disepakati saat masih berada pada *majlis khbiyar* (belum berpisah dari tempat transaksi), keputusan apakah pembayaran dilaksanakan langsung (kontan) atau dengan dengan cara lainnya. Maka keputusan transaksi yang diambil setelah hilangnya *majlis khbiyar* adalah tidak sah.

Barang yang dipesan (*Musalam fib*) adalah utang tanggungan orang yang dipesani (*muslam fib*), baik nantinya diberikan secara kontan maupun angsuran,

karena dengan keadaannya sebagai utang itulah, maka akad ini disebut ***salam***.

Jadi Pada dasarnya selama terjadi proses pemesanan (*akad salam*), maka saat itu pula telah terjadi transaksi utang tanggungan antara pembeli (yang memesan) dan penjual (yang dipesan). Selama masih dalam tanggungan utang seorang pembeli berkewajiban untuk membayar harga yang ditentukan dari penjual sebagai bentuk keputusan tuntasnya transaksi jual beli dan beralihnya hak milik pada penjual sehingga saat pembayaran selesai status utang pun menjadi hilang bagi pembeli.

Keberadaan Barang yang dipesan (*muslam fib*) dapat diserahkan pada waktu penyerahannya. Karena itu tidak sah memesan barang yang tidak dapat diserahkan pada masa penyerahannya, misal memesan kurma basah untuk musim penghujan. Barang yang sudah dipesan oleh pemesan harus sudah siap untuk diserahkan pada pemesan. Barang tersebut bukanlah barang yang ketika tiba waktu penyerahan tidak dapat diserahkan karena alasan yang tidak bisa dipertanggungjawabkan. Termasuk pula menyepakati keadaan barang yang sebenarnya belum jelas atau tidak diketahui atau belum ada dan tidak bisa dibuktikan saat penyerahannya hal dikarenakan menimbulkan spekulasi antara dusta dan jujurnya seorang penjual (yang dipesani).

Keberadaan Barang yang dipesan (*muslam fib*) diketahui ukurannya dengan takaran untuk yang ditakar, dan dengan timbangan untuk yang ditimbang, dengan panjang pendek untuk yang dipanjang-pendekkan dan dengan bilangan untuk yang dibilang. Dalam transaksi jual beli dengan akad salam (pesan) penjual harus mendapatkan informasi yang jelas mengenai keadaan dan keberadaan barang yang dipesan, hal ini bertujuan agar pemesan mendapatkan barang (pesanan) yang sesuai dengan keinginannya dan tidak menimbulkan kekecewaan setelah menerima pesannya itu. Disini kedua belah pihak harus menjunjung tinggi asas kejujuran agar informasi yang diberikan benar dan sesuai kenyataannya. Maka kewajiban bagi pemesan adalah bertanya dan menyampaikan kehendaknya pada pembeli secara rinci, begitupun sebaliknya penjual (yang dipesani) harus memberikan informasi yang sesuai pada pemesan barangnya dan mewujudkan barang yang dikehendaki pemesan sesuai penyampaian pemesan saat memesan dan merinci keinginannya pada penjual.

*Khiyar majlis* adalah hak pilih untuk meneruskan jual beli atau tidak, ketika masih ada di *majlis akad*. Berikut ini adalah ketentuannya:

1. Telah selesai *khiyar* seseorang yang memilih untuk menjadikan jual beli, baik penjual maupun pembeli.

Maka transaksi jual beli antara penjual dan pembeli dianggap selesai ketika sudah meninggalkan *majlis akad*. Artinya pembeli sudah tidak dapat lagi memilih atau menawar barang yang sudah disepakati dalam akad.

2. *Khiyar* kedua belah pihak telah selesai sebab keduanya atau salah satu dari mereka memisahkan diri menurut penilaian umum (*'urf*) dalam *majlis akad*, sekalipun lupa atau tau hukumnya. Jadi *khiyar majlis* masih tetap ada selagi mereka belum berpisah kecuali penjual atau pembeli mati, maka *khiyar* berpindah pada ahli waris yang berkeahlian.

Keterangan tersebut menggambarkan bahwa terlepasnya interaksi antara penjual dan pembeli baik disengaja ataupun tidak, baik paham hukum ataupun tidak, pada dasarnya telah menghilangkan *majlis khiyar* dalam transaksi jual beli. Maka jika salah satu meninggal *majlis* maka hak pilih dalam *mejlis* pun menjadi hilang.

