

TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP INKONSISTENSI GAMBAR PRODUK DENGAN WUJUD ASLI DALAM JUALAN ONLINE DI PLATFORM LAZADA

Zulkifli, ^{1)*}, Yustiloviani ²⁾

¹Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar
jundjafar@gmail.com

²Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar

ABSTRAK: Studi ini mengkaji tentang kesesuaian foto produk dengan wujud aslinya dalam jualan online di platform Lazada. Permasalahannya adalah cideranya unsur kerelaan dalam akad jual beli ketika barang yang diterima oleh pemesan tidak sesuai dengan wujud aslinya. Dari permasalahan ini muncul pertanyaan penelitian bagaimana bentuk-bentuk inkonsistensi foto produk dengan wujud aslinya di platform Lazada dan bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap inkonsistensi antara foto produk dengan wujud asli tersebut? Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), dalam bentuk data penelitian kualitatif, dengan pendekatan observasi dan dokumentasi. Analisis data disajikan dengan naratif kualitatif, dikaitkan dengan data-data yang relevan dengan tema yang diteliti, sehingga kevalidan ditemukan melalui perbandingan antara satu sumber dengan sumber yang lain untuk tema yang sama. Hasil penelitian bahwa kasus ketidaksesuaian foto gambar dan wujud asli produk dalam jualan *online* di platform Lazada pada segmentasi pakaian itu terjadi *real* bukan hanya hipotesa peneliti saja. Terjadi *feedback* keluhan konsumen kepada para penjual di platform Lazada dari mulai keluhan adanya ketidaksesuaian ukuran, warna, bentuk, dan bahan yang berbeda dengan yang ada di deskripsi foto gambar. Transaksi yang terjadi dalam jual beli *online* secara keseluruhan sudah memenuhi syarat sahnya jual beli *online*, tetapi transaksi jual beli *online* yang terjadi di platform Lazada pada segmentasi pakaian tidak sah karena adanya syarat sah jual beli yang tidak terpenuhi dalam syarat benda yang diperjual belikan (*muslam fih*).

Kata Kunci: Hukum Islam, Inkonsistensi, Produk, Platform Lazada

PENDAHULUAN

Jual beli merupakan cara yang lebih umum dipraktikkan oleh para Rasulullah *Saw.* dan sahabat untuk mencari nafkah, sehingga dikukuh dalam Islam. Karena manfaatnya lebih bersifat umum dan sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Oleh karena itu, umat Islam dalam jual beli tidak boleh melakukan hal-hal yang tidak sesuai dengan ajarannya, seperti riba dan penipuan (Santoso, 2018). Seperti firman Allah QS. Al-Baqarah 275.

... وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا...

Artinya: ... Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba ...

Ayat ini merupakan bagian dari kesempurnaan kalam sebagai penolakan terhadap mereka atau terhadap apa yang mereka katakan bahwa jual beli sama dengan riba, padahal mereka mengetahui perbedaan hukum yang ditetapkan Allah Ta'ala antara keduanya. Dia Maha Mengetahui lagi Maha Bijaksana. Tidak ada yang dapat menolak ketetapan-Nya dan Allah tidak dimintai pertanggungjawaban atas apa yang telah ia kerjakan, justru merekalah yang akan dimintai pertanggungjawaban. Dialah yang Maha Mengetahui segala hakikat dan kemaslahatan persoalan. Apa yang bermanfaat bagi hamba-hamba-Nya, maka Dia akan membolehkannya bagi mereka, dan apa yang membahayakan bagi mereka, maka Dia akan melarangnya bagi mereka. Kasih sayang Allah kepada para hamba-Nya lebih besar daripada sayangnya seorang ibu kepada anak bayinya (Ibnu Katsir, 2004).

Jual beli adalah suatu perjanjian tukar-menukar barang atau benda yang memiliki nilai, secara sukarela di antara kedua belah pihak, salah satu pihak menerima benda dan pihak lainnya menerima uang sebagai kompensasi barang, sesuai dengan perjanjian dan ketentuan yang telah dibenarkan dan disepakati bersama (Fitria, 2017).

Ulama fiqih menyatakan bahwa suatu jual beli baru dianggap sah apabila terpenuhi dua hal (syarat sah), yaitu: a) Jual beli terhindar dari cacat, seperti kriteria barang yang diperjualbelikan itu tidak diketahui, baik jenis, kualitas, kuantitas, jumlah harga tidak jelas, mengandung unsur paksaan, unsur tipuan, mudarat, serta adanya syarat-syarat lain yang membuat jual beli itu rusak; b) Apabila barang yang diperjualbelikan itu benda bergerak, maka barang itu bisa langsung dikuasai konsumen dan harga barang bisa dikuasai penjual dan adapun barang yang tidak bergerak, bisa dikuasai oleh konsumen setelah surat-menyuratnya diselesaikan sesuai dengan *urf* (kebiasaan) setempat (Misbahuddin, 2012).

