

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Jual Beli Online (*E-Commerce*)

1. Pengertian Jual Beli *Online*

Kegiatan jual beli *online* saat ini semakin marak, apalagi situs yang digunakan untuk melakukan transaksi jual beli *online* ini semakin baik dan beragam. Namun, seperti yang kita ketahui bahwa dalam sistem jual beli *online* produk yang ditawarkan hanya berupa penjelasan spesifikasi barang dan gambar yang tidak bisa dijamin kebenarannya. Untuk itu sebagai pembeli, maka sangat penting untuk mencari tahu kebenaran apakah barang yang ingin dibeli itu sudah sesuai atau tidak.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, jual beli adalah persetujuan saling mengikat antara penjual, yakni pihak yang menyerahkan barang, dan pembeli sebagai pihak yang membayar harga barang yang dijual.¹ Menurut Rahmat Syafe'i, secara bahasa jual beli adalah pertukaran sesuatu dengan sesuatu yang lain.²

Kata *Online* terdiri dari dua kata, yaitu *On* (Inggris) yang berarti hidup atau didalam, dan *Line* (Inggris) yang berarti garis, lintasan, saluran atau jaringan. Secara bahasa *online* bisa diartikan “didalam jaringan” atau dalam koneksi. *Online* adalah keadaan terkoneksi dengan jaringan internet. Dalam keadaan *online*, kita dapat melakukan kegiatan secara aktif sehingga dapat menjalin komunikasi, baik komunikasi satu arah seperti

¹ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, Edisi IV (Jakarta: PT Gramedia Pustaka, 2008), 589.

² Rahmat Syafe'i, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Pustaka Setia, 2004), 73.

membaca berita dan artikel dalam *website* maupun komunikasi dua arah seperti *chatting* dan saling berkirim *email*. *Online* bisa diartikan sebagai keadaan dimana sedang menggunakan jaringan, satu perangkat dengan perangkat lainnya saling terhubung sehingga dapat saling berkomunikasi.

Dari pengertian-pengertian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa jual beli *online* adalah persetujuan saling mengikat melalui internet antara penjual sebagai pihak yang menjual barang dan pembeli sebagai pihak yang membayar harga barang yang dijual. Jual beli secara *online* menerapkan sistem jual beli di internet. Tidak ada kontak secara langsung antara penjual dan pembeli. Jual beli dilakukan melalui suatu jaringan yang terkoneksi dengan menggunakan *handphone*, komputer, tablet, dan lain-lain.

2. Dasar Hukum Jual Beli Online

Selain dalam hukum Islam, dasar hukum transaksi elektronik juga diatur dalam hukum positif, yaitu:

a. Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE)

Menurut pasal 1 ayat 2 UU ITE, transaksi elektronik, yaitu:

“Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya.”³

Dalam pasal 3 UU ITE disebutkan juga bahwa:⁴

³ Republik Indonesia, Undang-undang RI Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Bab I, Pasal 1, angka 2.

⁴ Republik Indonesia, Undang-undang RI Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Bab II, Pasal 3.

“Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik dilaksanakan berdasarkan asas kepastian hukum, manfaat, kehati-hatian, iktikad baik, dan kebebasan memilih teknologi atau netral teknologi.”

Pada pasal 4 UU ITE tujuan pemanfaatan teknologi dan informasi elektronik, yaitu:⁵

“Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik dilaksanakan dengan tujuan untuk:

- a) Mencerdaskan kehidupan bangsa sebagai bagian dari masyarakat informasi dunia;
- b) Mengembangkan perdagangan dan perekonomian nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat.”

Transaksi Elektronik juga diatur dalam KUHPerdara yang menganut asas kebebasan berkontrak.

b. Kitab Undang-undang Hukum Perdata (KUHPerdara)

Jual beli adalah perjanjian yang berarti perjanjian sebagaimana dimaksud dalam pasal 1313 KUHPerdara, yaitu:⁶

“Suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih.”

Menurut Gunawan Wijaya, jual beli adalah suatu bentuk perjanjian yang melahirkan kewajiban atau perikatan untuk memberikan sesuatu, yang dalam hal ini terwujud dalam bentuk penyerahan kebendaan yang dijual oleh penjual dan penyerahan uang dari pembeli ke penjual.⁷

Dalam buku III KUHPerdara diatur mengenai perikatan yang menganut asas terbuka atau kebebasan berkontrak, maksudnya

⁵ Republik Indonesia, *Undang-undang RI Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik*, Bab II, Pasal 4.

⁶ Republik Indonesia, *Kitab Undang-undang Hukum Perdata*, Pasal 1313.

⁷ Gunawan Wijaya dan Kartini Muljadi, *Seri Hukum Perikatan* (Cet. I; Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2003), 7.

memberikan kebebasan kepada pihak-pihak dalam membuat perjanjian asalkan ada kata sepakat, cakap bertindak hukum, suatu hal tertentu dan suatu sebab tertentu, dan suatu sebab yang halal. Begitupun juga transaksi elektronik yang diatur dalam KUHPerdara yang menganut asas kebebasan berkontrak.

Sifat terbuka dari KUHPerdara ini tercermin dalam pasal 1338 ayat (1) KUHPerdara yang mengandung asas kebebasan berkontrak, yaitu:⁸

“Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya.”

Maksudnya ialah setiap orang bebas untuk menentukan bentuk, macam dan isi perjanjian asalkan tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, kesusilaan dan ketertiban umum, serta selalu memperhatikan syarat sahnya perjanjian sebagaimana termuat dalam pasal 1320 KUHPerdara, yaitu:⁹

“Untuk sahnya suatu perjanjian diperlukan empat syarat:

1. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya;
2. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan;
3. Suatu hal tertentu;
4. Suatu sebab yang halal.”

3. Subjek dan Objek Jual Beli *Online*

Dalam transaksi jual beli *online*, penjual dan pembeli tidak bertemu langsung dalam satu tempat melainkan melalui dunia maya.

⁸ Republik Indonesia, *Kitab Undang-undang Hukum Perdata*, Pasal 1338.

⁹ Republik Indonesia, *Kitab Undang-undang Hukum Perdata*, Pasal 1320.

Adapun yang menjadi subjek jual beli *online* tidak berbeda dengan jual beli secara konvensional, yaitu pelaku usaha selaku penjual yang menjual barangnya dan pembeli sebagai konsumen yang membayar harga barang. Penjualan dan pembelian *online* terkadang hanya dilandasi oleh kepercayaan, artinya pelaku jual beli *online* kadang tidak jelas sehingga rentan terjadinya penipuan.