3. Orang yang mengatakan tidak berpisah atau tidak *fasakh* (rusak) sebelum berpisah adalah diambil sumpahnya, sebab salah satu dari mereka mengingkari antara sudah berpisah atau belum, maka dalam kasus ini yang dibenarkan adalah yang mengingkarinya, karena pengingkarannya itu yang mencocoki asal (tidak *furqah* dan tidak *fasakh*).

Kejujuran merupakan hal penting dalam jual beli, apabila terjadi salah satu dari penjual atau pembeli tidak membenarkan keadaan yang sebenarnya tentang terpisahnya *majlis aqad* mereka maka bersumpah menjadi hal penting. Namun pada dasarnya yang dibenarkan adalah hukum asalnya yaitu tidak ada pisah/rusaknya *majlis* antara penjual dan pembeli, sehingga seolah dapat dimulai lagi *majlis khiyar* yang baru dalam hal memilih kembali, ataupun menawar kembali.

4. Boleh bagi penjual dan pembeli atau salah satunya saja, **mengikat *khiyar syarat*** dalam semua bentuk jual beli yang ada *khiyar majlisnya*. *Khiyar syarat* ini

tidak diperbolehkan terjadi pada pada jual beli barang ribawi dan salam (pesan).karena kedua hal tersebut tidak boleh mensyaratkan adanya *khiyar*, sebab ini disyaratkan adanya penerimaan *ma'qud alaih* di majlis akad, *khiyar syarat* paling lama adalah 3 hari semenjak mengikat syarat, baik itu disyaratkan didalam akad ataupun majlis akad.

*Khiyar syarat* merupakan suatu keringanan dalam jual beli yang telah disepakati bersama sebelum *khiyar majlis* hilang, dengan ketentuan tertentu (dalam hal ini 3 hari), maka syarat tesebut harus ditaati baik penjual maupun pembeli, namun apabila penjual tidak memberikan khiyar syarat pada pembeli maka penjualpun harus mentaatinya karena berdasarkan kesepakatan bersama saat *khiyar majlis* ataupun *majlis akad* berlangsung.

5. *Fasakh* jual beli (pembubaran transaksi) dalam masa khiyar sudah dapat terwujudkan dengan ucapan : “kurusak jual belinya” kalimat ini senada dengan ucapan “barang jualan kutarik kembali”.

Pada dasarnya pembatalan jual beli itu bisa terjadi selama masih dalam *majlis khiyar* tidak hanya berpisanya antar kedua bela pihak, melalui isyarat atupun ucapan yang bisa memberikan sebuah pilihan untuk tidak jadi melanjutkan transaksi jual beli.

6. Bagi pembeli yang tidak megetahui adanya cacat sejak awal pada barang yang dapat menurunkan harga barangya, dia mempunyai hak *khiyar* untuk mengembalikan barang tersebut (hal ini disebut *Khiyar 'aib*). Akan tetapi hak *khiyar* terhadap kerusakan barang tersebut tidak dapat dimiliki oleh pembeli apabila kerusakan jelas diketahui terjadi setelah barang diterima, bukan rusak diawal. Beberapa contoh yang disampaikan syekh nawawi al-bantani al-jawi adalah : adanya penyakit istihadhah (pada kasus pembelian budak), keadaan binatang yang sukar ditunggangi (nakal/bahaya), adanya perlakuan *taghrir* (penipuan) seperti *Tashriyah* (pembiaran air susu mengendap dalam kantong susu binatang selama beberapa waktu, sebelum binatang itu dijual, dengan tujuan tipu daya pada pembeli).

Tidak termasuk *khiyar 'aib* apabila kerugiannya terjadi akibat ulah pembeli sendiri, seperti ceroboh dan gegabah dalam memilih barang. *Khiyar 'aib* harus

dilaksanakan seketika, tidak boleh menunda tanpa *'udzur* (alasan yang jelas), karena hal tersebut membatalkan *kebiyar 'aib*. Dalam perselisihan yang terjadi antara *'aib* lama atau baru terjadi, maka pembeli harus membenarkannya melalui sumpah.

Kerelaan (*'an taradlin*) merupakan hal yang paling esensi dalam perjanjian Islam. Sebab dalam perdagangan Islam dinyatakan bahwa perdagangan harus dilakukan dengan penuh kesepakatan dan kerelaan, sehingga jauh dari unsur memakan harta pihak lain secara bathil.<sup>22</sup> Transaksi melalui kurir dalam pandangan ulama Fiqh Madzhab Asy-Syafi'i membolehkan jual beli dengan *wakalah* (perwakilan). *Wakalah* menurut istilah adalah Penyerahan kekuasaan oleh seseorang kepada orang lain dalam urusan yang dapat digantikan, agar orang tersebut melaksanakannya selagi penyerah masih hidup.”<sup>23</sup> Rukun dari *wakalah* adalah:<sup>24</sup>

1) *Al-Muwakkal* (orang yang mewakilkan).