Jual beli yang biasa dilakukan masyarakat adalah pertemuan antara konsumen dan penjual di suatu tempat tertentu dan transaksi dilakukan untuk

menukar barang dengan uang sebagai alat transaksi. Di era modern dan era teknologi sekarang ini, jual beli tidak harus dilakukan secara langsung, tetapi dapat dilakukan melalui internet (Santoso, 2018), melalui pemesanan barang dengan menampilkan conto-contoh. Dengan kemajuan komunikasi dan informasi telah berdampak pada kemajuan dunia bisnis. Jual beli jarak jauh merupakan kebiasaan dalam dunia bisnis saat ini. Dalam hal ini konsumen dan penjual tidak memperhatikan masalah perjanjian lisan, tetapi hanya melalui telepon genggam, melalui tulisan. Media pemasaran yang pada awalnya hanya diwujudkan dengan bertemu antara konsumen dan penjual, namun kini hal tersebut dapat dilakukan tanpa bertemu langsung dengan perkembangan perangkat telekomunikasi berupa internet. Dari perkembangan bentuk jual beli dan transaksi pasar inilah dikenal istilah “toko *online*” atau kata lainnya yaitu *e-commerce* (Wakhidah & Thohari, 2019).

E-commerce atau transaksi elektronik adalah cara menjalankan bisnis yang efektivitas pelaksanaannya diutamakan. Artinya, transaksi bisnis melalui jaringan elektronik diharapkan dapat meningkatkan cara kerja bisnis tradisional atau konvensional. Dengan cara ini, dapat diciptakan bisnis sampingan melalui layanan yang cepat, nyaman dan praktis. Dampak utamanya adalah penghapusan jejak kertas dan lokasi yang sebelumnya merupakan bagian integral dari transaksi konvensional. Transaksi elektronik atau *e-commerce* ini berarti aktivitas transaksi terhadap semua atau sebagian transaksi terjadi di dunia maya. Misalnya menjual barang dan jasa melalui internet, periklanan *online*, pemasaran, *order*, dan pembayaran *online* (Roihanah, 2011).

Dalam jual beli *online*, penjual dituntut untuk bersikap tidak berbenturan dengan perkataan dan perbuatan bisnisnya. Mereka harus tepat waktu, tepat janji, mengakui kelemahan dan kekurangannya, selalu meningkatkan kualitas barang atau jasa, dan tidak boleh menipu dan berbohong. Penjual harus menunjukkan sikap keterbukaan, kejujuran, dan pelayanan terbaik. Penjual dapat dipercaya dan bertanggung jawab untuk memenuhi kewajibannya (Santoso, 2018).

Saat ini aktivitas jual beli *online* semakin marak, apalagi *website* atau aplikasi yang digunakan untuk transaksi jual beli *online* semakin lengkap. Lazada merupakan situs *e-commerce* terpopuler di Indonesia saat ini. Berdasarkan situs pemeringkat *website* Alexa.com, Lazada saat ini menempati urutan ke-11 sebagai situs yang paling sering dikunjungi. Peringkat tersebut menempatkan Lazada di urutan pertama sebagai situs toko *online business to consumer* (B2C) yang paling sering dikunjungi (Budhi, 2016).

Dalam hal pengelolaan *seller*-nya platform Lazada banyak mengandung masalah dan dinilai sangat buruk, misalnya dengan dibolehkannya menjual barang palsu hanya untuk mengejar *traffic* penjualan, padahal barang tersebut hanyalah penjelasan spesifikasi produk dan deskripsi gambar saja, dan tidak ada jaminan kebenaran dengan wujud aslinya. *Seller* yang seperti inilah yang membuat citra Lazada jatuh, kini mereka berbenah dan mulai mendatangkan *official store* (Hartono, 2020). Diketahui bahwa ada beberapa permasalahan

kompleks yang terjadi pada jual beli *online*, banyaknya konsumen yang merasa dirugikan karena barang yang diterima tidak sesuai dengan foto gambar, atau barang yang diterima juga terbukti adanya cacat. Selain merasa dirugikan, konsumen ini merasa kecewa atas terjadinya hal demikian di platform Lazada (Nisrina, 2015).

Indikasi kasus tersebut karena adanya penjual yang menampilkan informasi palsu, pada praktiknya jual beli pada platform Lazada khususnya segmentasi penjualan pakaian, foto gambar dan wujud aslinya tidak sesuai dengan yang dipaparkan. Terkadang penjual juga tidak menjelaskan klasifikasi barang yang dijual. Gambar barang di media sosial atau *marketplace* terlihat menarik dan bagus, namun setelah barang diterima oleh konsumen, barang yang diterima jauh berbeda dengan gambar yang diposting. Misalnya di foto gambar, pakaiannya berwarna merah dan berukuran *large*. Tapi ketika sudah dipesan yang datanginya itu tidak seperti yang ada di gambar, menjadi berwarna biru berukuran *small* (Fauzi, 2018).

Ketidaksesuaian ini bertolak belakang dengan syarat sah jual beli yang ada dalam Islam, yang penekanannya pada aspek kejujuran, tidak ada unsur penipuan, *gharar*. Dalam hukum Islam dijelaskan bahwa penjual harus mempunyai niat yang baik, dan jujur serta amanah agar penjualannya berhasil. Niat baik yang dimaksud adalah tidak ada unsur penipuan. Jujur dan amanah juga akan mendatangkan keberkahan bagi para penjual. Penjual yang seperti ini akan diridhai Allah dan akan bertambah pelanggannya, sedangkan penjual yang berbohong sekalipun mendapatkan untung besar, namun tidak mendatangkan keberkahan dan para pelanggan yang dicurangi tidak akan lagi membeli kepadanya. Hukum Islam pun juga melarang penjual menjual barang yang tidak jelas atau *gharar*, karena jual beli yang seperti ini akan mengandung risiko atau bahaya kepada salah satu pihak sehingga mendatangkan kerugian finansial (Santoso, 2018).

