

**FORMULASI HUKUM BISNIS SYARIAH  
KONTEMPORER  
(Implementasi *Kaidah Fiqhiyah* dalam  
Hukum *E-Commerce*)**

Fauzi Muhammad

Ph.D Candidate of Sultan Thaha Saifuddin State Islamic University  
Jambi-Indonesia

M. Hasbi Umar

Professor Of Islamic Law at Ph.D Program of Sultan Thaha Saifuddin State  
Islamic University Jambi-Indonesia

Abdul Ghafar

Senior Lecturer Of Islamic Law at Ph.D Program of Sultan Thaha Saifuddin  
State Islamic University Jambi-Indonesia

Muannif Ridwan (*Corresponding Author*)

Lecturer at Islamic University Of Indragiri and Ph.D student of Sultan  
Thaha Saifuddin State Islamic University Jambi-Indonesia

+6281261412680

[anifr@ymail.com](mailto:anifr@ymail.com)

Nilfatri

Ph.D Candidate of Sultan Thaha Saifuddin State Islamic University  
Jambi-Indonesia

Mubarik

Ph.D Candidate of Sultan Thaha Saifuddin State Islamic University  
Jambi-Indonesia

Syaiful Anwar

Ph.D Candidate of Sultan Thaha Saifuddin State Islamic University  
Jambi-Indonesia

**Abstrak**

*E-commerce* merupakan model jual beli kontemporer, memberikan banyak efisiensi dan efektivitas dalam operasinya, antara penjual dan pembeli tidak harus bertemu langsung seperti pada jual beli konvensional, sehingga mengurangi biaya, mempersingkat waktu, memperluas jangkauan bisnis, dan manfaat lainnya. Hal ini diperlukan

adanya kepastian hukum dari perspektif Islam, agar menjadi sah dan memiliki nilai ibadah. *E-commerce* tidak ditemukan dalam buku-buku fiqh klasik, dan Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) belum mengeluarkan hasil ijtihad dalam bentuk fatwa resmi. Kepastian hukum dari *e-commerce* menjadi hal penting yang dinantikan umat Islam, agar segala kegiatan di bidang bisnis khususnya dapat terlaksana sesuai tuntunan ajaran Islam. Tulisan ini menjelaskan kaidah-kaidah fiqh yang relevan dalam merumuskan/menentukan hukum *e-commerce* dan bagaimana hukumnya yang sah dalam bisnis syariah. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang merupakan bagian dari ranah hukum Islam, maka penulis menggunakan jenis penelitian hukum normatif dengan bahan primernya adalah Nash (Qur'an dan Sunnah), kaidah-kaidah fiqhiyah, ushul fiqh, hasil Ijtihad (*fiqh*), perundang-undangan, hukum adat, yurisprudensi, dan traktat. Sedangkan bahan sekundernya berupa rancangan undang-undang, hasil-hasil penelitian, hasil karya dari kalangan ahli terutama kajian tentang *e-commerce*. Adapun analisis data menempuh metode deskriptif, artinya alat analisis dalam penelitian ini adalah kaidah-kaidah fiqh yang relevan dengan objek kajian. Hasil akhir dari penelitian ini adalah hadirnya kaidah-kaidah fiqh sebagai epistemologi hukum Islam yang tepat dalam menggali dan merumuskan ketentuan hukum *e-commerce*. Kemudian digeneralisasikan sebagai aturan umum yang diberlakukan bagi seluruh umat Islam dalam menjalankan aktivitas bisnis *e-commerce*. Terakhir, pembuktian bahwa Islam sebagai agama yang universal, dinamis, elastis, lengkap, dan cocok untuk setiap tempat waktu, benar-benar terbukti hingga akhir zaman.

**Kata Kunci:** Implementasi, Kaidah Fiqh, *E-Commerce*

## Abstract

E-commerce is a contemporary buying and selling model, provides a lot of efficiency and effectiveness in its operations, between the seller and the buyer do not have to meet directly as in conventional buying and selling, thereby reducing costs, shortening time, expanding business reach, and other benefits. This requires legal certainty from an Islamic perspective so that it becomes valid and has religious values. E-commerce is not found in classical fiqh books, and the National Sharia Council-Indonesian Ulema Council (DSN-MUI) has not issued ijtihad results in the form of an official fatwa. Legal certainty from e-commerce is an important thing that Muslims await, so that all activities in the business sector in particular can be carried out according to the guidance of Islamic teachings. This paper explains fiqh rules that are relevant in formulating / determining e-commerce law and how the law is valid in sharia business. This research is a qualitative research which is part of the realm of Islamic law, so the authors use this type of normative legal research with the primary material being nash (Qur'an and Sunnah), principles of fiqhiyah, ushul fiqh, the results of Ijtihad (fiqh), legislation, customary law, jurisprudence and treaties. While the secondary material is in the form of draft laws, research results, works of experts, especially studies on e-commerce. The data analysis used the descriptive method, meaning that the analytical tool in this study was the rules of fiqh that were relevant to the object of study. The final result of this research is the presence of fiqh principles as an appropriate Islamic legal epistemology in exploring and formulating the legal provisions of e-commerce. Then generalized as general rules that are applied to all Muslims in carrying out e-commerce business activities. Finally, the proof that Islam is a universal, dynamic, elastic, complete, and suitable religion for any place of time is truly proven until the end of time.

**Keywords:** Implementation, *Fiqh* Rules, E-Commerce

## A. Pendahuluan

Hadirnya sistem jual beli elektronik atau yang biasa disebut dengan *e-commerce* di dunia bisnis modern sekarang ini memerlukan ketetapan dan kepastian hukum Islam.<sup>1</sup> Dimana bentuk jual beli semacam ini tidak ditemui dalam fiqh-fiqh klasik, dan belum ada hasil ijtihad Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) mengeluarkan ketentuan hukumnya secara resmi dalam bentuk fatwa.

Sebagai seorang muslim tentu dituntut untuk selalu menjalankan segala aktivitas di dunia ini sesuai dengan ajaran Islam, termasuk aktivitas bisnis, seperti jual beli secara digital (*e-commerce*) yang ada saat ini. Islam sebagai agama universal, elastis, dinamis, dan lengkap serta cocok untuk setiap tempat dan waktu, mesti memiliki ketetapan hukum yang jelas tentang jual beli online. Hal ini sesuai dengan teori: “*Kamal al-syari’at al-islamiyyah wa shalhiyyatuha li kulli zaman wa makan*”<sup>2</sup> (Kesempurnaan syari’at Islam dan pantasnya untuk setiap masa dan tempat), dan diperkuat oleh teori lain: “*al-fiqh shalih li kulli makan wa zaman*”, yang diterjemahkan oleh Wael Hallaq mengatakan: “*The law is adaptable to all times and places*”.<sup>3</sup>

Islam mesti selalu siap menghadapi dan mengikuti perubahan-perubahan yang terjadi di semua bidang kehidupan, termasuk perubahan-perubahan sistem dan praktik bisnis, seperti *e-commerce* ini, karena perubahan itu merupakan sunatullah. Hal ini dikuatkan oleh teori: “*Taghayyur al-fatawa wa ikhtilafuha bi hasbi taghayyur al-azminati wa al-amkinati wa al-ahwali wa al-niyati wa al-awaidi*”<sup>4</sup> (Perubahan dan perbedaan fatwa hukum berdasarkan perbedaan masa, tempat, kondisi, niat, dan kebiasaan). Sesuai dengan kaedah yang dirumuskan oleh ahli ushul, yaitu

---

<sup>1</sup> Hukum Islam adalah istilah khas Indonesia, karena tidak ditemukan dalam al-Quran maupun Hadits Nabi SAW. Istilah hukum Islam merupakan terjemahan dari *al-fiqh al-Islamy* atau dalam konteks tertentu terjemahan dari *al-syari’ah al-Islamiyyah*. Istilah ini dalam wacana hukum barat digunakan *Islamic Law*. Walaupun tidak ditemukan istilah *al-bukm al-Islamy* dalam al-Quran dan al-Sunnah, tapi yang dipakai ialah kata *syari’at* yang dalam penjabarannya kemudian lahir istilah *fiqh*. Lihat Baharuddin Ahmad dan Illy Yanti, *Eksistensi dan Implementasi Hukum Islam di Indonesia*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), hlm. 1. Lihat juga A. Djazuli, *Ilmu Fiqh: Pengertian, Perkembangan, dan Penerapan Hukum Islam*, cet.10, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018), hlm. 13-15.

<sup>2</sup> Ali Hasaballah, *Ushul al-Tasyri’ al-Islami*, (Kairo: Dar al-Ma’arif, 1986), hlm. 410.

<sup>3</sup> B. Wael Hallaq, *A History of Islamic Legal Theories: An Introduction to Sunni Ushul Fiqh*, (Cambridge: Cambridge University, 1997), hlm. 248.

<sup>4</sup> Ibn Qayyim al-Jauziyyah, *I’lam al-Muwaqqi’in ‘an Rabbi al-Alamin*, juz.3, (Kairo: Dar al-Hadits, 2006), hlm. 5.