*Al-Muwakkal* adalah orang yang ditolong oleh orang lain untuk melakukan beberapa perbuatan sebagai gantinya pihak pertama. Dengan syarat pemberi perwakilan merupakan orang yang cakap dalam perbuatannya untuk memberikan perwakilan atas milik dan kuasanya.

*Tidak* sah mewakili anak kecil, orang gila, orang yang tidak sadar karena tidak cakap atas perbuatannya. Juga tidak sah mewakili orang tunaakal untuk mewakili perbuatan *mu'amalah* hartanya karena tidak memiliki hartanya secara langsung. Seorang ayah yang *fasiq* tidak boleh mewakili perempuannya untuk menikah, begitu juga kerabat laki-laki lainnya yang *fasiq* juga.<sup>25</sup>

Namun dikecualikan bagi tunanetra. Tunanetra sah *untuk* diwakili karena merupakan hal yang darurat secara syara.

2) *Al-Wakil* (orang yang mewakili).<sup>26</sup>

*Wakil* adalah orang yang mengerjakan perbuatan sebagai ganti orang yang

---

<sup>22</sup> Muhammad Rizqi Romadhon , *Jual Beli Online Menurut Madzhab Asy-Syafi'i*, Pustaka Cipasung; Tasikmalaya, 201, hlm. 108

<sup>23</sup> Abi al-Mu'thi Muhammad bin 'Umar Nawawi Al-Jawi, *Nihayah Az-Zain Fi Irsyad al-Mubtadi'in* , *Dar al-Kotob al-Ilmiyah, Bairut*, 2001, hlm. 249

<sup>24</sup> Ibid . hlm. 250-252

<sup>25</sup> Ibid. hlm. 252

<sup>26</sup> Ibid. hlm. 253

diwakili dengan izinnya. Terdapat persyaratan untuk menjadi sorang wakil, yaitu: Sah untuk melakukan perbuatan yang diizinkan olehnya, ditentukan orangnya, dan seorang yang adil.

- 3) *Shighat* akad *wakalah*, yaitu ijab kabul untuk akad *wakalah*. Dalam *shighat* disyaratkan terdapat kata yang menunjukkan kerelaan untuk diwakili baik secara *sharih* (jelas) ataupun *kinayah* (sindiran).<sup>27</sup>
- 4) *Al-Muwakkal fih* (perbuatan yang diwakilkan). Perbuatan yang diwakilkan memiliki beberapa syarat; yaitu: Pemberi kuasa merupakan orang yang boleh diwakilkan, harus diketahui bentuk perbuatannya, harus perbuatan yang boleh diwakilkan.<sup>28</sup>

Ulama-ulama Madzhab Asy-Syafi'i memperbolehkan *wakalah* (perwakilan) dalam setiap hak-hak urusan manusia. Yaitu segala hal yang berkaitan dengan individunya bukan komunitasnya. Seperti mewakilkan jual beli, pernikahan, perceraian, *syirkah*, perdamaian dan lainnya.

Wakalah adalah akad yang tidak mengikat, artinya seorang wakil atau orang yang mewakilkan tidak wajib meneruskan akad wakalah. Setiap pihak boleh membatalkan akad tersebut kapan saja mereka inginkan, dan akad itu menjadi gugur dengan meninggalnya salah satu pihak. Perwakilan atau *wakalah* menjadi batal apabila terjadi salah satu di bawah ini:

- 1) Salah satu pihak memutuskan kontrak *wakalah*.
- 2) Salah satu pihak meninggal.
- 3) Salah satu pihak menjadi gila.
- 4) *Al-Muwakkal* (orang yang mewakilkan) kehilangan kepemilikan atas kuasa atau barangnya.<sup>29</sup>

Begitu kompleksnya pertimbangan-pertimbangan dalam melakukan jual beli, aturan yang mengikat kaum muslim pada dasarnya atas dasar kemaslahatan ummat serta amal sholih induvidual muslim.

---

<sup>27</sup> Ibid. hlm. 250

<sup>28</sup> Ibid. Hlm. 253

<sup>29</sup> Ibid.