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan tersebut, maka penelitian ini diberi judul “Tinjauan Hukum Islam terhadap Kesesuaian Antara Foto Gambar dan Wujud Asli Produk dalam Jualan *Online* di Platform Lazada”.

TINJAUAN LITERATUR

Telah ditemukan beberapa literatur atau sumber rujukan hasil penelitian yang dianggap relevan dengan penelitian yang penulis lakukan, di antaranya, Biuty Wulan Oktavia (2011) menuliskan penelitian dengan judul “Tinjauan Hukum Islam terhadap Jual Beli Akad As-Salam dengan Sistem *Online* di PAND’S Collection Pandanaran”. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa di Pands Collection Pandanaran sudah beralih ke jual beli dengan sistem *online*. Dari tinjauan hukum Islam terhadap akad salam dengan sistem *online* dapat disimpulkan bahwa akad salam *online* diperbolehkan selama tidak mengandung riba, kedzaliman, penipuan, kecurangan, dan sejenisnya serta memenuhi rukun-rukun dan syarat-syarat di dalam jual beli. Akad salam dengan sistem *online* yang

dilakukan Pands Collection belum memenuhi akad salam dalam syariat Islam. Terdapat persamaan yaitu sama-sama membahas tentang tinjauan hukum Islam terhadap jual beli *online*. Adapun perbedaan dalam penelitian yang dilakukan oleh Biuty Wulan Oktavia pada tahun 2011, hanya meneliti khusus mengenai penerapan akad salam pada jual beli *online* dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, yang berbeda dengan penelitian penulis ini yang membahas bentuk-bentuk permasalahan ketidaksesuaian dalam jual beli *online* di masyarakat dengan menggunakan metode kualitatif.

Penelitian lainnya, Disa Nusia Nisrina (2015) dengan judul “Tinjauan Hukum Islam terhadap Jual Beli *Online* dan Relevansinya terhadap Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK)”. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa jual beli *online* yang mengandung kemaslahatan dan efisiensi waktu termasuk aspek muamalah yang pada dasarnya mubah (boleh), kecuali kalau ada indikator yang mengharamkannya. Untuk hak-hak konsumen dalam hukum Islam berupa hak khiyar, di antaranya yaitu: *khiyar majelis*, *khiyar ‘aib*, *khiyar syarat*, *khiyar ta‘yin* dan *khiyar ar-ru‘yah*. Sedangkan hak-hak konsumen dalam UUPK, terdapat pada pasal 4 UUPK, yaitu hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan dan/atau jasa. Hukum Islam dan UUPK telah menekankan asas keseimbangan antara pelaku usaha dan konsumen yang dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan di antara keduanya. hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa. Terdapat persamaan yaitu sama-sama membahas tentang tinjauan hukum Islam terhadap jual beli *online*. Penelitian penulis berbeda dengan penelitian Disa Nusia Nisrina pada tahun 2015, dari segi menggunakan metode penelitian *library research* dan berfokus pada relevansi antara hukum Islam dan UUPK dalam jual beli *online*, yang berbeda dengan penelitian penulis yang membahas mengenai tinjauan hukum Islam dalam jualan *online* berdasarkan fiqh muamalah 4 madzhab dan *maqashid syariah*.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan Tira Nur Fitria (2017) dengan judul “Bisnis Jual Beli *Online* (*Online Shop*) dalam Hukum Islam dan Hukum Negara”. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Transaksi *online* diperbolehkan menurut Islam selama tidak mengandung unsur-unsur yang dapat merusaknya seperti riba, kedzaliman, penipuan, kecurangan dan yang sejenisnya serta memenuhi rukun-rukun dan syarat-syarat didalam jual belinya. Terdapat persamaan dengan penelitian penulis yaitu sama-sama membahas objek kajian mengenai jual beli *online*. Adapun terdapat perbedaannya dalam penelitian yang dilakukan oleh Tira Nur Fitria ini disamping membahas jual beli *online* dari tinjauan hukum Islam, dibahas juga dari tinjauan hukum negara. Menggunakan metodologi penelitian kepustakaan (*library research*). Yang berbeda dengan penelitian penulis yang berfokus membahas jual beli *online* dari tinjauan hukum Islamnya saja, serta menggunakan metodologi penelitian lapangan (*field research*).