“*Al-ahkam al-mabniyyatu ‘ala al-‘urfi taghayyaru bi taghayyurihi zamanan wa makanan*” (Hukum-hukum dibina atas dasar ‘urf, yang (hukum itu) dapat berubah dengan berubahnya (‘urf), baik masa maupun tempat).<sup>5</sup>

Pentingnya metode yang jelas dan mapan dalam menetapkan semua keputusan hukum terhadap setiap muslim dalam aktivitasnya, maka Islam memiliki rumusan atau formula dalam menggali, mengeluarkan dan menetapkan hukum bagi pemeluknya (*mukallaf*), diantaranya yang disebut dengan kaidah-kaidah fiqhiyah.<sup>6</sup> Hal ini memberi kemudahan dalam menemukan hukum-hukum untuk kasus-kasus hukum yang baru dan tidak jelas nash-nya, serta memungkinkan menghubungkannya dengan materi fiqh yang lain yang tersebar di berbagai kitab fiqh, juga memudahkan dalam memberi kepastian hukum, termasuk hukum jual beli online (*e-commerce*) yang khusus menjadi kajian dalam tulisan ini.

Tulisan ini dirumuskan menjadi dua rumusan masalah, yaitu menjelaskan kaidah-kaidah fiqh yang relevan dalam merumuskan dan menentukan hukum *e-commerce*? bagaimana hukum jual beli online (*e-commerce*) yang sah dalam bisnis syariah, yang sesuai dengan kaidah-kaidah fiqh dalam perumusan dan penetapan hukumnya?

Adapun manfaat dari tulisan ini diantaranya adalah agar dapat memberi kemudahan, ketepatan dan kejelasan dalam menetapkan hukum *e-commerce* yang tidak didapatkan dalam kitab-kitab fiqh klasik, dan untuk memudahkan dalam memberi kepastian hukum *e-commerce* bagi umat Islam.

---

<sup>5</sup> Duski Ibrahim, *al-Qawa’id al-Fiqhiyah (Kaedah-kaedah Fiqh)*, (Palembang: Amanah, 2019), hlm. 203.

<sup>6</sup> Dalam hukum Islam ada dua macam kaedah, yaitu *pertama*, kaedah ushuliyah yang digunakan untuk mengeluarkan hukum dari sumbernya (al-Quran dan Sunnah). *Kedua*, kaedah fiqhiyah yaitu kaedah-kaedah yang disimpulkan secara general dari materi fiqh dan kemudian digunakan pula untuk menentukan hukum dari kasus-kasus baru yang timbul, yang tidak jelas hukumnya dalam Nash. Objek kajiannya adalah perbuatan mukallaf itu sendiri, dan materi fiqh yang dikeluarkan dari kaedah-kaedah yang sudah mapan, yang tidak ditemukan Nash-nya secara khusus dalam al-Quran dan Sunnah serta ijma’. A. Djazuli, *Kaedah-kaedah Fikih: Kaedah-kaedah Hukum Islam dalam Menyelesaikan Masalah-masalah Yang Praktis*, cet.8, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2019), hlm. 4-5.

## B. Metode Penelitian

Paradigma<sup>7</sup> penelitian ini adalah penelitian kualitatif.<sup>8</sup> Penelitian ini mengkaji tentang permasalahan metode penetapan hukum bisnis syariah yang merupakan bagian dari ranah hukum Islam, maka penulis menggunakan jenis penelitian hukum normatif atau penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka (data sekunder), disebut juga dengan penelitian hukum kepustakaan (*library research*). Bahan primer dalam penelitian ini terdiri dari norma (dasar) atau kaidah dasar yaitu Nash (al-Quran, Sunnah), kaedah-kaedah fiqhiyah, ushul fiqh, hasil Ijtihad (fiqh), perundang-undangan, hukum adat, yurisprudensi, traktat. Bahan hukum sekunder berupa rancangan undang-undang, hasil-hasil penelitian, hasil karya dari kalangan ahli terutama kajian tentang jual beli online (*e-commerce*), dan lain-lain. Sedangkan bahan hukum tertier berupa kamus, ensiklopedia, indeks kumulatif, dan seterusnya.<sup>9</sup> Metode yang digunakan dalam penelitian kepustakaan ini adalah penelusuran bahan pustaka, koleksi data untuk menjawab pertanyaan penelitian.<sup>10</sup>

Adapun analisis data menempuh metode deskriptif, yaitu dengan memaparkan (mendeskripsikan) secara sistematis, faktual dan akurat,

---

<sup>7</sup> Paradigma adalah cara pandang atau tinjauan tentang sesuatu. Pada dasarnya paradigma merupakan sekumpulan asumsi yang dianut, konsep berfikir, dan cara penelitian. Dengan kata lain, paradigma merupakan orientasi dan perspektif teoritis dalam memandang dunia serta segala sesuatu yang merupakan objek penelitian, asumsi yang dipakai. Sehingga menentukan proses, cara berfikir, dan cara bekerja dalam penelitian. Perbedaan paradigma dengan teori adalah bahwasanya teori hanyalah bagian dari paradigma yang lebih besar. Artinya paradigma meliputi dua teori atau lebih dan pandangan yang berbeda mengenai masalah pokok/ instrumen dan eksemplar (bagian khusus karya ilmiah yang dibangun sebagai model oleh semua orang yang mengikutinya). Lihat Kaelan, *Metode Penelitian Kualitatif Bidang Filsafat*, (Yogyakarta: Paradigma, 2005), hlm. 27-28. Lihat juga M. Jamal, *Paradigma Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Mitra Pustaka, 2017), hlm. 45

<sup>8</sup> Kualitatif adalah strategi inkuiri yang menekankan pencarian makna, pengertian, konsep, karektaistik, gejala, simbol, tentang suatu fenomena, focus dan multimetode, bersifat alami dan holistik, maupun deskripsi, mengutamakan kualitas dalam bentuk kata-kata, menggunakan beberapa cara, serta disajikan secara naratif. Lihat A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*, cet.5, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2019), hlm. 329.

<sup>9</sup> Suejono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*, (Jakarta: Rajawali, 1985), hlm. 14-15. Lihat juga Sofyan A.P. Kau, *Metode Penelitian Hukum Islam Penuntun Praktis Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*, (Yogyakarta: Mitra Pustaka, 2013), hlm. 154-155.

<sup>10</sup> Burhan Bungin, *Post-Qualitative Social Research Methods: Kuantitatif-Kualitatif-Mix Methods*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2020), hlm. 239.

situasi-situasi atau kejadian-kejadian. suatu gejala, peristiwa yang terjadi pada saat sekarang, dengan mengambil masalah atau pusat perhatian pada masalah aktual sebagaimana adanya pada saat penelitian dilakukan.<sup>11</sup> Artinya alat analisis dalam penelitian ini adalah kaedah-kaedah fiqh yang relevan dengan objek kajian yaitu sistem dan praktik jual beli online (*e-commerce*). metode berfikir yang digunakan adalah dengan nalar induktif,<sup>12</sup> yaitu berangkat dari perbuatan mukallaf dalam aktivitas bisnis online-nya. Setelah data dikumpulkan, direduksi, dan dianalisis, lalu penulis menyimpulkan dan mejadikan sebuah laporan penelitian dalam bentuk jurnal ilmiah ini.

### C. Pengertian Jual Beli Online (*E-Commerce*)

Kata *e-commerce* berasal dari kata *electronic commerce*. Kata *electronic* berarti ilmu elektronika, sedangkan kata *commerce* berarti perdagangan atau perniagaan.<sup>13</sup> Jadi kata *electronic commerce* telah dikenal dalam pengertian bahasa Indonesia dengan istilah “Perniagaan Elektronik”,<sup>14</sup> atau “Perniagaan via Elektronik”.<sup>15</sup>

Pengertian *e-commerce* secara definitif ditemui beberapa pengertian, diantaranya dikemukakan oleh Richard Hill dan Jonathan Rosenoer, sebagaimana dikutip oleh Gemala Dewi, yaitu: “*The term electronic commerce refers generally to commercial transactions involving both organisations and individuals, that are based upon the processing and transmission of digitize data, including text, sound, and visual images, and that are carried out over open networks (like the internet) or closed networks (like OAI, or minitel) that have a*

<sup>11</sup> Sofyan A.P. Kau, *Penelitian...*, hlm. 155-156.

<sup>12</sup> Dalam istilah bahwa Arab disebut *istiqra* yakni secara bahasa berarti melacak sesuatu, sedangkan secara istilah adalah melacak hukum-hukum *ju'i* (cabang) untuk menetapkan hukum-hukum *kulli* (universal). Artinya melacak kondisi hukum-hukum secara khusus dengan dilanjutkan penelitian pada kasus-kasus lain yang serupa, sehingga menghasilkan kesimpulan bahwa diduga kuat semua itu hukumnya sama. Dengan demikian, hukum yang bersifat khusus tersebut diberlakukan secara umum. Oleh karenanya, semakin banyak hukum-hukum khusus yang diteliti, maka semakin akurat kesimpulannya. Lihat Mustafa Dib al-Bugha, *Atsar al-Adillah al-Mukhtalaf Fiha fi al-Fiqh al-Islami*, (Damaskus: Dar al-Qalam, 2007), hlm. 648.