### **Analisis Dari Segi Kemaslahatan Dan Kontekstual**

Dinamika hukum Islam dibentuk oleh adanya interaksi antara wahyu dan rasio. Itulah yang berkembang menjadi Ijtihad (upaya ilmiah menggali dan menemukan hukum bagi hal-hal yang tidak ditetapkan hukumnya secara tersurat (*mansbus*) dalam syari'ah (*al-kitab wa sunnah*).<sup>30</sup> Dengan demikian sumber hukum Islam terdiri atas : Al-Qur'an, Sunnah, Ijma' dan Akal. Selain dari sumber hukum primer tersebut, dikenal juga adanya sumber-sumber sekunder (*al-mashadir al-tab'iyah*), yaitu Syari'ah terdahulu (*syar' man qablana*). Pendapat sahabat Nabi (*qaul al-shahabi*), kebiasaan/adat-istiadat (*al'urf*), *Istihsan*, *Istishlah*, dan *Istishhab*.<sup>31</sup> Dalam dunia Islam dalam melakukan suatu perbuatan harus mempunyai guna dalam hidup atau mempunyai kemaslahatan bagi dirinya atau bagi masyarakat. Sebab hal itulah yang melatar belakangi mengapa syari'ah Islam itu ada, yaitu menciptakan kemaslahatan dan mencegah kemadharatan.

*Istishlah* merupakan suatu konsep dalam pemikiran hukum Islam yang menjadikan *mashlahab* (kepentingan/kebutuhan manusia) yang sifatnya tidak terikat (*mursalah*) menjadi suatu hukum sekunder. Karenanya juga konsep ini lebih dikenal dengan sebutan, *al-mashlahab al-mursalah* atau *al-mashalih al-mursalah*. Konsep penalaran ini bermula dikembangkan dalam aliran pemikiran hukum islam (madzhab) Malikiyah.<sup>32</sup> Tapi pada hakekatnya konsep ini telah dikenal dan digunakan oleh angkatan pertama *ahl al-ijtihad* dikalangan sahabat dan tabi'ini. Dan ternyata kemudian diambil alih juga oleh Imam al-Ghazali dari aliran Syafi'iyah dengan beberapa penyempurnaan. Tapi perlu dicatat, konsep ini ditolak oleh aliran Zhahiriyyah dan Syi'ah.<sup>33</sup>

Salah satu metode yang dikembangkan ulama ushul fiqh dalam mengistinbatkan hukum dari *nash* adalah *mashlahab al-mursalah*, yaitu suatu kemaslahatan yang tidak ada *nash juz'i* (rinci) yang mendukungnya, dan tidak ada

---

<sup>30</sup> Ali Yafie, KHLM., *Kontekstualisasi Doktrin Islam Dalam Sejarah : Kosep-konsep Istihsan, Istishlah, Dan Mashlahat Al-Ammah* (Edit.) Budhy Munawar-Rachman, Jakarta : Yayasan paramadina, 1994, hlm.. 362

<sup>31</sup> Ibid.

<sup>32</sup> Ibid., hlm.. 365

<sup>33</sup> *Kontekstualisasi Doktrin Islam Dalam Sejarah : Kosep-konsep Istihsan, Istishlah, Dan Mashlahat Al-Ammah* (Edit.) Budhy Munawar-Rachman, Jakarta : Yayasan paramadina, 1994, hlm. 362

pula yang menolaknya dan tidak ada pula ijma' yang mendukungnya, tetapi kemaslahatan ini didukung oleh sejumlah *nash* melalui cara *istiqra'* (induksi dari sejumlah *nash*).<sup>34</sup>

Menurut Jumhur Ulama, Rasulullah itu tidak akan menjadi rahmat apabila bukan dalam rangka memenuhi kemaslahatan umat manusia. Selanjutnya, ketentuan dalam ayat-ayat al-Qur'an dan Sunnah Rasulullah, seluruhnya dimaksudkan untuk mencapai kemaslahatan umat manusia, di dunia dan di akhirat.<sup>35</sup> Pada dasarnya Islam tidak mengkhususkan perannya hanya dalam aspek pengembangan kepada tuhan akan tetapi kepentingan kemanusiaan lah yang lebih diutamakan. Karena hanya dengan menjaga kesetabilan kemasyarakatan, kemaslahatan inilah tugas tugas peribadatan dapat dilaksanakan dengan baik.<sup>36</sup>

Melalui pertimbangan inilah kemudian peneliti mencoba memaparkan analisa dari segi maslahat jual beli *Online* dan tinjau beberapa pandangan kontemporer mengenai fiqih jual beli *Online*. Transaksi jual beli *Online* dikenal pula dengan istilah *E-commerce*. Pada dasarnya merupakan suatu kontak transaksi perdagangan antara penjual dan pembeli dengan menggunakan media internet jadi proses pemesanan barang, pembayaran transaksi hingga pengiriman barang dikomunikasikan melalui internet.<sup>37</sup> *E-commerce* juga dapat diartikan sebagai suatu proses berbisnis dengan memakai teknologi elektronik yang menghubungkan antara perusahaan, konsumen dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik dan pertukaran/penjualan barang, servis, dan informasi secara elektronik.<sup>38</sup>