Adapun penelitian Nurul Atira (2017) dengan judul “Jual Beli *Online* yang Aman dan Syar’i (Studi terhadap Pandangan Pelaku Bisnis *online* di Kalangan

Mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum UIN Alauddin Makasar)”, menyimpulkan bahwa agar sistem jual beli *online* dapat dikatakan syar’i maka dalam bertransaksi *online* sebaiknya melihat dari rukun dan syarat dari pelaku atau objek dalam jual beli, adanya *ijab* dan *qabul* serta adanya nilai tukar barang (harga). Adapun persamaan yaitu membahas fokus permasalahan yang sama mengenai jual beli *online* terkait ketidaksesuaian barang dengan spesifikasi gambar. Menggunakan metode penelitian lapangan (*field research*). Dan terdapat perbedaan dalam penelitian yang dilakukan oleh Nurul Atira pada tahun 2017. Penelitian yang dilakukan dengan metode kualitatif dan teknik pengumpulan data primer yang bersumber dari hasil wawancara dari beberapa sampel pelaku jual beli *online*, serta hanya berfokus pada ruang lingkup fakultas kampusnya saja. Sedangkan yang berbeda dengan penelitian penulis yang menggunakan sumber primernya berasal dari riset *feedback* para konsumen kepada penjual, penelitian yang dilakukan dengan metode kualitatif, dan berfokus pada teknik pengumpulan data dengan dokumentasi.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode dan Jenis Data Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode lapangan (*field research*), karena penulis ingin mengambil data secara langsung dari lapangan. Jika dilihat dari jenis data, maka penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini termasuk dalam jenis penelitian kualitatif.

Sumber Data

Adapun dalam penelitian ini sumber data yang akan digunakan adalah sumber data primer dan sumber data sekunder sekaligus. Sumber data primer diperoleh melalui hasil riset *feedback* yang diberikan konsumen atau konsumen kepada toko atau penjual di platform Lazada segmentasi pakaian. Sumber data sekunder berupa buku-buku, jurnal yang berkaitan dengan penelitian ini.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu melalui observasi dan dokumentasi. Observasi yang dilakukan penulis adalah mengumpulkan data-data *feedback* dari platform Lazada untuk kemudian dianalisa kevalidannya. Sedangkan Dokumentasi yang dilakukan penulis adalah mendokumentasikan pendapat-pendapat para ahli atau ulama terkait hukum jual beli *online* untuk kemudian dijadikan bahan pertimbangan analisa data.

Analisis Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisis data naratif kualitatif kemudian dari hasil observasi penulis mengambil data-data yang relevan dengan tema yang diangkat, tidak semua data dimasukkan, penulis memilah-milah data yang relevan dengan objek atau kasus yang diteliti. Lalu yang terakhir yaitu

Validasi data dilakukan dengan cara membandingkan antara satu sumber dengan sumber yang lain untuk tema yang sama.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bentuk-Bentuk Inkonsistensi Gambar Produk dengan Wujud Aslinya

Dari riset yang penulis lakukan di platform Lazada khususnya dalam segmentasi penjualan pakaian, ada sekitar 14 (empat belas) toko yang diriset dan terdapat kasus ketidaksesuaian, di antaranya: Dari toko pertama pembeli mengeluhkan ketidaksesuaian antara foto gambar dengan produk yang dikirimkan, bahwa jenis kain tidak sesuai dengan yang tercantum di deskripsi, bahannya tipis, jaitannya tidak rapi dan tidak dinici. Berikutnya dari toko kedua pembeli mengeluhkan ketidaksesuaian warna barang yang diterimanya itu berbeda dengan apa yang dipampangkan di foto gambar, pembeli memesan warna navy sesuai dengan apa yang ada di foto gambar tetapi yang diterima warna marun. Selanjutnya dari toko ketiga pembeli mengeluhkan ketidaksesuaian antara foto gambar dengan produk yang dikirimkan, bahwa warna tidak sesuai dengan yang dipilih dan jaitannya tidak rapih. Adapun keluhan pembeli dari toko keempat mengeluhkan ketidaksesuaian antara foto gambar dengan produk yang dikirimkan, bahwa pembeli membeli celana panjang tetapi yang diterima itu celana pendek. Selain itu dari toko kelima pembeli mengeluhkan ketidaksesuaian antara foto gambar dengan produk yang dikirimkan, bahwa jenis kainnya kasar tebal tidak sesuai dengan yang tercantum di deskripsi. Dari toko keenam pembeli mengeluhkan ketidaksesuaian antara foto gambar dengan produk yang dikirimkan, di deskripsi mencantumkan keterangan bahwa toko tersebut menjual jaket *hoodie* tapi produk yang diterima pembeli itu berupa topi dan sweater.

Dari toko ketujuh pembeli mengeluhkan ketidaksesuaian antara foto gambar dengan produk yang dikirimkan, bahwa bahannya itu bolong-bolongnya besar tidak seperti yang ada di foto gambar. Berikutnya dari toko kedelapan pembeli mengeluhkan ketidaksesuaian antara foto gambar dengan produk yang dikirimkan, bahwa produk yang dipesannya itu banyak nodanya dan ada bolong-bolongnya. Selanjutnya pembeli dari toko kesembilan mengeluhkan ketidaksesuaian antara foto gambar dengan produk yang dikirimkan, bahannya rapuh sudah dalam keadaan robek, dan jahitannya kurang rapi. Selain itu dari toko kesepuluh pembeli mengeluhkan ketidaksesuaian antara foto gambar dengan produk yang dikirimkan, bahwa motif kemeja tidak seperti yang ada di foto gambar dan deskripsi. Dari toko kesebelas pembeli mengeluhkan ketidaksesuaian antara foto gambar dengan produk yang dikirimkan, bahwa pembeli membeli kemko tapi yang datang hanya berupa sampah, selain itu pembeli yang menerima produk berupa kemko mengeluhkan bahannya tipis tidak seperti yang ada di deskripsi. Selanjutnya dari toko kedua belas pembeli mengeluhkan ketidaksesuaian antara foto gambar dengan produk yang dikirimkan, bahwa warna tidak sesuai dengan yang dipesan dan bahannya tipis.