Adapun yang menjadi objek jual beli *online*, yaitu barang atau jasa yang dibeli oleh konsumen, namun barang atau jasa tidak dilihat langsung oleh pembeli selaku subjek jual beli *online*. Sangat berbeda dengan jual beli secara konvensional dimana penjual dan pembeli dapat bertemu dan melihat objek jual beli secara langsung, sehingga memungkinkan pembeli mendapatkan kepastian terkait dengan kualitas barang yang ingin dibelinya, sehingga sangat minim terjadi tindakan penipuan.

4. Proses Transaksi Jual Beli Online¹⁰

Proses bisnis pertama di dalam sistem *e-commerce* ini dinamakan *information sharing*. Dalam proses ini, prinsip penjual adalah mencari dan menjaring calon pembeli sebanyak-banyaknya, sementara prinsip pembeli adalah berusaha sedapat mungkin mencari produk atau jasa yang diinginkan dan mencoba untuk mencari tahu penilaian orang lain terhadap produk atau jasa tersebut.

Setelah aktivitas tukar menukar informasi dilakukan, proses bisnis selanjutnya adalah melakukan pemesanan produk atau jasa secara

¹⁰ Haris Faulidi Asnawi, *Transaksi Bisnis E-Commerce Perspektif Islam* (Yogyakarta: Magistra Insania Press bekerjasama dengan MSI UII, 2004), 28.

elektronik. Dua pihak yang bertransaksi haruslah melakukan aktivitas perjanjian tertentu sehingga proses pembelian dapat dilakukan dengan sah, benar, dan aman. Pembelian antara dua entitas bisnis biasanya dilakukan melalui jaringan tertentu, seperti EDI (*Electronic Data Interchange*) atau ekstranet. Di dalam proses bisnis ini, ada empat aliran entitas yang harus dikelola dengan baik, yaitu :

- a) *Flow of goods* (aliran produk);
- b) *Flow of information* (aliran informasi);
- c) *Flow of money* (aliran uang);
- d) *Flow of documents* (aliran dokumen).

Fasilitas *e-commerce* yang ada harus dapat menyinkronisasikan keempat aliran tersebut sehingga proses transaksi dapat dilakukan secara efisien, efektif, dan terkontrol dengan baik.

Setelah transaksi usai dilakukan dan produk telah didistribusikan ke tangan konsumen, barulah proses terakhir, yaitu aktivitas purnajual, dijalankan. Pada tahapan ini penjual dan pembeli melakukan berbagai aktivitas atau komunikasi, seperti :

- a) Keluhan terhadap kualitas produk;
- b) Pertanyaan atau permintaan informasi mengenai produk-produk lain;
- c) Pemberitahuan akan produk-produk baru yang ditawarkan;
- d) Diskusi mengenai cara menggunakan produk dengan baik;

e) Dan sebagainya.

Target dari interaksi ini adalah agar di kemudian hari terjadi kembali transaksi bisnis antara kedua pihak yang didasari pada kepuasan pelanggan.

Ada dua hal utama yang biasa dilakukan oleh *customers* di dunia maya (arena transaksi yang terbentuk karena adanya jaringan internet). Pertama adalah melihat produk-produk atau jasa-jasa yang diiklankan oleh perusahaan terkait melalui *website*-nya (*online ads*). Kedua adalah mencari data atau informasi tertentu yang dibutuhkan sehubungan dengan proses transaksi jual beli yang akan dilakukan. Jika tertarik dengan produk atau jasa yang ditawarkan, konsumen dapat melakukan transaksi perdagangan dengan cara melakukan pemesanan secara elektronik (*online orders*), yaitu dengan menggunakan perangkat komputer dan jaringan internet.

Berdasarkan pesanan tersebut, *merchant* akan mendistribusikan barangnya kepada *customer* melalui dua jalur. Bagi perusahaan yang melibatkan barang secara fisik, perusahaan akan mengirimkannya melalui kurir ke tempat pemesan berada. Jalur kedua adalah jalur yang menarik karena disediakan bagi produk atau jasa yang dapat didigitalisasi (diubah menjadi sinyal digital). Produk-produk yang semacam teks, gambar, video, dan audio secara fisik tidak perlu lagi dikirimkan, namun dapat disampaikan melalui jalur internet, contohnya *electronic newspapers*, *digital library*, *virtual school* dan sebagainya.

Selanjutnya, melalui internet dapat pula dilakukan aktivitas pasca pembelian, yaitu pelayanan purnajual (*electronic customer support*).

Proses ini dapat dilakukan melalui jalur konvensional, seperti telepon, ataupun jalur internet seperti *e-mail*, *teleconference*, *chatting*, dan lain-lain. Dari interaksi tersebut diharapkan *customers* dapat datang kembali dan melakukan pembelian produk atau jasa di kemudian hari (*follow-on sales*).

Transaksi online dalam *e-commerce* menurut Cavanilas dan Nadal dalam *Research Paper on Control Law*, seperti yang dikutip oleh M. Sanusi Arsyad, memiliki banyak tipe dan variasi, yaitu :

- a) Transaksi melalui *chatting* dan *video conference*
- b) Transaksi melalui *e-mail*
- c) Transaksi melalui *web* atau situs

Transaksi melalui *chatting* atau *video conference* adalah seseorang dalam menawarkan sesuatu dengan model dialog interaktif melalui internet, seperti melalui telepon, *chatting* dilakukan melalui tulisan sedang *video conference* dilakukan melalui media elektronik, dimana orang dapat melihat langsung gambar dan mendengar suara pihak lain yang melakukan penawaran dengan menggunakan alat ini.

Transaksi dengan menggunakan *e-mail* dapat dilakukan dengan cara mudah. Dalam hal ini kedua pihak harus sudah memiliki *e-mail address*. Selanjutnya, sebelum melakukan transaksi, *customer* sudah mengetahui *e-mail* yang akan dituju dan jenis barang serta jumlah yang akan dibeli. Kemudian *customer* menulis nama produk dan jumlah produk, alamat pengiriman, dan metode pembayaran yang digunakan. *Customer*

selanjutnya akan menerima konfirmasi dari *merchant* mengenai order barang yang dipesan.