*Elektronik commerce* atau disingkat dengan *E-commerce* adalah kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (consumers), manufactur (manufaktur), services providers dan pedagang perantara (intermediateries) dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer (computer network) yaitu internet. Penggunaan sarana internet merupakan suatu kemajuan teknologi yang dapat

---

<sup>34</sup> Ibid.

<sup>35</sup> Nasrun Haroen, DR., HLM., M.A., *Ushul Fiqh I*, Ciputat : P.T. Logos Wacana Ilmu, Cet. II, 1997, hlm.. 123-124

<sup>36</sup> Hafidh, Ahmad, *MerentasNalarSyari'ah*, Yogyakarta:Teras, 2011, hlm. 119

<sup>37</sup> Rieyeke Ustadiyanto, *Framework E-Commerce*, hlm. 11

<sup>38</sup> Munir Fuady, *Hukum Kontrak (Dari Sudut Pandang Hukum Bisnis)*. hlm.407

dikatakan menunjang secara keseluruhan spektrum kegiatan komersial.<sup>39</sup>

Aspek positifnya atau *masalahnya* bahwa dengan perdagangan di internet melalui jaringan *Online*, telah meningkatkan peranan dan fungsi perdagangan sekaligus memberikan kemudahan dan efisiensi. Aspek negatif atau *mudharatnya* dari pengembangan ini adalah berkaitan dengan persoalan keamanan dalam bertransaksi dengan menggunakan media *e-commerce* dan secara yuridis terkait pula dengan jaminan kepastian hukum (*legal certainty*).<sup>40</sup>

Ada banyak manfaat / keuntungan dengan menggunakan jual beli *Online* yang dapat diambil dengan adanya *elektronik commerce*:<sup>41</sup> *Revenue stream* (aliran pendapatan) baru yang mungkin lebih menjanjikan, yang tidak bisa ditemui di sistem transaksi tradisional. Dapat meningkatkan *market exposure* (pangsa pasar), melebarkan jangkauan (*global reach*), meningkatkan *customer loyalty*, meningkatkan *supplier management*, memperpendek waktu produksi dan meningkatkan *value chain* (mata rantai pendapatan)

Pandangan madzhab Asy-Syafi'i, rukun jual beli mencakup 3 (tiga) hal yaitu pihak yang mengadakan akad, *shigat (jab qabul)* dan barang yang menjadi objek akad.<sup>42</sup> Namun beberapa ahli fiqih madzhab membolehkan jual beli tanpa mengucapkan *shigat* apabila dalam hal barang yang tidaklah mahal dan berharga.<sup>43</sup> Menurut jumhur ulama dari kalangan sahabat dan tabi'in jual beli yang tidak dapat disaksikan langsung, jual belinya tidak sah.<sup>44</sup> Karena mengandung unsur penipuan yang membahayakan salah satu pihak.<sup>45</sup>

Namun sebagai ulama yang bermadzhab Asy-Syafi'i, Syaikh Nawawi al-Bantani al-Jawi juga membolehkan jual beli tersebut dengan syarat barang telah disaksikan terlebih dahulu. Ataupun hanya memperjual belikan barang yang

---

<sup>39</sup> Abdul Halim Barakatullah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce Study System Keamanan dan Hukum di Indonesia*, hlm. 10

<sup>40</sup> Abdul Halim Barakatullah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce Studi Keamanan dan Hukum di Indonesia*, hlm. 3

<sup>41</sup> Onno W. Purbo, Aang Arif Wahyudi, *Mengenal E-Commerce...*, hlm. 2

<sup>42</sup> Wahbah Az-Zuhaili, 2010, *Fiqih Imam Syafi'i*, Jakarta, Al-Mahira, juz 1, hlm. 619-620.

<sup>43</sup> Musthafa Al-Bigha, *et. al.*, *Al-Fiqh Al-Manhaji*, Damascus, Dar Al-'Ulum Al-Insaniyyah, juz 6, 1989, hlm. 10.

<sup>44</sup> Wahbah Az-Zuhaili, 2010, *Fiqih Imam Syafi'i*, Jakarta, Al-Mahira., hlm. 619.