Berikutnya dari toko ketiga belas pembeli mengeluhkan ketidaksesuaian

antara foto gambar dengan produk yang dikirimkan, bahwa bahannya tipis mudah luntur dan sudah dalam keadaan robek. Dari toko yang keempat belas pembeli mengeluhkan ketidaksamaan antara foto gambar dengan produk yang dikirimkan, warna yang diterima tidak sama seperti yang dipesan, di deskripsi tertera rok untuk dewasa tetapi yang diterima rok ukuran anak kecil, dan bahannya tipis jahitannya tidak rapi.

Berdasarkan hasil data di atas, mengenai jual beli *online* di platform Lazada pada segmentasi pakaian peneliti menemukan terdapat unsur pelanggaran dalam hal ini adalah ketidakjelasan atau *gharar* bahkan bisa dianggap dusta yang menyebabkan pembeli tidak rela dengan keadaan barang yang diterimanya. Walaupun tidak banyak tapi kasus ini terjadi *real* ada bukan hanya sebatas hipotesa peneliti saja. Ini menunjukkan bahwa ketidaksesuaian antara foto gambar dan wujud asli produk itu terjadi dalam jualan *online* di platform Lazada pada segmentasi pakaian. Karena di sini terdapat pelanggaran, maka peneliti tertarik untuk menganalisa bagaimana status hukum Islam kalau jual belinya seperti itu.

Tinjauan Hukum Islam terhadap Inkonsistensi Gambar dengan Wujud Asli Produk dalam Jualan *Online*

Akad dalam jual beli *online* secara keseluruhan kembali pada bentuk akad jual beli yang disebut *as-salam* atau disebut juga *as-salaf* merupakan istilah dalam bahasa Arab yang mengandung makna “penyerahan”. Arti dari *salaf* secara umum sesuatu yang didahulukan. Dalam konteks ini, jual beli *salam/salaf* di mana harga/uangnya didahulukan, sedangkan barangnya diserahkan kemudian dapat dinyatakan pula pembiayaan dimana konsumen diharuskan untuk membayar sejumlah uang tertentu untuk pengiriman barang. Atau dalam kata lain pembayaran dalam transaksi *salam* dilakukan di muka (Fatriansyah, 2020). Sebagaimana dalam surat Al-Baqarah ayat 282:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ...

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya ...”

Ayat tersebut menurut Sufyan Ats-Tsauri yang diriwayatkan dari Ibnu Abbas diturunkan berkenaan dengan pemberian utang *salam* dalam batas waktu yang ditentukan. Sedangkan Qatadah menceritakan, dari Abu Hasan Al-A’raj, dari Ibnu Abbas berkata, aku bersaksi bahwa pemberian hutang yang dijamin untuk diselesaikan pada tempo tertentu, telah dihalalkan dan diizinkan Allah SWT., (Ibnu Katsir, 2004).

Untuk mengetahui apakah jual beli *online* itu aman dan *syar’i* maka hukum

Islam memandang jual beli *online* dengan rukun dan syarat jual beli *salam*, dalam jual beli *salam* terdapat rukun yang harus dipenuhi, di antaranya: Muslim (konsumen) adalah pihak yang membutuhkan dan memesan barang. Muslim ilaih (penjual) adalah pihak yang memasok barang pesanan. Modal atau uang, ada pula yang menyebut harga (tsaman). Muslim fiih adalah barang yang dijual belikan. Shigat adalah ijab dan qabul (Saprida, 2018).

Selain rukun yang harus dipenuhi di atas, perlu diperhatikan juga mengenai syarat-syarat jual beli salam, di antaranya:

1. Muslim (pembeli) dan Muslim Ilaih (penjual)

Untuk syarat muslim dan muslim ilaih syaratnya sama dengan jual beli biasa yaitu berakal dan akil baligh. Dengan syarat tersebut maka anak kecil yang belum berakal dan belum akil baligh tidak boleh melakukan transaksi jual beli, dan jika telah terjadi transaksinya tidak sah. Jumhur ulama berpendapat, bahwa orang yang melakukan transaksi jual beli itu harus telah akil baligh dan berakal. Apabila orang yang bertransaksi itu masih mumayyiz, maka transaksi jual beli itu tidak sah. Sekalipun mendapat izin dari walinya. Orang yang melakukan akad itu, adalah orang yang berbeda. Artinya, seseorang tidak dapat bertindak sebagai konsumen dan penjual dalam waktu yang bersamaan (Syaiyfullah, 2014).

2. Tsaman (harga, modal atau uang)

Sedangkan untuk tsaman, terdapat syarat juga yang harus dipenuhi di antaranya: 1) Alat bayar harus diketahui jumlah dan bentuknya, baik berupa uang, barang, atau manfaat; 2) Bayar dilakukan saat kontrak disepakati di awal; dan 3) Pembayaran tidak boleh dalam bentuk *ibra'* (pembebasan utang) (DSN MUI, 2000).