Model transaksi melalui *web* atau situs yaitu dengan cara ini *merchant* menyediakan daftar atau katalog barang yang dijual yang disertai dengan deskripsi produk yang dijual dalam *web* atau situs khusus yang telah dibuat oleh penjual. Pada model transaksi ini dikenal istilah *order form* dan *shopping cart*. Selanjutnya untuk lebih jelas dipaparkan kedua model tersebut sebagai berikut :

a) *Order form*

Berbelanja dengan menggunakan *order form* merupakan salah satu cara belanja yang sering digunakan dalam bisnis *e-commerce*. Dengan cara ini *merchant* menyediakan daftar atau katalog barang (*product table*) yang dijual. Saat tahap order dilaksanakan, biasanya produk yang dijual tidak divisualisasikan dalam bentuk gambar, akan tetapi dalam bentuk deskripsi produk. Dalam sebuah halaman *order form*, sesi penawaran produk terbagi dalam empat bagian yaitu :

- 1) *Check box* yang dibuat untuk memberi kesempatan kepada *customer* untuk memilih produk yang ditawarkan dengan mengklik kotak tersebut sehingga bertanda *check*;
- 2) Penjelasan produk yang ditawarkan;
- 3) Kuantitas barang yang dipesan;
- 4) Harga untuk tiap-tiap produk.

Selain *table* produk, ditawarkan juga jenis pembayaran. Jenis-jenis pembayaran yang ditawarkan berbeda-beda sesuai dengan layanan yang

disediakan oleh *merchant*, seperti dengan *credit card*, transfer lewat bank, *check*, dan lain-lain. Pada saat pengisian *form*, *customer* juga diminta untuk mengisi formulir yang berisi informasi kontak untuk *customer* (sering disebut *Contact Information Table*). Bila pembayaran menggunakan *credit card* maka *form* akan diisi dengan mengisi jenis atau tipe *credit card*, nomor *credit card*, tanggal kadaluarsa (*expired date*), serta informasi pemegang kartu (*cardholder*).

Setelah pengisian *order form* dilakukan, selanjutnya disediakan tombol untuk konfirmasi *order*, biasanya digunakan tombol *Submit* dan tombol *Reset*. Jika di klik *Reset*, proses akan mereset semua pilihan informasi yang telah dimasukkan oleh *customer* dan dapat diulang dari awal. Jika yang ditekan adalah tombol *submit*, maka proses akan dilanjutkan ke tahap pengesahan dan pengecekan order. Pada bagian ini dipasang sistem keamanan misalnya SSL (*Secure Socket Layer*) untuk melindungi dari tindakan penipuan.

Selanjutnya, jika informasi yang dikirimkan oleh *customer* telah memenuhi persyaratan atau dinyatakan *valid*, maka *merchant* akan mengirimkan berita konfirmasi kepada *customer* dalam bentuk *e-mail*.

b) *Shopping cart*

Jika seseorang berbelanja di salah satu pasar swalayan tentunya membutuhkan kereta belanja untuk meletakkan barang-barang yang akan dibeli. Selama belum membayar di kasir, ia bisa membatalkan pembelian barang tersebut atau menukarkannya dengan yang lain. Demikian pula halnya dengan berbelanja melalui *e-commerce*. Dalam *e-commerce*, untuk

memilih barang yang akan dibeli, ada semacam formulir yang harus diisi dalam web tempat ia akan melakukan transaksi. Formulir pengisian barang yang akan dibeli dinamakan *shopping cart* yang berfungsi seperti kereta belanja. *Shopping cart* merupakan sebuah *software* di dalam *web* yang memungkinkan seorang *customer* untuk melihat toko yang dibuka dan kemudian memilih item-item untuk “diletakkan di kereta belanja” yang kemudian membelinya saat melakukan *check out*. *Software* ini akan melakukan penjumlahan terhadap biaya transportasi pengiriman barang (jika ada), kuantitas barang dan harga total barang yang dibeli. Seseorang bisa memilih barang yang dibutuhkan untuk dimasukkan ke dalam *shopping cart* dan masih bisa membatalkan sebelum mengadakan transaksi.

Setelah semua barang yang akan dibeli dimasukkan ke dalam *shopping cart*, kemudian dilakukan *check out*. Selanjutnya adalah mengisi formulir transaksi yang berupa data identitas pembeli dan jenis pembayaran yang digunakan. Setelah semua ketentuan terpenuhi, *merchant* segera mengirim barang yang dipesan kepada *customer*.

5. Tempat Jual Beli Online

Ada beberapa tempat yang biasa ditempati oleh pelaku usaha untuk berjualan *online*, yaitu:¹¹

a. Marketplace

¹¹ Marketing. “Lima Tempat Jualan Online”. Blog Marketing. <http://Marketing.blogspot.com/2013/04/22/lima-tempat-jualan-online.html> (16 Maret 2018)

Pelaku usaha menjajakan produk yang dijual dengan mengunggah foto produk dan deskripsi produk yang dijual di *marketplace*. *Marketplace* tersebut telah menyediakan sistem yang tertata sehingga pelaku usaha hanya perlu menunggu notifikasi jika ada konsumen yang melakukan pembelian. Contoh dari *marketplace* adalah BukaLapak.com dan Tokopedia.com.

b. *Website*

Seorang pelaku usaha *online* dapat membuat situs yang ditujukan khusus untuk berbisnis *online*. Situs tersebut memiliki alamat atau nama domain yang sesuai dengan nama toko *onlinenya*.

Untuk membuat situs dengan nama yang sesuai seperti itu, pelaku usaha harus membayar biaya *hosting*. Beberapa penyedia *web* menawarkan paket-paket situs dengan harga yang berbeda-beda. Ada yang termasuk template atau desain dari situs tersebut, atau ada pula yang terpisah. Ini tergantung paket apa yang dipilih oleh seorang pelaku usaha. Contohnya ialah, OLX.com.

c. *Webblog*

Pelaku usaha yang memiliki *budget* yang terbatas bisa mengandalkan *webblog* gratis seperti *blogspot* atau *wordpress*. Dengan format blog, pelaku usaha dapat mengatur desain atau foto-foto produk yang ia jual. Contohnya ialah, [www. bajumuslimtermurah.blogspot.com](http://www.bajumuslimtermurah.blogspot.com), <http://morinabusana.blogspot.com>.

d. Forum

Salah satu tempat berjualan secara *online* yang paling banyak digunakan adalah forum yang digunakan sebagai tempat jual beli. Biasanya, forum ini disediakan oleh situs-situs yang berbasis komunitas atau masyarakat. Dari forum ini, seseorang dapat menemukan apa yang ia cari dan apa yang sebaiknya ia jual. Untuk mengakses dan membuat posting di sebuah forum, pelaku usaha diharuskan untuk *sign up* terlebih dahulu untuk menjadi member dari situs tersebut. Contohnya ialah, Kaskus.co.id dan Paseban.com.

e. Media Sosial

Salah satu sarana yang cukup efektif untuk berbisnis *online*, adalah media-media yang menyentuh masyarakat secara personal, yaitu media sosial. Contohnya ialah, *Facebook*, *twitter*, *instagram*, dan lain-lain.