<sup>45</sup> Abu Syuja bin Ahmad Al-Ashfahani, 2009, *Fiqih Sunah Imam Syafi'i*, Bandung, Padi Bandung, hlm. 250.

diketahui ciri-ciri dan sifatnya dan barang ada dalam jaminan penjual. Jual beli ini diperbolehkan selama barang yang diperjual belikan sesuai dengan ciri-ciri yang telah ditentukan.<sup>46</sup> Atau telah diketahui jenis dan sifat dan barang yang akan dibelinya. Dengan kemajuan informasi teknologi spesifikasi barang bisa dilihat terlebih dahulu baik secara gambar dan video. Jika barang tidak sesuai dengan ciri-ciri yang telah disepakati, pembeli boleh melakukan *kehiyar*.

Disyaratkan juga ketika melakukan transaksi elektronik hendaknya para pelaku memperhatikan prinsip kehati-hatian, transparansi, akuntabilitas dan kewajaran. Terkait masalah kehati-hatian, transparansi, akuntabilitas dan kewajaran, para ulama madzhab Syafi'i termasuk Syaikh Nawawi mensyaratkan bahwa jual beli hendaklah barangnya dapat diserahkan. Artinya barang tersebut haruslah ada dan bisa dihitung atau barang yang diperjual belikan tersebut bisa diukur. Selain itu pula pernyataan barang bisa diserahkan berarti barang yang dijual haruslah barang yang bisa diperjual belikan sesuai kewajaran, tidak diperbolehkan misalnya menjual salah satu dari tiang rumah yang ada atau menjual burung yang sedang terbang di angkasa.

Menurut Al-Ghazali, penjual boleh memiliki uang hasil penjualan *mu'athab* jika nilainya sebanding dengan harga yang diserahkan. An-Nawawi dan ulama lainnya memutuskan keabsahan jual beli *mu'athab* dalam setiap transaksi yang menurut *urf* (adat) tergolong sebagai jual beli karena tidak ada ketetapan yang mensyaratkan pelafazhan akad.<sup>47</sup> An-Nawawi berpendapat juga bahwa jual beli *mu'athab* bisa dilaksanakan dalam semua transaksi jual beli, baik jual beli barang murah ataupun bukan. Kecuali dalam jual beli tanah dan ternak.<sup>48</sup>

Sebagian ulama madzhab Asy-Syafi'i lainnya seperti Ibn Suraij dan Ar-Ruyani mengkhususkan bahwa dibolehkannya jual beli *mu'athab* dalam barang yang murah, seperti sekerat roti dan lainnya.<sup>49</sup> Penerimaan akad secara tertulis lebih kuat daripada hanya dengan isyarat, malah lebih utama karena lebih kuat dalam

---

<sup>46</sup> ibid

<sup>47</sup> Wahbah Az-Zuhaili, *Al- Fiqh Al-Islami wa Adillatuhu*, Damascus, Dar Al-Fikr, juz 5, 2004, hlm. 631.

<sup>48</sup> Abi al-Mu'thi Muhammad bin 'Umar Nawawi Al-Jawi, 2001, *Nihayah Az-Zain Fi Irsyad al-Mubtadi'in (dar al-Kotob al-Ilmiyah, Bairut)*, hlm. 223.

<sup>49</sup> Wahbah Az-Zuhaili, *Al- Fiqh Al-Islami wa Adillatuhu...*, hlm. 3314.

menunjukkan keinginan dan kerelaan.<sup>50</sup> Yang dimaksud dengan *mu'athab* adalah Penjual menerima pembelian, pembeli menerima harga, tanpa berkata apapun keduanya, atau salahsatunya yang mengucapkan akad.<sup>51</sup> Jual beli *mu'athab* dinamakan juga dengan jual beli *murawidhab* yang mempunyai pengertian syara' bahwa Para pihak sepakat atas harga dan barangnya dan saling memberikan tanpa melalui ijab dan qabul, terkadang terdapat kata diantara salahsatu pihak.<sup>52</sup>

Berdasarkan pertimbangan teks dan konteks yang peneliti paparkan di atas, maka pada dasarnya nampak bahwa ada hubungan antara teks dan konteks dalam memahami gejala-gejala keagamaan dalam suatu level masyarakat, yang ini mengindikasikan adanya relevansi antara ajaran dan fenomena lapangan. Jadi rasanya tidak perlu lagi berbicara keaslian atau ketidak aslian, akan tetapi adalah bagaimana suatu masyarakat menginterpretasikan ajaran agama (teks suci) dengan fenomena lapangan (konteks) dengan timbal balik hubungan yang baik antar ajaran agama dan masyarakat.<sup>53</sup>