3. Muslim Fiih (barang)

Untuk menjadi sahnya barang yang dipesan itu ada 8 syarat, yaitu: 1) Barang yang dipesan hendaklah ada kesesuaian harus jelas ciri-cirinya atau spesifikasi; 2) Menyebutkan ukurannya dengan sesuatu yang bisa menghilangkan ketidakjelasan pada muslim fiih; 3) Jika akad salam dilakukan dengan tempo, maka orang yang melakukan akad harus menyebutkan waktu jatuh temponya; 4) Barang itu pada umumnya harus ada pada waktu yang dijanjikan; 5) Menyebutkan tempat penerimaan barang; 6) Harga barang sudah diketahui; 7) Keduanya, muslim (pembeli) dan *muslim ilaih* (penjual) harus melakukan serah terima barang sebelum berpisah; 8) Akad salam harus dilakukan dengan cara langsung tidak berlaku khiyar syarat (Ibnu Qosim Al-Ghazi, 2007).

4. Shigat (ijab qabul)

Apabila ijab dan qabul telah diucapkan dalam akad jual beli, maka pemilikan barang dan uang telah berpindah tangan. Barang yang berpindah tangan itu menjadi milik konsumen dan nilai tukar atau uang berpindah tangan menjadi milik penjual. Ulama fiqh mengemukakan bahwa syarat ijab dan qabul itu adalah sebagai berikut: pertama, orang yang mengucapkannya telah akil baligh dan berakal. Kedua, qabul sesuai dengan ijab. Misalnya, penjual mengatakan: saya jual tas ini seharga sepuluh ribu, lalu konsumen menjawab: saya beli dengan

harga sepuluh ribu. Ketiga, Ijab dan qabul dilakukan dalam satu majlis. Maksudnya, kedua belah pihak yang melakukan akad jual beli hadir dan membicarakan masalah yang sama. Apabila penjual mengucapkan ijab, lalu konsumen beranjak sebelum mengucapkan qabul atau konsumen melakukan aktivitas lain yang tidak terkait dengan masalah jual beli, kemudian ia mengucapkan qabul, maka menurut kesepakatan ulama fiqih, jual beli ini tidak sah, sekalipun mereka berpendirian bahwa ijab tidak harus dijawab langsung dengan qabul (Syaifullah, 2014).

Dari pembahasan di atas bisa kita ketahui untuk terpenuhinya jual beli *online* yang sah itu harus memenuhi syarat-syarat yang disebutkan di atas. Untuk syarat pertama berkaitan dengan muslim (pembeli) dan muslim ilaih (penjual) yang dilakukan di platform Lazada sudah sesuai dengan syarat sah jual beli *online*. Untuk syarat kedua berkaitan dengan tsaman (harga) yang dilakukan di platform Lazada sudah sesuai dengan syarat sah jual beli *online* karena harga barang sudah diberi tahu di awal. Dan untuk syarat ketiga berkaitan dengan *muslam fiih* ada pelanggaran pada poin barang yang dipesan hendaklah ada kesesuaian harus jelas ciri-cirinya atau spesifikasi, dan Islam memandang bahwa ini adalah sesuatu yang tidak diperbolehkan. Sedangkan untuk syarat keempat berkaitan shigat yang dilakukan di platform Lazada sudah sesuai dengan syarat sah jual beli *online*.

Dari syarat-syarat *salam* tersebut, bisa dilihat bahwa salah satu syarat *muslam fiih* yaitu harus ada kesesuaian yang jelas ciri-cirinya atau spesifikasinya. Sementara kasus yang disebutkan di pembahasan ini bahwa ada kasus ketidaksesuaian antara foto gambar dan wujud aslinya, ini artinya terjadi pelanggaran dalam jual beli *online* tersebut, sehingga bisa disimpulkan jual beli *online* di platform Lazada segementasi pakaian secara umum semua terpenuhi, selain pada persyaratan barang yang diperjualbelikan. Jika ada kesesuaian antara foto gambar dan wujud aslinya maka jual beli menjadi sah, tapi jika tidak ada kesesuaian antara foto gambar dan wujud aslinya maka jual beli tidak sah karena tidak memenuhi syarat-syarat sah jual beli *salam*. Sesungguhnya adanya kesesuaian tersebutlah yang menjadi salah satu syarat penting dalam jual beli termasuk jual beli *salam* yang karenanya timbul “saling suka sama suka”, yang dituntut oleh ayat Al-Quran Surat Al-Nisa’ ayat 29 yang berlaku umum:

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

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.

Untuk menyelesaikan permasalahan ketidaksesuaian foto gambar dan wujud aslinya dalam jualan *online* di platform Lazada, pihak platform Lazada memberikan opsi untuk pengembalian produk/barang (retur). Ini artinya

meskipun memang ada pelanggaran tapi setidaknya dari platform Lazada memberlakukan *khiyar*, yang dilakukan yaitu *khiyar syarat*.

Khiyar syarat merupakan hak dari masing-masing pihak yang menyelenggarakan akad untuk melanjutkan atau membatalkan akad dalam jangka waktu tertentu. *Khiyar syarat* diperlukan karena si pembeli perlu waktu untuk mempertimbangkan dengan benar atas pembelian tersebut terhadap objek akad yang akan dibelinya, sehingga terhindar dari penipuan dan ketidakjelasan yang membawa kerugian (Hafizah, 2012).