<sup>13</sup> John M. Echols dan Hassan Shadily, *Kamus Inggris Indonesia*, Cet.14, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2018) *Ibid.*, hlm. 162-163

<sup>14</sup> Gemala Dewi, et al., *Hukum Perikatan Islam Di Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2005), hlm. 208.

<sup>15</sup> Mardani, *Hukum Islam Pengantar Ilmu Hukum Islam di Indonesia*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), hlm. 236.

*gateway onto an open network*".<sup>16</sup>

Jual beli adalah suatu persetujuan dimana suatu pihak mengikat diri untuk wajib menyerahkan suatu barang dan pihak lain wajib membayar harga, yang dimufakati oleh mereka berdua.<sup>17</sup> Selanjutnya jual beli adalah pihak yang satu penjual (*verkopen*) mengikatkan dirinya kepada pihak lainnya pembeli (*loper*) untuk memindahtangankan suatu benda dalam *eigendom* dengan memperoleh pembayaran dari orang yang disebut terakhir, sejumlah tertentu, berwujud uang.<sup>18</sup>

Pada transaksi jual beli *online* (*e-commerce*), para pihak terkait di dalamnya melakukan hubungan hukum yang dituangkan melalui suatu bentuk perjanjian atau kontrak yang dilakukan secara elektronik dan sesuai dengan Pasal 1 butir 17 UU Informasi & Transaksi Elektronik (ITE) disebut sebagai kontrak elektronik yakni perjanjian yang dimuat dalam dokumen elektronik atau media elektronik lainnya. *E-commerce* adalah kegiatan jual beli yang menyangkut konsumen (*consumers*), manufaktur (*manufactures*), *service providers*, dan pedagang perantara (*intermediaries*) dengan menggunakan jaringan-jaringan computer yaitu internet.<sup>19</sup>

Menurut E. Turban, David K, J. Lee, T. Liang, D. Turban, Perdagangan elektronik (*electronic commerce*, disingkat EC, atau *e-commerce*) mencakup proses pembelian, penjualan, transfer, atau pertukaran produk, layanan atau informasi melalui jaringan komputer, android, termasuk internet. Beberapa orang memandang istilah perdagangan (*e-commerce*) hanya untuk menjelaskan transaksi yang dapat dilakukan antar mitra bisnis. Jika definisi ini digunakan, beberapa orang menyadari bahwa istilah *e-commerce* sangat sempit. Sehingga, banyak yang menggunakan istilah *e-bussines* sebagai istilah penggantinya. Bisnis elektronik (*electronic bussines* atau *e-bussines*) mengarah pada definisi EC yang lebih luas, tidak adanya pembelian dan penjualan barang saja. Tetapi juga layanan pelanggan, kolaborasi dengan mitra bisnis. Lainnya memandang *e-bussines* sebagai "aktivitas selain pembelian dan penjualan"

---

<sup>16</sup> Gemala Dewi, et al., *Hukum Perikatan Islam...*, hlm. 209.

<sup>17</sup> Wirjono Projodikoro, *Hukum Perdata Tentang Persetujuan-persetujuan Tertentu*, (Bandung: Sumur, 1991), hlm. 17.

<sup>18</sup> R.M Suryodiningrat, *Perikatan-perikatan Bersumber Perjanjian*, (Bandung: Tarsito, 1996), hlm. 14.

<sup>19</sup> Mariam Darus Badruzaman dkk, *Kompilasi Hukum Perikatan*, (Jakarta: Citra Aditya Bakti, 2001), hlm. 73.



di internet, seperti kolaborasi dan aktivitas intra bisnis.<sup>20</sup>

Dalam transaksi jual beli secara elektronik tidak hanya terjadi antara pengusaha dengan konsumen saja, tetapi juga terjadi pada pihak-pihak seperti di bawah ini:

- a. *Business to business*: transaksi yang terjadi antar perusahaan, baik pembeli maupun penjual adalah sebuah perusahaan dan bukan perorangan.
- b. *Business to customer*: transaksi antara perusahaan dengan konsumen/individu. Pada jenis ini transaksi disebarakan secara umum, dan konsumen yang berinisiatif melakukan transaksi.
- c. *Customer to customer*: transaksi jual beli yang terjadi antar individu dengan individu yang akan saling menjual barang.
- d. *Customer to business*: transaksi yang memungkinkan individu menjual barang pada perusahaan.
- e. *Customer to government*: transaksi jual beli yang dilakukan antar individu dengan pemerintah, seperti dalam tender proyek, pembayaran pajak.<sup>21</sup>

#### **D. Mekanisme dan Proses dalam Jual Beli Online (E-Commerce).**

Proses pengikatan transaksi jual beli secara *online* ini dilakukan dalam beberapa tahap, sebagai berikut:<sup>22</sup>

1. *Penawaran*, dilakukan oleh penjual atau pelaku usaha melalui website di internet. Penjual atau pelaku usaha menyediakan *storefront* yang berisi katalog produk dan pelayanan yang akan diberikan. Masyarakat yang memasuki website pelaku usaha tersebut dapat melihat-lihat barang yang ditawarkan oleh penjual.
2. *Penerimaan*, dapat dilakukan tergantung penawaran yang terjadi. Apabila penawaran dilakukan melalui *e-mail address*, maka penerimaan dilakukan melalui *e-mail*, karena penawaran hanya ditujukan pada sebuah *e-mail* yang dituju sehingga hanya pemegang *e-mail* tersebut yang dituju. Penawaran melalui website ditujukan untuk seluruh masyarakat yang membuka website tersebut, karena siapa saja dapat

---

<sup>20</sup> E. Turban, David K, J. Lee, T. Liang, D. Turban, *Electonic Commerce*, 7th Edition. (United State: Pearson, 2012), hlm. 38.

<sup>21</sup> Edmon Makarim, *Kompilasi Hukum Telematika*, (Jakarta: PT. Raja Gravindo Persada, 2004), hlm. 227.

<sup>22</sup> *Ibid.*, hlm. 82

masuk ke dalam website yang berisikan penawaran atas suatu barang yang ditawarkan oleh penjual atau pelaku usaha.

3. *Pembayaran*, dapat dilakukan baik secara langsung maupun tidak langsung, misalnya melalui fasilitas internet, namun tetap bertumpu pada keuangan nasional, yang mengacu pada sistem keuangan lokal. Klasifikasi cara pembayaran dapat diklasifikasikan sebagai berikut: a). Transaksi model ATM; b). Pembayaran dua pihak tanpa perantara, yang dapat dilakukan langsung antara kedua pihak tanpa perantara dengan menggunakan uang nasionalnya, c). Pembayaran dengan perantara pihak ketiga, umumnya merupakan proses pembayaran yang menyangkut debit, kredit ataupun cek masuk. Metode pembayaran yang dapat digunakan antara lain: sistem pembayaran melalui kartu kredit *online* serta sistem pembayaran *check-in line*, *m-banking*, *e-money*, dan lain sebagainya.
4. *Pengiriman*, merupakan suatu proses yang dilakukan setelah pembayaran atas barang yang ditawarkan oleh penjual kepada pembeli, dalam hal ini pembeli berhak atas penerimaan barang dimaksud. Pada kenyataannya, barang yang dijadikan objek perjanjian dikirimkan oleh penjual kepada pembeli dengan biaya pengiriman sebagaimana telah diperjanjikan antara penjual dan pembeli. Sekarang ini banyak jasa pengiriman barang baik melalui udara maupun darat, seperti JNE, J&T, Pos Kilat, Sicepat, dan lain-lain.

Untuk memperkenalkan produk-produk, bisa dengan membuat sebuah toko *online* dengan memanfaatkan *Multiply* yang menyediakan fasilitas gratis, sehingga diharapkan hal itu bisa sedikit meringankan biaya investasi diawal. *Multiply* merupakan salah satu situs jaringan sosial *online* yang sangat banyak dimanfaatkan untuk melakukan bisnis *online* yang dimaksud di sini adalah semacam membuat toko *online* dengan memanfaatkan fasilitas gratis yang disediakan oleh *multiply*.<sup>23</sup>

Jual beli secara *online* dalam melakukan promosinya *Via Website* dengan beberapa langkah:

- (a) Langkah pertama adalah membuka salah satu *website* yang ada pada layanan internet (*Google, Yahoo*), kemudian tulishlah alamat penjual pada kolom *search* lalu tekan enter atau klik tulisan *search*, maka akan

---

<sup>23</sup> Fandi Tjiptono dan Totok Budi Santoso, *Strategi Riset Lewat Internet*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2001), hlm. 56.

muncul beberapa situs iklan penjual dan dapat memilih beberapa iklan tersebut untuk dibaca keterangannya.