## **Kesimpulan**

Jual beli *online (e-commerce)* dibolehkan dalam syariat Islam dengan memperhatikan beberapa ketentuan, yaitu Jual beli *online* pada dasarnya memiliki kesamaan dengan jual beli *offline* dalam hal terpenuhinya rukun jual beli. Akad dalam transaksi jual beli *online* dibolehkan melalui lafadz ataupun isyarat, artinya kesepakatan dalam jual beli *online* selama masih dalam *majlis akad* bisa menggunakan media komunikasi apa saja yang dibangun atas dasar *an taradhin minkum* (saling ridha antar pembeli dan penjual), kejujuran, adil, dan transparan. Pelaku jual beli online harus orang yang sudah *mukkalaf* (dewasa) atau didampingi oleh yang *mukallaf*. Barang dagangan *online* harus ada dan menjadi tanggungan penjual sebelum transaksi serta dapat diketahui oleh calon penjual baik sifat, bentuk dan ukurannya baik langsung maupun melalui media. Selama *majlis kbiyar*, pembeli masih diperbolehkan untuk mengambil atau menolak barang jualan *online*

---

<sup>50</sup> Musthafa Al-Bigha, "Al-Fiqh Al-Manhaji"..., juz 6, hlm. 10.

<sup>51</sup> Ibid.

<sup>52</sup> Wahbah Az-Zuhaili, 2004, *Al- Fiqh Al-Islami wa Adillatuhu*..., juz 5 , hlm. 3312.

<sup>53</sup> Nur Syam, 2005, *Bukan Dunia Berbeda Sosiologi komunikasi Islam*, Pustaka Eurika, Surabaya. Hlm. 73

tersebut. Penjual boleh memberikan *khiyar syarat* sesuai kesepakatan. Barang yang dijual adalah barang yang dapat diserahterimakan dengan mudah, memberi manfaat/maslahat bagi pembeli, barang tidak mengandung unsur riba dan najis. Jual beli *online* pada dasarnya menggunakan akad salam (pesan). Alamat tempat atau lokasi penjualan harus jelas. Mewakilkkan pembeli dan penjual dalam transaksi jual beli *online* diperbolehkan dengan sepengetahuan dan izin dari yang bersangkutan. Pembayaran bisa dilakukan dengan cara tunai ataupun non tunai dengan menjunjung tinggi P'tikad baik dan bertanggungjawab.