Khiyar syarat yang dilakukan di platform Lazada yaitu dengan cara mengklaim produk atau barang yang tidak sesuai/cacat dengan melakukan cara *step by step* seperti yang ada di poin pelayanan yang diberikan Lazada mengenai opsi pengembalian produk/barang (retur) jika terjadi ketidaksesuaian pesanan atau terjadinya cacat pada barang yang diterima konsumen.

Dengan demikian bahwa ada pelanggaran yang terjadi dalam jual beli online di platform Lazada segmentasi pakaian, tetapi ketika terjadi pelanggaran tersebut pihak Lazada bertanggung jawab dengan memberikan opsi pengembalian produk atau barang (retur). Dan untuk menghindari tidak terpenuhinya syarat jual beli salam, maka seharusnya penjual dan pembeli mengikuti etika jual beli salam. Etika yang harus dipenuhi dalam akad jual beli salam, yaitu: 1) Masing-masing hendaklah bersikap jujur dan tulus ikhlas serta hendaklah amanah dalam perjanjian-perjanjian yang telah dibuat; 2) Penjual hendaklah berusaha memenuhi syarat-syarat yang telah ditetapkan itu; 3) Konsumen janganlah coba menolak barang-barang yang telah dijanjikan itu dengan membuat berbagai-bagai alasan palsu; 4) Sekiranya barang yang dibawa itu berkurang sedikit dari pada syarat-syarat yang telah dibuat, masing-masing hendaklah bertolak dan mencari keputusan yang sebaik-baiknya (Saprida, 2018).

KESIMPULAN

Pertama, meskipun tidak banyak tapi kasus ketidaksesuaian ini terjadi *real* ada bukan hanya sebatas hipotesa peneliti saja. Ini menunjukkan bahwa ketidaksesuaian antara foto gambar dan wujud aslinya itu terjadi dalam jualan *online* di platform Lazada pada segmentasi pakaian. Berbagai macam keluhan komentar diutarakan dari para konsumen kepada para penjual di platform Lazada, dari mulai adanya ketidaksesuaian ukuran, warna, dan bahan yang berbeda dengan yang ada di deskripsi foto gambarnya.

Kedua, pada dasarnya jual beli bermaksud muamalah yang hukumnya dibolehkan, kecuali ada dalil yang mengharamkannya. Setelah mengkaji rukun dan syarat jual beli dalam hukum Islam, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa transaksi jual beli online ini tidak bertentangan dengan hukum Islam. Tetapi ada beberapa syarat yang tidak terpenuhi dalam transaksi jual beli pakaian di platform Lazada ini, sehingga transaksi jual beli *online* tersebut bisa juga bertentangan dengan syarat yang semestinya terpenuhi. Dalam jual beli *online* haruslah jelas, dari segi kualitas barang, kondisi barang, dan seberapa layak barang itu dijual,

dan terhindar dari unsur gharar atau ketidakjelasan serta penipuan dengan cara memberikan gambar yang tidak sesuai dengan barang yang aslinya karena mengandung kesamaran barang tersebut. Sehingga jual beli online yang seperti ini yang terjadi di platform Lazada segmentasi pakaian dengan mencantumkan foto gambar yang tidak sesuai dengan wujud asli produk adalah tidak sah, karena sifatnya masih samar objeknya belum jelas dan terdapat unsur *gharar*.

DAFTAR PUSTAKA

- Atira, N. (2017). Jual Beli *Online* yang Aman dan Syar'i (Studi Terhadap Pandangan Pelaku Bisnis Online di Kalangan Mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum UIN Alauddin Makassar).
- Az-Zuhaili, W. (2011). *Fiqih Islam wa Adillatuhu*, terj. In Abdul Hayyie al-Kattani, dkk. Gema Insani.
- Budhi, G. S. (2016). Analisis Sistem *E-Commerce* pada Perusahaan Jual-Beli Online Lazada Indonesia. *Elinvo (Electronics, Informatics, and Vocational Education)*, 1(2), 78–83.
- Dokumen UU. (2008). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- DSN MUI. (2000). Fatwa Dewan Syari'ah Nasional No: 05/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Jual Beli Salam.
- Fatriansyah, A.I.A. (2020). Bisnis Jual Beli *Online* dalam Perspektif Islam. *Al Yasini: Jurnal Keislaman, Sosial, Hukum dan Pendidikan*, 5(1), 57–68.
- Fauzi, S.N. (2018). Tindak Pidana Penipuan dalam Transaksi di Situs Jual Beli Online (E-Commerce). *Jurnal Hukum Pidana dan Penanggulangan Kejahatan*, 7(3), 250–261.
- Fitria, T.N. (2017). Bisnis Jual Beli *Online (Online Shop)* dalam Hukum Islam dan Hukum Negara. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 03(01).
- Fransisco, W. (2019). Peranan Hukum terhadap Konsumen Jual Beli *Online* di Indonesia. *Ajudikasi: Jurnal Ilmu Hukum*, 3(2), 197–210.
- Hafizah, Y. (2012). Khiyar Sebagai Upaya Mewujudkan Keadilan dalam Bisnis Islami. *At-Taradhi Jurnal Studi Ekonomi*, 3(2).
- Hardani, Auliya, N.H., Andriani, H., Fardani, R.A., Ustiawaty, J., Utami, E.F., Sukmana, D.J., & Istiqomah, R.R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu.
- Hartono, H. (2020). *Flash Sale* Lazada Ternyata Menipu.
- Ibnu Katsir, M. (2004). *Tafsir Ibnu Katsir Jilid 1*. In M. Y. Harun (Ed.), *Tafsir Ibnu Katsir*. Pustaka Imam Asy-Syafi'i.
- Ibnu Qosim Al-Ghazi, M. (2007). *Fathul Qorib*. Dar Al-Kutub Al-Islamiyah.
- Indriati, D.S. (2016). Penerapan Khiyar dalam Jual Beli. *Jurnal Ilmiah Al-Syir'ah*, 2(2).
- Isnain, M., & Setyawan, D. (2018). Pengaruh Kemudahan Transaksi dan *Shopping Convenience* terhadap *Customer Satisfaction* Melalui Keputusan Pembelian dalam Transaksi Belanja *Online* (Studi pada Mahasiswa Fakultas

- Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Pengakses Situs Lazada. co. Faculty of Social and Political Sciences.
- KBBI. (2008). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. In Balai Pustaka: Jakarta. Balai Pustaka.
- Kemenkominfo RI. (2020). Legalitas Lazada. <https://pse.kominfo.go.id/sistem/455>
- Kushendar, D. (2010). Ensiklopedia Jual Beli dalam Islam. Ensiklopedia Jual Beli dalam Islam.
- Lazada. (2022a). Produk Lazada. <https://www.lazada.co.id/helpcenter/product-on-lazada>
- Lazada. (2022b). Term of Use. <https://www.lazada.co.id/term-of-use/>
- Lazada Group. (2022). About Lazada. <https://group.lazada.com/en/about/>
- Lazada Help Center. (2021). Pengembalian Barang Langsung ke Penjual.
- Lazada Help Center. (2022). Bagaimana Cara Mengembalikan Barang ke Gudang Lazada.
- Lazada Seller Center. (2019). Bagaimana Cara Menambahkan Produk di Lazada. <https://sellercenter.lazada.co.id/seller/helpcenter/penambahan-produk-bagaimana-cara-menambahkan-produk.html>
- Maros, F., Elitear, J., Tambunan, A., & Koto, E. (2016). Penelitian Lapangan (*Field Research*).
- Minuriha, D.A. (2018). Tinjauan Hukum Islam terhadap Jual Beli dalam *Marketplace Online* Shopee di Kalangan Mahasiswa UINSA Surabaya.
- Misbahuddin. (2012). *E-commerce dan Hukum Islam*. Alauddin University Press.
- Nisrina, D.N. (2015). Tinjauan Hukum Islam terhadap Jual Beli *Online* dan Relevansinya terhadap Undang-Undang Perlindungan Konsumen.
- Oktarina, S. (2018). Perlindungan Hukum Konsumen terhadap Ingkar Janji dalam Akad Jual Beli Barang *Online* Menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES). UIN Raden Fatah Palembang.
- Rijali, A. (2019). Analisis Data Kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81–95.
- Roihanah, R. (2011). Perlindungan Hak Konsumen dalam Transaksi Elektronik (*E- Commerce*). *Justicia Islamica*, 8(2).
- Salim, M. (2017). Jual Beli Secara *Online* Menurut Pandangan Hukum Islam. *Jurna Hukum Pidana & Ketatanegaraan*, 6(2).
- Santoso, F.F.P. (2018). Tinjauan Hukum Islam terhadap Jual Beli *Online* yang Mencantumkan Gambar dan Testimoni Hoax di Ponorogo.
- Saprida. (2018). Akad Salam dalam Transaksi Jual Beli. *Mizan: Journal of Islamic Law*, 4(1).
- Sefiana, Fi. (2018). Jual Beli Chip pada *Game Online* Capsa Susun Menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Ite (Informasi Dan Transaksi Elektronik) dan Hukum Islam (Studi Kasus di Warung Kopi Desa Plosokandang Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung).

- Sidharta, I., & Suzanto, B. (2015). Pengaruh Kepuasan Transaksi *Online Shopping* dan Kepercayaan Konsumen terhadap Sikap Serta Perilaku Konsumen pada *E-commerce*. *Jurnal Computech & Bisnis*, 9(1), 23–36.
- Stephanie, P.D., Natasha, O.A., Enjelina, S., & Redi, A. (2021). Mengelaborasi Hukum Positif Tertulis Indonesia Mengatur Startup. Prosiding SENAPENMAS.
- Sukma, M. (2021). Eksistensi Jual Beli *Online* dalam Pandangan Islam dan Pengaruhnya terhadap Ekonomi Umat (Studi Kasus pada Aplikasi Jual Beli *Online* Lazada). *Kumpulan Karya Ilmiah Mahasiswa Fakultas Agama Islam dan Humaniora*, 2(02), 10.
- Syaifullah, S. (2014). Etika Jual Beli dalam Islam. *HUNAFa: Jurnal Studia Islamika*, 11(2), 371–387.
- Wakhidah, W., & Thohari, C. (2019). Jual Beli *Online (E-Commerce)* ditinjau dari Perspektif Hukum Islam. *Jurnal Justisia Ekonomika: Magister Hukum Ekonomi Syariah*, 2(2).
- Walidin, W., & Idris, S. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif & Grounded Theory*. FTK Ar-Raniry Press.