6. Jenis Transaksi Jual Beli *Online*

Konsumen jual beli *online* semakin dituntut untuk mengetahui lebih dalam mengenai proses, resiko serta keamanan dari sebuah transaksi *online*. Saat ini jenis transaksi *online* juga semakin beragam mulai dari jenis konvensional dimana pembeli dan penjual harus bertatap muka dalam melakukan proses transaksi hingga yang menggunakan proses transaksi otomatis tanpa harus bertatap muka.

Di Indonesia sendiri ada beberapa jenis transaksi jual beli *online* yang biasa dilakukan oleh konsumen jual beli *online*, yaitu:¹²

a. Transfer Antar Bank

¹² Maxmanroe, "5 Jenis Transaksi Jual Beli *Online* Terpopuler di Indonesia", *Blog Maxmanroe*. <https://www.maxmanroe.com/2014/01/3-jenis-transaksi-jual-beli-online-terpopuler-diindonesia.html> (16 Maret 2018).

Transaksi dengan cara transfer antar bank merupakan jenis transaksi yang paling umum dan populer digunakan oleh para pelaku usaha atau penjual *online*. Jenis transaksi ini juga memudahkan proses konfirmasi karena dana bisa dengan cepat di cek oleh penerima dana atau penjual. Prosesnya adalah pertama-tama konsumen mengirim dana yang telah disepakati lalu setelah dana masuk, maka penjual akan mengirimkan barang transaksi yang dijanjikan.

Kekurangan transaksi antar bank adalah diperlukannya kepercayaan yang tinggi dari para pembeli sebelum memutuskan mengirim dana. Disini tidak jarang terjadi penipuan, setelah dana terkirim ternyata barang tak kunjung diterima.

b. COD (*Cash On Delivery*)

Pada sistem COD sebenarnya hampir dapat dikatakan bukan sebagai proses jual beli secara *online*, karena penjual dan pembeli terlibat secara langsung, bertemu, tawar-menawar, dan memeriksa kondisi barang baru kemudian membayar harga barang.

Keuntungan dari sistem ini adalah antara pelaku usaha dan konsumen lebih bisa leluasa dalam proses transaksi. Konsumen bisa melihat dengan detil barang yang akan dibeli. Jenis transaksi ini dipopulerkan oleh *website* jual beli seperti Tokobagus, Berniaga, dan lainnya.

Kekurangan dari sistem ini adalah keamanan baik pelaku usaha maupun konsumen karena boleh jadi pihak yang akan ditemui pelaku usaha atau konsumen adalah orang yang berniat jahat.

c. Kartu Kredit

Kartu kredit merupakan alat pembayaran yang semakin populer, selain memberikan kemudahan dana proses verifikasi, pembeli juga tidak perlu melakukan semua tahap transaksi. Akan tetapi karena tidak semua pembeli mempunyai kartu kredit sehingga cara pembayaran ini menjadi pilihan kedua. Bahkan pengguna dengan kartu kredit pun akan berusaha memastikan bahwa toko si pelaku usaha memiliki tingkat keamanan yang tinggi guna menghindari tindakan pencurian data oleh pihak-pihak tertentu.

d. Rekening Bersama

Jenis transaksi ini disebut juga dengan istilah *escrow*. Cara pembayaran ini mempunyai perbedaan dengan proses pembayaran melalui transfer bank. Jika dalam transfer bank pihak ketiganya adalah bank, sedangkan dengan sistem rekening bersama yang menjadi pihak ketiga adalah lembaga pembayaran yang telah dipercaya baik oleh pihak pelaku usaha maupun konsumen.

Prosesnya, yaitu pertama konsumen mentransfer dana ke pihak lembaga rekening bersama. Setelah dana dikonfirmasi masuk, lalu pihak rekening bersama meminta pelaku usaha mengirim barang yang sudah

disepakati. Jika barang sudah sampai, baru dana tersebut diberikan pada si pelaku usaha.

Dengan sistem ini dana yang diberikan oleh pembeli bisa lebih terjamin keamanannya karena dananya hanya akan dilepas jika barang benar-benar sudah sampai ditangan konsumen. Jika terjadi masalah pun dana bisa ditarik oleh sang konsumen. Sistem ini banyak digunakan pada proses jual beli antar member forum Kaskus.

e. Potongan Pulsa

Metode pemotongan pulsa biasanya diterapkan oleh toko *online* yang menjual produk-produk digital seperti aplikasi, musik, ringtone, dan permainan. Transaksi ini masih didominasi oleh transaksi menggunakan perangkat seluler atau *smartphone*.

7. Sistem Keamanan *e-Commerce*

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

Sistem keamanan dalam dunia komputer mulai menjadi perhatian serius para peneliti dan praktisi teknologi informasi sejak ditemukannya teknologi jaringan komputer. Pemicu berkembangnya isu di bidang ini adalah karena adanya fenomena pengiriman data melalui media transmisi (darat, laut, dan udara) yang mudah “dicuri” oleh mereka yang tidak berhak. Data mentah dari sebuah komputer yang dikirimkan ke komputer lain pada dasarnya rawan terhadap “intervensi” pihak ketiga, sehingga diperlukan suatu strategi khusus agar terjadi, paling tidak, dua hal :

- a) Data yang dikirimkan tidak secara “fisik” diambil oleh pihak lain yang tidak berhak; atau
- b) Data yang dikirimkan dapat “diambil secara fisik”, namun yang bersangkutan tidak dapat membacanya.

Information security merupakan bagian yang sangat penting dari sistem *e-commerce*. Tingkat keamanan informasi yang dapat diterima di dalam *e-commerce* mutlak dibutuhkan. Di era internet, semua kebutuhan dan keinginan sedapat mungkin diterima dengan cepat, mudah, dan aman. Untuk itulah peranan teknologi keamanan informasi benar-benar dibutuhkan.