- (b) Langkah berikutnya dapat melihat-lihat beberapa produk yang ditawarkan. Lalu memilih dengan hanya mengarahkan kursor pada produk yang orang pilih dan klik tombol “beli”, lalu akan muncul sebuah tampilan cara pemesanan produk.
- (c) Jika ingin menambah kuantiti pemesanan, silahkan mengganti jumlah pesanan kemudian klik tombol “update”.
- (d) Apabila sudah selesai berbelanja, disitu juga tertera jumlah nominal belanja untuk pembelanjaan retail (belum termasuk biaya pengiriman).
- (e) Untuk total akhir pembelanjaan grosir akan dikonfirmasi kembali pada konsumen beserta biaya pengirimannya.
- (f) Setelah yakin dengan apa yang akan dipesan, maka diharuskan melengkapi data pribadi berupa: Nama, Nomor handphone Email dan Alamat Pengiriman lengkap.
- (g) Apabila sudah selesai berbelanja, klik tombol “Order Now”.
- (h) Kemudian tunggu konfirmasi stok dan total belanja beserta biaya pengiriman sesuai kota tujuan.
- (i) Apabila sudah mendapatkan konfirmasi tentang total belanja, maka para konsumen yang berbelanja dapat mentransferkan pembayaran melalui bank yang ditunjuk.
- (j) Setelah melakukan transfer, silahkan konfirmasi melalui email atau sms pada alamat atau nomor telepon yang ditunjuk, maka pihak penjual akan mengecek transfer pembeli tersebut.
- (k) Lalu dalam keadaan normal, setelah pembeli mengirim konfirmasi tentang transfer yang dilakukannya, maka produk pesanan akan disiapkan oleh penjual, jika transfer dilakukan sebelum jam 12 siang maka barang akan dikirimkan hari itu juga, namun jika lewat jam 12 siang maka barang akan dikirim pada keesokan harinya. Pihak penjual akan konfirmasi lagi sewaktu pesanan pembeli telah dipaketkan berikut nomor resi pengiriman.
- (l) Pengiriman menggunakan *office boys*, cargo udara/darat, dan Pos Indonesia sesuai dengan jauh dekat lokasi konsumen dan pengiriman ditanggung oleh pembeli.<sup>24</sup>

---

<sup>24</sup> Panda Potan Sianipar, *Panduan menggunakan Internet, Hasil Kerjasama Dengan Indo Internet*, (Jakarta: Alex Media Komputindo, 1996), hlm. 67.

## E. Prinsip Dasar Syariah dan Kaedah-kaedah Fiqh dalam E-Commerce

Menurut sosiolog Islam, Ibnu Khaldun dalam bukunya “*Mukaddimah*”, yang dikutip oleh Setiawan Budi Utomo, bahwa manusia berkarakter dasar sebagai makhluk sosial dan ber peradaban yang membutuhkan pergaulan sosial yang tentunya membawa konsekuensi adanya transaksi muamalah serta pertukaran barang dan jasa. Hal ini memerlukan prinsip-prinsip yuridis *samawi* yang mengatur semuanya itu agar sesuai dengan sunnatullah, keharmonisan, dan keadilan sosial. Prinsip-prinsip syariah dalam masalah pertukaran dan kontrak muamalah yang dapat digunakan untuk melakukan tinjauan hukum atas setiap transaksi sepanjang zaman, termasuk di era modern untuk kemaslahatan semua pihak.<sup>25</sup>

Sebagaimana dirumuskan para ulama (Imam al-Syathibi dalam *al-Muwafaqat*, Imam al-Ghazali dalam *Ihya Ulumuddin*, Ibnu Asyur dalam *Maqasyid al-Syariah*, Yusuf Qardawi dalam *al-Halal wa al-Haram fi al-Islam*) sebagai berikut:

*Pertama*, asas kerelaan dari semua pihak yang berakad (*an taradhin*) sebagaimana firman Allah SWT surat an-Nisa (4) ayat 29 dan Hadits Nabi SAW.<sup>26</sup> Menurut imam al-Qurthubi, setiap transaksi *e-commerce* yang dilakukan karena ada unsur paksaan dan tekanan pada salah satu pihak adalah tidak sah atau batal.<sup>27</sup>

Kaedah fiqh yang relevan dengan asas kerelaan ini adalah:

الأَصْلُ فِي الْعُقُودِ رِضَا الْمُبْتَعَادَيْنِ

“*Hukum asal dari segala akad adalah kerelaan antara dua orang yang berakad*”.<sup>28</sup>

الرِّضَى بِالشَّيْءِ رِضًا بِمَا يَتَوَلَّدُ مِنْهُ

“*Rela dengan sesuatu berarti rela dengan akibat yang ditimbulkannya*”.<sup>29</sup>

<sup>25</sup> Setiawan Budi Utomo, *Fiqh Aktual: Jawaban Tuntas Masalah Kontemporer*, (Jakarta: Gema Insani, 2003), hlm. 63-65.

<sup>26</sup> Hadits yang berbunyi:

إِنَّمَا الْبَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ  
“*Sesungguhnya transaksi jual beli itu harus atas dasar kerelaan*”. (HR. Ibnu Hibban, Ibnu Majah, dan al-Baihaqi).

<sup>27</sup> Imam al-Qurthubi, *al-Jami' al-Ahkam al-Quran*, (Kairo: Maktabah al-Kutub al-Mishriyyah, 1978), Juz II, hln. 32.

<sup>28</sup> A. Djazuli, *Kaedah...*, hlm. 235.

29 Duski Ibrahim, *al-Qawa'd al-Fiqhiyah...*, hlm. 131.

Kedua, dalam *e-commerce* adanya larangan praktik penipuan, kecurangan, dan pemalsuan. Hal ini termasuk memakan harta orang lain secara batil, maka transaksinya batal demi hukum, selain ayat di atas, terdapat pula firman Allah al-Anfal (8) ayat 27. Nabi SAW bersabda yang artinya: “Tidak boleh membahayakan dan tidak boleh dibahayakan”. (HR. Ibn Majah). Nabi SAW sangat mengecam praktik berbagai kecurangan, tipuan, kebohongan, termasuk dalam hal ini adalah sumpah, janji, iklan, penawaran, dan promosi dengan barang/jasa ataupun harga palsu.<sup>30</sup>

Kaedah fiqh yang relevan dalam asas ini ialah:

الضَّرَرُ يُرَأَى

“Kemudaratan harus dihilangkan”

كُلُّ تَصَرُّفٍ جَرَّ فَسَادًا أَوْ دَفَعَ صَلَاحًا مَنَّهُ عِنْدَهُ

“Setiap tindakan yang membawa kemafsadatan atau menolak kemaslahatan adalah dilarang”.<sup>31</sup>

Ketiga, tradisi, prosedur, sistem, konvensi, norma, kelaziman, dan kebiasaan bisnis yang berlaku (*urf*) tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Firman Allah SWT dalam al-Quran surat al-A'raf (7) ayat 199, al-Maidah (5) ayat 6, 89, al-Baqarah (2) ayat 288, 233, an-Nisa (4) ayat 19. Hadits Nabi SAW yang artinya: “Ukuran berat (timbangan) yang dipakai adalah ukuran berat ahli Mekkah, sedangkan ukuran isi yang dipakai adalah ukuran isi ahli Madinah”. (HR. Abu Dawud). Misalnya dalam *e-commerce* pihak penjual dan pembeli tidak bertemu langsung, menjadikan komputer atau android sebagai fasilitator komunikasi dengan ketersediaan media internet, melalui website, marketplaces seperti shopee, tokopedia, dan lain sebagainya. Praktik seperti ini sudah menjadi trend di dunia bisnis saat ini, bisa disebut kebiasaan transaksi jual beli dalam masyarakat kontemporer.

Kaedah fiqh yang relevan dengan asas ini yaitu:

الْعَادَةُ مُحْكَمَةٌ

<sup>30</sup> Hadits Nabi yang berbunyi:

ذَكَرَ رَجُلٌ لِرَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَنَّهُ يَخْدَعُ فِي الْبَيْعِ فَقَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مَنْ بَايَعْتَ فَقُلْ لَا خِلَابَ  
«Seorang laki-laki berkata kepada Rasulullah SAW, bahwasanya dia dibohongi dalam jual beli. Maka Rasulullah SAW. Bersabda: siapa saja teman kamu melakukan kegiatan jual beli, katakanlah: tidak ada penipuan”. (HR. Bukhari, Muslim).

<sup>31</sup> A. Djazuli, *Kaedah...*, hlm. 78.

“Adat kebiasaan dapat ditetapkan sebagai hukum”.