Selain adanya hukum fiqih yang telah ditetapkan oleh para *fuqoha* (ulama fiqih), praktik jual beli *online (e-commerce)* juga telah diatur oleh hukum positif, hal ini disebabkan pertimbangan kemanan dan keadilan dalam transaksi jual beli online, serta dikarenakan transaksi jual beli online yang melibatkan alat-alat elektronika dan jaringan internet sebagai media transaksi jual beli tanpa harus bertemu (*face to face*). Peneliti menyimpulkan bahwa dengan pertimbangan *maslahat* dan *mafsadatnya*, hukum fiqih jual beli memiliki relevansi terhadap hukum yuridis yang berlaku di negara Indonesia serta saling mendukung dalam mengatur jual beli *online* di Masyarakat. Namun kurang pahaman tentang hal tersebut membuat pelaku jual beli *online* (baik penjual maupun pembeli) tidak hati-hati dan bahkan berani dengan sengaja meninggalkan ajaran fiqih dan menentang undang-undang yang berlaku di negaranya sendiri.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Ashfahani, Abu Syuja bin Ahmad,. 2009. *Fiqih Sunah Imam Syafi'i*. Padi Bandung : Bandung.
- Amin, Samsul Munir. 2009. *Sayyid Ulama Hijaz: Biografi Syaikh Nawawi Al-Bantani*. Pustaka Pesantren : Yogyakarta.
- Amin, Ma'ruf dan M. Nasruddin Anshory CH. 1989. "Pemikiran Syaikh Nawawi al-Bantani" dalam *Pesantren*, No. /Vol. VI/1989.
- Andi. 2002. *Apa dan Bagaimana E-Commerce*, Wahana Komputer : Yogyakarta.
- Asy-Syarbasha. Ahmad. 1981, *Al-Mu'jam Al-Iqtishadi Al-Islami*, Dar Al-Jail :ttp
- Al-'Itr, Nuruddin, 2000. *Ilam Al-Anam Syarb Bulugh Al-Maram* juz 2. Dar Al-Farfur : Damascus.
- Al-Bigha. Musthafa, *et. al*, 1989. "Al-Fiqh Al-Manhaji", Dar Al-'Ulum Al-Insaniyyah : Damascus.
- Al-Bazzar. Ahmad bin Amr, *Al-Bakbr Az-Zakbkhar Bimusnad Al-Bazzar*.
- At-Tirmidzi. Muhammad bin Isa, *Jami' At-Tirmidzi*, Islam Web Library.
- Al-Bukhari. Muhammad bin Ismail, *Shahib Al-Bukhari*, Islam Web Library.
- Al-Baihaqi. Ahmad bin Husain, *Syu'bul Iman*, Islam Web Library.
- An-Naisaburi. Muslim bin Al-Hajjaj Al-Qusyairi, *Shahib Muslim*. Islam Web Library.
- Ath-Thahawi. Ahmad bin Muhammad, tt. "Mukhtashar Ath-Thabawi". Lajnah Ihya Al-Ma'arif An-Nu'maniyyah : Hiderabad.
- Al-Kubi. Sa'id Ad-Din Muhammad, 2002. *Al-Mu'amalat Al-Maliyah Al-Mu'ashirah*, , Al-Maktab Al-Islami : Beirut.
- Barakatullah, Abdul Halim dan Teguh Prasetyo, 2005. *Bisnis E-Commerce Study System Keamanan dan Hukum di Indonesia*. Pustaka Pelajar : Yogyakarta.
- Choi, Soon yong dkk. 1997. *The Economics of Electronic Commerce*. Macmillan Technical Publishing : Indiana
- Hafidh, Ahmad. 2011. *MerentasNalar.Syari'ah*,Teras : Yogyakarta.
- Hanbal, Ahmad bin, *Musnad Ahmad bin Hanbal*, No Hadits: 15522, Islam Web Library.
- Haroen, Nasrun. DR., HLM., M.A., 1997. *Ushul Fiqh* . PT. Logos Wacana Ilmu: Ciputat.
- Hasan, Ahmad Rifai. 1987. *Warisan Intelektual Indonesia*. Mizan : Bandung.
- Julian, Ding. 1999. *E-Commerce: Law And Office*. Sweet And Maxwel Asia.
- Kosiur, David, 1997. *Understanding Electronic Commerce*. Microsoft press : Washington.
- Muhamad. 2008. *Metode penelitian ekonomi Islam pendekatan kuantitatif*. Rajawali Pers : Jakarta.
- Nasution, Harun, dkk. (ed.), 1987. *Ensiklopedi Islam di Indonesia*. Dirjen Binbaga PT Agama Islam : Jakarta.
- Nawawi. Hadhari, 1991. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Gajahmada University Press : Yogyakarta.

- Nurrohman, Wahid. 2013. *Jual Beli Barang Yang Ghaib Menurut Pendapat Imam Syafi'i* (skripsi). UIN Sunan Kalijaga : Yogyakarta.
- Purbo, Onno W. Dan Aang Arif Wahyudi. 2001. *Mengenal E-Commerce*. PT. Elex Media Komputindo : Jakarta.
- Rasjid. Sulaiman, 2007, *Fiqh Islam*. Sinar Baru Algesindo : Bandung.
- Riswandi, 2003. Budi Agus. *Hukum Dan Internet Di Indonesia*. UII Press : Yogyakarta.
- Romadhon, Muhammad Rizqi. 2010. *Jual Beli Online Menurut Madzhab Asy-Syafi'i*, Pustaka Cipasung : Tasikmalaya.
- Romadhon. Muhammad Rizqi, 2014. *Studi Fiqhiyah Madzhab Syafi'i Terhadap Praktek Jual Beli Berbasis Informasi Dan Transaksi Elektronika Menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik* (Tesis). PPs Magister Hukum, Sekolah Tinggi Hukum Galunggung : Tasikmalaya.
- Rusyd, Ibnu. Tt. *Bidayat Al-mujtahid Juz II*, Dar al-Fikr : Ttp
- Sarwono, Jonathan dan Tuty Martadiredja, *Teori E-Commerce Kunci Sukses Perdagangan di Internet*.
- Syafi'ie. Rachmat, 2006. *Fiqh Muamalah*. Pustaka Setia : Bandung.
- Syaifuddin, Muhammad. et. al. 2010. *Syamil Al-Qur'an Terjemah Tafsir Per Kata*. Sygma Publishing : Bandung.
- Syam, Nur. 2005. *Bukan Dunia Berbeda Sosiologi komunikasi Islam*. Pustaka Eurika : Surabaya
- Ustadiyanto. Rieke, 2001. *Framework E-Commerce Cet.I*. Andi : Yogyakarta.