Sistem keamanan informasi memiliki empat macam tujuan yang sangat mendasar, yaitu :

- a) *Confidentiality*

Menjamin apakah informasi yang dikirim tersebut tidak dapat dibuka atau tidak dapat diketahui oleh orang lain yang tidak berhak. Terutama untuk data yang teramat penting, dibutuhkan

tingkat kerahasiaan yang sangat tinggi, yang hanya bisa diakses oleh orang-orang tertentu saja (orang-orang yang berhak).

b) *Integrity*

Menjamin konsistensi dan keutuhan data sesuai dengan aslinya, sehingga upaya orang-orang yang tidak bertanggungjawab untuk melakukan penduplikatan dan merusak data bisa dihindari.

c) *Availability*

Menjamin pengguna yang sah agar bisa mengakses informasi dan sumber miliknya sendiri. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa orang-orang yang memang berhak tidak ditolak untuk mengakses informasi yang memang menjadi haknya.

d) *Legitimate use*

Menjamin kepastian bahwa sumber tidak digunakan (informasi tidak diakses) oleh orang-orang yang tidak bertanggungjawab (orang-orang yang tidak berhak).

8. Kelebihan dan Kekurangan Transaksi Jual Beli *Online*

Dalam melakukan transaksi elektronik dalam hal ini jual beli *online*, ada kelebihan dan kekurangan yang didapatkan oleh pelaku usaha dan konsumen. Adapun kelebihan dan kekurangan bagi pelaku usaha dan konsumen dalam melakukan transaksi jual beli *online*, yaitu:

a. Kelebihan dan Kekurangan Jual Beli *Online* Bagi Pelaku Usaha

Ada beberapa kelebihan jual beli *online* bagi pelaku usaha, yaitu:¹³

- 1) Dapat digunakan sebagai lahan untuk menciptakan pendapatan yang sulit atau tidak dapat diperoleh melalui cara konvensional, seperti memasarkan langsung produk atau jasa, menjual informasi, iklan, dan sebagainya;
- 2) Jual beli dapat dilakukan tanpa terikat pada tempat dan waktu tertentu. Jual beli *online* merupakan bisnis yang dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun, selama tersedia fasilitas untuk mengakses internet;
- 3) Modal awal yang diperlukan relatif kecil. Modal yang diperlukan adalah fasilitas akses internet dan kemampuan mengoperasikannya. Banyak penyedia jasa yang menawarkan media promosi, baik yang berbayar maupun yang gratis;
- 4) Jual beli *online* dapat berjalan secara otomatis. Pelaku usaha hanya melakukan bisnis jual beli ini beberapa jam saja setiap harinya sesuai dengan kebutuhan. Selebihnya dapat digunakan untuk melakukan aktivitas yang lain;
- 5) Akses pasar yang lebih luas. Dengan adanya akses pasar yang lebih luas, potensi untuk mendapatkan pelanggan baru yang banyak semakin besar, Penggunaan internet sekarang semakin luas, pasar internet merupakan salah satu pasar modern yang diterapkan sekarang, dengan hadirnya seperti zalora, berniaga.com, olx dll.
Membuktikan bahwa pasar *online* telah terbuka bebas;

¹³ Arip Purkon, *Bisnis Online Syariah: Meraup Harta Berkah dan Berlimpah Via Internet* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014), 20.

- 6) Pelanggan (konsumen) lebih mudah mendapatkan informasi yang diperlakukan dengan *online*. Komunikasi antara pelaku usaha dan konsumen akan menjadi lebih mudah, praktis, dan lebih hemat waktu serta biaya. Banyaknya *website* yang menyediakan layanan jual beli *online* memungkinkan untuk dapat mengakses dengan mudah spesifikasi barang yang ingin dibeli;
- 7) Meningkatkan efisiensi waktu, terutama jarak dan waktu dalam memberikan layanan kepada konsumen selaku pembeli;
- 8) Penghematan dalam berbagai biaya operasional. Beberapa komponen biaya seperti transportasi, komunikasi, sewa tempat, gaji karyawan dan yang lainnya akan lebih hemat. Dengan adanya penghematan biaya dalam berbagai komponen tersebut, secara otomatis akan meningkatkan keuntungan;
- 9) Pelayanan ke konsumen lebih baik. Melalui internet pelanggan bisa menyampaikan kebutuhan maupun keluhan secara langsung sehingga pelaku usaha dapat meningkatkan pelayanannya.

Selain beberapa kelebihan tersebut, jual beli *online* atau bisnis *online* ini juga mempunyai kekurangan, yaitu:¹⁴

- 1) Masih minimnya kepercayaan masyarakat pada bentuk transaksi *online*. Masih banyak masyarakat khususnya di Indonesia yang belum terlalu yakin untuk melakukan transaksi *online*, apalagi berkenan dengan pembayaran. Biasanya mereka lebih suka

¹⁴ *Ibid.*, 20.

transaksi secara langsung walaupun dengan orang sudah dikenal. Contohnya, konsumen yang memilih datang langsung berbelanja ke toko dibandingkan dengan *online shopping* karena takut terjadinya penipuan;

- 2) Masih minimnya pengetahuan tentang teknologi informasi, khususnya dalam pemanfaatan untuk bisnis sehingga menimbulkan banyak kekhawatiran. Contohnya, banyak pedagang baju dipasar lebih memilih untuk menjual barangnya secara langsung ketimbang menjualnya secara *online* karena ketidaktahuannya dalam pengoperasian teknologi informasi;
- 3) Adanya peluang penggunaan akses oleh pihak yang tidak berhak, khususnya yang bermaksud tidak baik, misalnya pembobolan data oleh para *hacker* yang tidak bertanggung jawab, pembobolan kartu kredit, dan rekening tabungan.
- 4) Adanya gangguan teknis, misalnya kesalahan dalam penggunaan perangkat komputer dan kesalahan dalam pengisian data. Hal ini bisa terjadi, khususnya bagi yang belum mahir (kurang berpengalaman) dalam menggunakan teknologi informasi. Contohnya, pelaku usaha yang salah menuliskan alamat konsumen sehingga barang yang dibeli konsumen tidak sampai kepada konsumen karena pengiriman barang kepada alamat yang salah;
- 5) Kehilangan kesempatan bisnis karena gangguan pelayanan (server). Hal ini dapat terjadi ketika pesanan sedang ramai, tetapi internet

tidak dapat diakses karena masalah teknis, sehingga kesempatan lewat begitu saja.