المَعْرُوفُ بَيْنَ التُّجَّارِ كَالْمَشْرُوطِ بَيْنَهُمْ

“Sesuatu yang telah dikenal di antara pedagang berlaku sebagai syarat di antara mereka”.<sup>32</sup>

Keempat, berdasarkan niat dan itikad yang baik serta menghindarkan kelicikan dan akal-akalan (*moral hazard*) dengan mencari celah hukum dan ketentuan yang seharusnya.<sup>33</sup> Dasar asas ini adalah firman Allah SWT dalam al-Quran surat al-Bayyinah (98) ayat 5, an-Nisa (4) ayat 100, al-Ahzab (33) ayat 5, al-Baqarah (2) ayat 225. Hadits Nabi SAW yang artinya: “Sesungguhnya setiap amalan hanyalah tergantung dengan niat-niatnya, dan setiap orang hanya akan mendapatkan apa yang ia niatkan...”. (HR. Bukhari). Mental culas seperti ini dilakukan kaum Yahudi terhadap larangan Allah bagi mereka, yaitu lemak. Mereka menjadikannya minyak dan dijualnya. Kemudian dimakan hasil penjualannya, maka Allah melaknat mereka.

Kaedah fiqh yang relevan dengan asas ini adalah:

الْأُمُورُ بِمَقَاصِدِهَا

“Segala perkara itu tergantung kepada niatnya”

مَقَاصِدُ اللَّفْظِ عَلَى نِيَّةِ اللَّافِظِ

“Maksud yang terkandung dalam ungkapan kata sesuai dengan niat orang yang mengucapkan”.<sup>34</sup>

Kelima, deal (kesepakatan) transaksi dilangsungkan dengan serius, konsekuen, komit, dan konsisten, tidak boleh main-main dan mencela-cela. Sebab menurut Nabi SAW, bahwasanya umat Islam itu terikat dengan perjanjian dan kesepakatan yang mereka lakukan (HR. Abu Dawud, Ibnu Majah, dan Tirmizi).

Kaedah fiqh yang relevan dengan asas ini yaitu:

الْأَصْلُ فِي الْكَلَامِ الْحَقِيقَةُ

<sup>32</sup> *Ibid*, hlm. 86.

<sup>33</sup> Hadits Nabi yang berbunyi:

لَعَنَ اللَّهُ الْيَهُودِيَّ حَرَمَتْ عَلَيْهِمُ الشُّحُومُ فَجَمَلُوهَا فَبَاعُوهَا

“Allah melaknat kaum Yahudi, telah diharamkan atas mereka lemak, lalu mereka menjadikan minyak dan menjualnya”. (HR. Muslim).

<sup>34</sup> A. Djazuli, *Kaedah...*, hlm. 41.

“Hukum asal dari suatu kalimat adalah arti yang sebenarnya”

لَا عِبْرَةَ بِالظَّنِّ الَّذِي يَظْهَرُ خَطَأُهُ

“Tidak dianggap (diakui), persangkaan yang jelas salahnya”

لَا عِبْرَةَ لِلتَّوَاهُمِ

“Tidak diakui adanya waham (kira-kira)”.<sup>35</sup>

Keenam, transaksi harus berdasarkan prinsip keadilan dan toleransi, hal ini berdasarkan kepada al-Quran surat an-Nahl (16) ayat 90, al-Baqarah (2) ayat 280. Nabi SAW bersabda yang artinya: “Semoga Allah merahmati seseorang yang berlaku toleran jika menjual, membeli, menuntut, dan menunaikan kewajiban”. (HR. Bukhari).

Kaedah fiqh yang relevan dengan asas ini adalah:

الْخُرُوجُ مِنَ الْخِلَافِ مُسْتَحَبٌّ

“Keluar dari perselisihan itu disukai”.<sup>36</sup>

الْعَقْدُ يُرْعَى مَعَ الْكَافِرِ كَمَا يُرْعَى مَعَ الْمُسْلِمِ

“Akad (kontrak) dijaga (dikembangkan) dengan orang non muslim (kafir) seperti halnya dengan muslim”.<sup>37</sup>

Ketujuh, tidak dibolehkan melakukan transaksi dengan cara, media dan objek transaksi yang diharamkan Islam, baik barang maupun jasa, seperti riba (bunga/pengambilan secara batil), *ihtikar* (menimbun), ketidakpastian objek transaksi (*gharar*), makan dan minuman haram, segala hal yang menjurus pelanggaran moral dan sebagainya. Selain itu, selama transaksi tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah, maka ketentuan Islam berlaku fleksibel dan dinamis dalam hal muamalah. Karena, Allah menciptakan manusia sebagai khalifah-Nya yang diberi mandat dan kebebasan untuk melakukan pemakmuran bumi dengan mengikuti petunjuk-Nya.

Kaedah fiqh yang relevan dengan dengan asas ini adalah:

مَا حُرِّمَ أَحَدُهُ حُرِّمَ إِعْطَائُهُ

“Sesuatu yang diharamkan mengambilnya, maka diharamkan juga

<sup>35</sup> Ibid., hlm. 53-54.

<sup>36</sup> Duski Ibrahim, *al-Qawa'd al-Fiqhiyah...*, hlm. 121.

<sup>37</sup> A. Djazuli, hlm. 238.

memberikannya”.<sup>38</sup>

مَا حُرِّمَ اسْتِعْمَالُهُ حُرِّمَ إِتِّخَاذُهُ

“Sesuatu yang diharamkan menggunakannya, maka diharamkan juga memperolehnya”.<sup>39</sup>

## F. Kaedah-kaedah Fiqh yang Relevan dengan *E-Commerce* Perspektif Hukum Islam.

Dalam bidang muamalah, sebagaimana sudah dijelaskan sebelumnya, di mana dikenal suatu asas, yaitu asas kebolehan atau mubah. Sesuai dengan kaedah fiqh yang sudah masyhur tentang prinsip dasar akad (kontrak), yaitu:

الْأَصْلُ فِي الْمَعَامَلَاتِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يَدُلَّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا

“Hukum asal segala bentuk muamalat itu adalah mubah (boleh), kecuali ada dalil yang menunjukkan keharamannya”.<sup>40</sup>

Kaedah ini merupakan kaedah fiqh yang sangat luas, mencakup seluruh aspek aktivitas muamalah. Kaedah ini menunjukkan bahwa segala jenis transaksi muamalat termasuk *e-commerce*, pada dasarnya hukumnya *mubah* (boleh) dilakukan, selama tidak ditemui dalil yang melarang dan mengharamkan transaksi tersebut. Berbeda dengan hukum asal ibadah adalah haram dilakukan selama tidak ditemukan dalil perintahnya.

Dasar kaedah diatas adalah dalil *istishab*. Artinya berdalil dengan metode mengembalikan kepada hukum asalnya. Metode *istimbath* hukum melalui metode *istishab* ini menurut mayoritas ulama merupakan metode yang sah (otoritatif) dalam menetapkan suatu produk hukum. Oleh karenanya, kaedah diatas dapat dijadikan alat analisis ( pijakan) dalam merumuskan dan menetapkan hukum-hukum baru terkait dengan muamalah kontemporer, seperti *e-commerce*.

Kaedah substansi dalam akad, yaitu:

الْعِبْرَةُ فِي الْعُقُودِ لِلْمَقَاصِدِ وَالْمَعَانِي لَا لِلْأَلْفَاظِ وَالْمَبَانِي

“Yang menjadi patokan dalam akad adalah tujuan dan substansinya,

<sup>38</sup> *Ibid.*, hlm. 136.

<sup>39</sup> *Ibid.*, hlm. 140.

<sup>40</sup> Moh. Mufid, *kaedah...*, hlm. 120. Lihat juga A. Djazuli, *Kaedah...*, hlm. 185.



*bukan redaksi ataupun penamaannya*".<sup>41</sup>

Kaedah ini dapat dipahami bahwa saat transaksi dilangsungkan, yang menjadi patokan/barometer bukanlah redaksi yang digunakan kedua pihak yang melangsungkan transaksi, melainkan tujuan esensial kedua pihak, dari kata-kata yang diucapkan dalam transaksi tersebut. Sebab, tujuan hakiki adalah pengertian bukan redaksi yang digunakan, dan redaksi hanyalah media yang digunakan untuk menyusun pengertian. Namun demikian, selama penyatuan antara redaksi dan tujuan yang dimaksud tidak mustahil, maka redaksinya tidak dapat dihapuskan. Dasar kaedah ini adalah Hadits Nabi SAW yang artinya: *"Sesungguhnya segala amal perbuatan tergantung niat, dan setiap orang memperoleh apa yang ia niatkan"*. (HR. Bukhari dari Umar bin Khattab).

Kaedah fiqh yang berhubungan dengan syarat dalam akad, yakni:

الأَصْلُ فِي الْعُقُودِ وَالْمَشْرُوطِ الْإِبَاحَةُ

*"Hukum asal dalam transaksi dan syaratnya adalah boleh"*.<sup>42</sup>

Kaedah ini menunjukkan pada dasarnya setiap transaksi muamalat (*e-commerce*) yang dilakukan kedua belah pihak, bahwa salah satu dari mereka mensyaratkan sesuatu tertentu kepada pihak lainnya, maka syarat tersebut dapat diterima jika diajukan dalam rangka kebaikan bagi kedua belah pihak. Secara syar'i hukumnya "mubah/boleh" selama tidak bertentangan dengan syariat. Dasar kaedah ini dari Nabi SAW yang artinya: *"Orang-orang Islam berdasarkan syarat-syarat yang disepakatinya, kecuali syarat yang mengharamkan sesuatu yang halal dan mengharamkan sesuatu yang haram"*. (HR. Abu Dawud, Imam Ahmad, ad-Daruquthni).

Kaedah fiqh yang berhubungan implikasi akad, yakni:

الأَصْلُ فِي الْعُقُودِ الزُّمُّ وَالْوَفَاءُ

*"Pada dasarnya akad itu mengikat para pihak dan harus ditunaikan akibat hukumnya"*.<sup>43</sup>

Kaedah ini menunjukkan bahwa setiap akad berimplikasi atau berakibat hukum. Oleh karena itu, setiap akad yang memenuhi syarat dan rukunnya tidak dapat dibatalkan oleh salah satu pihak, kecuali ada kerelaan dari pihak lainnya. Pada prinsipnya, akad yang telah sah secara

<sup>41</sup> *Ibid.*

<sup>42</sup> *Ibid.*, hlm. 121.

<sup>43</sup> *Ibid.*, hlm. 122.

hukum berstatus mengikat dan kedua belah pihak yang berakad memiliki kewajiban dan hak terhadap objek akad yang telah disepati. Dasar dari kaedah ini adalah al-Quran surat al-Maidah (5) ayat 1.

Asas-asas diatas menunjukkan kebolehan melakukan semua hubungan muamalah, sepanjang hubungan tersebut tidak dilarang oleh al-Quran dan Sunnah serta ijtihad. Ini berarti, bahwa hukum Islam memberi kesempatan luas kepada yang berkepentingan untuk mengembangkan bentuk dan macam hubungan muamalah baru sesuai dengan perkembangan zaman dan kebutuhan umat manusia, seperti hal *e-commerce*. Allah memberi kemudahan dan tidak mempersulitkan kehidupan manusia, seperti yang difirmankan oleh Allah dalam al-Quran surat al-Baqarah (2) ayat 182, 286, surat al-Hajj (22) ayat 78. Allah SWT tidak akan mempersulit hambanya untuk bermuamalah dengan sesama manusia lainnya.

Kaedah-kaedah fiqh yang relevan dengan asas diatas adalah:<sup>44</sup>

المَشَقَّةُ تَجْلِبُ التَّيْسِيرَ

“Kesulitan mendatangkan kemudahan”.

إِذَا ضَاقَ الْأَمْرُ اتَّسَعَ وَإِذَا اتَّسَعَ ضَاقَ

“Apabila suatu perkara menjadi sempit maka hukumnya meluas, dan apabila suatu perkara menjadi meluas maka hukumnya menyempit”.

إِذَا تَعَدَّرَ الْأَصْلُ يُصَارُ إِلَى الْبَدَلِ

“Apabila yang asli sukar dikerjakan maka berpindah kepada penggantinya”.

Perkembangan teknologi internet diperkirakan akan mengubah wajah sistem keuangan yang awalnya menempatkan bank sebagai mediator transaksi perdagangan antara para pelaku bisnis (*business to business*) maupun dengan konsomen perorangan (*business to consumer*). Seiring dengan globalisasi pemanfaatan teknologi internet di masa mendatang yang memberikan banyak manfaat dan kemudahan, *internet portal* akan berperan sebagai *gateway* bagi setiap interaksi bisnis. Fenomena ini membuat masing-masing pihak, baik pelaku bisnis, konsumen individu, maupun *e-commerce* membangun kafasitas jaringan *online*.

---

<sup>44</sup> A. Djazuli, *Kaedah...*, hlm. 61-62. Lihat juga Mod. Mufid, *Kaedah Fiqh Ekonomi dan Keuangan Kontemporer: Pendekatan Tematis dan Praktis*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2019), hlm. 67.

Teknologi internet juga dipandang sebagai sarana yang efektif dan efisien dalam mendesain, memasarkan serta menjadi saluran distribusi produk dan jasa *e-commerce* dengan biaya relatif murah. Efisiensi biaya tersebut menjadi salah satu daya tarik bagi perusahaan, maupun usaha individu untuk mengembangkan usahanya dengan menciptakan layanan *e-commerce*. Di negara-negara maju, produk ini memperoleh respons yang positif dari kostumers atau konsumen, karena memberikan kemudahan-kemudahan (*conveniences*) dalam bertransaksi (transaksi dapat dilakukan setiap waktu dan dari tempat manapun).<sup>45</sup>

Di antara keunggulan layanan *e-commerce* misalnya dari aspek bisnis, setidaknya terdapat beberapa faktor pendorong (*driving force*) bagi bisnis untuk menawarkan layanan bisnis melalui internet. Faktor-faktor tersebut antara lain persaingan, efisiensi biaya investasi, jangkauan geografis, *branding* untuk membangun loyalitas konsumen (*customer loyalty*), opsi bagi konsumen lebih leluasa. Namun begitu, tentunya kemajuan teknologi bisnis ini pun mengandung potensi risiko, seperti *operational risk* yang dapat dipicu oleh beberapa hal, antara lain kurang memadainya sistem pengamanan (*security system*), desain atau implementasi sistem yang kurang tepat, dan penyalahgunaan sistem oleh konsumen.<sup>46</sup>

Sekalipun *online contract* merupakan fenomena baru, tetapi semua negara tetap memberlakukan asas-asas dan peraturan hukum kontrak yang telah dianutnya. Dikenal asas-asas universal tentang pembuatan suatu perjanjian atau kontrak, yaitu asas konsensual, asas kebebasan berkontrak, prinsip iktikad baik, syarat sahnya perjanjian, dan lain-lain.<sup>47</sup>

Untuk mengetahui apakah *e-commerce* bertentangan atau tidak dari perspektif perikatan Islam, maka *e-commerce* harus sesuai dengan rukun dan syarat akad menurut hukum perikatan Islam. Adapun rukun yang harus dipenuhi dalam suatu akad, menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah ada empat, yakni:<sup>48</sup>

1. Pihak-pihak yang berakad;
2. Objek akad;

---

<sup>45</sup> Setiawan Budi Utomo, *Fiqh Aktual...*, hlm. 70.

<sup>46</sup> *Ibid.*

<sup>47</sup> Gemala Dewi, et al., *Hukum Perikatan Syariah ...* hlm. 211.

<sup>48</sup> Lihat Pasal 22 *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah*, dan Lihat Mardani, *Hukum Perikatan Syariaiah...*, hlm. 54.

3. Tujuan pokok akad; dan
4. Kesepakatan.

Salah satu unsur dalam perjanjian adalah adanya ijab kabul, sebab akad adalah pertalian antara ijab dan kabul. Agar ijab dan kabul benar-benar mempunyai akibat hukum, diperlukan dengan tiga syarat, sebagai berikut:<sup>49</sup>

- a. Ijab dan kabul harus dinyatakan oleh orang yang sekurang-kurangnya telah mencapai umur *tamyiz* yang menyadari dan mengetahui isi perikatan yang diucapkan hingga ucapannya itu benar-benar menyatakan keinginan hatinya;
- b. Ijab dan kabul harus tertuju pada objek yang merupakan objek akad;
- c. Ijab dan kabul harus berhubungan langsung dalam suatu majlis.

Mengenai syarat pertama yaitu *tamyiz* atau dewasa, dalam *e-commerce*, sulit untuk menentukan apakah para pihak yang melakukan perikatan tersebut telah memenuhi ketentuan tersebut. Hal ini karena para pihak tidak bertemu secara fisik melainkan melalui internet, sehingga para pihak tidak mengetahui bagaimana kondisi fisik yang lain. Oleh karena itu, apabila pihak yang melakukan *e-commerce* telah dewasa, mampu bertindak sendiri (tidak berada di bawah pengampuan), maka perikatan yang terjadi pada *e-commerce* itu adalah sah.<sup>50</sup>

Mengenai objek *e-commerce* harus memenuhi syarat objek akad, yaitu:<sup>51</sup>

**a. Telah ada pada waktu diadakan**

Barang yang ditransaksikan dalam *e-commerce* ada yang memang telah ada (siap kirim) atau yang sifat pesanan. Jadi, pengertian ada dalam transaksi ini lebih diutamakan bentuk tampilan benda tersebut dalam layar internet. Mengenai jual beli barang yang tidak ada di tempat akad jual beli yang untuk melihat barangnya mengalami kesulitan melihatnya, dapat dilakukan asal kriteria atau syarat barang yang diperjualbelikan itu terurai dengan jelas. Jika barang yang dijanjikan sesuai dengan informasi, maka jual beli tersebut sah. Namun, apabila ternyata berbeda, maka pihak yang tidak menyaksikan boleh memilih untuk menerima atau tidak dengan menggunakan hak "*khiyar*".<sup>52</sup>

---

<sup>49</sup> Abdul Ghafur Anshari, *Hukum Perjanjian Islam...*, hlm. 197-198.

<sup>50</sup> Mardani, *Hukum Perikatan Syariah...*, hlm. 238.

<sup>51</sup> Gemala Dewi, et al., *Hukum Perikatan Islam...*, hlm. 212-215.

<sup>52</sup> *Khiyar* dalam jual beli secara bahasa adalah kata dari ihtikar yang berarti mencari yang baik dari dua urusan, baik meneruskan akad atau membatalkannya. Sedangkan

## b. Dibenarkan oleh Syari'at

Objek akad yang dibenarkan oleh syariat tidak hanya yang zatnya halal. Namun juga harus bermanfaat. Mengenai syarat halalnya, objek yang ditransaksikan dalam *online contract* terdiri dari berbagai macam jenis barang atau jasa yang jika dilihat dari ukuran halal atau haramnya barang tersebut akan menyebabkan kerancuan. Selain itu, transaksi melalui *online contract* tidak hanya dilakukan antar daerah di Indonesia, tetapi kebanyakan dilakukan antar negara di dunia. Oleh karena itu, wajar jika terjadi ketidaksamaan persepsi mengenai halal atau haramnya barang yang diperdagangkan. Bagi mereka yang penting adalah terdapat kesepakatan tentang objek tersebut dan oleh karenanya menurut hukum transaksi itu menjadi sah. Dalam hal ini menjadi suatu permasalahan apabila diterapkannya dalam konsep Islam. Halalnya suatu barang dalam transaksi lintas negara dari fatwa halal atau haramnya suatu barang di negara yang bersangkutan. Misalnya, minuman keras di Amerika tidak dalam label haram. Sedangkan di Indonesia yang mayoritas penduduknya Islam adalah haram, dan hal ini di dalam *online contract* konvensional tidak dipermasalahkan sama sekali.

Dalam *online contract* konvensional tidak dipermasalahkan apakah objek perikatan adalah barang yang akan bermanfaat bagi pembelinya, karena segala macam jasa atau barang dapat dijadikan objek dalam *online contract*. Sedangkan dalam konsep perikatan hal ini dapat menjadi permasalahan, karena objek perikatan harus bermanfaat. Benda yang dibeli tidak untuk dimanfaatkan merupakan tindakan mubazir, atau menimbun harta, kecuali barang dagangan atau persiapan yang penggunaannya telah diperhitungkan untuk jangka waktu tertentu. Selain itu pemanfaatannya pun harus positif. Misalnya, objek perikatan tersebut adalah senjata. Terdapat dua sisi, pertama barang tersebut akan

---

menurut istilah kalangan ulama fiqh yaitu mencari yang baik dari dua urusan dengan meneruskan akad atau membatalkannya. Dari sini terlihat bahwa makna secara istilah tidak begitu berbeda dengan makna secara bahasa. Oleh sebab itu, sebagian ulama terkini mereka mendefinisikan *khiyar* secara syar'i sebagai berikut: "Hak orang yang berakad dalam membatalkan akad atau meneruskannya karena ada sebab-sebab secara syar'i yang dapat membatalkannya sesuai dengan kesepakatan ketika berakad." Lihat Abdul Aziz Muhammad Azzam, *Fiqh Muamalat Sistem Transaksi dalam Fiqh Islam*. Cet ke III, (Jakarta: Amzah, 2017), hlm. 99. Sedangkan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah memberi arti *khiyar* pada Pasal 20 angka 8 sebagai berikut: *Khiyar* adalah hak pilih bagi penjual dan pembeli untuk melanjutkan atau membatalkan akad jual beli yang dilakukannya.

bermanfaat jika senjata tersebut digunakan untuk membela diri atau berjaga-jaga, namun di sisi lain menjadi merugikan atau membahayakan jika senjata tersebut digunakan untuk kejahatan. Hal ini kembali kepada pihak yang terkait dan dalam *online* tidak dipermasalahkan tujuan dari para pihak untuk bertransaksi. Hal ini sampai sekarang tetap menjadi permasalahan apabila diterapkan melalui konsep perikatan Islam.

**c. Harus jelas dan diketahui**

Objek akad harus memiliki kejelasan dan diketahui para pihak, maka jika barang atau harga tidak diketahui, jual beli tidak sah karena dimungkinkan mengandung unsur penipuan. Mengenai syarat “diketahui”, cukup dengan penyaksian barang dan ukurannya sekalipun tidak diketahui wujud nyatanya. Harga satuan barang tersebut haruslah jelas diketahui pembeli. Dalam *e-commerce*, para pihak yang melakukan akad tidak bertemu secara fisik. Hal tersebut mengakibatkan barang yang menjadi objek tidak dapat dilihat secara langsung.

Dalam perjanjian dengan menggunakan media elektronika terdapat beberapa kelemahan atau kemungkinan terjadinya kesalahan dalam komunikasi transaksi dan di kemudian hari baru diketahui ternyata barang yang dimaksud oleh penjual disalahtafsirkan oleh pembeli. Hal ini tentunya menjadi masalah dalam perikatan perspektif hukum Islam.

Kemungkinan terjadinya kesalahan harga dalam sistem komunikasi secara elektronik sangat besar terjadi. Hal tersebut mungkin karena kesalahan dalam mengetik satu angka atau huruf yang akan membuat salah satu pihak sangat dirugikan, dan biasanya pemberian persetujuan dalam perikatan tersebut dilakukan berdasarkan harga yang tercantum di dalam *online contract* tersebut. Hal ini tentunya menjadi masalah juga bagi objek dalam perikatan menurut Islam dan jika semua kesalahan tersebut terjadi, maka hendaknya hal ini dimasukkan unsur kekhilafan serta penipuan dan menjadi syarat untuk meminta pembatalan terhadap perjanjian atau perikatan tersebut. Selain dengan harga, biasanya juga terjadi kesalahan dalam deskripsi barang yang akan diperdagangkan. Hal ini juga dapat menjadi syarat pembatalan perikatan tersebut.

**d. Dapat diserahterimakan**

Dalam *online contract* berbagai masalah fisik dalam jaringan kerja atau sistem komunikasi lainnya, misalnya barang yang akan ditransaksikan

berupa informasi bisnis, maka hal ini menjadi suatu permasalahan. Apakah barang tersebut dapat diserahkan secara nyata, langsung diserahkan dari tangan ke tangan, karena informasi tersebut hanyalah berubah tempat dari database penjual kepada database pembeli. Oleh karena itu, pengertian konsep serah terima dalam *e-commerce* ini perlu diperluas tidak hanya dalam pengertian fisik saja. Sebab, dalam konsep perikatan Islam, syarat dapat diserahkan menjadi hal yang esensial karena hal ini menjamin bahwa perikatan tersebut benar-benar terjadi dan tidak akan ada pihak yang dirugikan.

Dari uraian dan penjelasan tentang *e-commerce* di atas dapat disimpulkan bahwa dilihat dari sistemnya serta prinsip operasionalnya, maka *e-commerce* atau *e-business* menurut kacamata fiqh bisnis kontemporer sebenarnya merupakan alat, media, metode teknis ataupun sarana (*wasilah*) yang dalam kaidah syariah bersifat fleksibel, dinamis, dan variabel. Hal ini termasuk dalam kategori *umuriddunya* (persoalan teknis keduniawian) yang Rasulullah pasrahkan sepenuhnya selama dalam koridor syariah. Kepada umat Islam dianjurkan untuk menguasai dan memanfaatkannya demi kemakmuran bersama. Namun dalam hal ini ada yang tidak boleh berubah atau bersifat konstan dan prinsipil, yakni prinsip-prinsip syariah dalam muamalah tersebut yang tidak boleh dilanggar dalam mengikuti perkembangan. Menurut kaidah fiqh sebagaimana dikemukakan Wahbah al-Zuhaili dalam *al-Fiqh al-Islami wa 'Adillatuhu*, bahwa prinsip dasar dalam transaksi muamalah dan persyaratannya yang terkait dengannya adalah “*boleh selama tidak dilarang oleh syariah atau tidak bertentangan dengan dalil (nash) syariah*”.<sup>53</sup>

Oleh karena itu, hukum transaksi dengan menggunakan media *e-commerce* adalah boleh berdasarkan prinsip *mashlahah* karena kebutuhan manusia akan kemajuan teknologi ini dengan berusaha memperbaiki dan menghindari kelemahan dan penyimpangan teknis maupun syariah. Sebab, tidak dapat dipungkiri bahwa mekanisme yang dibuat manusia tidak luput dari kelemahan dan selama masih relatif aman dan didukung oleh upaya-upaya pengamanan hal itu dapat ditolerir berdasarkan prinsip toleransi syariah dalam muamalah dan kaidah fiqh: *al-dharuru yuzal* (mudarat harus dihilangkan).<sup>54</sup>

<sup>53</sup> Wahbah al-Zuhaili, *al-Fiqh al-Islami wa 'Adillatuhu*, Jilid V, (Beirut: Darul al-Fikr, 2006) hlm. 3307.

<sup>54</sup> Setiawan Budi Utomo, *Fiqh Aktual...*, hlm. 71.

Mengenai teknis operasionalnya, dikembalikan kepada kelaziman, tradisi, prosedur, dan sistem (*'urf*) yang berlaku termasuk dalam aktualisasi *ijab* dan *qabul* dalam jual-beli tidak harus dilakukan dengan mengucapkan kata atau bertemu fisik. Akan tetapi, itu bisa bersifat fleksibel dengan meng-*klik* atau meng-*enter* pilihan tertentu pada *cyberspace* yang kemudian dilakukan penyelesaian pembayaran dengan cara dan media teknologi apapun yang dapat dianggap sah selama memenuhi kriteria dan persyaratan syariah dalam transaksi untuk selanjutnya masing-masing pihak komitmen untuk memenuhi kewajibannya masing-masing sesuai kesepakatan yang telah dibuat. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam al-Quran surat al-Maidah (5) ayat 1. Hadits Nabi SAW yang berbunyi:

أَدِّ الْأَمَانَةَ إِلَى مَنِ اسْتَمَنَّكَ وَلَا تَخُنْ مَنْ خَانَكَ

Artinya: "Laaksanakan amanah/janji kepada siapa yang telah mempercayaimu, dan janganlah kamu berkhianat kepada orang yang telah mengkhianatimu". (HR. Abu Dawud).<sup>55</sup>

Dari penjelasan tentang prinsip syariah dan implementasi kaedah-kaedah fiqh dalam *e-commerce* dalam bisnis syariah kontemporer diatas, beserta dengan dalil-dalil al-Quran, Sunnah dan Ijtihad, dapat dipahami bahwa *e-commerce* boleh diaplikasikan dalam dunia bisnis kontemporer saat ini. Tentunya praktik *e-commerce* berstatus mubah itu mesti memenuhi prinsip-prinsip syariah, dan melengkapi semua syarat dan rukun yang telah ditetapkan oleh hukum Islam.

## G. Penutup

### 1. Kesimpulan

Jual beli online atau *e-commerce* merupakan salah satu bentuk bisnis kontemporer, yaitu jual beli yang menggunakan sarana elektronik (computer, android) dan internet dalam website dan marketplaces. Menurut hukum Islam *e-commerce* adalah boleh (*mubah*), jika memenuhi prinsip-prinsip, syarat dan rukunnya, berdasarkan dari dalil-dalil Nash (Qur'an dan Sunnah) dan ijtihad, serta sesuai dengan kaidah-kaidah fiqh yang relevan. Dalam perumusan dan penetapan hukum *e-commerce* ini, mesti mencari dan menerapkan kaidah-kaidah fiqh yang relevan terhadap fakta atau praktik

---

<sup>55</sup> Abu Dawud, *Sunan Abu Dawud*, no. 3534, (Kairo: al-Dar al-'Alamiyyah, 2017), hlm. 467.



*mukallaf* dalam aktivitas bisnisnya. Cara berfikir induktif dalam penelitian hukum *e-commerce* ini, dan menjadikan perbuatan mukallaf dalam aktivitas bisnisnya sebagai data analisis, sehingga dapat digali, dirumuskan dan ditetapkan hukum *e-commerce* itu sendiri.

## 2. Saran

Segala aktivitas bisnis seorang muslim mesti dilakukannya dalam tuntunan syari'at Islam, agar setiap aktivitasnya itu sah atau benar dan baik serta bernilai ibadah kepada Allah SWT. Untuk itu, mesti ada di antara ummat Islam yang focus mengeluarkan segala kemampuannya menggali, merumuskan dan menetapkan hukum yang belum ada ketentuannya secara jelas dan tepat, baik dalam kitab-kitab fiqh klasik maupun dalam bentuk fatwa kolektif seperti DSN-MUI yang berlaku di Indonesia. Betapa urgen dan berkedudukan istimewanya kaedah-kaedah fiqh dalam epitemologi hukum Islam, tentu menjadi kewajiban muthlak seorang mujtahid, peneliti untuk menguasai metodologi hukum Islam yang didalamnya adalah kaedah-kaedah fiqh, disamping penguasaan terhadap ushul fiqh tentunya. Tolak ukur seorang faqih (ahli hukum Islam) dapat diukur dari penguasaannya terhadap kaedah-kaedah fiqh khususnya yang berhubungan dengan bisnis syariah kontemporer.

## DAFTAR PUSTAKA

Al-Quran dan Terjemahnya (Aplikasi Quran Kemenag).

A. Djazuli, *Ilmu Fiqh: Pengertian, Perkembangan, dan Penerapan Hukum Islam*, cet.10, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018).

-----, *Kaedah-kaedah Fikih: Kaedah-kaedah Hukum Islam dalam Menyelesaikan Masalah-masalah Yang Praktis*, cet.8, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2019).

A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*, cet.5, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2019).

Abdul Aziz Muhammad Azzam, *Fiqh Muamalat Sistem Transaksi dalam Fiqh Islam.*” Cet ke III, (Jakarta: Amzah, 2017).

Abu Dawud, *Sunan Abu Dawud*, (Kairo: al-Dar al-'Alamiyyah, 2017).

Ali Hasaballah, *Ushul al-Tasyri' al-Islami*, (Kairo: Dar al-Ma'arif, 1986).

B. Wael Hallaq, *A History of Islamic Legal Theories: An Intruduction to Sunni Ushul Fiqh*, (Cambridge: Cambridge University, 1997).

- Baharuddin Ahmad dan Illy Yanti, *Eksistensi dan Implementasi Hukum Islam di Indonesia*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015).
- Bukhari, *Shaheh Bukhari*, (Kairo: Dar Ibn al-Jauzi, 2020).
- Burhan Bungin, *Post-Qualitative Social Research Methods: Kuantitatif-Kualitatif Mix Methods*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2020).
- Duski Ibrahim, *al-Qawa'd al-Fiqhiyah (Kaedah-kaedah Fiqh)*, (Palembang: Amanah, 2019).
- E. Turban, David K, J. Lee, T. Liang, D. Turban, *Electonic Commerce*, 7th Edition. (United State: Pearson, 2012).
- Edmon Makarim, *Kompilasi Hukum Telematika*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004).
- Fandi Tjiptono dan Totok Budi Santoso, *Strategi Riset Lewat Internet*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2001).
- Gemala Dewi, et al., *Hukum Perikatan Islam Di Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2005).
- Ibn Majah, *Sunan Ibn Majah*, (Kairo: Dar al-'Alamiyah, 2017).
- Ibn Qayyim al-Jauziyyah, *I'lam al-Muwaqi'in 'an Rabbi al-'Alamin*, juz.3, (Kairo: Dar al-Hadits, 2006).
- Imam al-Qurthubi, *al-Jami' al-Ahkam al-Quran*, juz.2, (Kairo: Maktabah al-Kutub al-Mishriyyah, 1978).
- Jalaluddin al-Suyuti, *al-Asybah wa al-Nazhair*, (Kairo: Dar al-Hadits, 2013).
- John M. Echols dan Hassan Shadily, *Kamus Inggris Indonesia*, Cet. Ke-14 (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2018).
- Kaelan, *Metode Penelitian Kualitatif Bidang Filsafat*, (Yogyakarta: Paradigma, 2005)
- M. Jamal, *Paradigma Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Mitra Pustaka, 2017).
- Malik bin Anas, *al-Muwatha'*, (Kairo: Dar al-'Alamiyah, 2016).
- Mardani, *Hukum Islam Pengantar Ilmu Hukum Islam di Indonesia*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010).
- Mariam Darus Badruzaman dkk, *Kompilasi Hukum Perikatan*, (Jakarta: Citra Aditya Bakti, 2001).
- Mod. Mufid, *Kaedah Fiqh Ekonomi dan Keuangan Kontemporer: Pendekatan Tematis dan Praktis*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2019).
- Muslim, *Shaheh Muslim*, (Kairo: al-Dar al-'Alamiyyah, 2016).

- Mustafa Dib al-Bugha, *Atsar al-Adillah al-Mukhtalaf Fiha fi al-Fiqh al-Islami*, (Damaskus: Dar al-Qalam, 2007).
- Panda Potan Sianipar, *Panduan menggunakan Internet, Hasil Kerjasama Dengan Indo Internet*, (Jakarta: Alex Media Komputindo, 1996).
- PPHIMM, *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2009).
- R.M Suryodiningrat, *Perikatan-perikatan Bersumber Perjanjian*, (Bandung: Tarsito, 1996).
- Setiwan Budi Utomo, *Fiqh Aktual: Jawaban Tuntas Masalah Kontemporer*, (Jakarta: Gema Insani, 2003).
- Sofyan A.P. Kau, *Metode Penelitian Hukum Islam Penuntun Praktis Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*, (Yogyakarta: Mitra Pustaka, 2013).
- Suejono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*, (Jakarta: Rajawali, 1985).
- Wahbah al-Zuhaili, *al-Fiqh al-Islami wa 'Adillatuhu*, (Beirut: Darul al-Fikr, 2006).
- Wirjono Projodikoro, *Hukum Perdata Tentang Persetujuan-persetujuan Tertentu*, (Bandung: Sumur, 1991).