- 6) Penyebaran reputasi didunia maya dapat dilakukan dengan cepat, baik reputasi baik, maupun buruk. Disatu sisi, hal ini bisa berdampak negatif, apalagi digunakan oleh pihak tertentu yang tidak bertanggung jawab dan bermaksud merusak reputasi seseorang. Tetapi, hal ini dapat berdampak positif apabila yang disebarkan adalah reputasi baik.

b. Kelebihan dan Kekurangan Jual Beli *Online* Bagi Konsumen

Ada beberapa kelebihan jual beli *online* bagi konsumen, yaitu:

- 1) *Home shopping*. Pembeli dapat melakukan transaksi dari rumah sehingga dapat menghemat waktu, menghindari kemacetan, dan menjangkau toko-toko yang jauh dari lokasi.
- 2) Mudah melakukannya dan tidak perlu pelatihan khusus untuk bisa belanja atau melakukan transaksi melalui internet.
- 3) Pembeli memiliki pilihan yang sangat luas dan dapat membandingkan produk maupun jasa yang ingin dibelinya.
- 4) Tidak dibatasi oleh waktu. Pembeli dapat melakukan transaksi kapan saja selama 24 jam per hari.
- 5) Pembeli dapat mencari produk yang tidak tersedia atau sulit diperoleh di *outlet* atau pasar tradisional.

Selain kelebihan yang didapatkan oleh konsumen dalam melakukan transaksi *online*, konsumen juga sering menghadapi masalah-masalah yang berkenaan dengan haknya. Hal ini bisa dikatakan sebagai kekurangan saat melakukan transaksi jual beli *online*, seperti:

- 1) Konsumen tidak dapat langsung mengidentifikasi, melihat, atau menyentuh barang yang akan dipesan. Contohnya, konsumen hanya melihat foto barang yang diinginkan melalui postingan pelaku usaha;
- 2) Ketidakjelasan informasi tentang barang yang ditawarkan. Contohnya, konsumen tidak dapat mengetahui secara jelas apakah barang tersebut berkualitas a atau b karena hanya melihat foto barangnya saja;
- 3) Tidak jelasnya status subjek hukum dari si pelaku usaha. Contohnya, penjual selaku pelaku usaha yang tidak memberikan jaminan kepastian agar konsumen tidak merasa dirugikan;
- 4) Tidak ada jaminan keamanan bertransaksi dan privasi, serta penjelasan terhadap resiko-resiko yang berkenaan dengan sistem yang digunakan, khususnya dalam hal pembayaran secara elektronik, baik dengan *credit card* maupun *electronic cash*. Contohnya, konsumen yang melakukan transaksi pembayaran melalui *electronic cash* tidak dijamin keamanannya dari para *hacker*;
- 5) Pembebanan resiko yang tidak berimbang, karena umumnya terhadap jual beli diinternet, pembayaran telah lunas dilakukan dimuka oleh konsumen, sedangkan barang belum tentu diterima atau akan menyusul kemudian karena jaminan yang ada adalah jaminan pengiriman.

B. PRINSIP DASAR FIIQH MUAMALAH¹⁵

Sebagai sistem kehidupan, Islam memberikan warna dalam setiap dimensi kehidupan manusia, tak terkecuali dunia ekonomi. Sistem Islam ini berusaha mendialektikkan nilai-nilai ekonomi dengan nilai akidah atau pun etika. Artinya, kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh manusia dibangun dengan dialektika nilai materialisme dan spiritualisme. Kegiatan ekonomi yang dilakukan tidak hanya berbasis nilai materi, akan tetapi terdapat sandaran transendental di dalamnya, sehingga akan bernilai ibadah. Selain itu, konsep dasar Islam dalam kegiatan muamalah (ekonomi) juga sangat konsen terhadap nilai-nilai humanisme. Di antara kaidah dasar fiqh muamalah adalah sebagai berikut;

1. Hukum Asal dalam Muamalah adalah *Mubah* (diperbolehkan).

Ulama fiqh sepakat bahwa hukum asal dalam transaksi muamalah adalah diperbolehkan (*mubah*), kecuali terdapat *nash* yang melarangnya. Dengan demikian, kita tidak bisa mengatakan bahwa sebuah transaksi itu dilarang sepanjang belum/ tidak ditemukan *nash* yang secara *sharih* melarangnya. Berbeda dengan ibadah, hukum asalnya adalah dilarang. Kita tidak bisa melakukan sebuah ibadah jika memang tidak ditemukan *nash* yang memerintahkannya, ibadah kepada Allah tidak bisa dilakukan jika tidak terdapat *syariat* dari-Nya.

Allah berfirman: Katakanlah, Terangkanlah kepadaku tentang rizki yang diturunkan Allah kepadamu, lalu kamu jadikan sebagiannya haram dan (sebagiannya) halal. Katakanlah, Apakah Allah telah memberikan izin

¹⁵ [Dimyauddin Djuwaini](#), [Saifuddin Zuhri Qudsy](#), *Pengantar Fiqh Muamalah* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), xvii-xix.

kepadamu (tentang ini) atau kamu mengada-adakan saja terhadap Allah? (QS.Yunus:59). Ayat ini mengindikasikan bahwa Allah memberikan kebebasan dan kelenturan dalam kegiatan muamalah, selain itu syariah juga mampu mengakomodir transaksi modern yang berkembang.

2. Konsen Fiqh Muamalah untuk Mewujudkan Kemaslahatan

Fiqh muamalah akan senantiasa berusaha mewujudkan kemaslahatan, mereduksi permusuhan dan perselisihan di antara manusia. Allah tidak menurunkan syariah, kecuali dengan tujuan untuk merealisasikan kemaslahatan hidup hamba-Nya, tidak bermaksud memberi beban dan menyempitkan ruang gerak kehidupan manusia. Ibnu Taimiyah berkata: Syariah diturunkan untuk mewujudkan kemaslahatan dan menyempurnakannya, mengeliminasi dan mereduksi kerusakan, memberikan alternatif pilihan terbaik di antara beberapa pilihan, memberikan nilai maslahat yang maksimal di antara beberapa maslahat, dan menghilangkan nilai kerusakan yang lebih besar dengan menanggung kerusakan yang lebih kecil .

3. Menetapkan Harga yang Kompetitif

Masyarakat sangat membutuhkan barang produksi, tidak peduli ia seorang yang kaya atau miskin, mereka menginginkan konsumsi barang kebutuhan dengan harga yang lebih rendah. Harga yang lebih rendah (kompetitif) tidak mungkin dapat diperoleh kecuali dengan menurunkan

biaya produksi. Untuk itu, harus dilakukan pemangkasan biaya produksi yang tidak begitu krusial, serta biaya-biaya *overhead* lainnya.

Islam melaknat praktik penimbunan (*ikhtikar*), karena hal ini berpotensi menimbulkan kenaikan harga barang yang ditanggung oleh konsumen. Rasulullah SAW bersabda: Orang yang *men-supply* barang akan diberi rizki, dan orang yang menimbunnya akan mendapat laknat dalam hadits lain Rasul bersabda: Sejelek-jelek hamba adalah seorang penimbun, yakni jika Allah (mekanisme pasar) menurunkan harga, maka ia akan bersedih, dan jika menaikkannya, maka ia akan bahagia.

Di samping itu, Islam juga tidak begitu suka (*makruh*) dengan praktik makelar (*simsar*), dan lebih mengutamakan transaksi jual beli (pertukaran) secara langsung antara produsen dan konsumen, tanpa menggunakan jasa perantara. Karena upah untuk makelar, pada akhirnya akan dibebankan kepada konsumen. Untuk itu Rasulullah melarang transaksi jual beli *hadir lilbad* , yakni transaksi yang menggunakan jasa makelar.

Imam Bukhari memberikan komentar bahwa praktik ini akan dapat memicu kenaikan harga yang hanya akan memberatkan konsumen. Dalam hadits lain Rasulullah bersabda: Janganlah kalian melakukan jual beli *talaqqi rukban* yakni, janganlah kalian menjemput produsen yang sedang berjalan ke pasar di pinggiran kota, kalian membeli barang mereka dan menjualnya kembali di pasaran dengan harga yang lebih tinggi.

4. Meninggalkan Intervensi yang Dilarang

Islam memberikan tuntunan kepada kaum muslimin untuk mengimani konsepsi *qadla* dan *qadar* Allah (segala ketentuan dan takdir). Apa yang telah Allah tetapkan untuk seorang hamba tidak akan pernah tertukar dengan bagian hamba lain, dan rizki seorang hamba tidak akan pernah berpindah tangan kepada orang lain. Perlu disadari bahwa nilai-nilai solidaritas sosial ataupun ikatan persaudaraan dengan orang lain lebih penting daripada sekedar nilai materi. Untuk itu, Rasulullah melarang untuk menumpangi transaksi yang sedang dilakukan orang lain, kita tidak diperbolehkan untuk intervensi terhadap akad atau pun jual beli yang sedang dilakukan oleh orang lain. Rasulullah bersabda: Seseorang tidak boleh melakukan jual beli atas jual beli yang sedang dilakukan oleh saudaranya .

Selain itu, berikut beberapa larangan yang harus dihindari oleh pelaku dalam bertransaksi muamalah¹⁶ :

1) Larangan Berbuat *Zalim*

Zalim adalah meletakkan sesuatu tidak pada tempatnya. Dalam konteks muamalah adalah melakukan sesuatu yang seharusnya tidak dilakukan, atau melakukan sesuatu yang terlarang dan meninggalkan sesuatu yang seharusnya dilakukan. *Zalim* bertentangan dengan syariat Islam, karena Islam selalu mengajarkan keadilan, termasuk dalam hal *mu'amalah*. Berkaitan dengan maka dilarang membeli suatu barang yang sedang ditawarkan oleh orang lain. Landasan prinsip ini adalah :

a) Firman Allah dalam surat Al-A'raf ayat 85 :

¹⁶ Imam Mustofa, SHI, MSI, *Fiqh Muamalah Kontemporer* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2016), 14.

فَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ
وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا ذَٰلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ
إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ ﴿١٨٥﴾

“Maka sempurnakanlah takaran dan timbangan dan janganlah kamu kurangkan bagi manusia barang-barang takaran dan timbangannya, dan janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi sesudah Tuhan memperbaikinya. Yang demikian itu lebih baik bagimu jika betul-betul kamu orang-orang yang beriman”.

b) Firman Allah dalam surat Al-Baqarah ayat 188 :

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ

“Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil.”

Sementara landasan dari Al-Sunnah antara lain adalah hadis :

كُلُّ الْمُسْلِمِ عَلَى الْمُسْلِمِ حَرَامٌ دَمُهُ وَمَالُهُ وَعَرْضُهُ

“Setiap muslim haram darahnya bagi muslim yang lain, demikian juga harta dan kehormatannya”

Dalam kitab Sahih Muslim juga disebutkan bahwa Nabi bersabda :

قُلِ اللَّهُ تَعَالَى : يَا عِبَادِيَ إِنِّي حَرَمْتُ الظُّلْمَ عَلَى نَفْسِي وَجَعَلْتُهُ بَيْنَكُمْ مُحَرَّمًا

فَلَا تَظَالَمُوا

“Allah ‘Azza Wajalla berfirman: Wahai para hamba-Ku, sesungguhnya telah Aku haramkan atas diri-Ku perbuatan zalim dan Aku jadikan ia diharamkan di antara kamu; maka janganlah kalian saling berbuat zalim”

2) Larangan *Gharar*

Gharar berarti ketidakjelasan sifat sesuatu. Dalam konteks mu'amalah adalah ketidakjelasan objek transaksi atau transaksi itu sendiri yang berpotensi menimbulkan perselisihan para pihak yang bertransaksi. Larangan *gharar* dalam mu'amalah adalah untuk melindungi para pihak yang melakukan mu'amalah, khususnya yang menggunakan transaksi atau akad. Dasar larangan ini ini adalah Hadis Nabi :

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ أَنَّ النَّبِيَّ - صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ - نَهَى عَنْ بَيْعِ الْغَرَرِ

“Dari Abu Hurairah ra. Sesungguhnya Nabi SAW melarang jual beli yang mengandung penipuan”

3) Larangan *Riba*

Riba pada dasarnya adalah tambahan atau kelebihan yang diambil secara zalim. Secara garis besar ada dua macam *riba* dalam mu'amalah. Pertama, *riba fadl*. *Riba fadl* ini merupakan *riba bai'* atau jual beli, yaitu tambahan tertentu yang disyaratkan dalam akad jual beli atau barter antara barang yang sama secara kualitas dan sifat. Bila dibarter, sementara yang satu secara kuantitas atau jumlah lebih banyak dari penukarnya, maka kelebihan tersebut adalah *riba fadl*. Kedua, *riba nasi'ah*, yaitu tambahan dalam suatu akad jual beli atau barter karena adanya penundaan penyerahan barang yang ditukar, baik barang yang ditukar sejenis maupun tidak. Pada dasarnya tambahan semacam ini juga bisa terjadi pada mu'amalah utang piutang atau yang juga disebut dengan *riba dain*. Landasan tentang larangan *riba* antara lain :

- a) Firman Allah dalam surat Al-Nisa' ayat 161 :

وَأَخَذِهِمُ الرِّبَا وَقَدْ هُمُوا عَنْهُ وَأَكَلِهِمْ أَمْوَالَ النَّاسِ بِالْبَاطِلِ ۗ

“Dan disebabkan mereka memakan riba, padahal sesungguhnya mereka telah dilarang daripadanya, dan karena mereka memakan harta benda orang dengan jalan yang batil”

- b) Firman Allah dalam surat Ali Imran ayat 130 :

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُضَاعَفَةً ۖ

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda”

- c) Firman Allah dalam surat Al-Baqarah ayat 275 :

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۗ

“Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”

Sementara landasan dari Al-Sunnah adalah hadis riwayat dari al-Haris yang diriwayatkan al-nasa’I :

عَنْ الْحَارِثِ بْنِ عَاصِمٍ عَنْ عَلِيِّ بْنِ أَبِي طَالِبٍ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ لَعَنَ آكِلِي الرِّبَا

وَمُؤَكِّلَهُ وَكَاتِبَهُ

“Dari Harits, dari Ali, sesungguhnya Rasulullah SAW melaknat pemakan riba, saksinya dan penulisnya”

4) Larangan Maisir

Maisir dalam konteks ini adalah tindakan spekulasi yang tidak menggunakan dasar sama sekali. Dalam bermuamalah Islam mengajarkan kehati-hatian agar tidak terjadi kezaliman yang dapat

merugikan salah satu pihak yang melakukan suatu akad. Berdasarkan prinsip ini maka dilarang jual beli ikan di dalam kolam yang belum jelas jumlah dan bobotnya. Karena hal ini bisa jadi merugikan salah satu pihak.

Dalil atau landasan tentang larangan *maisir* antara lain adalah firman Allah SWT dalam surat Al-Maidah ayat 90:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اِنَّمَا الْحَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْاَنْصَابُ وَالْاَزْلَمُ رِجْسٌ مِّنْ

عَمَلِ الشَّيْطٰنِ فَاَجْتَنِبُوْهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُوْنَ ﴿٩٠﴾

“Hai orang-orang yang beriman, sesungguhnya (meminum) khamar, berjudi, (berkorban untuk) berhala, mengundi nasib dengan panah, adalah termasuk perbuatan syaitan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan”

5) Larangan *Najasy*

Yaitu praktek perdagangan dimana seseorang berpura-pura sebagai pembeli yang menawar tinggi harga barang dagangan disertai memuji-muji kualitas barang tersebut secara tidak wajar, tujuannya untuk menaikkan harga.¹⁷

Najasy juga diartikan sebagai rekayasa jual beli dengan menciptakan permintaan palsu (*false demand*). Penjual melakukan kolusi dengan pihak lain untuk melakukan penawaran, dengan harapan pembeli akan membeli dengan harga yang tinggi.¹⁸ *Bai' najasy* merupakan rekayasa untuk menaikkan harga dengan menciptakan permintaan palsu. Terkadang

¹⁷ Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2003), 148.

¹⁸ Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fiqh Muamalah* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), 95.

diawali dengan memuji-muji kualitas barang dan dengan sumpah-sumpah palsu untuk menarik perhatian calon pembeli.

5. Menghindari Eksploitasi

Islam mengajarkan kepada pemeluknya untuk membantu orang-orang yang membutuhkan, dimana Rasulullah bersabda: Sesama orang muslim adalah saudara, tidak mendzalimi satu sama lainnya, barang siapa memenuhi kebutuhan saudaranya, maka Allah akan mencukupi kebutuhannya, dan barang siapa membantu mengurangi beban sesama saudaranya, maka Allah akan menghilangkan bebannya di hari kiamat nanti .

Semangat hadits ini memberikan tuntunan untuk tidak mengeksploitasi sesama saudara muslim yang sedang membutuhkan sesuatu, dengan cara menaikkan harga atau syarat tambahan yang memberatkan. Kita tidak boleh memanfaatkan keadaan orang lain demi kepentingan pribadi. Untuk itu, Rasulullah melarang melakukan transaksi dengan orang yang sedang sangat membutuhkan (darurat) , Allah berfirman: dan janganlah kamu kurangkan bagi manusia barang-barang takaran dan timbangan (QS. Al Araf:85).

6. Memberikan Kelenturan dan Toleransi

Toleransi merupakan karakteristik dari ajaran Islam yang ingin direalisasikan dalam setiap dimensi kehidupan. Nilai toleransi ini bisa dipraktikkan dalam kehidupan politik, ekonomi atau hubungan

kemasyarakatan lainnya. Khusus dalam transaksi finansial, nilai ini bisa diwujudkan dengan memper-mudah transaksi bisnis tanpa harus memberatkan pihak yang terkait. Karena, Allah akan memberikan rahmat bagi orang yang mempermudah dalam transaksi jual beli.

Selain itu, kelenturan dan toleransi itu bisa diberikan kepada debitur yang sedang mengalami kesulitan finansial, karena bisnis yang dijalankan sedang mengalami resesi. Melakukan *re-scheduling* piutang yang telah jatuh tempo, disesuaikan dengan kemampuan finansial yang diproyeksikan. Di samping itu, tetap membuka peluang bagi para pembeli yang ingin membatalkan transaksi jual beli, karena terdapat indikasi ketidak-butuh-annya terhadap obyek transaksi (*inferior product*).

7. Jujur dan Dapat Dipercaya

Kejujuran menjadi kata kunci dalam bermu'amalah. Namun demikian, kejujuran dalam bermu'amalah, khususnya dalam berbisnis menjadi suatu yang sangat berat. Terlebih bila bisnis hanya berorientasi keuntungan duniawi. Prinsip jujur dan dapat dipercaya harus menjadi pegangan bagi para pelaku bisnis, agar bisnis yang dijalankan tidak hanya mendapatkan keuntungan duniawi, akan tetapi mendapatkan keuntungan ukhrawi.

Tanpa adanya prinsip jujur dan dapat dipercaya dalam berbisnis maka rentan terhadap penipuan dan kezaliman terhadap salah satu pihak. Hal ini tentunya akan dapat merugikan pihak-pihak tertentu. Oleh karena itu, ajaran Islam melalui ulama menetapkan prinsip jujur dan dapat dipercaya dalam bermu'amalah. Dapat dipercaya berarti konsisten dan

konsekuen serta bertanggung jawab dalam bermu'amalah. Landasan prinsip atau kaidah ini adalah :

a) Firman Allah dalam surat Al-A'raf ayat 85 :

فَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ

“Maka sempurnakanlah takaran dan timbangan dan janganlah kamu kurangkan bagi manusia barang-barang takaran dan timbangannya”

b) Firman Allah dalam surat Al-Nisa ayat 58 :

﴿إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا﴾

“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya”