BAPPEDA ACEH

TATA NIAGA ISLAMI BERBASIS DIGITAL

BUKU SERIAL

TATA NIAGA ISLAMI BERBASIS DIGITAL

- M. Yasir Yusuf
- Farid Fathony Ashal
- Mulkan Fadhli

BUKU SERIAL
TATA NIAGA DALAM ISLAM

TATA NIAGA ISLAMI BERBASIS DIGITAL

M. Yasir Yusuf
Farid Fathony Ashal
Mulkan Fadhli

PANCACITA
BAPPEDA ACEH
2019

BUKU SERIAL
TATA NIAGA DALAM ISLAM

TATA NIAGA ISLAMI BERBASIS DIGITAL

Koordinator	**Azhari Hasan, SE, M.Si** (Kepala Bappeda Aceh)
Penanggung Jawab	**Marthunis, ST, DEA**
Ketua	**Aswar, S.Hut, M.AP**
Anggota	**- Roby Anandra Valentino, S.Pi, M.Sc** **- Said Hayuzar, SE, MM** **- Nurhayati, SE**
Penulis	**- Dr. Muhammad Yasir Yusuf, MA** **- Farid Fathony Ashal, Lc, MA** **- Mulkan Fadhli, ST, MT**
Editor	**Hasan Basri M. Nur, M. Ag**
Layout/Desain/Ilustrasi	**Jalaluddin Ismail, SE**

ISBN:

Diterbitkan Oleh BAPPEDA ACEH
Jalan Tgk. H. Mohd. Daud Beureueh No. 26 Telp. 0651-21440 Banda Aceh - 23121
www.bappeda.acehprov.go.id, e-mail: bappeda@acehprov.go.id

حلال
Rp
$
€
¥
£

Kata Pengantar Penulis

Alhamdulillah. Puji dan syukur kita panjatkan kepada Allah SWT. Rabb yang telah menciptakan alam semesta dan meletakkan hukum-hukumnya. Rabb yang hanya padanya seluruh makhluk menghadapkan penghambaannya. Rabb yang memiliki nama-nama dan sifat-sifat yang mulia, berdoa dengan namanya yang mulia Allah janjikan pengabulannya.

Shalawat dan salam tidak lupa senantiasa kita sampaikan kepada Rasulullah SAW. Rasul yang Allah dan para malaikat bershalawat padanya. Rasul yang Allah perintahkan pada orang-orang beriman agar selalu bershalawat kepadanya.

Kemajuan teknologi dalam berbagai aktivitas yang terus berkembang dengan sangat pesat menjadikan kehidupan semakin mudah dan cepat. Percepatan kemajuan teknologi komputer dan komunikasi menjadikan peradaban dunia tanpa batas. Kemajuan teknologi telah membawa sebuah paradigma baru, terutama dalam dunia bisnis. Di antara kemajuan teknologi adalah semakin mudahnya manusia dalam akses media internet. Media internet menjadikan kegiatan bisnis tidak lagi dibatasi ruang dan waktu. Aktivitas bisnis dapat dilakukan setiap saat dan di mana saja.

Kemajuan informasi dan teknologi telah mendorong berbagai sektor bisnis atau perdagangan untuk beralih dari penggunaan sistem manual ke sistem komputerisasi, baik dalam produksi hingga distribusi. Sebagai contoh, dalam sistem penjualan para pebisnis sudah menggunakan internet sebagai alat untuk memasarkan produknya. Dari sinilah muncul istilah bisnis *online*.

Kegiatan bisnis melalui media internet juga telah menggeser sistem bertransaksi jual beli masyarakat yang pada mulanya dengan cara *offline* ke sistem jual beli *online*. Sistem transaksi *offline* berupa adanya perjumpaan langsung antara penjual dan pembeli di mana pihak pembeli

dapat memilih secara langsung barang yang hendak dibeli kini beralih ke sistem *online* di mana antara penjual dan pembeli tidak diharuskan untuk bertatap muka secara langsung. Jual beli atau perdagangan *online* menggunakan media internet ini juga disebut dengan *electronic commerce* (*e-commerce*).

Kemudahan inilah yang membuat jual beli sistem *online* semakin diminati. Dengan memanfaatkan peluang ini tentunya akan semakin memperluas pangsa pasar dalam memasarkan suatu produk. Kemajuan dalam bidang internet juga dibarengi dengan kemajuan inovasi dalam bisnis jual beli. Salah satu dari jenis jual beli *e-commerce* tersebut yakni dengan sistem *drop ship* melalui dunia media sosial (medsos). Dewasa ini medsos selain dipakai untuk bersosialisasi juga digunakan oleh sebagian penggunanya untuk berbisnis.

Perkembangan sistem penjualan *online* dengan perdagangan *e-commerce* yang begitu cepat tidak dibarengi dengan kecepatan pembahasan *fiqh* atau hukum Islam terhadap transaksi *online*. Akibatnya, banyak pelaku bisnis *online* bertanya-tanya akan kehalalan transaksi yang mereka lakukan.

Buku ini sebagai ikhtiar kecil dan sederhana untuk memberikan pencerahan dan diskusi yang lebih dalam untuk mendudukkan hukum transaksi *online* dan *e-commerce* dalam Islam. Besar harapan, buku dengan segala kekurangan ini mendapat pengayaan yang lebih dalam sehingga kaum muslimin menjadi tenang dan yakin terhadap transaksi *online* dan *e-commerce* yang saat ini menjadi idola dalam memenuhi kebutuhan hidup mereka, baik sebagai produsen, konsumen maupun distributor. Semoga Allah memberkahi upaya yang kami lakukan.

Wallahu'alam.

Banda Aceh, 8 Juli 2019

Tim Penulis

Daftar Isi

Kata Pengantar Penulis v
Daftar Isi vii

BAB I Apa Itu *E-commerce*? 1
1.1. Definisi 1
1.2. Sejarah dan Perkembangannya 7
1.3. Dasar Hukum dan Maqashid Syariah 8
1.4. Kebutuhan *E-commerce* pada Masyarakat 14

BAB II Ruang Lingkup *E-commerce* 17
2.1. *E-commerce* Menurut Jenisnya 17
2.2. *E-commerce* Menurut Produknya 20
2.3. Model Pendapatan di *E-commerce* 22

BAB III Syarat dan Rukun dalam Transaksi *E-commerce* dalam Islam 25
3.1. Majlis Akad 26
3.2. Prinsip Akad 30
3.3. Bentuk Penyerahan Barang 35
3.4. Bentuk Serah Terima 36
3.5. Keabsahan Barang yang Diterima 37

BAB IV Perilaku Muslim dalam Menggunakan *E-commerce* 41

BAB V Retail dan Marketplace Menurut Islam 55
5.1. Definisi dan Perbedaan 55
5.2. Tata Cara Bertransaksi 58
5.3. Pandangan Islam Terhadap Retail dan Marketplace 66

BAB VI Reseller, Dropship, dan Jaa Titip Menurut Islam 71
6.1. Perbedaan Reseller, Dropship dan Jasa Titip 71
6.2. Operasional Reseller Bekerja 73
6.3. Operasional Dropship Berbisnis 75
6.4. Teknis Jasa Titip di Sosial Media 80
6.5. Pandangan Islam Terhadap Reseller, Dropshipper, dan Jasa Titip 81

BAB VII Penutup 93

Daftar Pustaka 95

Biodata Penulis 99

TATA NIAGA ISLAMI

BERBASIS DIGITAL

BAB I

APA ITU *E-COMMERCE?*

E-commerce merupakan istilah yang sangat populer di kalangan masyarakat pada abad ke 21. Umumnya masyarakat mendefinisikan istilah tersebut dengan memisahkan secara sederhana kata *e-commerce* dengan *electronic* (ditulis hanya dengan huruf *e)* dan *commerce* (komersial), sehingga istilah tersebut dipahami dengan melakukan transaksi komersil (jual beli) secara elektronik (digital).

1.1 Definisi

Istilah *e-commerce* mulai dikenal pada awal abad 21, namun mengalami perkembangan yang cukup pesat seiring berkembangnya teknologi telepon genggam, fitur aplikasi media sosial, chat, dan sejenisnya serta murahnya biaya koneksi jaringan internet. Pola komunikasi yang sebelumnya terbatas pada telepon, telegram, pos, koran, majalah, dan pesan singkat (SMS) kini merambah pada pernyataan-pernyataan yang dikemas secara baik dan sempurna melalui website.

Adanya kemudahan aksesibilitas dan berbiaya relatif murah memberikan pengaruh yang cukup besar untuk mengubah perilaku masyarakat, baik pedagang maupun pembeli, untuk melakukan transaksi melalui *e-commerce*. Sampai pada akhirnya terjadinya peralihan transaksi dari pasar tradisional ke pasar *online* seperti *Marketplace* atau *Online Shopping* (*Retail*).

Para pedagang lebih gencar menarik pelanggan menggunakan *e-commerce*, sementara toko yang dimiliki tetap digunakan terutama sebagai gudang penyimpan barang yang akan dikirim sesuai pesanan konsumen.

Kenyataan di atas tentu saja dampak dari perkembangan teknologi yang memiliki tujuan untuk menjadikan segala urusan manusia menjadi mudah, cepat, praktis, dan ekonomis. Namun, dengan segala kemudahan tersebut, tentu saja terdapat celah orang-orang yang tidak bertanggungjawab memanfaatkan kelicikannya untuk berbuat zalim kepada orang lain demi memperoleh keuntungan pribadi. Dalam konsep Islam, pembahasan mengenai *e-commerce* ini masuk pada lingkup kajian *muamalah* yang berkaitan dengan transaksi dan akad.

Jika mengutip kaidah fikih, kita mendapatkan bahwa "*al-ashlu fil mu'amalah al-ibahah hatta yadulla dalilun 'ala tahrimiha*". Artinya "pada dasarnya suatu transaksi (urusan sosial) itu hukumnya boleh/mubah sampai ada dalil yang mengharamkannya".

E-commerce merupakan layanan untuk memudahkan hubungan interaksi dagang atau bisnis masyarakat menjadi mudah, praktis, cepat, dan ekonomis di mana proses yang berlangsung dengan media ini banyak memangkas jalur-jalur tradisional yang membutuhkan waktu, energi, dan beban biaya yang cukup besar. Jika dilihat dari tujuannya maka *e-commerce* sejalan dengan nilai-nilai yang terkandung dalam surah al-Baqarah : 185, yaitu:

يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ

> *"Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu".*

Ibnu Kasir dalam tafsirnya menyatakan bahwa konsep kemudahan yang Allah firmankan dalam ayat tersebut merupakan rahmat bagi umat Islam dalam menjalankan ibadah. Jika suatu kewajiban yang telah

ditetapkan dalam ibadah saja terdapat kemudahan (dalam keadaan tertentu), maka dalam hubungan muamalah seyogianya mengutamakan pelayanan yang efektif dan efisien. Rasulullah menganjurkan kepada kita agar segala urusan duniawi dapat dilaksanakan secara praktis dan mudah dengan tidak menghilangkan substansi dari urusan itu sendiri:

يَسِّرُوا وَلَا تُعَسِّرُوا

"Mudahkanlah dan jangan mempersulit."

Kata *"yassiru"* bermakna memudahkan. Artinya segala hal yang berhubungan dengan penyelesaian urusan social dianjurkan untuk dapat dilaksanakan secara efisien dan efektif, sehingga jika dilihat dari sisi kemudahan dalam layanan *e-commerce*, maka pada sisi nilai kemudahan yang diharapkan dari *e-commerce* sesuai dengan nilai-nilai syariat.

Untuk memahami makna *e-commerce* secara lebih baik, mari kita lihat terlebih dahulu beberapa istilah yang berkaitan dengan *e-commerce,* yaitu: internet, *world wide web* (website), dan aplikasi berbasis mobile, yang digunakan untuk melakukan transaksi bisnis secara *online*[1].

a). **Internet**

Internet merupakan jaringan komputer dalam jumlah besar dan terhubung secara global yang memungkinkan terjadinya pertukaran data antarkomputer, baik pribadi, umum, bisnis, akademik maupun pemerintah. Dengan adanya internet memungkinkan penggunanya untuk menikmati layanan berupa bertukar surat elektronik (*email*), berita, belanja, mencari literatur, berkomunikasi, baik dalam bentuk teks, suara atau video, juga dapat digunakan untuk kebutuhan hiburan berbasis multimedia.

[1] Kenneth C. Laudon and Carol Guercio Traver, E-Commerce Business. Technology. Society., 10th ed. (New York, NY, USA: Pearson/Prentice Hall, 2014).

b). **World Wide Web**

W*orld wide web* atau biasa disebut dengan web merupakan salah satu sistem layanan yang paling populer di internet, digunakan untuk menampilkan kumpulan laman (istilah halaman muka untuk web) yang memuat berbagai informasi baik secara statis maupun dinamis (interaktif). Halaman web tersebut ditulis dalam bahasa pemrograman yang disebut HTML, yang dapat berisi teks, grafis, audio, video dan objek. Agar dapat berjalan dengan baik pada saat proses transaksi *e-commerce,* maka penyedia sistem harus menggunakan web yang memungkinkan terjadinya interaksi antarsetiap entiti minimal web 2.0.

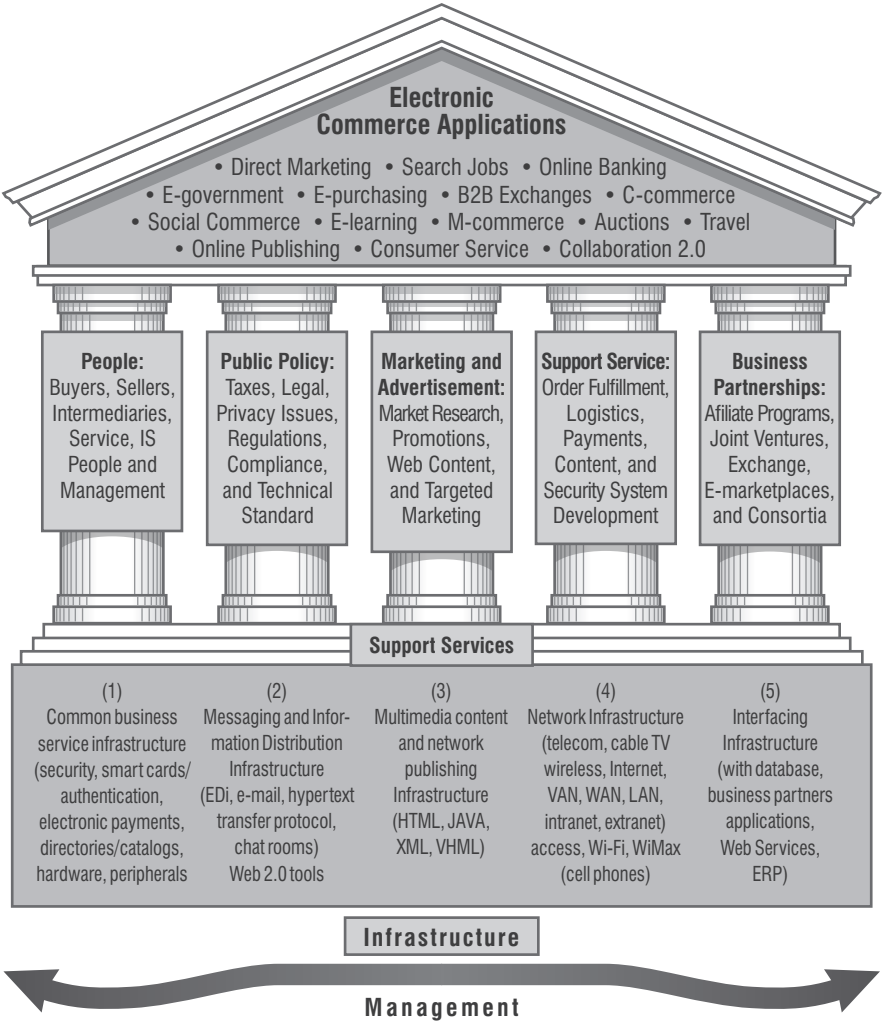
c). **Apps** atau Aplikasi

Apps merupakan singkatan untuk penyebutan kata *application* yang umumnya diarahkan kepada aplikasi berbasis mobile. Pesatnya pertumbuhan *e-commerce* sejauh ini dikarenakan tingginya penetrasi penggunaan *mobile phone* di masyarakat dan murahnya harga akses internet, sehingga konsumen dapat dengan mudah mengakses informasi produk yang dicari.

Dari rangkaian definisi istilah di atas dapat dipahami bahwa makna *e-commerce* ternyata sangat luas tidak hanya terbatas pada jual beli saja. *E-commerce* dapat didefinisikan sebagai suatu proses yang memungkinkan untuk melakukan transaksi membeli, menjual, mengirim informasi, bertukar produk, dan jasa dengan menggunakan teknologi digital atau jaringan komputer global (internet)[2].

Sebagai ilustrasi tentang kegiatan yang dapat dilakukan di *e-commerce* dan infrastruktur yang dibutuhkan dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

[2] Peter. Drucker, Managing in the Next Society (New York, NY, USA: Truman Talley Books, 2002); Efraim. Turban et al., Electronic Commerce 2010 : A Managerial Perspective, 6th ed. (New Jersey: Pearson/Prentice Hall, 2010); Kenneth C. Laudon and Carol Guercio Traver, E-Commerce : Business, Technology, Society, 10th ed. (New York, NY, USA: Pearson/Prentice Hall, 2014).

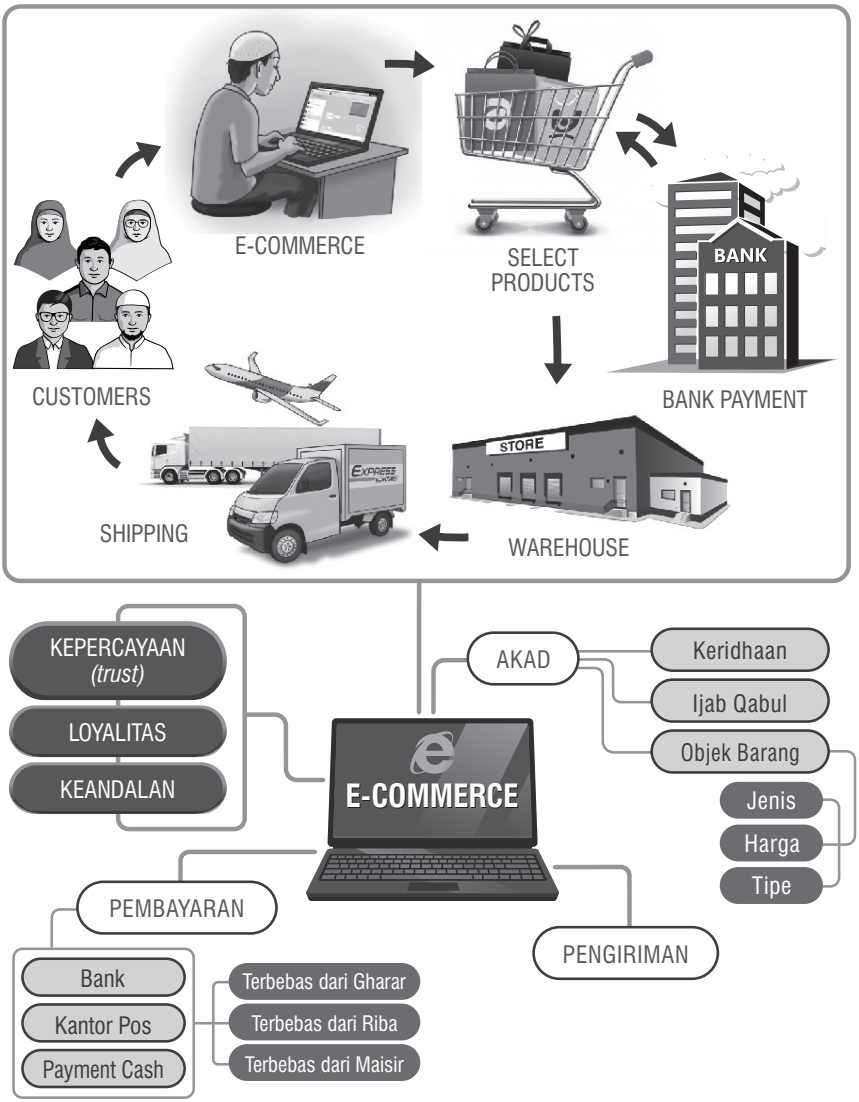


Gambar 1.1 Kerangka E-commerce[3]

Untuk memperdalam pemahaman transaksi *e-commerce* atau tata niaga dalam bingkai syariah Islam, maka pembahasan dan contoh transaksi akan dibahas pada lingkup transaksi jual beli atau perdagangannya

3 Turban et al., Electronic Commerce 2010 : A Managerial Perspective, 6th ed. (New Jersey: Pearson/Prentice Hall, 2010).

dan tata cara pembayaran. Sebagaimana tergambar pada mekanisme jual beli dalam *e-commerce* secara umum, berikut ini:



Gambar 1.2 Identifikasi E-commerce

1.2 Sejarah dan Perkembangannya

Sejak diperkenalkannya jaringan komputer yang menghubungkan kampus di Amerika pada tahun 1961 dan pengembangan lebih lanjut dengan terbentuknya lembaga riset jaringan komputer yaitu ARPANET (*Advanced Research Projects Agency Network*) pada tahun 1975 hingga fase terakhir pada tahun 1990-an, istilah *e-commerce* telah terjadi pergeseran makna sejalan dengan waktunya.

Awalnya, *e-commerce* hanya bermakna sebagai pemanfaatan transaksi komersial, seperti penggunaan EDI (Pertukaran Data Elektronik) untuk mengirimkan dokumen komersial seperti pesanan pembelian atau invois secara elektronik dan ATM (Anjungan Tunai Mandiri) untuk alat bantu kasir otomatis, yang ditempatkan di dalam atau di luar pekarangan bank, yang memungkinkan untuk mengeluarkan uang tunai dan menangani transaksi perbankan yang rutin lainnya[4], hingga akhirnya masyarakat mengenal *e-commerce* sebagai aktivitas perdagangan berbasis web dengan diawali kemunculan eBay dan Amazon pada tahun 1990-an.

Di awal tahun 1990-an internet mulai dapat diakses oleh masyarakat umum untuk mendapatkan berbagai informasi dari berbagai negara yang saling terhubung, sehingga tahun ini dikenal dengan era *dotcom*, ditandai dengan hadirnya berbagai perusahaan berbasis internet pada kurun waktu tersebut. Dengan adanya internet penyebaran informasi menjadi lebih mudah dan cepat. Hal ini dimanfaatkan oleh berbagai perusahaan pada saat itu untuk mempromosikan produk mereka, sehingga konsumen dari berbagai belahan dunia dapat mengetahui produk tersebut hanya dengan menggunakan mesin pencari.

[4] Alemayehu Molla and Paul S Licker, "E-Commerce System Success: An Attemp to Extend and Respecify the Delone and Maclean Model of IS Success," Journal of Electronic Commerce Research 2, no. 4 (2001): 131–41; Jan H Lipis, Allen H. Marschall, Thomas R. Linker, Electroninc Banking, 1st ed. (Willey-Interscience, 1985).

Pada saat itu informasi yang muncul pada laman hanya seperti brosur pada umumnya, hanya saja jangkauan yang mengaksesnya menjadi lebih luas dibandingkan brosur. Untuk melakukan transaki pembeli harus menelepon, mengirim surat permohonan penawaran atau mengunjungi perusahaan tersebut belum dimungkinkan untuk berinteraksi dengan menggunakan web.

Pertualangan industri *dotcom* harus kandas pada awal tahun 2000-an, dimulai ketika nilai saham NASDAQ mencapai harga tertinggi, 5132,52 poin, dikarenakan di negara-negara industri mengalami kenaikan nilai ekuitas secara tajam berkat pertumbuhan industri sektor internet dan bidang-bidang yang terkait. Karena terlalu banyak spekulasi yang terjadi akhirnya terjadi *bubble* atau gelembung pada industri tersebut.

1.3 Dasar Hukum dan Maqashid Syariah

Syariat Islam ditetapkan untuk memberikan rambu-rambu kehidupan bagi umat manusia yang bertujuan terwujudnya kehidupan yang baik yaitu terpeliharanya agama, akal, harta, jiwa, dan keturunan. Kelima poin ini merupakan nilai yang terkandung dalam *maqashid syariah*. Istilah *maqashid* berasal dari bahasa Arab berbentuk jamak/plural yang berarti tujuan-tujuan.

Sedangkan kata syariat sendiri dapat dipahami secara umum berarti hukum Islam. Merujuk pada sumbernya, kita telah dibekali dengan Alquran dan sunnah, dimana ayat-ayat di dalamnya memiliki kandungan fleksibel, toleran, memberikan kelonggaran, dan tidak memberatkan. Hal ini dapat kita lihat dari ayat berikut:

هُوَ اجْتَبَاكُمْ وَمَا جَعَلَ عَلَيْكُمْ فِي الدِّينِ مِنْ حَرَجٍ

Artinya:*"Dia sekali-kali tidak menjadikan untuk kamu dalam agama suatu kesempitan"(Surah Al Hajj: 78)*

Asas dan dasar terhadap aturan-aturan yang ditetapkan dalam syarat Islam adalah terwujudnya kemaslahatan, di mana para ahli *ushul* menyatakan bahwa di mana saja didapati kemaslahatan maka di situ syariat Allah:

حيث وجدت مصلحة فثمة شرع الله

Artinya: *"Di mana ada kemaslahatan maka di sana syariat Allah."*

Imam Al-'Izz bin Abdussalam berkata :

إن الشريعة كلها مصالح, إما درء مفاسد أو جلب مصالح

Artinya:"*Sesungguhnya syariat itu seluruhnya maslahat, dapat berupa menolak mafsadah (mudarat) atau mendatangkan maslahat.*"[5]

Adapun seluruh hukum ditetapkan berdasarkan pada kemaslahatan. Tujuan dari kemaslahatan ini adalah untuk memberikan manfaat dan kebaikan pada umat, juga mencegah dari kemudharatan. Nilai-nilai tersebut juga menjadi tujuan dari adanya mekanisme jual beli melalui *e-commerce*. Perlu diperhatikan, kenyataan yang berkembang saat ini adalah ketika terdapat rumusan atau kaidah yang bersumber dari buah pikir para ulama mengenai maslahat dalam menyimpulkan atau menjustifikasi suatu hukum, sering sekali terjadi perbedaan pendapat dengan sudut pandang masing-masing.

Realitas tersebut sering menimbulkan justifikasi hukum atau fatwa yang beda satu dan lainnya. Ada yang cenderung meringankan suatu yang bersifat haram, atau sebaliknya mengharamkan suatu yang sebenarnya bersifat halal, dan implikasi lainnya. Perbedaan pendapat dalam hal ini adalah lumrah saja terjadi. Barangkali *illat* hukum tersebut disesuaikan dengan konteks persoalan yang terjadi pada suatu kaum berbeda-beda. Namun, yang perlu diperhatikan adalah jangan sampai peneta-

[5] Al-Izz bin Abdissalam, Qawa'idul Ahkam, n.d., 1/9.

pan hukum tersebut dicampuri dengan emosional yang mendukung dan memenangkan nafsu pribadi.

Khalid bin Mahmud dalam bukunya "*al-Tijarah elektroniyah fi mizani al-Syariah Islamiyah*" merangkum keutamaan *e-commerce* yang relevan pada nilai *maqashid syariah* sebagai berikut :

a. *Tarhib bil 'ilmi jadid (menerima ilmu baru)*
b. *Tadawul sil'I wa rawajuha (perputaran/sirkulasi barang, dan peredarannya)*
c. *Al-Taisir wa mura'atul hajat* **(kemudahan dan memenuhi kebutuhan)**
d. *Tahsin furasi tijarah wa tausi' madaha* **(memperbaiki peluang dagang dan ekspansinya)**
e. *Talbiyatu fithratul insan* **(pemenuhan fitrah manusia)**

Kelima poin di atas menunjukkan bahwa Islam menerima pembaharuan dalam sains dan teknologi. Hal ini sejalan dengan fitrah manusia yang didorong untuk selalu menemukan temuan-temuan baru dalam *istikhlaf* hidup di bumi. Mengkaji dan menelaah adalah bagian dari tuntunan ajaran Islam, sebagaimana wahyu pertama yang diturunkan berupa ayat yang bersifat kunci dari intelektualitas manusia. Menafikan dan membatasi akal untuk berkembang merupakan pemeliharaan kebodohan yang menjurus pada keterbelakangan peradaban.

Teknologi dikembangkan adalah untuk memberikan kemudahan kelangsungan hidup manusia, dengannya kehidupan manusia lebih maju dan dinamis. Hadirnya *e-commerce* sangat mempengaruhi perputaran dan peredaran barang-barang yang dibutuhkan hajat manusia. *E-commerce* juga banyak memangkas administrasi yang sulit menjadi lebih mudah.

Tujuan dari hadirnya layanan berbasis elektronik tidak lain adalah demi kemudahan proses transaksi pertukaran barang antarmanusia sekaligus memberikan kentungan antarkedua atau lebih pihak yang terlibat. Selama ini para pedagang yang berkompetisi di desanya akan kesulitan untuk mengembangkan usahanya ke daerah lain, bahkan dengan hadirnya teknologi informasi sekarang memudahkan pedagang untuk melebarkan penjualannya sampai ke negeri seberang.

Begitu juga yang dirasakan oleh pembeli, ada beberapa jenis barang yang sulit ditemukan di daerahnya namun hanya ada di daerah lain. Dengan kehadiran informasi yang sangat mudah sekarang, ia tidak perlu menghabiskan energi dan waktunya untuk keluar kota. Akan tetapi, cukup dengan menggerakkan jemarinya untuk menyelesaikan transaksi yang dibutuhkan. Realitas ini merupakan hal yang mulia dalam Islam, namun tentu saja pengembangan teknologi ini tidak merusak rambu-rambu yang telah ditetapkan dalam syar'i.

Untuk melihat bagaimana tinjauan hukum Islam mengenai transaksi *e-commerce*, maka perlu merujuk kepada *nash* yang dapat dipertanggungjawabkan, yaitu Alquran, hadits dan ijma'. Untuk lebih jelasnya dapat kita uraikan sebagai berikut:

a. Alquran

Surah al-Nisa' ayat 29, Allah berfirman :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لاَ تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلاَّ أَن تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنكُمْ وَلاَ تَقْتُلُوا أَنفُسَكُمْ إِنَّ اللّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya:" *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan keridhaan di antara kamu".*

Ayat di atas menunjukkan bahwa Allah SWT tidak mengharamkan bentuk-bentuk dagang kecuali yang terindikasi dengan kezaliman, curang, dan segala yang dilarang dalam Islam. Dengan demikian adanya keluasan bagi setiap muslim untuk melakukan inovasi dalam jual beli selama tidak melanggar dan menimbulkan *mafsadah* bagi orang lain.

Pada ayat lain surat al-Baqarah ayat 282 ditegaskan juga sebagai berikut :

...إِلاَّ أَن تَكُونَ تِجَارَةً حَاضِرَةً تُدِيرُونَهَا بَيْنَكُمْ فَلَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَلاَّ تَكْتُبُوهَا وَأَشْهِدُوْاْ إِذَا تَبَايَعْتُمْ وَلاَ يُضَآرَّ كَاتِبٌ وَلاَ شَهِيدٌ وَإِن تَفْعَلُواْ فَإِنَّهُ فُسُوقٌ بِكُمْ ...

Artinya: *"Kecuali jika mu'amalah itu perdagangan tunai yang kamu jalankan di antara kamu, Maka tidak ada dosa bagi kamu, (jika) kamu tidak menulisnya"..*

Allah memberikan keringanan untuk meninggalkan pencatatan yang dianjurkan dalam utang, jika dilakukan secara tunai. Keringanan tersebut merupakan bentuk kemudahan dalam kegiatan jual beli maupun perdagangan. Dengan demikian nilai-nilai kemudahan yang tertanam dalam *e-commerce* relevan dengan nilai kemudahan yang dianjurkan dalam *nash*.

b. Hadits

Allah telah menetapkan harta sebagai salah satu cara untuk menegakkan kemaslahatan manusia, yang mana perdagangan merupakan satu di antara cara manusia untuk saling memenuhi kemaslahatannya. Allah telah memberikan aturan; mana yang diizinkan dan mana yang diharamkan.

Demikian halnya sasaran utama hadirnya *e-commerce* adalah pemenuhan hajat kemaslahatan, seperti meningkatkan perputaran barang, efisiensi waktu yang dibutuhkan, harga yang adil, dan hal lainnya yang sesuai dengan tujuan *maqashid syariah*.

Diriwayatkan oleh Tirmizi dari Salman RA, ia berkata yang artinya: *Rasulullah SAW pernah ditanya tentang minyak samin, keju, dan beliau bersabda: Halal adalah apa yang Allah halalkan dalam kitab-Nya, dan haram adalah apa yang telah Allah haramkan dalam kitab-Nya, dan apa yang Allah diamkan adalah sesuatu yang dimaafkan (boleh)*".[6]

Merujuk hadits tersebut, *e-commerce* merupakan bagian dari muamalah yang dibutuhkan oleh manusia dalam memudahkan pemenuhan kebutuhan hidupnya. Belum ada dalil yang tegas melarang mencegahnya. Dengan demikian secara *istishab e-commerce* masuk pada hukum *ibahah,* yaitu boleh selama ia dapat memberikan manfaat dan kemaslahatan.

Ilmu pengetahuan dan teknologi sejatinya selalu berkembang seiring jalannya zaman. Lahirnya model dan penemuan baru merupakan buah dari hasil bacaan dan kajian yang dilakukan oleh manusia untuk mewujudkan kehidupan yang lebih baik. Hal yang dapat menyempurnakan kemaslahatan adalah impian seluruh umat, di mana di dalamnya adalah efisiensi, kecepatan, terampil, kreatif, dan inovatif sehingga seluruh kebutuhan dapat didistribusi secara cepat dan tepat.

Kita tidak dapat membayangkan jika menafikan perkembangan ini justru dapat mengakibatkan kita jatuh pada kesulitan dan kesempitan. Padahal syariat Islam memiliki tujuan mulia, yaitu tercapainya kemaslahatan. Selama apa yang diterapkan masih memiliki nilai positif dan manfaat tanpa melanggar syariat Islam, maka hal tersebut layak untuk dipertahankan.

[6] Sunan Al-Tirmizi, Al-Tirmizi (Daru al-Turas, n.d.). tahqiq al-Allamah Ahmad Muhammad Syakir (Daru al-Turas), hadis 1726 ditashih kembali oleh al-Bani dalam Shahih al-Jami' (3195)

c. Ijma'

Merujuk pada ketetapan majelis *Majma' fikih Islam* yang dilaksanakan pada 17-23 Sya'ban 1410 H (14-20 Maret 1990) bahwa proses akad yang dilakukan melalui *mail* (surat), *faksmail*, memenuhi standar hukum mengenai ijab dan qabul. Dengan demikian proses akad yang dilakukan melalui telepon/seluler, media sosial, ataupun sejenisnya, juga dapat memenuhi syarat ijab dan qabul. Adapun poinnya sebagai berikut:[7]

- Jika akad dilakukan ketika kedua orang yang berakad tidak berada di tempat, tidak melihat satu dan lainnya, tidak saling mendengar, maka perantara yang dapat digunakan adalah tulisan/catatan atau mengutus utusan untuk menyampaikannya melalui pos, teletext, faks, atau komputer, maka kondisi ini cukup untuk menghubungkan antara ijab dan qabul.
- Jika akad dilakukan ketika keduanya berjauhan namun akadnya dilaksanakan pada waktu yang sama, maka akad dapat dilakukan melalui telepon dan nirkabel. Kondisi ini tetap dianggap akad yang dihadiri kedua belah pihak.

1.4 Kebutuhan *E-commerce* pada Masyarakat

Berbagai kemudahan bisa didapatkan melalui transaksi di *e-commerce*. Salah satu keuntungan utama dari *e-commerce* adalah kemampuannya untuk menjangkau pasar global, tanpa harus menyiratkan investasi keuangan yang besar.

Penjualan ritel *online* di Indonesia meningkat 23,1% pada tahun 2016 dengan nilai transaksi sebesar Rp 108,4 triliun, dan diharapkan bisa mencapai Rp 144,1 pada akhir 2018[8]. Bahkan beberapa *e-commerce* di

[7] Majallatu Majma Fikih Islam," Daurah Al-Sadisah Li Muktamar Majma' Fikih Islami Al-Adad Al-Sadis al-juz al- (n.d.): 1267–68.

[8] Katadata.co.id, "Transaksi E-Commerce Indonesia Naik 500% Dalam 5 Tahun," 2016, https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/11/16/transaksi-e-commerce-indonesia-naik-500-dalam-5-tahun.

Indonesia sukses di pasar ritel *online* dengan strategi pemasaran mereka walaupun persaingan semakin meningkat dengan masuknya berbagai perusahaan dari luar negeri.

Batas dari tipe perdagangan *e-commerce* tidak didefinisikan secara geografis sehingga memungkinkan siapa saja untuk membuat pilihan secara luas dengan produk dan layanan bervariasi serta memperoleh berbagai informasi yang dibutuhkan dan membandingkan penawaran dari semua pemasok atau pihak penyedia barang/jasa terlepas dari lokasi mereka.

Dengan memungkinkan jalannya interaksi dengan konsumen akhir, *e-commerce* memperpendek rantai distribusi produk atau bahkan justru menghilangkannya. Dengan cara ini, saluran langsung antara produsen atau penyedia layanan dengan pengguna akhir memungkinkan mereka untuk menawarkan produk atau jasa yang sesuai dengan target pasar.

Selain itu, dengan berkembangnya sistem pembayaran yang ada saat ini sangat memudahkan transaksi *e-commerce*. Selanjutnya *e-commerce* memungkinkan *brand* untuk lebih dekat dengan pelanggan mereka, sehingga meningkatkan produktivitas dan daya saing bagi perusahaan.

Dengan demikian, konsumen diuntungkan dengan peningkatan kualitas layanan, kedekatan yang lebih 'intim', serta dukungan pra dan pascapenjualan yang lebih efisien. Dengan banyaknya bentuk aktivitas atau model bisnis *e-commerce* yang baru, maka konsumen dapat berbelanja melalui toko virtual kapan pun yang diinginkan dengan berbagai kemudahan yang ditawarkan.

BAB II

Ruang Lingkup *E-commerce*

Banyaknya jenis transaksi yang terjadi dalam *e-commerce* akhirnya para pakar di bidang teknologi informasi mencoba mengklasifikasinya, baik berdasarkan jenis, produk maupun manfaatnya. Pada bab ini akan dijelaskan beberapa pembagian tersebut.

2.1 *E-commerce* Menurut Jenisnya

2.1.1 Bisnis ke Bisnis

E-commerce dengan model transaksi bisnis ke bisnis atau sering disingkat dengan B2B atau B to B meliputi transaksi antarorganisasi atau perusahaan. Produsen dan pedagang tradisional biasanya menggunakan jenis *e-commerce* ini. B2B berkaitan dengan permintaan dan pengiriman proposal bisnis dengan menggunakan aplikasi komputer dengan format standar yang telah disepakati yang disebut dengan EDI untuk mendapatkan informasi atau konsultasi. Contohnya aplikasi e-distributor (Hp Indonesia, bizzy.co.id dan b2b.id milik Bhinneka.com), e-procurment (LPSE dan Ariba), Exchange dan Industri konsorsium.

2.1.2 Bisnis ke Konsumen

Bisnis ke konsumen merupakan model transaksi yang terjadi antar perusahaan (produsen atau pemilik barang) dengan konsumen akhir.

Model bisnis ini sama dengan perdagangan ritel tradisional. Perusahaan menampilkan item barang yang akan dijual di *website e-commerce* yang dikelola selanjutnya konsumen mengakses *website* dan mencari barang yang diinginkan.

Jika dibandingkan dengan transaksi ritel tradisional, pada *e-commerce* konsumen biasanya memiliki lebih banyak informasi dan harga yang lebih murah serta memastikan proses jual beli hingga pengiriman yang cepat.

Beberapa *website* di Indonesia yang menerapkan *e-commerce* tipe ini adalah Bhinneka.com, Berrybenka dan Tiket.com. Model bisnis ini biasa digunakan oleh penjual atau produsen yang serius menjalankan bisnis dan mengalokasikan sumber daya untuk mengelola web sendiri.

2.1.3 Konsumen ke Konsumen

Model bisnis konsumen ke konsumen (c to c) meliputi semua transaksi elektronik baik berupa barang/jasa antarkonsumen. Umumnya transaksi ini dilakukan melalui pihak ketiga yang menyediakan *platform online* untuk melakukan transaksi tersebut secara aman dan nyaman dikarenakan pihak ketiga bertindak sebagai penjamin.

Beberapa contoh penerapan c to c dalam *website* di Indonesia adalah Tokopedia, Bukalapak dan Lamido. Di sana penjual diperbolehkan langsung berjualan barang melalui website yang telah ada. Namun ada juga *website* yang menerapkan jenis C2C dan mengharuskan penjual terlebih dulu menyelesaikan proses verifikasi yang sangat rumit, seperti Blanja dan Elevenia.

2.1.4 Konsumen ke Bisnis

Model bisnis dengan metode konsumen ke bisnis (c to b) di mana konsumen menggunakan internet untuk memberitahukan kebutuhan

barang atau jasa dengan harga tertentu kepada penyedia. Selanjutnya para penyedia barang/jasa bersaing untuk menyediakan produk/jasa tersebut kepada konsumen yang memberikan penawaran.

Dengan menggunakan definisi di atas dapat kita liat contohnya adalah priceline.com sebagai perusahaan travel yang menggunakan konsep *c to b*, di mana pelanggan yang akan bepergian ke suatu tempat dapat memberikan penawaran hotel sesuai dengan kebutuhan, selanjutnya para penyedia akan memberikan pilihannya.

Beberapa penulis juga mendefinisikan *c to b* sebagai jenis *e-commerce* di mana sekelompok besar individu menyediakan layanan jasa/produk mereka bagi perusahaan yang mencari jasa/produk tersebut yang akan digunakan untuk produk/jasa akhir mereka. Contohnya adalah sebuah *website* di mana *website designer* menyediakan beberapa pilihan logo yang nantinya hanya akan dipilih salah satu yang dianggap paling efektif. *Platform* yang umumnya menggunakan jenis *e-commerce c to b* adalah web yang menjual foto, gambar, media dan elemen desain lainnya seperti www.istockphoto.com.

Contoh lainnya adalah https://envato.com/, sebuah *website* yang menjual ragam *template* blog dari berbagai pengembang *template*. Pembuat *template* dapat *mengupload template* yang dibuatnya pada *link* yang telah disediakan oleh evanto, kemudian evanto akan menjual *template dengan menggunakan strategi internet marketing terhadapat template* yang telah di*upload* dan berbagi keuntungan dengan pembuat *template*.

2.2 *E-commerce* Menurut Produknya

E-commerce dapat diklasifikasi berdasar produk yang dijual kepada konsumen, yaitu :

a. **Physical goods: Menjual barang-barang berwujud nyata seperti buku, pakaian, kendaraan, mesin, makanan. Contoh: blibli.com, lazada.com, dan klik-eat.com**

b. *Digital goods*: **Menjual barang-barang berwujud** *softcopy/file* **digital seperti e-book, mp3, e-magazine, film. Contoh : iTunes.com**

c. *Service*: **Menjual jasa layanan seperti agen** *travel online*, *booking* **akomodasi, tiket nonton, tiket konser. Contoh: Traveloka.com, RajaKarcis.com, layanan M-Tix dari XXI, atau pembelian tiket** *online* **dari Blitzmegaplex**

Adapun pembagian *e-commerce* menurut produk yang lebih detail dapat dilihat pada tabel di bawah. Dari tabel tersebut dapat kita pahami bahwa jenis nomor 1 merupakan bagian dari *clasified ads* (*platform* yang hanya memberikan informasi tentang barang yang dijual atau artikel saja dan tidak dapat melakukan transfaksi pada platform tersebut). Sedangkan nomor 2 sampai dengan nomor 7 bagian dari *non-clasified ads* (*platform* yang memungkinkan penggunanya untuk melakukan transakasi jual dan beli).

Tabel 2-1 Pembagian E-commerce Berdasarkan Produk

No	*E-commerce* Menurut Produknya	Penjelasan	Contoh	EC Menurut Sifatnya (Kelompok Interaksi)
1	**Listing / iklan baris**	Berfungsi sebagai sebuah platform yang di mana para individu dapat memasang barang jualan mereka secara gratis. Pendapatan diperoleh dari iklan premium. Jenis iklan baris seperti ini cocok bagi penjual yang hanya ingin menjual barang dengan kuantitas kecil	OLX, berniaga.com	B2C, C2C
2	**Online Marketplace**	Ini adalah model bisnis di mana website yang bersangkutan tidak hanya membantu mempromosikan barang dagangan saja, tapi juga memfasilitasi transaksi uang secara online. Seluruh transaksi online harus difasilitasi oleh website yang bersangkutan	tokopedia.com, bukalapak.com	C2C
3	**Shopping Mall**	Model bisnis ini mirip dengan Marketplace, tapi penjual yang bisa berjualan di sana haruslah penjual atau brand ternama karena proses verifikasi yang ketat.	blibli.com, zalora.com	B2B, B2C

4	**Toko Online (retail)**	Model bisnis ini cukup sederhana, yakni sebuah toko online dengan alamat website (domain) sendiri di mana penjual memiliki stok produk dan menjualnya secara online kepada pembeli.	lazada.co.id, bhinneka.com	B2C
5	**Toko online di media sosial**	Banyak penjual di Indonesia yang menggunakan web media sosial seperti Facebook, Twitter dan Instagram untuk mempromosikan barang dagangan mereka.	Siapapun yang berjualan dengan media sosial	C2C
6	**Jenis-Jenis website crowdsourcing dan crowdfunding**	Website dipakai sebagai platform untuk mengumpulkan orang-orang dengan skill yang sama atau untuk penggalangan dana secara online.	kitabisa.com, wujudkan.com	C2B
7	**Penyedia Jasa**	Perusahaan yang menyediakan jasa akan menggunakan website sebagai fasilitas platform untuk melakukan transaksi. Perusahaan yang bergerak pada produk penyedia jasa untuk menyurai permasalahan yang sulit diatasi tanpa platform komunikasi yang memadai.	Gojek Traveloka.com Tiket.com	B2B B2C C2C

2.3 Model Pendapatan di *E-commerce*

Berbagai metode atau strategi dilakukan pengusaha di bidang *e-commerce* untuk menghasilkan pendapatan bagi perusahaan atau perorangan untuk menjamin kelangsungan hidupnya.

2.3.1 Ads

Merupakan pengembangan dari model *broadcasting* (penyiaran) tradisional. Dalam hal ini web yang bertindak sebagai *broadcaster* (penyiar) menyediakan konten dan layanan sehingga banyak dikunjungi oleh *netizen* (pengguna internet). Pada web tersebut telah dikombinasikan dengan iklan yang terletak di *banner web*.

Pendapatan dari model tersebut umumnya dipereloh dari biaya pemasangan iklan dari kliennya baik langsung ke penyedia web atau melalui penyedia iklan. Pendapatan akan besar apabila pengunjung atau trafik terhadap web tersebut tinggi atau sering dikunjungi.

2.3.2 Subscription

Model pendapatan subscription merupakan pengembangan dari model produk berlangganan seperti majalah atau jurnal. Di sini pengunjung web akan membayarkan sejumlah uang yang telah ditentukan oleh penyedia konten digital untuk dapat menikmati konten yang bersifat premium. Pembayarannya dapat menggunakan penyedia pembayaran (*payment gateway*).

2.3.3 Affiliate

Model pendapat dengan metode afiliasi dengan memungkinkan terjadinya afiliasi antarweb untuk melakukan promosi atau penjualan lebih lanjut. Contohnya terdapat dua buah web; pertama penyedia barang atau pengiklan dan yang kedua *blogger*. Selanjutnya *blogger* bekerjasama dengan web pertama untuk mengiklankan salah satu produk dalam artikel *blog*nya sehingga pembaca dapat langsung memilih barang tersebut dari web milik *blogger* tersebut. Apabila terjadi transaksi, maka *blogger* akan mendapatkan sebagian keuntungan.

2.3.4 Transaction Fee

Model pendapat biaya transaksi sama halnya dengan broker, penyedia web *e-commerce* menyediakan tempat (fasilitator) transaksi yang nyaman dan aman bagi penjual dan pembeli. Apabila terjadi transaksi di web tersebut maka pemilik web sebagai penjamin akan mendapat biaya persen per transaksi.

2.3.5 Sales

Pada model pendapatan ini, para penyedia sistem *e-commerce* mendapatkan keuntungan dari *margin* keuntungan terhadap hasil penjualan barang baik secara grosir atau enceran.

BAB III

Syarat dan Rukun dalam Transaksi *E-commerce* dalam Islam

Bab ini menjelaskan beberapa poin yang perlu diperhatikan dalam melakukan transaksi *e-commerce* berupa syarat sah dan rukun yang harus ada dalam transaksi *e-commerce*. Dalam kajian muamalah sangat penting memperhatikan rukun sahnya jual beli yang harus dipenuhi. Syariat Islam sangat memperhatikan proses pemindahan hak milik. Hal ini bertujuan untuk mencapai keadilan dan keseimbangan agar setiap orang memperoleh sesuatu yang telah menjadi haknya.

Jumhur ulama berpendapat bahwa rukun jual beli ada 4, yaitu: ***Pertama***, *akad (ijab qabul)*, yaitu ikatan kata antara penjual dan pembeli. Jual beli belum dikatakan sah sebelum *ijab* dan *qabul* dilakukan sebab ia menunjukkan kerelaan (keridhaan). *Ijab qabul* boleh dilakukan dengan lisan dan tulisan. *Ijab qabul* dalam bentuk perkataan dan/atau dalam bentuk perbuatan yaitu saling memberi (penyerahan barang dan penerimaan uang).

Menurut fatwa ulama Syafi'iyah, jual beli barang-barang yang kecil pun harus ada *ijab qabul,* tetapi menurut Imam Nawawi dan ulama *mu-ta'akhirin* Syafi'iyah berpendirian bahwa boleh jual beli barang-barang yang kecil tidak dengan *ijab qabul*. Jual beli yang menjadi kebiasaan seperti kebutuhan sehari-hari tidak disyaratkan *ijab qabul*, ini adalah pendapat jumhur.[1]

[1] Wahbah Zuhaili, Al Fiqh Al Islam Wa'adillatuhu, Dar al Fikr, Damaskus, 1996.

Kedua, orang-orang yang ber*akad* (subjek). Ada 2 pihak yaitu *ba'i* (penjual) dan *mustari* (pembeli).

Ketiga, *ma'kud 'alaih* (objek). *Ma'kud 'alaih* adalah barang-barang yang bermanfaat menurut pandangan syara'.

Keempat, ada nilai tukar pengganti barang yaitu sesuatu yang memenuhi 3 syarat; bisa menyimpan nilai (*store of value*), bisa menilai atau menghargakan suatu barang (*unit of account*) dan bisa dijadikan alat tukar (*medium of exchange*).

Dalam praktik jual beli *e-commerce* ada beberapa hal yang menjadi isu dan harus diperhatikan, yaitu *majlis akad* prinsip *akad*, bentuk penyerahan barang, bentuk serah terima barang dan keabsahan barang yang diterima.

3.1. Majlis Akad

Secara umum bentuk *majlis akad* dalam jual beli harus dilakukan dengan tatap muka dan tunai. Namun, bagaimana sebenarnya bentuk *majlis akad* dalam *e-commerce*? Pertanyaan ini selalu muncul dalam benak masyarakat muslim dewasa ini, mengingat kondisi kedua belah pihak yang ber*akad* tidak langsung bertatap muka pada saat transaksi dilakukan.

Kita meyakini bahwa kemajuan teknologi telah banyak memberikan pola baru dalam tata cara hidup masyarakat. *Majlis akad* yang sebelumnya harus menghadirkan pihak-pihak yang ber*akad*, kini telah bertransformasi dalam bentuk jaringan yang menghubungkan kepada pihak yang ber*akad*. Dalam kaidah fikih disebutkan bahwa *"al-kitaabu kal khithaab"* yang berarti bahwa "catatan (tulisan) itu sebagaiman halnya pernyataan (ucapan)".

Tulisan menjadi alat komunikasi yang mengikat dalam suatu transaksi sebelum terciptanya telepon. Jika tulisan dapat dijadikan alat yang mengikat sebagaimana orang yang bertatap muka, maka tentu saja komunikasi yang terhubung dalam telepon memiliki nilai yang lebih kuat. Platform yang tersedia dewasa ini menyediakan gambaran menyeluruh mengenai objek yang diperjualbelikan. Transformasi *majlis akad* dalam jual beli *online* adalah terhubungnya komunikasi terhadap *akad* perjanjian, dimana jaringan (internet) yang menghubungkan antara penjual dan pembeli yang memuat deskripsi barang, gambar, ukuran, jenis, bentuk, dan harga.

Sejauh ini penyedia layanan pasar *online* juga memberikan kesempatan untuk berkomunikasi secara langsung melalui fasilitas chat, SMS, dan telepon yang memungkinkan keduabelah pihak melakukan tawar-menawar barang dan harga meski keduanya tidak saling mengenal. Sebab asas dari jual beli didasari atas keridhaan, tentu saja upaya dalam mewujudkan keridhaan tersebut mestilah dengan wasilah/perantara yang mudah dipahami.

Kata "*majlis*" berasal dari bahasa Arab, yang menunjukkan kata tempat dan waktu yang berasal dari kata "*julus*" atau duduk, namun kata "*majlis*" sendiri sering digunakan untuk menunjukkan kata keterangan tempat. Adapun "*akad*" secara bahasa berarti ikatan, secara istilah "*akad*" merupakan ikatan dalam suatu transaksi dengan *ijab* dan *qabul*.[2]

Ijab dan *qabul* sendiri dapat diartikan sebagai istilah yang kita sebut sebagai serah terima dalam suatu transaksi antara pihak yang ber*akad*. *Akad* merupakan bagian penting dalam proses pemindahan kepemilikan seorang muslim dengan muslim lainnya, terutama dalam hal jual beli, tanpanya transaksi dapat menjadi batal atau tidak sah. Sebab tuntutan perpindahan kepemilikan dalam suatu transaksi harus didasari atas "*taradhi*"

[2] Muhammad Sadiq Abdullah, "تعريف مجلس العقد," accessed July 4, 2019, http://almerja.com/reading.php?idm=49026.

yaitu keridhaan kedua belah pihak, bahkan jika keridhaan itu tidak terpenuhi maka proses *ijab qabul* dapat batal.

Jumhur ulama menyepakati proses pembentukan *akad* memenuhi rukun sebagai berikut:[3]

a. *Al-'aqidani (pihak yang berakad) yaitu pihak yang melangsungkan transaksi baik ijab atau qabul. Adapun beberapa syarat yang perlu diperhatikan bagi seorang yang berakad adalah :*
   - Baligh/berakal
   - Didasari kemauan kedua belah pihak
   - Cakap hukum

b. *Mahallul 'aqad/ma'qud 'alaih (objek/barang), yaitu objek yang diakadkan dapat berupa barang seperti buku, mobil, yang berbentuk fisik, atau juga dapat berupa nilai manfaat seperti rumah sewa, atau juga berupa jasa seseorang seperti dokter, arsitek, dll. Dalam hal ini ada beberapa hal yang perlu diperhatikan mengenai objek akad, sebagai berikut :*
   - Objek harus halal dan tidak bertentangan dengan syariat.
   - Objek harus diketahui secara detail.
   - Objek harus terukur dan jelas.

c. *Shighat 'aqad (ijab dan qabul). Ijab dan qabul merupakan bentuk pernyataan serah terima yang didasari oleh kedua pihak yang berakad. Bentuk ini merupakan bukti keinginan terjadinya akad dari kedua belah pihak, baik itu dilaksanakan dengan perkataan, tulisan (f aktur/kuitansi/bon), atau dapat juga berupa isyarat yang mudah dimengerti, gimik, mimik yang menunjukkan keridhaan dari pihak yang berakad.*

Mazhab Hanafi mendefinisikan *ijab* dan *qabul* berasal dari masing-masing pihak yang berakad yang menunjukkan kesepakatan dan ker-

[3] Wahbah Az-Zuhaili, Al-Fiqh Al-Islami Wa Adillatuhu, IV (Damaskus: Dar al-Fikr, 1989), 92.

idhaan terhadap objek yang ditransaksikan. Sebagai contoh dalam jual beli: Seorang pembeli berkata:*"Saya beli barang ini dengan harga segini"* dan penjual menjawab: *"Saya jual barang ini dengan harga sekian"*, terjadilah akad. Pada kasus ini *ijab* di pihak penjual dikarenakan ia adalah pemilik barang, sedangkan *qabul* ada dipihak pembeli.

Untuk dapat lebih jelasnya, ada beberapa syarat yang harus diperhatikan dalam *ijab* dan *qabul*, yaitu:

d. *Wujuuhu dalaalah, yaitu kejelasan maksud/tujuan dari akad transaksi yang disepakati, tidak ada keraguan dari pihak yang berakad, jika sekiranya ada hal yang kurang jelas atau samar-samar, maka akad belum sah dilaksanakan.*

e. *Kesesuaian qabul dan ijab. Sebagai contoh, jika penjual memberikan penawaran:"Saya jual tanah saya dengan harga Rp10 juta, pembeli menjawab:"Saya hanya mau beli sepeda motornya dengan harga Rp 4 juta", dalam kasus ini, akad tidak dapat dilanjutkan dikarenakan tidak terpenuhinya kesepakatan antar kedua belah pihak.*

f. *Terhubungnya qabul dan ijab, hendaknya dilaksanakan dalam satu majlis jika keduanya hadir bersama-sama. Namun jika tidak, dapat dilaksanakan melalui jaringan/terhubung kedua belah pihak.*

Dalam transaksi *e-commerce*, semua bentuk rukun jual beli harus terpenuhi mulai dari pihak yang berakad hingga terhubungnya *qabul* dan *ijab*. Sebagaimana kita ketahui bahwa dasar dari rukun dan syarat pada suatu transaksi dapat dibenarkan adalah keridhaan pada pihak yang berakad, yaitu penjual dan pembeli, sehingga dalam suatu akad, instrumen yang sangat diperhatikan adalah kejelasan secara detail terhadap objek yang diperjualbelikan, baik zatnya, keutamaannya, fungsinya, bentuknya, bahkan ketentuan harganya.

Semua itu dilakukan demi tuntutan untuk mewujudkan jual beli yang didasari atas "*taradhi*" atau keridhaan kedua belah pihak. Maka dengan

dasar keridhaan dalam jual beli, *majlis* akad tidak terbatas pada pemahaman di mana kedua belah pihak harus hadir secara fisik di tempat, melainkan boleh secara virtual, selama terhubung melalui suatu jaringan yang menghubungkan kedua belah pihak dalam waktu berjalan (*online*), seperti komunikasi melalu via seluler, atau internet.

3.2. Prinsip Akad

Kesepakatan menjadi hal yang prinsip yang harus dilakukan oleh setiap individu dalam setiap transaksi di antara mereka. Dalam hal memenuhi kesepakatan disebut akad. Ada beberapa prinsip yang harus dipenuhi dalam mewujudkan akad yang sah dalam syariat, yaitu: Prinsip kebolehan, prinsip kebebasan berakad, prinsip konsensualisme, prinsip janji itu mengikat, prinsip kemaslahatan, prinsip amanah, dan prinsip keadilan.[4]

Gambar 3.1 Prinsip Akad

[4] MA. Prof. Dr. Syamsul Anwar, Hukum Perjanjian Syariah - Studi Tentang Teori Akad Dalam Fikih Muamalat, 1st ed. (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007).

a. Prinsip Kebolehan

Kebolehan adalah menerangkan bahwa tidak ada sesuatu yang Allah haramkan pada manusia kecuali yang telah ada ketetapan dalam Alquran dan Sunah Rasulullah. Artinya segala sesuatu pada dasarnya adalah boleh selama tidak ada syariat yang mengharamkannya atau melanggar ketentuan syariat. Prinsip ini telah dirumuskan dalam kaidah: *"Pada dasarnya segala sesuatu itu boleh kecuali ada dalil yang mengharamkannya"*.

Dalam kegiatan muamalah semuanya boleh selama tidak ada yang menunjukkan indikator yang bertentangan dengan syariat. Kaidah ini memberikan ruang kepada muslim untuk kreatif dan inovatif dalam memberikan pola atau mekanisme yang terbaik dalam muamalah. Namun perlu diperhatikan bahwa prinsip ini hanya berlaku pada muamalah saja, tidak dalam konteks ibadah. Sebab, dalam ibadah tidak dibenarkan membuat bentuk ibadah baru selain yang telah diajarkan oleh Rasulullah. Adapun dasar kaidah ini bersumber dari Alquran dan hadis, yaitu:

هُوَ الَّذِي خَلَقَ لَكُمْ مَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا

"Dia-lah Allah yang menjadikan segala yang ada di bumi untuk kamu."

Al-Qurtubi dalam tafsirnya menjelaskan makna dari ayat di atas bahwa kata *"khalaqa lakum"* dimaksudkan untuk kamu sekalian yaitu seluruh apa yang ada di bumi Allah berikan kepada kamu (manusia) sekalian dan pada kalianlah pengelolaan atasnya.[5] Ia melanjutkan, bahwa makna kata "*lakum*" pada ayat di atas adalah "*litantafi'u*" yaitu agar kamu manfaatkan. Dengan demikian segala sesuatu yang mendatangkan manfaat (positif) maka hukumnya adalah boleh sampai ada dalil yang menunjukkan keharamannya.

[5] Al-Qurtubi, Tafsir Al-Jami Fi Ahkamil Quran (Beirut: Daar Ar-Risalah, 2006).

Dalam hadis juga diterangkan berdasarkan dari riwayat Abu Darda'

عن أبي الدرداء، قال: قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: ماأحل اللهُ في كتابه فهو حلال، وما حرم فهو حرام، وماسكت عنه فهو عافية، فاقبلوا من الله عافيته؛ فإن الله لم يكن نسيًّا

Dari Abu Darda' berkata: Rasulullah saw bersabda: "Apa yang telah Allah halalkan dalam kitab-Nya adalah halal, dan apa yang telah Ia haramkan dalam kitab-Nya adalah haram. Adapun apa yang Allah diam atasnya adalah boleh, maka terimalah dari Allah apa yang diperbolehkan-Nya, sebab Allah tidak lupa akan sesuatu apa pun."

b. Prinsip kebebasan berakad

Salah satu poin penting dalam berakad adalah kebebasan hak seseorang dalam menentukan apa yang perlu dan harus ia transaksikan. Setiap individu memiliki hak penuh dalam memilih dan menentukan dalam suatu kesepakatan. Agama Islam mengakui hak kebebasan setiap orang dalam berakad. Hal ini telah menjadi prinsip hukum yang memberikan ruang kepada setiap muslim untuk membuat akad dalam bentuk apa pun tanpa adanya tekanan atau terikat kepada apa pun serta klausul apa saja yang menjadi konsekuensi seseorang terkait apa yang diakadkannya selama tidak bertentangan dengan syariat atau memberikan dampak mudharat/merugikan orang lain, baik secara materi maupun imaterial. Adapun dalil adanya kebebasan seseorang dalam berakad, sebagaimana firman Allah swt:

يٰأَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْٓا أَوْفُوْا بِالْعُقُوْدِ

"Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu."

Kata-kata akad yang termaktub dalam firman Allah di atas berbentuk plural (jamak), sehingga dapat diinterpretasikan bahwa keluasan bentuk akad yang Allah beri kepada umat manusia dalam transaksi muamalah. Anwar dalam bukunya menjelaskan bahwa berdasarkan kaidah Ushul Fiqh, penekanan bentuk jamak pada kalimat *al-uquud* adalah menunjukkan keumuman, sehingga ayat tersebut dapat disimpulkan bahwa orang dapat membuat akad dalam hal apa saja[6].

Namun, jika kita kaitkan dengan beberapa pandangan mazhab, terjadi perbedaan pendapat mengenai seberapa besar/luas atau sempitnya ruang kebebasan tersebut. Prinsip *hurriyah* (kebebasan) ini merupakan bentuk nyata dan konkrit tegas terhadap prinsip ibahah (kebolehan) dalam muamalah. Hanya saja, makna kebebasan di sini tidak dapat dimaknai secara bebas, melainkan tetap ada rambu-rambu syariat yang wajib diperhatikan. Hal ini diperkuat dengan pernyataan Mustafa Ahmad Zarqa dalam kitabnya meski dalam akad terdapat kebebasan di dalamnya, namun kebebasan tersebut wajib didahului dengan memenuhi rukun dan syarat dalam ketentuan berakad.[7]

c. Prinsip Konsensualisme

Dasar konsensualisme merupakan adanya keridhaan antara pihak yang berakad. Prinsip ini merupakan bentuk kesepakatan dari pihak yang melakukan transaksi dalam apa pun. Dalam hukum Islam secara umum mengisyaratkan segala akad/perjanjian harus bersifat konsensual. Hal ini diperkuat dalil yang termuat dalam surah al-Nisa': 29, al-Nisa': 4, dan diperkuat oleh sabda Nabi Muhammada: "Sesungguhnya jual beli itu berdasarkan kata sepakat."[8]

---

[6] Al-Qurtubi.

[7] Mustofa Ahmad Az-Zarqa, Al-Fiqh Al-Islami Al-Jadid. 01-Madkhal Al-Fiqhi Al-'Arnm, I (Beirut: Diir al-Fikr, 1918), 212–13.

[8] Ibnu Hibban, Shahih Ibnu Hibban (Beirut: Mu'assasah ar-Risalah, n.d.). XI:340, hadis no. 4967 dan Ibnu Majah, Sunan Ibnu Majah (Beirut: Darul fikr) II : 737, hadis no. 2185

d. Prinsip Janji Mengikat

Ayat Alquran banyak menekankan pada kewajiban seseorang untuk menunaikan perjanjian yang telah disepakati. Bahkan dalam beberapa hadits juga banyak ditemukan kewajiban memenuhi akad dan perjanjian, sebagaimana dari Ali bin Abi Thalib berkata, Rasulullah bersabda:

مَنْ أَخْفَرَ مُسْلِمًا، فَعَلَيْهِ لَعْنَةُ اللّٰهِ وَالْمَلَائِكَةِ وَالنَّاسِ أَجْمَعِيْنَ ، لَا يُقْبَلُ مِنْهُ صَرْفٌ وَلَا عَدْلٌ

Artinya: *"Barang siapa yang tidak menepati janji seorang muslim, maka dia mendapat laknat Allah, malaikat, dan seluruh manusia. Tidak diterima darinya taubat dan tebusan." (HR. Bukhari: 1870 dan Muslim: 1370)*

Dari beberapa ayat Alquran secara tegas dan sharih dinyatakan sebagai berikut: "*Dan penuhilah janji; sesungguhnya janji itu pasti diminta pertanggungan jawabnya.*' Surah al-Isra': 34: "*Dan penuhilah janji Allah*". Surah al-An'am: 152, juga terdapat pada Surah al-Ra'du: 20, Surah Ali Imran: 76, al-Anfal: 72 dan al-Baqarah: 40.

e. Prinsip Kemaslahatan

Pada dasarnya pada setiap ketentuan syar'i yang telah diatur dalam ajaran Islam adalah terwujudnya kemaslahatan pada tiap yang berakad. Dengan prinsip kemaslahatan ini dimaksudkan untuk mengeliminir kerugian bagi pihak yang berakad.

f. Prinsip Amanah

Prinsip amanah menuntut iktikad baik dari pihak yang berakad, adanya kepercayaan dan kejujuran dari pihak yang berakad. Hal ini dimaksudkan bahwa masing-masing pihak dituntut untuk beritikad baik

dalam bertransaksi dengan pihak lainnya dan tidak dibenarkan salah satu pihak mengeksploitasi ketidaktahuan mitranya.

3.3. Bentuk Penyerahan Barang

Sebelum melakukan proses serah terima barang, perlu diketahui bentuk-bentuk pernyataan kehendak berupa *ijab* dan *qabul* dalam proses akad. Adapun beberapa bentuk yang boleh dilakukan dapat melalui verbal (ucapan), delegasi, dan tulisan. Berikut dijelaskan mengenai poin pernyataan kehendak:[9]

a. Pernyataan kehendak melalui verbal

Penyertaan secara verbal atau dengan ucapan/perkataan adalah hal yang mudah dan sering dilakukan oleh semua orang yang melakukan transaksi. Bentuk pernyataan secara verbal bersifat langsung yang dihadiri oleh pihak-pihak yang berakad. Bentuk pernyataan ini tidak dibatasi dengan ruang dan jarak, proses ini dapat juga dilakukan via internet, telepon, atau teleconference.

b. Pernyataan kehendak melalui delegasi

Jika pihak yang berakad tidak dapat untuk menghadiri secara langsung proses akad, maka ajaran Islam membolehkan pengutusan/delegasi kepada orang yang dipercaya untuk dapat melaksanakan akad, baik melalui tulisan maupun catatan yang disampaikan kembali melalui verbal.

c. Pernyataan kehendak melalui tulisan

Pernyataan yang dilakukan melalui tulisan merupakan catatan tertulis dari pihak yang tidak dapat secara langsung melaksanakan proses akad. Bentuk pernyataan ini memberi kemudahan bagi individu yang

[9] Prof. Dr. Syamsul Anwar, Hukum Perjanjian Syariah - Studi Tentang Teori Akad Dalam Fikih Muamalat, 136.

berhalangan hadir dan dapat dijadikan sebagai bukti sah dalam transaksi jual beli.

Bentuk pernyataan serah terima barang dalam suatu transaksi tidak terbatas pada pernyataan yang tersebut di atas. Pengembangan bentuk proses serah terima dapat dikembangkan dalam bentuk lainnya. Hal ini dimaksudkan untuk menyesuaikan perkembangan teknologi dan informasi selama hal-hal yang terkait dengan rukun jual beli terpenuhi dan tidak merugikan kepada pihak yang terlibat dalam akad, seperti *gharar, maisir*, dan riba.

3.4. Bentuk Serah Terima

Pola dan skema serah terima barang dalam jual beli memiliki macam bentuk. Serah terima barang dalam jual beli adanya adanya penerimaan barang yang diterima pembeli, dan diterimanya sejumlah harta kepada penjual. Suatu transaksi jual beli dapat dikatakan sah manakala barang yang dibeli telah diterima fisiknya oleh pembeli. Dalam transaksi *e-commerce* pada umumnya menerapkan skema pembayaran secara tunai, selanjutnya barang akan dikirim kepada pembeli, sebagaimana sering disebut dengan istilah *bai' salam*.

Konsep yang terjadi pada saat ini dalam *e-commerce* telah memiliki skema yang cukup ketat. Dana yang telah ditransfer oleh pembeli tidak langsung diterima oleh suplier/penjual (pedagang), namun dana tersebut terlebih dahulu diterima oleh pihak ke 3 yang dalam hal ini pemilik lapak virtual atau disebut juga Olshop (seperti Shopee, Bukalapak, Tokopedia, dan lain lain.). Selanjutnya, suplier/pedagang menerima orderan dari pihak Olshop hingga barang yang dipesan langsung dikemas dan dikirimkan melalui jasa cargo (kantor pos, JNE, J&T dan lain-lain). Jika barang telah sampai kepada penerima tanpa ada kendala dan permasalahan, maka pihak penerima diarahkan untuk memberikan notifikasi

dan tanggapan. Ketika tanggapan telah diberikan, pihak Olshop mentransfer dana yang telah diterima kepada suplier/pedagang.

Namun, bagaimana sekiranya barang yang diperjualbelikan merupakan barang atau aset yang tidak bergerak. Dalam hal ini kita dapat membedakan jenis barang dagangan dalam dua bagian utama, yaitu:

a. Barang/aset yang tidak dapat dipindah

Para ulama sepakat bahwa barang/aset yang diperjualbelikan dalam jenis ini harus dilaksanakan dengan cara pengosongan properti yang dibeli, atau ditempati, juga dapat berupa simbolis seperti pemberian kunci atau dalam bentuk pernyataan berupa surat-surat yang menerangkan kepemilikan sah. Artinya serah terima yang dilakukan dalam bentuk pernyataan yang menerangkan kepemilikan barang, karena aset tidak bergerak tidak mungkin dapat dilakukan atau dipindahtangankan kecuali melalui bentuk pernyataan.

b. Barang/aset yang dapat dipindah

Pada bagian ini barang yang dapat dipindah dapat juga diselesaikan sesuai dengan kesepakatan antara penjual dan pembeli, minimal dengan memindahkan barang tersebut dari pihak penjual kepada pihak penerima (pembeli).

3.5. Keabsahan Barang yang Diterima

Ada beberapa hal yang wajib diperhatikan agar transaksi dalam *e-commerce* memenuhi keabsahan dan terhindar dari cacat dalam prosesnya, yaitu:

a. Hak kepemilikan penuh

Ijmak ulama telah menyepakati bahwa harta/barang yang dijual merupakan barang atas kepemilikan penuh, bukan dalam tertanggung, atau dalam kepemilikan publik.

b. Barang yang ditampilkan jelas dan terukur secara detail, jenis dan sifatnya

Para ulama sepakat bahwa proses jual beli dapat dikatakan sah tatkala pihak pembeli mengetahui secara detail barang yang dijual. Terkait dengan *e-commerce* jumhur ulama menyepakati bahwa jika fisik barang tidak ada pada saat terjadinya proses akad, maka pihak penjual wajib menerangkan secara detail dan rinci mengenai sifat, jenis, bentuk, ukuran, dan seluruh terkait dengan barang yang dijual kepada pihak pembeli.

Adapun dalil yang memperkuat pendapat jumhur sebagai berikut:

وَأَحَلَّ اللّٰهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya: "Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba."[10]

Ayat di atas menunjukkan secara mutlak bahwa jual beli adalah boleh. Hukum mengenai kebolehan ini mencakup objek yang dijual tunai maupun tertangguh (melalui proses pengiriman) dengan catatan wajib memperlihatkan sifat-sifat objek yang dijual. Diriwayatkan dari Abdullah bin Mas'ud RA, bahwa Rasulullah SAW bersabda: *"Jangan bersinggungan secara langsung antara satu wanita dengan wanita lainnya, boleh jadi ia menjelaskan sifatnya kepada suaminya seolah-olah dia melihatnya".*[11]

Rasulullah SAW melarang istri yang menceritakan sifat-sifat kewanitaan lainnya kepada suaminya. Hal ini dapat membuat orang yang mendengar sifat tersebut seakan telah melihatnya. Maka, pemberian informasi mengenai sifat-sifat tersebut dapat dikategorikan masuk pada melihat sesuatu yang diinformasikan. Dengan kasus di atas, dapat diambil

[10] Q.S. al-Baqarah : 275

[11] Muhammad bin Ismail Bukhari, "Shahih Bukhari," in Shahih Bukhari (al-Maktabah Ashriyah, 1997). Shahih Bukhari ; Kitab Nikah ; Bab 119, hadis 5240,

kesimpulan bahwa dengan menyampaikan keterangan sifat saja cukup dapat dianggap dikategorikan melihat, apalagi *e-commerce* didukung dengan teknologi foto yang dapat menggambarkan objek sebenarnya.

Oleh karena itu keabsahan barang yang diperjualbelikan harus memenuhi dua syarat: *Pertama,* barang yang dijual dan dibeli adalah barang yang halal dan bermanfaat. Diupayakan yang telah mendapatkan sertifikasi halal resmi. *Kedua*, barang yang dikirim sesuai dengan yang ditampilkan/diiklankan.

Sahnya transaksi jual beli dalam *e-commerce* dapat dikatakan sempurna manakala barang yang dipesan telah sampai sesuai dengan alamat tujuan dengan perjanjian waktu pengiriman yang telah ditentukan dan utuh sebagaimana keterangan melalui sifat-sifat yang telah dijelaskan melalui katalog Olshop. Jika yang diterima tidak sesuai dengan apa yang diakadkan, maka pihak pembeli diberikan hak *hiyar* untuk melakukan *refund* atau penggantian barang sesuai dengan yang termaktub dalam akad.

BAB IV

Perilaku Muslim dalam Menggunakan *E-commerce*

Dalam interaksi ekonomi, baik sebagai pedagang maupun pembeli, nilai dan etika dalam melakukan interaksi sangat ditekankan dalam Islam. Islam sangat menekankan adanya sifat jujur dalam semua bentuk perdagangan. Kejujuran itu sendiri merupakan inti dari keberkahan dalam sebuah perdagangan.

Sadar akan pentingnya kejujuran dan menghindari berbuat curang, Alquran mengisahkan bagaimana Allah menegur penduduk Madyan dan akhirnya mengazab mereka dengan azab yang sangat pedih karena sifat kejujuran hilang dalam interaksi ekonomi mereka, kecurangan merajalela dalam dunia dagang mereka. Allah berfirman:

وَإِلَىٰ مَدْيَنَ أَخَاهُمْ شُعَيْبًا ۗ قَالَ يَا قَوْمِ اعْبُدُوا اللَّهَ مَا لَكُمْ مِنْ إِلَٰهٍ
غَيْرُهُ ۖ قَدْ جَاءَتْكُمْ بَيِّنَةٌ مِنْ رَبِّكُمْ ۖ فَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ
وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ
إِصْلَاحِهَا ۚ ذَٰلِكُمْ خَيْرٌ لَكُمْ إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ ○

Artinya: "Dan kami telah mengutus kepada penduduk Madyan saudara mereka Syu'aib. Ia berkata: 'Hai kaumku, sembahlah Allah, sekali-kali tidak ada Tuhan bagimu selain Dia. Sesung-

guhnya telah datang kepadamu bukti yang nyata dari Tuhanmu. 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 Allah memperbaikinya. Yang demikian itu lebih baik bagimu jika betul-betul kamu adalah orang-orang yang beriman" (QS: al-A'raaf : 85)

Begitu pun di akhirat, seorang pedagang yang tidak mengindahkan kejujuran diancam dengan siksa yang teramat pedih, dan akan dimasukkan ke salah satu lembah neraka. Allah berfirman:

وَيْلٌ لِلْمُطَفِّفِينَ, الَّذِينَ إِذَا اكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ, وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ

Artinya: "Wayl bagi orang-orang yang curang. (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi." (QS: Al-Muthaffifin : 1-3)

Qurthubi berkata dalam tafsirnya, "*wayl*" bermakna azab yang pedih di akhirat dan Ibnu Abbas berkata "*wayl*" berarti salah satu lembah di neraka jahannam yang dialiri nanah para penghuni neraka.

Kejujuran adalah salah satu sifat muslim dalam melakukan transaksi ekonomi yang merupakan bagian dari perilaku bisnis Islam. Di samping sifat kejujuran, perilaku muslim hendaknya menjaga adab dan etika dalam menjalankan menjalankan berbagai aktivitas ekonomi, baik terhadap konsumen (pembeli), penjual, penyedia jasa maupun pesaing bisnisnya (pedagang lainnya).

Ada beberapa adab dan etika secara umum yang hendaknya menghiasi perilaku muslim dalam menjalankan aktivitas ekonomi:

Pertama, mempunyai niat yang tulus dan lurus. Dengan niat yang tulus dan lurus karena Allah sehingga semua bentuk aktivitas yang mubah (pekerjaan duniawi) berubah menjadi ibadah. Kehidupannya akan berubah menjadi kehidupan yang teratur dan melakukan kegiatan yang merupakan bagian dari ketaatan kepada Allah SWT. Inilah makna mendalam dari firman Allah SWT dalam Surah adz-Dzariyat : 56:

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ

Artinya: Dan Aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka menyembah-Ku.

Rasulullah SAW juga bersabda:

إِنَّمَا الْأَعْمَالُ بِالنِّيَّاتِ وَإِنَّمَا لِكُلِّ امْرِيءٍ مَا نَوَى

Artinya: "Sesungguhnya amal perbuatan itu tergantung dengan niat, dan sesungguhnya masing-masing orang mendapatkan balasan dari perbuatannya sesuai dengan niatnya. (H.R. Muslim, No. 1907).

Niat yang baik untuk diri sendiri akan akan melahirkan sikap mawas diri untuk tetap menjaga diri dan harta benda dari yang haram, memelihara diri dari perbuatan yang hina, tetap menguatkan diri untuk beribadah kepada Allah selama aktivitas ekonomi dilakukan, menjaga silaturahmi dan berbagai bentuk kebajikan lainnya. Hal ini dikarenakan ia menyadari bahwa setiap aktivitas ekonomi yang dilakukan adalah termasuk dalam kegiatan yang diatur dalam Islam dan merupakan kegiatan yang harus dipertanggungjawabkan sama Allah yang bernilai ibadah.

Adapun keinginan atau niat yang baik untuk orang lain, yaitu ikut andil memenuhi kebutuhan masyarakat yang mana perbuatan itu termasuk *fadhu kifayah*, membuka lapangan kerja bagi masyarakat dan ikut andil mengurangi angka kemiskinan dan pengangguran, sehingga melahirkan masyarakat yang mandiri dan punya harga diri.

Kedua, menghiasi diri dengan perilaku yang baik (*akhlaaqul kariimah*). Di antara perilaku yang baik dalam dunia usaha adalah sifat jujur, amanah, sabar, menunaikan janji, bersikap konsekuen dalam membayar hutang dan memiliki toleransi dalam menagih hutang, memberikan kelonggaran kepada orang yang berhutang dan kesulitan dalam membayarnya, memahami kekurangan orang lain, tidak menahan hak orang lain seperti gaji, tidak menipu, manipulasi dan lain-lain.

Akhlak yang baik adalah tonggak agama dan dunia. Bahkan kebajikan ini adalah akhlak yang baik. Rasulullah diutus untuk menyempurnakan akhlak manusia. Orang yang paling baik akhlaknya adalah orang yang paling disukai oleh Rasulullah dan yang paling dekat dengan Rasulullah di hari kiamat.

Allah SWT berfirman dalam Surah al-Qalam ayat 4:

وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ

Artinya: Dan sesungguhnya kamu benar-benar berbudi pekerti yang agung.

Rasulullah bersabda: إِنَّمَا بُعِثْتُ لِأُتَمِّمَا صَالِحَ الْأَخْلَاق

Artinya: Sesungguhnya aku (Muhammad) diutus untuk menyempurnakan akhlak yang baik." (HR. Ahmad 2: 381).

Seorang pengusaha dan konsumen muslim selalu menghiasi diri dengan akhlak yang mulia. Sikap itu tidak muncul hanya dari sisi kepentingan komersial semata, seperti yang dilakukan kalangan nonmuslim. Namun

sikap itu muncul dari keyakinan yang kokoh. Porosnya adalah ketaatan kepada Allah dan mengikuti jejak Rasulullah serta mengharapkan pahala dari Allah. Kalaupun mereka mendapatkan keuntungan di balik tindakan mereka tersebut, baik pengusaha dan konsumen, seperti perdagangan mereka laku keras ataupun mendapatkan diskon dalam pembelian barang, hal itu terjadi sebagai hasil tujuan sampingan, bukan menjadi tujuan utama.

Ketiga, menunaikan hak. Seorang pengusaha muslim akan menyegerakan untuk menunaikan hak orang lain, baik itu berupa upah kerja, janji dengan konsumen sampai hutang kepada pihak tertentu. Dengan demikian, pada suatu usaha jasa atau badan niaga diharuskan menciptakan suatu sistem transaksi yang memiliki orientasi menyegerakan penunaian hak tersebut, seperti mempercepat pembayaran, pengiriman barang atau membayar sesuai waktu yang ditentukan. Hal ini juga berlaku pada konsumen muslim yang berkewajiban menunaikan kewajibannya kepada pengusaha muslim atas kontrak yang mereka lakukan.

Nabi SAW bersabda: أَعْطُوا الْأَجِيرَ أَجْرَهُ قَبْلَ أَنْ يَجِفَّ عَرَقُه

Artinya: "Berikan upah kepada pekerja sebelum keringatnya kering" (H.R. Ibnu Majah No. 2443).

Rasulullah juga bersabda:

ثَلَاثَةٌ أَنَا خَصْمُهُمْ يَوْمَ الْقِيَامَةِ: رَجُلٌ أَعْطَى بِي ثُمَّ غَدَرَ، وَرَجُلٌ بَاعَ حُرًّا فَأَكَلَ ثَمَنَهُ، وَرَجُلٌ اِسْتَأْجَرَ أَجِيرًا فَاسْتَوْفَى مِنْهُ، وَلَمْ يُعْطِهِ أَجْرَهُ

Artinya: "Ada tiga golongan yang menjadi musuh-Ku pada hari kiamat nanti. Orang yang memberi jaminan atas nama-Ku, lalu ia berkhianat, orang yang menjual orang merdeka lalu memakan

hasilnya dan orang yang menyewa pekerja dan meminta pekerja itu untuk melaksanakan seluruh tugasnya, namun tidak memberikan upah. (H.R. Bukhari: No. 2227)

Rasul juga bersabda: مَطَلُ الْغَنِيِّ ظُلْمٌ

Artinya: "Sikap orang kaya yang memperlambat pembayaran utang adalah kezaliman". (H.R. Bukhari: 2287 dan Muslim: 3345)

Di antara hak yang harus ditunaikan yang paling utama adalah hak-hak Allah terhadap para hamba-Nya yang kaya dalam harta mereka, yaitu dalam bentuk zakat-zakat yang wajib, lalu diikuti dengan sedekah dan infak. Sebagaimana firman Allah dalam surah al-Ma'arij: 24-25.

وَالَّذِينَ فِي أَمْوَالِهِمْ حَقٌّ مَعْلُومٌ لِلسَّائِلِ وَالْمَحْرُومِ

Artinya: Dan orang-orang yang dalam hartanya tersedia bagian tertentu, bagi orang (miskin) yang meminta dan orang yang tidak mempunyai apa-apa (yang tidak mau meminta).

Allah juga berfirman dalam surah al-Taubah: 103:

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ ۖ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ ۗ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

Artinya: Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka, dan mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketenteraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui.

Di antara berkah zakat yang paling jelas terlihat di tengah masyarakat adalah munculnya ketenteraman, kestabilan keamanan sosial, karena semua rasa dengki akibat ketimpangan sosial dan ekonomi sudah bisa dihilangkan dari hati kaum fakir dan miskin. Kebaikan dari pengusaha muslim dengan sikap menolong yang tumbuh dari kebesaran jiwa orang-orang kaya akan menimbulkan rasa kasih sayang, saling bahu-membahu dengan masyarakat miskin dalam menciptakan kemapanan sosial.

Keempat, mewujudkan kemaslahatan dan tidak menimbulkan kemudharatan. Seorang pengusaha muslim dan konsumen muslim dalam melakukan transaksi bisnis tetap menganut kaidah:

لاَ ضَرَرَ وَلاَ ضِرَار

Artinya: Tidak boleh memudharatkan dan tidak pula membalas dengan memudharatkan orang lain. (H.R Ahmad: 2272).

Seorang pengusaha muslim tidak boleh memainkan harga barang. Perilaku ini dapat merugikan pedagang lain. Ia juga tidak akan memahalkan harga barang karena memanfaatkan kebutuhan orang lain, karena dia sendiri yang memiliki barang tersebut. Seorang usahawan muslim tidak akan menjual barang yang masih dalam proses transaksi jual beli dengan orang lain. Ia tidak akan menawar barang yang masih ditawar oleh orang lain. Ia tidak akan berlebihan memuji barangnya ketika menjualnya. Ia juga tidak akan berlebih-lebihan menjelekkan barang milik pengusaha lainnya.

Hal ini juga berlaku bagi seorang konsumen muslim bahwa ia tidak akan membeli barang yang masih dalam proses transaksi jual beli orang lain. Ia tidak akan menawar barang yang masih ditawar oleh orang lain. Ia tidak akan berlebihan memuji barang orang lain untuk mendapatkan

barang pengusaha lainnya dengan lebih murah. Ia juga tidak akan berlebih-lebihan menjelekkan barang pengusaha lainnya.

Rasulullah SAW melarang perbuatan yang bisa menimbulkan kemudharatan yang lebih besar apabila dilakukan oleh seorang muslim, seperti kandungan hadist:

لاَ يَبِعْ بَعْضُكُمْ عَلىَ بَيْعِ بَعْض

Artinya: Janganlah sebagian di antara kamu menjual sesuatu yang masih dalam transaksi orang lain (HR. Bukhari no. 2139).

Dalam riwayat lain, Rasulullah bersabda:

لاَ يَبِعِ الرَّجُلُ عَلَى بَيْعِ أَخِيهِ وَلاَ يَخْطُبْ عَلَى خِطْبَةِ أَخِيهِ إِلاَّ أَنْ يَأْذَنَ لَه

Artinya: Janganlah salah seorang di antara kalian menjual sesuatu yang masih dalam proses transaksi orang lain. Dan janganlah seorang laki-laki meminang wanita yang masih berada dalam pinangan orang lain, kecuali ia (peminang pertama) mengizinkannya. (H.R. Muslim: 1412)

Kelima, menghindari praktik jual beli yang mengandung unsur riba, menipu, mubazir, judi dan gharar. Allah SWT telah mengharamkan riba dan melaknat serta menghancurkan harta yang didapat dari riba. Allah juga memaklumkan perang bagi pelaku riba. Seorang muslim harus menjauhi praktik riba, baik sebagai pedagang atau sebagai konsumen. Jangan jadikan alasan atas dasar saling ridha lalu berbuat riba yang telah diharamkan oleh Allah SWT. Allah berfirman dalam Surah al Baqarah 275-276:

الذين يأكلون الربا لا يقومون إلا كما يقوم الذي يتخبطه الشيطان من المس ذلك بأنهم قالوا إنما البيع مثل الربا وأحل الله البيع وحرم الربا فمن جاءه موعظة من ربه فانتهى فله ما سلف وأمره إلى الله ومن عاد فأولئك أصحاب النار هم فيها خالدون. يمحق الله الربا ويربي الصدقات والله لا يحب كل كفار أثيم

Artinya: Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang mengulangi (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya. Allah memusnahkan riba dan menyuburkan sedekah. Dan Allah tidak menyukai setiap orang yang tetap dalam kekafiran, dan selalu berbuat dosa.

Rasulullah bersabda:

لَعَنَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ آكِلَ الرِّبَا وَمُؤْكِلَهُ وَكَاتِبَهُ وَشَاهِدَيْهِ وَقَالَ هُمْ سَوَاءٌ

Artinya: Rasulullah melaknat pemakan riba, orang yang memberikannya, juru tulisnya dan saksi dari kedua belah pihak. Rasulullah SAW berkata: Semua mereka sama. (H.R. Muslim: 1598).

Seorang muslim dilarang untuk menipu, melakukan transaksi yang menimbulkan kemubaziran, mengandung unsur judi dan ketidakpastian bagi pedagang atau konsumen.

Rasulullah bersabda:

أَفَلاَ جَعَلْتَهُ فَوْقَ الطَّعَامِ كَىْ يَرَاهُ النَّاسُ مَنْ غَشَّ فَلَيْسَ مِنِّى

Artinya: Kenapa kamu tidak meletakkan di bagian atas sehingga bisa terlihat orang? Barang siapa yang menipu, ia bukan termasuk golonganku. (H.R. Muslim: 102)

Rasulullah bersabda:

نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْحَصَاةِ وَعَنْ بَيْعِ الْغَرَرِ

Artinya: Rasulullah SAW melarang menjual dengan sistem jual beli hashah (melempar batu; seperti menjual tanah dan mengukur luasnya tanah dengan lemparan batu) dan jual beli gharar. (H.R. Muslim: 1513).

Keenam, loyal kepada pedagang muslim. Seorang pengusaha atau konsumen yang sudah mengunjungi semua belahan dunia dengan usaha yang ia lakukan atau dengan uang yang dia miliki, namun tetap harus diingat bahwa ia bagian dari umat Islam. Sebagai muslim ia harus mengusung dalam hatinya akan loyalitas, kecintaan dan pembelaan terhadap umat Islam, sehingga ketika ia melakukan transaksi baik sebagai pedagang atau konsumen, ia lebih mengutamakan muslim dan kepentingan kaum muslimin, walaupun tidak ada larangan untuk bertransaksi dengan nonmuslim selama tidak bertentangan dengan ketentuan-ketentuan syariah.

Seorang muslim harus bahu-membahu untuk saling mengukuhkan bisnis sesama muslim. Hal itu sebagai salah satu wujud keimanan seseorang untuk membela kepentingan kaum muslimin dan saling menolong sesama kaum muslimin. Hal ini senada dengan firman Allah SWT dalam surah Ali Imran: 28:

لَّا يَتَّخِذِ الْمُؤْمِنُونَ الْكَافِرِينَ أَوْلِيَاء مِن دُوْنِ الْمُؤْمِنِينَ وَمَن يَفْعَلْ ذَلِكَ فَلَيْسَ مِنَ اللّهِ فِي شَيْءٍ إِلاَّ أَن تَتَّقُواْ مِنْهُمْ تُقَاةً وَيُحَذِّرُكُمُ اللّهُ نَفْسَهُ وَإِلَى اللّهِ الْمَصِيرُ

Artinya: Janganlah orang-orang mukmin mengambil orang-orang kafir menjadi wali dengan meninggalkan orang-orang mukmin. Barang siapa berbuat demikian, niscaya lepaslah ia dari pertolongan Allah kecuali karena (siasat) memelihara diri dari sesuatu yang ditakuti dari mereka. Dan Allah memperingatkan kamu terhadap diri (siksa) Nya. Dan hanya kepada Allah kembali (mu).

Adapun sifat dan perilaku khusus yang merupakan tambahan dari perilaku seorang pengusaha muslim sebagai seorang pedagang atau penyedia jasa layanan jual beli *online* (*e-commerce*) dan masyarakat sebagai konsumen *e-commerce* dalam bingkai fikih Islam dijelaskan di bawah ini.

Jual beli *online* pada dasarnya dibolehkan dengan ketentuan barang yang jual dan dibeli halal dan jelas spesifikasinya, barang memang dibutuhkan (tidak ada unsur tabzir), ada hak pembeli untuk membatalkan atau melanjutkan (menerima) jika barang diterima tidak sesuai pesanan, serta sesuai dengan skema jual beli.

Hal ini didasari dengan standar syariah internasional AAOIFI, fatwa DSN MUI terkait dengan jual beli dan ijarah, serta kaidah-kaidah fikih

muamalah yang terkait. Di antara rambu-rambu fikih terkait jual beli *online* adalah sebagai berikut:

Pertama, apa yang dibeli? Barang yang dibeli harus memenuhi kriteria:

a. *Barang/jasa yang halal. Oleh karena itu, tidak diperkenankan berbelanja barang yang haram, baik karena fisiknya seperti minuman memabukkan maupun non fisiknya, seperti mainan yang merusak moral anak-anak.*

b. Barang/jasa yang diprioritaskan untuk dimiliki. Tidak membeli yang tidak dibutuhkan atau tersier agar tidak mengakibatkan pemubaziran yang dilarang. Sesuai firman Allah SWT; "*Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan...*" (QS al-Isra': 27).

c. Barang yang dibeli harus jelas kriteria dan spesifikasinya seperti gambar, harga dan ukurannya seperti proses yang terjadi di lapak *online* karena tidak berwujud atau tidak terlihat saat transaksi pembelian agar terhindar dari ketidakjelasan atau gharar.

d. Pembeli diberikan hak (khiyar) untuk membatalkan jual beli atau menerima dengan kerelaan apabila barang yang diterima tidak sesuai dengan pesanan.

Kedua, bagaimana cara membelinya? Transaksi jual beli antara penjual dan pembeli, baik jual beli tunai maupun tidak tunai (barang diserahkan secara tunai, sedangkan harga diterima oleh penjual secara tidak tunai), itu dibolehkan selama memenuhi rukun dan syaratnya. Hal ini berdasarkan hasil keputusan Majma' al-Fiqh al-Islami (Divisi Fikih Organisasi Kerja sama Islam/OKI) No. 51 (2/6) 1990 yang membolehkan jual beli tidak tunai dan Fatwa DSN MUI No.04/DSN-MUI/IV/2000 tentang Murabahah.

Misalnya, berdasarkan skema jual beli antara pemilik produk dan pembeli melalui *Marketplace,* penjual berhak mendapatkan margin atas

produk yang dijualnya sesuai kesepakatan. Nabi Muhammad Saw bersabda: "*Dan kaum Muslimin terikat dengan syarat-syarat mereka kecuali syarat yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram.*" (HR Tirmidzi)

Ketiga, memprioritaskan berbelanja pada tempat berbelanja/lapak yang bisa memberikan kontribusi terhadap penguatan ekonomi masyarakat dan tidak melanggar peraturan perundang-undangan.

Keempat, berbelanja diniatkan beribadah kepada Allah, sehingga setiap berbelanja itu untuk keperluan ibadah kepada Allah, seperti membeli mainan untuk anak-anak maka dipilih mainan yang kira-kira mendidik anak. Bukan sekedar bermain, apalagi merusak pendidikan anak-anak.

BAB V

Retail dan Marketplace Menurut Islam

Di Indonesia terdapat dua *unicorn*[1] di bidang *marketplace* sehingga penulis mencoba membahasnya pada satu bab tersendiri. Pembahasan yang akan memberikan gambaran umum tentang perbedaan *retail* dan *marketplace* serta bagaimana alur transaksi terjadi. Pada bagian terakhir dari bab ini penulis mencoba melihat tata cara transaksi ini dari sudut pandang Islam.

5.1 Definisi dan Perbedaan

Transaksi perdagangan secara online (*e-commerce*) di Indonesia menunjukkan trend pertumbuhan yang sangat baik. Nilai transaksi yang terus meningkat dalam lima tahun terakhir tidak lepas dari hadirnya dua *unicorn* pada segmen *marketplace,* yaitu Bukalapak dan Tokopedia.

Bila melihat pada nilai transaksi tahun 2014 yang nilai transaksi perdagangan *online* Indonesia hanya berada di angka Rp 25,1 triliun dan pada tahun 2016 sudah mencapai angka Rp 108,4 triliun. Terjadi peningkatan yang sangat signifikan dalam kurun waktu dua tahun. Diperkirakan

[1] Istilah valuasi (nilai ekonomi sebuah bisnis) yang sering dipakai pada usaha rintisan, terdapat enam tingkatan valuasi yaitu cockroach, pony, centaurs, unicorn, decacorn, dan hectocorn. Tiga level pertama merupakan tahapan memulai bisnis dan mempromosikannya. Selanjutnya unicorn merupakan sebutan bagi perusahaan yang berhasil mengumpulkan valuasi senial USD 1 Miliar. Diikuti oleh decacorn, istilah yang ditambalkan kepada perusahaan yang berhasil menghimpun valuasi USD 10 Miliar. Level terakhir Hectocorn, yang berhak menyandang gelar ini adalah perusahaan dengan valuasi USD 100 Miliar.

pada tahun 2018 nilai transaksi tersebut akan meningkat hingga 144,1 triliun rupiah. Data yang lebih lengkap dapat dilihat pada Gambar 5.1[2].

Gambar 5.1 Nilai Transaksi Online

Bab ini membahas konsep *retail* dan *marketplace*. Keduanya tentu mempunyai keuntungan serta kekurangannya masing-masing, baik untuk para penjual ataupun pembeli. Kedua konsep tersebut juga memanfaatkan teknologi web untuk berjualan barang dagangannya.

Pada konsep *retail,* pemilik barang harus menyediakan platform jual beli digital secara mandiri tanpa melalui perantara atau penyedia sistem. Sama seperti halnya membuka toko, di mana pemilik toko harus memiliki lapak untuk jualan, gudang untuk menyimpan barang dan lain sebagainya, sehingga aktivitas perdagangannya berjalan dengan lancar. Bagi perusahaan yang akan memasuki dunia internet harus menyediakan platform agar calon pembeli dapat melihat barang dan bertransaksi. Beberapa perusahaan yang menjalankan bisnisnya dengan menggunakan konsep retail yaitu: Bhinneka.com, blibli.com, ikea.co.id, Minyeukpret.com, dan lain sebagainya.

Sementara *marketplace* adalah sistem perantara berbasis digital yang mempertemukan penjual dan pembeli secara digital. Penyedia *market-*

[2] Katadata.co.id, "Transaksi E-Commerce Indonesia Naik 500% Dalam 5 Tahun."

place bertindak sebagai pihak ketiga dengan menyediakan tempat untuk bertransaksi dan metode pembayaran yang aman dan nyaman serta sebagai penjamin terhadap keabsahan transaksi. Fungsi *marketplace* berbasis digital sama halnya dengan pasar tradisional pada umumnya, hanya saja sistem komputerisasi telah memberikan pelayanan yang lebih efisien dengan menyediakan informasi yang lebih anyar dan layanan pendukung lainnya seperti eksekusi transaksi yang cepat dan lancar.

Terdapat dua model kerja sama antara pemilik barang dengan penyedia sistem *marketplace*. *Pertama, marketplace* murni. *Kedua*, *marketplace* konsinyasi.

M*arketplace* murni adalah ketika penyedia platform *marketplace* hanya menyediakan lapak untuk berjualan dan fasilitas pembayaran. Penjual yang melakukan kerja sama dengan model *marketplace* murni diberikan keleluasaan lebih banyak dibandingkan kerja sama konsinyasi. Pada model ini, penjual berkewajiban untuk menyediakan deskripsi dan foto produk secara mandiri. Selain itu, penjual juga dapat menerima penawaran harga dari pembeli. Jadi sebelum melakukan pembayaran, pembeli dapat melakukan penawaran harga kepada penjual. Setelah mendapatkan harga yang disepakati oleh kedua belah pihak, pembeli bisa mengirimkan sejumlah uang ke rekening yang disediakan *marketplace*.

Contoh penyedia platform *marketplace* di Indonesia yang populer dengan jenis kerja sama *marketplace* murni adalah Tokopedia, Bukalapak, Elevenia, Blanja, dan BliBli. Beberapa contoh *marketplace* dari luar negeri yang populer di Indonesia adalah Shopee (Singapura), Lazada (Singapura), JD.ID (Tiongkok), Amazon (Amerika Serikat), dan Rakuten (Jepang).

Sedangkan *marketplace* konsinyasi atau istilah mudahnya adalah titip barang kepada penjual. Jika pemilik barang melakukan kerja sama konsinyasi dengan penyedia platform *marketplace*, ia hanya perlu menyediakan produk dan detail informasi ke pihak penyedia platform *e-commerce*. Yang selanjutnya akan mengurus segala aktivitas penjualan

dari foto produk, gudang, pengiriman barang, hingga fasilitas pembayaran. Berbeda dari jenis kerja sama sebelumnya, di jenis kerja sama ini pembeli tidak bisa melakukan penawaran harga karena semua alur transaksi ditangani oleh penyedia web *e-commerce*.

Dari penjelasan di atas dapat dilihat perbedaan mendasarnya terletak pada tanggung jawab penjualan dan alur transaksinya. Alur transaksi di *marketplace* murni terjadi langsung antara penjual dan pembeli, sedangkan *marketplace* konsinyasi semua alur transaksi langsung ditangani oleh penyedia sistem. Salah satu contoh *marketplace* yang menyediakan kerja sama konsinyasi adalah Zalora. Contoh *marketplace* lain yang menggunakan jenis kerja sama ini adalah Berrybenka.

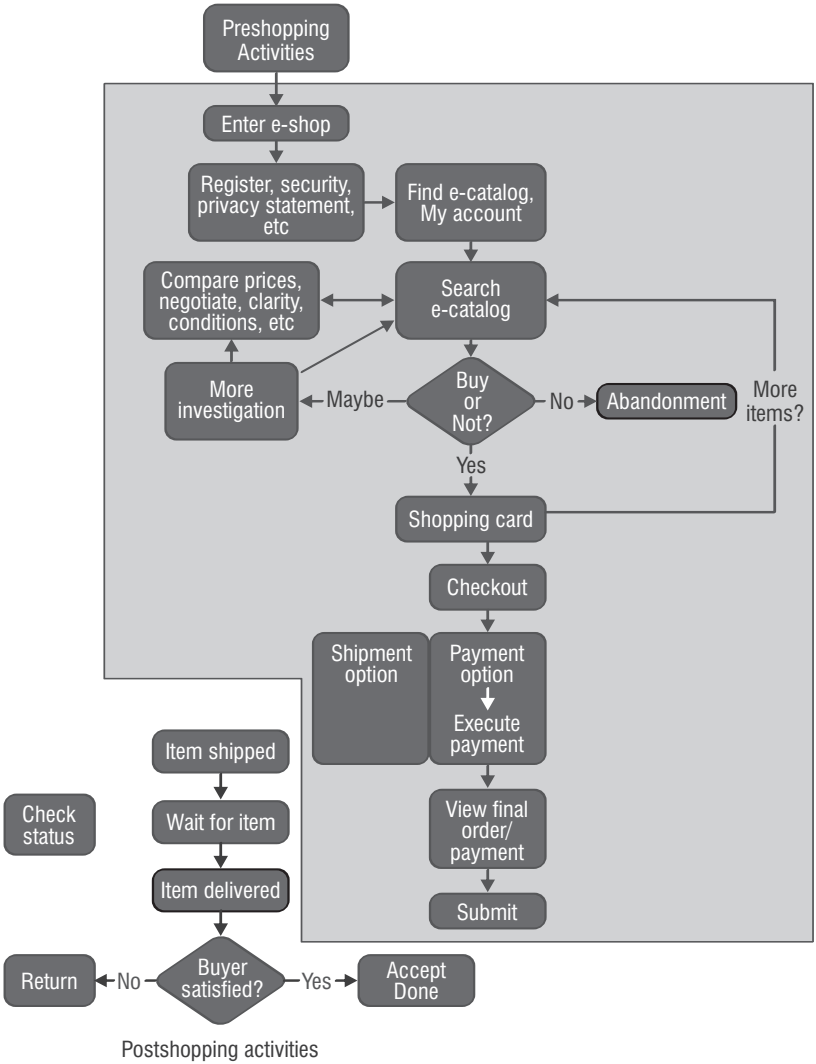
Marketplace memiliki peran utama pada pertumbuhan ekonomi berbasis digital yang memfasilitasi pertukaran informasi, barang, layanan, dan pembayaran. *Marketplace* memiliki empat fungsi utama: *Pertama,* memungkinkan terjadinya transaksi dengan mempertemukan pembeli dan penjual. *Kedua,* memungkinkan pertukaran informasi yang relevan. *Ketiga,* menyediakan layanan yang berkaitan dengan transaksi seperti pembayaran dan penjaminan. *Keempat,* menyediakan layanan pelengkap transaksi seperti legal, audit, dan keamanan.

Komponen utama di dalam *marketplace* adalah konsumen, penjual, produk dan jasa (fisik atau digital), infrastruktur, front end, back end, pihak ketiga atau perantara.

5.2 Tata Cara Bertransaksi

Membeli secara *online* membuat konsumen memiliki kontrol terhadap apa yang dibayar dan dari siapa barang diperoleh. Konsumen biasanya akan membeli barang yang dikenal dan bermerek dengan kualitas yang bisa diprediksi saat *online* atau dengan melihat gambar dan membaca deskripsi barang. Secara sederhana metode bertransaksi dapat digambarkan pada gambar 5.2.

Berikut akan dijelaskan bagaimana proses sebuah transaksi pembelian barang atau jasa terjadi baik pada retail atau *marketplace*.



Gambar 5.2 Alur transaksi e-commerce[3]

[3] Turban et al., Electronic Commerce 2010: A Managerial Perspective, 6th ed. (New Jersey: Pearson/Prentice Hall, 2010).

5.2.1 Retail

Untuk dapat melakukan transaksi pembelian pada *e-commerce* yang menjalankan bisnis model *retail* harus memiliki akun pada situs atau web *retail* tersebut walaupun terdapat beberapa platform yang membolehkan tanpa menjadi anggota. Selanjutnya mencari barang yang diinginkan dengan menggunakan fasilitas pencarian dan pastikan telah membaca keterangan produk dan komentar pembeli lainnya tentang penjual dan barang yang sedang dicari.

Setelah yakin dengan barang tersebut selanjutnya "pilih tambahkan ke keranjang" dan "cari barang lain" untuk dibeli. Selanjutnya pilih *check-out* untuk menyelesaikan transaksi dengan cara memilih kurir pengiriman yang akan digunakan serta melengkapi alamat tujuannya. Tahap terakhir adalah memilih metode pembayaran yang akan digunakan, penjelasan ini akan dijelaskan di bawah.

Berikut merupakan beberapa metode pembayaran yang bisa digunakan pada *retail* dan *marketplace* baik secara *online payment* ataupun *offline payment*, yaitu :

a. Transfer Bank (Virtual Account)

Metode pembayaran ini merupakan metode yang cukup sering digunakan, yaitu melalui ATM, i-banking, m-banking atau SMS banking. Setelah melakukan transfer, pembeli tidak perlu lagi mengonfirmasi pembayaran, karena akan tercatat secara otomatis di dalam sistem platform *retail* yang digunakan dan telah terintegrasi.

b. ATM Otomatis (ATM BCA)

Metode ini adalah metode transfer yang bisa lakukan di ATM terdekat dengan memasukkan kode perusahaan. Misalnya, 710319 dan ID pesanan yang didapatkan setelah selesai belanja. Pembayaran akan terdeteksi secara otomatis dan jangan lupa untuk menyimpan struk ATM sebagai buktinya.

c. Internet Banking

Atau biasa disebut i-banking merupakan pembayaran *online* debit yang telah tersedia di berbagai bank. Jadi pembayaran bisa dilakukan melalui KlikBCA, BCA KlikPay, mandiri clickpay, CIMB Clicks, e-Pay BRI, Danamon Online Banking, dan IB Muamalat.

d. Kartu Kredit secara Online

Dapat juga dengan menggunakan MasterCard/Visa/JCB, data yang dimasukkan, seperti nama, alamat, nomor telepon, dan lain-lain haruslah sama dengan data di kartu kredit.

e. Kartu Debit

Dapat juga dengan menggunakan mandiri debit (Visa), BNI Debit Online (MasterCard), OctoPay (MasterCard), CIMB Niaga Debit (MasterCard), PermataDebit Online (Visa), dan Debit BTN Online (Visa).

f. Cicilan 0% (Tanpa Bunga)

Bagi yang menginginkan berbelanja dengan fasilitas cicilan, beberapa platform akan menawarkan metode cicilan tanpa bunga, yaitu 0% dengan menggunakan BCA Card (kartu kredit terbitan BCA) ataupun kartu kredit MasterCard/Visa (ANZ, BCA, BII, BNI, Bukopin, CIMB Niaga, Citibank, Danamon, HSBC, Mandiri, OCBC NISP, Permata, Standard Chartered, dan UOB). Sebagai contoh untuk yang menggunakan BCA Card, bisa menggunakan dengan cara berikut:

- Beli produk-produk yang memiliki logo BCA KlikPay 0%;
- Pilih Cicilan BCA KlikPay 0% pada halaman shopping cart;
- Terakhir, gunakan akun BCA KlikPay untuk melakukan pembayaran.

Sedangkan untuk pemilik kartu kredit MasterCard/Visa, bisa mengikuti cara berikut:

- Silakan pilih produk-produk yang memiliki logo bank terkait;
- Pilih metode pembayaran Kartu Kredit dan Cicilan Bank yang bersangkutan pada halaman pilihan metode pembayaran.

g. Uang Elektronik (e-Money)

Uang kini tidak lagi hanya dalam bentuk fisik, kini tersedia uang elektronik atau e-*Money* yang tak jarang digunakan dalam aktivitas sehari-hari. Dengan metode ini, pembeli dapat melakukan pembayaran hanya dengan bermodalkan *handphone* saja. Pilihan yang tersedia dalam pembayaran *online* pada beberapa platform di antaranya: Sakuku, Rekening Ponsel, mandiri e-cash, TCASH, XL Tunai, dan Indosat Dompetku.

h. Loket Pembayaran (FinPay)

Metode pembayaran FinPay ini memungkinkan pembeli untuk membayar melalui channel perbankan seperti ATM & Internet Banking dengan menu pembayaran Telkom. Dapat juga dilakukan dengan membayar melalui modern channel seperti Alfamart, Indomaret, PT Pos Indonesia, dan Pegadaian.

i. Bayar di Tempat/COD (Cash on Delivery)

Ingin merasakan pelayanan berbelanja seperti di toko offline, beberapa platform dan produk tertentu memungkinkan untuk melakukan transaksi dengan metode pembayaran. Layanan pembayaran COD (*Cash on Delivery*) adalah pembayaran tatap muka langsung (*offline*) dengan kurir yang dilakukan saat barang diterima. Pembayaran ini berlaku dengan syarat dan kondisi tertentu, serta hanya untuk pemesanan yang berada di wilayah jangkauan pelayanan pengantaran oleh kurir saja. Pembayaran COD dapat berupa tunai, menggunakan kartu debit Mandiri dan BCA, maupun kartu kredit berlambang MasterCard/Visa. *Convenience fee* (biaya tambahan atas transaksi) yang dikenakan pada kartu kredit tertentu.

Setelah selesai dengan pilihan metode pembayaran dan proses pembayaran selesai serta sistem telah menerima informasi pembayaran baik otomatis atau manual. Selanjutnya adalah menunggu konfirmasi

dari penyedia platform untuk dikirimkan barangnya. Selanjutnya penjual akan menyiapkan barang dan dikirim kepada pembeli serta memasukkan nomor resi pengiriman kepada sistem untuk dilakukan pelacakan barang oleh pembeli. Pengiriman dilakukan dengan menggunakan jasa kurir yang terdaftar pada sistem *e-commerce*. Ketika barang tersebut diterima oleh pembeli, sistem *e-commerce* akan mendapatkan pemberitahuan dari kurir bahwa barang telah diterima.

Untuk memastikan barang sudah diterima dan tidak ada keluhan terhadap barang maka sistem akan meminta persetujuan dari pembeli dengan maksimum dua hari dari pemberitahuan kurir. Terakhir, setelah persetujuan dari pembeli maka penjual akan menerima umpan balik dari pembeli dan uang yang telah dititipkan kepada penyedia sistem. Apabila dalam dua hari konsumen tidak memilih tombol transaksi selesai, maka penyedia sistem akan otomatis mengirimkan uang pembelian kepada penjual.

Pastikan untuk mendapatkan penjelasan detail mengenai pesanan yang dilakukan. Jangan lupa untuk menyimpan data pemesanan hingga barang sampai dengan selamat ke tangan. Hal ini penting dilakukan untuk mencegah hal buruk terjadi seperti barang yang tidak sesuai pesanan atau bahkan barang yang tidak segera datang.

5.2.2 Marketplace

Pada banyak platform *marketplace* yang tersedia di internet, penjual bisa berjumlah ratusan bahkan ribuan toko, mengharuskan calon pembeli untuk memilih tempat penjual yang aman dan terpercaya. Meski sebuah *marketplace* sudah didesain sedemikian rupa agar pengguna dapat bertransaksi dengan aman, namun penipu semakin kreatif saja dalam melakukan tindakan tidak terpujinya.

Setelah menentukan platform yang akan digunakan pastikan keamanannya terpercaya atau tidak. Salah satu langkah yang dapat dilaku-

kan untuk memastikan keamanan yaitu dengan memeriksa sertifikat web (SSL) tersebut. Biasanya sertifikat dapat dilihat pada kolom alamat dengan awalan https.

Pada saat proses pendaftaran akun keanggotaan pada platform *e-commerce* yang dipilih pastikan tidak memberikan informasi secara sembarangan dan informasi yang diberikan secukupnya saja, hal ini merupakan salah satu langkah untuk menjaga keamanan data pribadi. Karena bisa saja, ada pihak yang tidak bertanggung jawab menggunakan data pribadi untuk keperluan penipuan atau tindak kejahatan yang lain.

Pada bisnis model *marketplace* karena berjenis konsumen ke konsumen maka siapa saja yang terdaftar dapat menjadi penjual hanya dengan melakukan verifikasi ulang sebagai penjual. Apabila menjadi penjual maka tahapan yang harus dilakukan adalah memuat gambar dan deskripsi barang yang akan dijual sebaik mungkin dan sejujurnya. Beberapa sistem meminta penjual untuk memuat berapa jumlah barang yang dimiliki sebagai stok barang.

Sebagai konsumen atau calon pembeli, maka tahapan yang harus dilakukan adalah mencari produk yang diinginkan dengan cara melakukan pencari dengan kata kunci atau melakukan filter berdasarkan kategori. Pastikan selalu memeriksa performa toko yang menjual di salah satu platform *marketplace* dengan memperhatikan pandangan konsumen lainnya. Pastikan calon pembeli telah mengirim pesan melalui fasilitas yang tersedia pada *marketplace* untuk menanyakan ketersedian dan kondisi barang, perlu diingat untuk tidak memberitahukan akun rahasia lainnya.

Setelah yakin dengan produk yang diinginkan selanjutnya pilih tambahkan ke keranjang. Apabila ada barang lain yang ingin dibeli dapat dilakukan pencari lain baik di toko yang sama atau toko yang lainnya dengan mengulangi langkah pencarian barang. Jika pembelian barang yang diinginkan sudah selesai, dapat langsung menuju ke tempat pembayaran.

Selanjutnya sistem *marketplace* akan memastikan informasi pengiriman barang telah benar dan meminta pembeli untuk menentukan jasa pengiriman atau kurir yang akan digunakan. Pilihlah jasa pengiriman yang ingin dipakai, secara otomatis harga jasa pengiriman akan muncul, dan akan langsung bertambah ke dalam rincian pembayaran. Dari laman rincian pembayaran sistem akan meminta pembeli untuk menentukan metode pembayaran.

Dalam hal ini, secara umum metode pembayaran difasilitasi oleh platform penyedia marketplace masing-masing dan pembeli dapat memilih fasilitas yang diinginkan. Metode pembayaran dapat dilakukan dengan beberapa cara yaitu tunai, transfer bank, kartu kredit, fasilitas penyimpanan dana pihak ketiga, saldo terakumulasi dan lain sebagainya seperti yang telah dijelaskan pada subbab retail di atas.

Pada transaksi *e-commerce*, pembeli dapat melakukan pembayaran secara tunai kepada penjualnya. Transaksi ini dikenal dengan istilah *cash on delivery*, artinya setelah calon pembeli melihat barang di *e-commerce* dan penjual memungkinkan untuk melakukan pembayaran secara tunai untuk wilayah yang dijangkaunya. Maka penjual membawa barang dagangannya ke tempat yang telah disetujui bersama dengan membawa barang seperti yang telah dijelaskan pada web *e-commerce*. Selanjutnya setelah melihat kondisi barang apabila pembeli tertarik dengan barang yang dibawa maka terjadilah transaksi.

Akan tetapi untuk wilayah yang sangat jauh dan penjual menggunakan pihak ketiga (tidak semua penjual mengaktifkan fitur ini) sebagai pengiriman barang maka pembeli ketika menerima barang harus membayar sejumlah uang kepada pengantar barang hal ini dikarenakan penjual atau penyedia sistem telah menerima bayaran dari pihak ketiga. Apabila terdapat komplain maka dapat dilakukan proses retur di sistem. Untuk transaksi dengan pembayaran tunai hanya dapat dilayani untuk item tertentu dengan nominal yang kecil.

Untuk pembayaran dengan menggunakan metode transfer bank yang mewakili pengiriman dana langsung dari akun rekening konsumen kepada rekening penjamin dalam hal ini penyedia sistem marketplace. Model metode pembayaran ini, lebih banyak digunakan oleh konsumen karena kemudahan yang diberikan oleh penyedia jasa perbankan seperti ATM, SMS Banking, Internet Banking, Mobile Banking bahkan sekarang sudah mulai digunakan rekening virtual untuk bertransaksi, sehingga konsumen tidak harus pergi ke bank dan antri untuk melakukan pembayaran dan secara otomatis akan diketahui oleh penyedia sistem tanpa harus konfirmasi. Menurut data survei APJII dan Mastel pada tahun 2016, 37,6% dari transaksi online yang terjadi di Indonesia dilakukan melalui ATM.

Transaksi dengan menggunakan metode pembayaran dengan kartu kredit tidak jauh berbeda dengan metode transfer bank. Hanya saja konsumen harus memiliki kartu kredit yang telah diterbitkan oleh bank atau penyedia.

5.3 Pandangan Islam Terhadap Retail dan Marketplace

Berdasarkan gambaran tentang bisnis proses yang terjadi pada *retail* dan *marketplace* dalam transaksi *e-commerce*, maka bisa dijelaskan sebagai berikut, pandangan fiqh terhadap retail:

a. Pihak-pihak yang bertransaksi adalah produsen selaku pemilik barang yang menjual barangnya melalui web *e-commerce*. Sedangkan pembeli membeli barang dengan mengakses web *e-commerce* secara langsung.

b. Sesungguhnya transaksi jual beli itu terjadi antara pemilik produk atau barang dengan pembeli langsung. Skema yang digunakan adalah jual beli tidak tunai dengan skema jual beli salam. Di mana barang yang dijual itu diserahkan secara kemudian setelah harga diterima oleh penjual atau produsen.

c. Berdasarkan fatwa Dewan Syari'ah Nasional Nomor 05/Dsn-Mui/IV/2000 tentang Jual Beli Salam dapat dijelaskan sebagai berikut:

Pertama, ketentuan tentang pembayaran. Alat bayar harus diketahui jumlah dan bentuknya, baik berupa uang, barang, atau manfaat.

1. Pembayaran harus dilakukan pada saat kontrak disepakati.
2. Pembayaran tidak boleh dalam bentuk pembebasan utang.

Kedua, ketentuan tentang barang:

1. Harus jelas ciri-cirinya dan dapat diakui sebagai hutang.
2. Harus dapat dijelaskan spesifikasinya.
3. Penyerahannya dilakukan kemudian.
4. Waktu dan tempat penyerahan barang harus ditetapkan berdasarkan kesepakatan.
5. Pembeli tidak boleh menjual barang sebelum menerimanya.
6. Tidak boleh menukar barang, kecuali dengan barang sejenis sesuai kesepakatan.

Ketiga, ketentuan tentang Salam Paralel (السلم الموازي): Dibolehkan melakukan salam paralel dengan syarat, akad kedua terpisah dari, dan tidak berkaitan dengan akad pertama.

Keempat, penyerahan barang sebelum atau pada waktunya:

1. Penjual harus menyerahkan barang tepat pada waktunya dengan kualitas dan jumlah yang telah disepakati.
2. Jika penjual menyerahkan barang dengan kualitas yang lebih tinggi, penjual tidak boleh meminta tambahan harga.
3. Jika penjual menyerahkan barang dengan kualitas yang lebih rendah, dan pembeli rela menerimanya, maka ia tidak boleh menuntut pengurangan harga (diskon).

4. Penjual dapat menyerahkan barang lebih cepat dari waktu yang disepakati dengan syarat kualitas dan jumlah barang sesuai dengan kesepakatan, dan ia tidak boleh menuntut tambahan harga.
5. Jika semua atau sebagian barang tidak tersedia pada waktu penyerahan, atau kualitasnya lebih rendah dan pembeli tidak rela menerimanya, maka ia memiliki dua pilihan:
   - membatalkan kontrak dan meminta kembali uangnya,
   - menunggu sampai barang tersedia.

Kelima, pembatalan kontrak. Pada dasarnya pembatalan salam boleh dilakukan, selama tidak merugikan kedua belah pihak.

Adapun pandangan fiqh Islam terhadap *marketplace*:

a. Pihak-pihak yang bertransaksi adalah produsen selaku pemilik barang yang menjual barangnya melalui lapak atau *marketplace*. Sedangkan pemilik lapak atau *marketplace* adalah penjual jasa marketing atau pihak yang memasarkan produk-produk kepada pasar.

b. Sesungguhnya transaksi jual beli itu terjadi antara pemilik produk atau barang dengan pembeli langsung. Skema yang digunakan adalah jual beli tidak tunai atau al-Bai' al-Muajjal, di mana barang yang dijual itu diserahkan secara tunai, sedangkan harga diterima oleh penjual atau produsen setelah barang diterima oleh pembeli. Transaksi antara pemilik *marketplace* atau lapak dengan penjual itu menggunakan akad Ijarah atau jual manfaat, di mana penyedia sistem *marketplace* memfasilitasi atau menyewakan (anggota premium) jasa lapak sebagai marketing atau pemasaran produk kepada pembeli. Maka atas jasa memasarkannya itu pemilik *marketplace* mendapatkan *fee*.

c. Berdasarkan hasil keputusan Majma' al-Fiqh al-Islami (Divisi Fikih Organisasi Kerja sama Islam/OKI) No. 51 (2/6) 1990 yang membolehkan jual beli tidak tunai dan Fatwa Dewan Syariah Nasional No: 04/DSN-

MUI/IV/2000 tentang *murabahah*. Berdasarkan skema jual beli antara pemilik produk dan pembeli melalui Marketplace, penjual berhak mendapatkan margin atas produk yang dijualnya. Jika harga jualnya baru bisa diterima setelah produk diterima oleh pembeli itu disepakati, ketentuan ini menjadi sah dan harus ditepati dalam transaksi jual beli. Sebagaimana hadis Nabi Muhammad Saw:

المسلمون على شروطهم إلا شرطا حرم حلالا, او أحل حراما

Artinya: *Seorang muslim wajib menunaikan persyaratan yang telah disepakati kecuali persyaratan yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram.*" (HR. Tirmidzi, Ad Daruquthni, Baihaqi dan Ibnu Majah).

d. Berdasarkan skema ijarah antara pemilik lapak dan supplier (pemilik produk), pemilik produk berhak mendapatkan fee atas jasa *marketing product* sehingga produk tersebut dibeli oleh pembeli atau pelanggan, baik fee secara langsung diberikan oleh penjual produk maupun *fee* secara tidak langsung dari iklan ataupun dari transaksi pihak ketiga.

e. Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 09/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Pembiayaan Ijarah dan Fatwa Dewan Syariah Nasional NO: 52/DSN-MUI/III/2006 tentang Akad Wakalah Bil Ujrah pada Asuransi Syari'ah dan Reasuransi Syari'ah. Jika ada ketentuan bahwa saldo penjual ditahan oleh pemilik lapak sehingga barang diterima oleh pembeli. Ketentuan ini bertujuan agar hak pembeli, untuk mendapatkan barang, bisa terpenuhi sehingga tidak terjadi biaya sudah diterima oleh penjual, tetapi barang belum diterima. Jika ketentuan ini disepakati, jual beli menjadi sah.

f. Jika terjadi pengendapan dan pembungaan saldo rekening selama masa pengendapan tersebut, penyimpangan itu bukan dilakukan oleh pembeli atau penjual, tetapi oleh pelaku (pembuka lapak) dalam

hal ini penyedia sistem *marketplace*. Dengan demikian, penyimpangan ini tidak berlaku pada transaksi jual beli antara penjual produk dan pembeli.

g. Bahagian dari etika dalam jual beli maka penjual atau pembeli harus memprioritaskan untuk bertransaksi dengan pihak dan produk yang memberikan kemaslahatan kepada masyarakat.

h. Dapat disimpulkan bahwa jual beli produk melalui *marketplace* dibolehkan selama memenuhi rukun dan syarat jual beli dan akad ijarah. Adapun pengendapan saldo oleh Marketplace itu dibolehkan selama disepakati. Jika terjadi pembungaan atas saldo mengendap yang dilakukan oleh pemilik Marketplace maka itu penyimpangan yang dilakukan Marketplace tanpa seizin penjual barang.

BAB VI

Reseller, Dropship, dan Jasa Titip Menurut Islam

Masifnya promosi berwirausaha tanpa modal dengan memanfaatkan media internet,sehingga memudahkan seseorang untuk menjadi wirausaha tanpa modal. Berbagai konsep berbisnis tanpa modal terus bermunculan, dimulai dari reseller selanjutnya dropship hingga menyediakan jasa titip.

6.1 Perbedaan *reseller*, *dropship* dan Jasa Titip

Selain transaksi dengan konsep atau bisnis model *retail* dan *marketplace* yang terjadi di *e-commerce* terdapat beberapa transaksi lainnya yang banyak digunakan masyarakat guna mendapatkan barang dengan mudah dan murah, yaitu reseller, dropshipper dan jasa titip. Secara garis besar transaksi ini tidak jauh berbeda dengan *marketplace* hanya saja mereka tidak menggunakan platform atau pihak ketiga dalam bertransaksi, penggiat di bidang ini biasanya hanya memanfaatkan sosial media untuk beriklan. Pada model ini penjual dan pembeli dalam melakukan transaksi hanya menggunakan asas saling percaya.

Reseller merupakan kegiatan atau teknik pemasaran yang dilakukan seorang pelaku bisnis atau orang yang menjual kembali produk maupun jasa dari distributor, produsen, atau supplier yang sudah bekerja sama dengan pelaku bisnis tersebut. Tidak jauh berbeda dengan retail

yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, reseller tidak menyiapkan platform atau sistem untuk bertransaksi dan stok barang yang lebih sedikit.

Sedangkan *dropship* adalah kebalikan dari reseller, yaitu teknik pemasaran yang di mana penjual eceran tidak perlu menyimpan stok barang, namun hanya perlu memasang iklan pada media yang dimiliki selanjutnya meneruskan order dan detail pengiriman barang ke distributor/supplier/produsen, ketika mendapatkan orderan. Pihak distributor/ supplier/ produsen akan mengirimkan barang (*dropshiper*) kepada pembeli atas nama penjual setelah menerima pembayaran dari penjual barang. Umumnya keuntungan akan diperoleh oleh penjual dengan cara menaikkan harga barang atau penjual mendapatkan harga grosir dari distributor/ supplier/ produsen untuk menjual barangnya atau penjual tidak menaikkan harga barang untuk keuntunganya tetapi mendapatkan komisi dari pemilik barang setiap ada tansaksi.

Selanjutnya jasa titip yang awalnya hanya berkembang untuk kalangan sekitar (teman atau saudara) yang akan melakukan perjalanan ke suatu daerah yang memiliki produk khas, dan kalangan sekitar tersebut menitipkan belanjaan kepada musafir tadi. Dengan pesatnya perkembangan komunikasi dengan memanfaatkan akses internet seperti sosial media dan kanal lainnya.

Dengan memanfaatkan kanal tersebut sebagian masyarakat yang tinggal dekat dengan suatu pameran, toko produk ternama atau khas akan menyediakan jasa berbelanja barang tersebut kepada masyarakat yang jauh dari lokasi. Aktivitas ini dikenal dengan nama jasa titip atau jastip. Dahulu jastip hanya menggunakan sosial media dalam bertransaksi hanya dengan asas saling percaya sedangkan sekarang sudah ada beberapa pengusaha yang menyediakan platform yang menjadi perantara untuk model bisnis seperti ini yaitu hellobly.com. Platform ini akan

menjamin semua transaksi jastip selesai sehingga tidak ada lagi yang akan dirugikan.

6.2 Operasional Reseller Bekerja

Sosial media dan platform *marketplace* merupakan fasilitas yang sering digunakan oleh reseller. Untuk berjualan reseller sama halnya dengan retail, mereka harus membeli terlebih dahulu barang dagangannya dan memiliki stok barang yang tidak terlalu banyak. Barang yang dibeli oleh reseller dari distributor atau produsen dalam jumlah tertentu akan mendapatkan harga grosir. Selanjutnya reseller akan memainkan teknik pemasaran untuk menjual kembali barang dagangannya dengan harga enceran. Selisih harga tersebut yang akan menjadi keuntungan untuk reseller.

Gambar 6.1 Skema reseller

Dengan demikian menjadi seorang reseller sedikit banyak harus memiliki modal untuk membeli dan menyimpan barang (stok) yang akan ia jual kembali. Karena maraknya online shop yang bertebaran di internet. Maka seorang reseller terlebih dahulu membeli barang, baik itu membeli langsung dari daerahnya sendiri maupun membeli di berbagai toko online yang ada di internet.

Kemudian seorang reseller membuat sebuah toko *online* baru, maupun mempromosikan barang tadi melalui berbagai web, blog dan sosial media, dan mulai menjual barang yang dibelinya tadi dengan har-

ga yang lebih tinggi dari harga awal ia pertama membeli. Hal ini sama dengan penjual enceran di toko atau pasar hanya saja para reseller tidak memerlukan biaya sewa toko yang mahal cukup dengan kuota internet saja. Bagi pembaca yang tertarik untuk menjadi seorang reseller yang dibutuhkan ialah:

a. Niat
b. Modal uang, pengetahuan seputar dunia jual-beli, dan lain-lain.
c. Koneksi hubungan sosial, misalnya koneksi dengan supplier, relasi, teman, dan lain-lain. Begitu juga dengan koneksi internet.
d. Teknik pemasaran
e. Ikhtiar dan Doa

Contoh kegiatan reseller pada umumnya, misalnya reseller membeli barang di sekitar daerah tempat tinggalnya ataupun membeli barang atau produk secara online dari luar negeri. Sebut saja seperti kosmetik, mainan, aksesoris, tas, makanan dan minuman instan, berbagai jenis pakaian seperti baju "anak-anak", jersey, sepatu, topi dan lain sebagainya, asalkan barang atau produk tersebut tahan lama dan tidak mudah rusak. Kemudian reseller akan menjual kembali barang tersebut dengan harga yang sedikit lebih tinggi dengan cara memuat setiap item barang miliknya pada toko online atau sosial media.

Apabila berhasil mengembangkan bisnis menjadi seorang reseller, maka reseller akan merasakan beberapa keuntungan. Setidaknya ada empat keuntungan menjadi seorang reseller secara online yaitu:

a. Komunikasi pelanggan yang erat

Seorang reseller, harus dapat menjembatani komunikasi utama dengan pelanggan. Sehingga komunikasi yang erat ini akan menguntungkan dalam bisnis, yaitu membuat pembeli kembali datang lagi dan membeli.

b. Menghemat waktu dalam berbisnis

Keuntungan lain juga dapat dirasakan dalam hal penghematan waktu. Reseller hanya perlu melakukan komunikasi dan pemasaran. Tidak diperlukan waktu produksi produk, pembelian produk, pengemasan dan pengiriman produk serta menjaga barang dagangan di toko cukup dengan bersiaga di telepon genggam saja.

c. Peluang keuntungan lebih besar

d. Pemasukan yang cepat

Sebagai seorang reseller, selisih dari harga beli dan harga jual langsung adalah keuntungan yang akan dimiliki.

6.3 Operasional Dropship Berbisnis

Dalam menjalankan bisnisnya seorang dropship (penjual) akan menggunakan sosial media seperti Facebook, Pinterest dan Instagram. Umumnya para dropship lebih memilih untuk jualan dengan menggunakan platform Instagram hal ini dikarenakan fasilitas yang diberikan lebih menarik untuk menampilkan gambar produk. Biasanya para penjual dengan sistem ini akan mencari orang yang berpengaruh agar menjadi ikon di sosial medianya sehingga ramai yang jadi pengikut atau dapat juga dengan membeli pengikut. Metode-metode marketing seperti ini dikenal dengan internet marketing baik dengan memanfaatkan konten yang sedang hangat atau kata kunci yang sedang tren di jaga maya.

Pada media sosial yang telah banyak pengikutnya tersebut dropship akan menjual barang ke pelanggan dengan bermodalkan foto dari supplier atau toko (tanpa harus menyetok barang) dan menjual ke pelanggan dengan harga yang ditentukan oleh penjual.

Selanjutnya penjual akan dihubungi oleh calon pembeli untuk menanyakan perihal barang tersebut. Setelah pembeli menentukan ba-

rang yang dikehendaki kemudian pembeli mentransfer uang ke rekening penjual (dropship), dropship membayar kepada supplier (dropshipper) sesuai dengan harga beli dropship (ditambah dengan ongkos kirim ke pembeli) serta memberikan data-data pelanggan (nama, alamat, nomor telepon) kepada supplier. Proses pengiriman barang seluruhnya diurus dan dikirimkan oleh supplier ke pembeli. Namun yang menarik, nama pengirim yang tercantum tetaplah nama dari dropship (penjual).

Dropship umumnya menjual barang bukan atas nama pemilik barang tapi atas nama dirinya atau tokonya, walaupun barang tersebut belum dimiliki. Jadi, intinya ada tiga komponen yang terlibat dalam transaksi ini yaitu: dropship, supplier (dropshipper) dan konsumen. Bila dilihat adanya tiga komponen yang terlibat dalam transaksi ini maka transaksi ini hampir sama dengan makelar atau samsarah (agen).

Secara umum, model kerja sama antara dropship dengan supplier ada 2 macam, yaitu:

a. Supplier memberikan harga ke dropshipper, kemudian dropshipper dapat menjual barang kepada konsumen dengan harga yang ditetapkannya sendiri, dengan memasukkan keuntungan untuk penjual.

b. Harga sejak awal sudah ditetapkan oleh supplier, termasuk besaran fee untuk dropship setiap ada barang yang terjual.

Pada jenis pertama, suplier memberikan kebebasan kepada dropship untuk memasarkan suatu produk dengan penetapan harga sesuai keinginan dropship, biasanya tidak ada biaya pendaftaran serta tidak ada batas minimal pembelian. Jenis inilah yang paling mudah serta banyak digemari oleh pelaku bisnis dropshipping. Sedangkan pada jenis kedua, umumnya ada biaya pendaftaran keanggotaan dan terdapat batas minimal penjualan [1].

[1] Feri Sulianta, Terobosan Berjualan Online Ala Dropshiping (Yogyakarta: Andi Publisher, 2014); Derry Iswidharmanjaya, Dropshipping Cara Mudah Bisnis Onlinee (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2012).

Gambar 6.2 Contoh Alur Kerja Dropshipper

Gambar 6.3 Bisnis Proses Dropshipper

Beberapa dropship (penjual) akan memberikan peraturan yang tertulis di sosial media, postingan atau deskripsi barang seperti Booked No Cancel, No Hit and Run, Waiting List atau PO, dan lain sebagainya. Kata-kata tersebut biasanya digunakan para dropship agar transaksi yang sedang diproses tidak batal sepihak, misalnya ada pembeli setelah transaksi tapi membatalkannya maka uangnya akan hangus. Hal ini dikarenakan dropship telah melakukan pembayaran kepada produsen atau distributor.

Pada transaksi ini tidak ada yang bertindak sebagai penjamin hanya saling percaya satu sama lainnya. Begitu juga ketika barang rusak atau cacat pasti akan sulit untuk dilakukan penukaran barang. Untuk berbelanja dengan metode seperti ini pastikan bahwa pembeli telah membaca komentar warganet mengenai barang dan penjual. Menariknya berjualan di sosial media, pembeli akan mengomentari penjual sesuka hatinya dan apabila komentarnya jelek maka penjual akan kehilangan calon pelanggan.

Banyak masyarakat yang menggunakan sistem jual beli ini sebagai pekerjaan sampingan, karena proses dan cara kerjanya yang tidak merepotkan, bisa dilakukan di mana saja dan kapan saja. tidak dibutuhkan modal, waktu dan tenaga yang besar dan tidak dibutuhkan gudang untuk menyimpan barang. Sehingga jual beli dropshiping menjadi salah satu alternatif pekerjaan sampingan di kalangan masyarakat yang dinilai mudah dan efektif.

Dari berbagai penjelasan yang tersebut di atas, sudah jelas banyak keuntungan yang didapat oleh seorang dropship, yaitu:

a. Dropship tidak perlu mengeluarkan banyak modal/biaya untuk membuka toko online atau mempromosikan produk dari supplier, dengan hanya bermodalkan blog gratisan atau juga promosi di sosial media saja sudah dapat menjadi seorang dropship.

b. Dropship tidak perlu mengeluarkan biaya untuk membeli barang atau menyimpan cadangan barang terlebih dahulu.

c. Dropship tidak ikut campur di dalam proses pengemasan serta pengiriman barang ke pihak pembeli.

d. Dropship mendapatkan keuntungan dari selisih harga yang dipromosikan dalam penjualannya, misalkan pihak supplier mematok harga produk seharga 100 ribu rupiah dan pihak dropship mempromosikan barang seharga 120 ribu rupiah. Maka jika ada pembeli yang membeli pada dropship tadi, ia akan mendapatkan keuntungan sebesar 20 ribu rupiah dari selisih harga awal.

e. Tidak perlu sewa toko/gudang sehingga biaya sangat minim bahkan tanpa modal.

f. Nama toko penjual akan ditulis sebagai pengirim barang sehingga pembeli tidak tahu supplier aslinya.

Karena seorang dropship tidak ikut campur di dalam pengecekan kualitas barang maupun dengan proses pengiriman barang, maka jika ada keterlambatan atau hambatan pada proses pengiriman barang, atau ketika barang tersebut diterima ternyata tidak sesuai dengan harapan pihak pembeli, maka pihak dropship akan mendapat komplain dan tanggapan negatif dari pihak pembeli. Semua hal tersebut tentu dapat menjadi rumit dan dapat berujung ke jalur hukum.

Padahal sistem penjualan dengan sistem dropshipping saat ini sudah sangat populer di kalangan masyarakat dan menjadi salah satu peluang bisnis. Namun demikian, jika diamati secara mendalam sistem transaksi ini hampir menyerupai dengan salah satu sistem jual beli pesanan dalam Islam yakni salam.[2] Antara sistem dropshipping dan jual

[2] Muflihatul Bariroh, "TRANSAKSI JUAL BELI DROPSHIPPING DALAM PERSPEKTIF FIQH MUAMALAH," Ahkam 4, no. 2 (2016): 199–216.dropshipper and consumers .The dropshipper does not require to possess the items being sold , but only provide sales for marketing goods

beli pesanan sistem salam memiliki persamaan bahwa konsumen harus membayar lunas di awal transaksi. Sehingga perlu dipikirkan solusi agar akad yang digunakan dalam transaksi dropshipping tidak melanggar ketentuan syariah.

Sebenarnya bisnis *online* dengan skala kecil yang menggunakan sistem *dropshipping* sangat potensial untuk membuka peluang kerja baru. Terlebih bukan hal yang rahasia apabila pelaku bisnis online banyak didominasi oleh ibu-ibu rumah tangga karena waktunya yang sangat fleksibel dan modalnya yang relatif kecil. Ini merupakan potensi yang baik untuk menciptakan lapangan kerja baru yang cenderung menyenangkan lagi menguntungkan. Penjualan melalui *e-commerce* bisa mendongkrak omzet mereka karena tidak memerlukan jam untuk berjualan, transaksi bisa dilakukan 24 jam nonstop sehingga pelanggan lebih leluasa memilih berbagai macam produk dan membandingkan harganya dari banyak penjual.

6.4 Teknis Jasa Titip di Sosial Media

Terdapat dua golongan untuk jasa titip pertama mereka yang rutin beraktivitas sebagai jastip dan kedua hanya rutinitas apabila ada pameran. Biasanya pelaku jastip akan memberikan informasi baik pada profil

through the website and social media .The system of such trading in practice causes several problems in Islamic law because the dropshippers sell goods which is not in their possession .This study aims to explain dropshipping trading system and review its practices from the perspective of Islamic law or Fiqh. This study employs a library research method. The results indicate that the practice of dropshipping trading online is not against Islamic law although the dropshippers do not possess the goods offered to the consumers. Such trading system is allowed to use wakalah agreement, hail and samsarah. It should be noted that the dropshippers must also be honest and present true information regarding the condition and the specification of the goods being traded.”,”author”:[{“dropping-particle”:””,”family”:”Bariroh”,”given”:”Muflihatul”,”non-dropping-particle”:””,”parse-names”:false,”suffix”:””}],”container-title”:”Ahkam”,”id”:”ITEM-1”,”issue”:”2”,”issued”:{“date-parts”:[[“2016”]]},”page”:”199-216”,”title”:”TRANSAKSI JUAL BELI DROPSHIPPING DALAM PERSPEKTIF FIQH MUAMALAH”,”type”:”article-journal”,”volume”:”4”},”uris”:[“http://www.mendeley.com/documents/?uuid=9665d227-e61a-4639-87a0-88443004bfd3”]}],”mendeley”:{“formattedCitation”:”Muflihatul Bariroh, “TRANSAKSI JUAL BELI DROPSHIPPING DALAM PERSPEKTIF FIQH MUAMALAH,” Ahkam 4, no. 2 (2016

atau biografi di sosial media bahwa pekerjaannya adalah jastip. Untuk golongan pertama mereka menjelaskan bahwa jastip hanya untuk toko tertentu misalnya ikea atau mall besar yang barangnya sulit diperoleh oleh mereka yang jauh dari lokasi. Sedangkan untuk golongan kedua hanya memposting gambar bahwa akan ada pameran buku, tas, pakaian dan lain sebagainya pada lini masanya. Ketika pameran dibuka mereka akan memuat foto barang yang tersedia di pameran tersebut.

Umumnya jastip tidak menambahkan harga barang tersebut karena pembeli dapat melakukan pengecekan melalui katalognya tetapi dengan menetapkan tarif jastip per item barang. Pembeli yang menginginkannya akan berkomunikasi melalui pesan langsung kepada penyedia jasa dengan memberitahukan spesifikasi barang. Selanjutnya penyedia jasa akan mengirimkan total harga dan nomor rekening. Penyedia jastip akan mencari barang tersebut, apabila telah sesuai dengan spesifikasi yang diminta pembeli maka akan di beli dan dikirimkan kepada pembeli.

Sama halnya dengan dropship, pada model bisnis jastip juga tidak ada yang bertindak sebagai penjamin hanya saling percaya satu sama lainnya. Tips untuk bertransaksi dengan jastip pastikan telah membaca semua komentar di sosial media berkaitan tentang aktivitas penyedia jasa titipan apabila terdapat kegagalan transaksi maka harap untuk waspada.

6.5 Pandangan Islam Terhadap *Reseller*, *Dropshipper,* dan *Jasa Titip*

Dalam Islam sebuah akad jual beli dikatakan sah apabila terpenuhi rukun-rukun jual beli. Kedudukan praktik reseller sama halnya dengan *retail*. Pedagang harus membeli terlebih dahulu barang dagangannya dan memiliki stok barang yang tidak terlalu banyak. Barang yang dibeli oleh reseller dari distributor atau produsen dalam jumlah tertentu akan mendapatkan harga grosir. Selanjutnya reseller akan menjual kemba-

li barang tersebut dengan harga yang sedikit lebih tinggi dengan cara memuat item pada toko *online*nya atau media sosial. Selisih harga tersebut yang akan menjadi keuntungan untuk reseller.

Pola reseller baru dikatakan sah secara hukum apabila semua rukun dalam jual beli terpenuhi. *Pertama*, adanya pihak yang berakad (*aqidain*). Pihak yang berakad dalam jual beli adalah penjual dan pembeli. Penjual dan pembeli ini sama-sama harus berakal. Oleh sebab itu, tidak sah jika penjual atau pembelinya adalah orang gila, meskipun objek yang diperjualbelikan adalah milik orang gila tersebut.

Penjual dan pembeli juga sudah *baligh* atau dewasa. Secara hukum, anak-anak tidak sah melakukan jual beli yang berkonsekuensi hukum, karena dikhawatirkan terjadi penipuan. Namun, anak-anak bisa melakukan jual beli jika *urf* /kebiasaan yang berlaku demikian, asalkan kelazimannya tidak terjadi penipuan.

Penjual dan pembeli melakukan jual beli atas kehendak sendiri, bukan karena paksaan. Penjual atau pembeli boleh saja menjadi wakil atau pihak yang diberi kuasa atas jual beli tersebut.

Kedua, adanya objek akad. Objek akad ini bisa berupa barang atau aset (*ayn*), bisa berupa manfaat, bisa juga berupa harta *ribawi* (yang paling populer adalah uang atau alat tukar). Termasuk dalam objek akad jual beli adalah adanya *tsaman* atau harga yang biasanya ditandai dengan adanya harta *ribawi* tersebut.

Objek jual beli ini harus suci dan bukan zat haram, kecuali barang yang dibutuhkan untuk keperluan darurat (*dharuriyyat)*. Misalnya dalam rangka keperluan pengobatan, seperti cacing, alkohol, ular, dan sejenisnya. Kriteria darurat dalam hal barang adalah ketika barang tersebut bisa mencegah terjadinya kerusakan, kemusnahan, dan kematian. Sebagaimana Allah SWT berfirman dalam surah al-Baqarah ayat 173:

فَمَنِ اضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ

Artinya: "Tetapi barang siapa dalam keadaan terpaksa (memakannya) sedang ia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas maka tidak ada dosa baginya" (al-Baqarah 2 : 173).

Hal ini juga terdapat dalam kaidah fiqhiyah:

إِذَا تَزَاحَمَتِ الْمَصَالِحُ قُدِّمَ الْأَعْلَى مِنْهَا وَإِذَا تَزَاحَمَتِ الْمَفَاسِدُ قُدِّمَ الْأَخَفُّ مِنْهَا

Artinya: "Jika ada beberapa kemaslahatan bertabrakan, maka maslahat yang lebih besar (lebih tinggi) harus didahulukan. Dan jika ada beberapa mafsadah (bahaya, kerusakan) bertabrakan, maka yang dipilih adalah mafsadah yang paling ringan."

Objek jual beli juga harus bernilai dan bermanfaat. Definisi manfaat ini akan beraneka ragam. Setiap orang memiliki kriteria yang berbeda-beda dalam memaknai apakah objek jual beli tersebut memiliki nilai manfaat atau tidak. Tolok ukurnya adalah ketika barang tersebut bisa dimanfaatkan oleh pembelinya sejauh tidak melanggar syariah Islam.

Objek jual beli harus dimiliki oleh penjual. Tidak boleh menjual barang yang belum sah dimiliki. Cara agar barang sah milik adalah ketika rukun dan syarat jual beli sudah dipenuhi. Setelah sah miliki, maka barang bisa diperjualbelikan kembali.

Objek jual beli juga harus bisa disaksikan dan diserahkan. Jika objeknya berupa barang, maka barang itu bisa dilihat dan diserahkan secara fisik. Jika objeknya berupa manfaat, maka manfaat itu bisa dihadir-

kan dan diserahkan nilai gunanya kepada pembeli. Terkait dengan teknis penyerahan barang dan manfaat, bisa diatur sesuai jenis jual belinya. Ketika skema jual belinya adalah jual beli pesanan, maka pada waktu yang telah ditentukan dalam pesanan, objek tersebut bisa benar-benar diserahkan sesuai pesanan.

Ketiga, adanya ijab kabul. Ijab kabul adalah *shighat akad*, yakni komunikasi transaksi sebagai bukti serah terima (*qabdh*) objek akad dari penjual kepada pembeli. Ada beberapa jenis serah terima dalam akad, yakni *qabdh hukmi* dan *qabdh haqiqi*. Semua *qabdh* ini bermuara kepada *urf* .

Qabdh hukmi adalah serah terima yang ditandai dengan keabsahan dari sisi hukum. Misalnya ketika terjadi jual beli kendaraan bermotor, maka *qabdh hukmi*-nya adalah ditandai dengan bukti kepemilikan berupa BPKB. Oleh sebab itu, pada transaksi berbasis *qabdh hukmi* biasanya yang diagunkan adalah bukti kepemilikannya oleh karena secara hukum mengikat kuat sebagai bukti kepemilikan atas barang.

Qabdh haqiqi adalah serah terima secara hakikat yang tidak memerlukan keabsahan dari sisi hukum. Misalnya ketika melakukan jual beli makanan, maka serah terimanya dilakukan dengan menyerahkan fisik makanan dan makanan tersebut bisa dikuasai pembeli dan bisa dimakan.

Qabdh urf adalah muara dari *qabdh hukmi* dan *qabdh haqiqi*. Serah terima atas transaksi jual beli bisa dilakukan secara *hukmi* atau *haqiqi* atau dengan teknis tertentu akan merujuk kepada *urf* (adat atau kebiasaan) yang berlaku di masyarakat. Contoh dalam praktik bisnis *reseller* yaitu *reseller* membeli barang di sekitar daerah tempat tinggalnya ataupun membeli barang atau produk secara *online* dari luar negeri, seperti kosmetik, mainan, aksesoris, tas, makanan dan minuman instan, berbagai jenis pakaian seperti baju "anak-anak", jersey, sepatu, topi dan lain sebagainya. Kemudian reseller akan menjual kembali barang tersebut dengan harga yang sedikit lebih tinggi dengan cara memuat item

pada toko *online*nya atau sosial media.

Pembeli melihat iklan tersebut, lalu memesan barang tersebut lewat *online* dan membayarnya dengan pola transfer. Ijab qabul pembelian terjadi ketika konsumen membayar dengan sejumlah uang kepada reseller dan reseller menyanggupi akan mengirimkan barang. Baru sempurna dan selesai ijab qabul ini ketika barang diterima oleh pembeli.

Jual beli dengan pola *reseller* ini dikategorikan dalam bentuk jual beli salam. Rasulullah SAW bersabda:

مَنْ أَسْلَفَ فِي شَيْءٍ فَفِيْ كَيْلٍ مَعْلُومٍ وَوَزْنٍ مَعْلُومٍ إِلَى أَجَلٍ مَعْلُومٍ.

Artinya: "Barang siapa melakukan salaf (salam), hendaknya ia melakukan dengan takaran yang jelas dan timbangan yang jelas, untuk jangka waktu yang diketahui" (HR. Bukhari)[3].

Berdasarkan fatwa Dewan Syari'ah Nasional Nomor 05 /Dsn-MMUI/ IV/2000 tentang jual beli salam dapat dijelaskan sebagai berikut:

Pertama, ketentuan tentang pembayaran. Alat bayar harus diketahui jumlah dan bentuknya, baik berupa uang, barang, atau manfaat.

a. Pembayaran harus dilakukan pada saat kontrak disepakati.
b. Pembayaran tidak boleh dalam bentuk pembebasan hutang.

Kedua, ketentuan tentang barang:

a. Harus jelas ciri-cirinya dan dapat diakui sebagai utang.
b. Harus dapat dijelaskan spesifikasinya.
c. Penyerahannya dilakukan kemudian.
d. Waktu dan tempat penyerahan barang harus ditetapkan berdasarkan kesepakatan.

[3]Bukhari, Shahih Al-Bukhari, 2nd ed. (Beirut: Dar al-Fikr, 1955), 36.

e. Pembeli tidak boleh menjual barang sebelum menerimanya.
f. Tidak boleh menukar barang, kecuali dengan barang sejenis sesuai kesepakatan.

Ketiga, ketentuan tentang salam paralel

(السلم الموازي):

Dibolehkan melakukan salam paralel dengan syarat, akad kedua terpisah dari, dan tidak berkaitan dengan akad pertama.

Keempat, penyerahan barang sebelum atau pada waktunya:

a. Penjual harus menyerahkan barang tepat pada waktunya dengan kualitas dan jumlah yang telah disepakati.

b. Jika penjual menyerahkan barang dengan kualitas yang lebih tinggi, penjual tidak boleh meminta tambahan harga.

c. Jika penjual menyerahkan barang dengan kualitas yang lebih rendah, dan pembeli rela menerimanya, maka ia tidak boleh menuntut pengurangan harga (diskon).

d. Penjual dapat menyerahkan barang lebih cepat dari waktu yang disepakati dengan syarat kualitas dan jumlah barang sesuai dengan kesepakatan, dan ia tidak boleh menuntut tambahan harga.

e. Jika semua atau sebagian barang tidak tersedia pada waktu penyerahan, atau kualitasnya lebih rendah dan pembeli tidak rela menerimanya, maka ia memiliki dua pilihan:

   - membatalkan kontrak dan meminta kembali uangnya,
   - menunggu sampai barang tersedia.

Kelima, pembatalan kontrak. Pada dasarnya pembatalan salam boleh dilakukan, selama tidak merugikan kedua belah pihak.

Adapun pola *dropshipper* dapat dijelaskan sebagai berikut:

Model kerja sama antara *dropshipper* dengan supplier ada 2 macam. *Pertama*, *supplier* menentukan harga ke *dropshipper, dropshipper* boleh menjual barang kepada konsumen dengan harga yang ditetapkannya sendiri, dengan memasukkan keuntungan *dropshipper*. Barang tetap milik *supplier* dan tidak terjadi jual beli sebelumnya antara *dropshipper* dengan *supplier*.

Kedua, harga sejak awal telah ditetapkan oleh *supplier,* termasuk besaran *fee* untuk *dropshipper* bagi setiap barang yang terjual. Jenis ini *dropshipper* bertindak sebagai *marketing* dari *supplier*. Pada jenis pertama, *suplier* memberikan kebebasan kepada *dropshipper* untuk memasarkan suatu produk dengan penetapan harga sesuai keinginan dropshipper, biasanya tidak ada biaya pendaftaran serta tidak ada batas minimal pembelian. Jenis inilah yang paling mudah serta banyak digemari oleh pelaku bisnis *dropshipping*. Sedangkan pada jenis kedua, umumnya ada biaya pendaftaran anggota dan terdapat batas minimal penjualan.

Dalam sistem ini, *dropshipper* hanya menjadi perantara untuk konsumen dengan pihak penjual atau *supplier* yang sebenarnya. *Dropshipper* tidak pernah menyetok dan menyediakan tempat penyetokan barang melainkan hanya mempromosikan melalui toko *online* dengan memasang foto serta kriteria barang dan harga. Barang didapat dari jalinan kerja sama dengan pihak lain yang memiliki barang yang sesungguhnya.

Dropshipper hanya menyediakan sarana melalui *website* maupun media sosial seperti Facebook, Instagram atau yang lainnya untuk pemasaran produk barang atau jasa yang akan ditawarkan dengan cara mengupload gambar atau foto produk yang dijual dengan menyebutkan beberapa ketentuan dan beberapa. spesifikasi barang yang ditawarkan seperti harga, ukuran, bahan, timbangan dan sebagainya.

Keuntungan penjual sebagai *dropshipper* diperoleh dari selisih harga dari *supplier* kepada *dropshipper* dengan harga *dropshipper* kepada pembeli. Dalam sistem ini, konsumen terlebih dahulu membayar secara tunai atau transfer ke rekening *dropshipper*. Selanjutnya *dropshipper* membayar ke *supplier* sesuai harga beli *dropshipper* disertai ongkos kirim barang ke alamat konsumen. *Dropshipper* berkewajiban menyerahkan data konsumen, yakni berupa nama, alamat, dan nomor telepon kepada *supplier*. Bila semua prosedur terebut dipenuhi, *supplier* kemudian mengirimkan barang ke konsumen.[4]

Dalam model pertama, *dropshipper* menjual barang kepada konsumen dengan harga sendiri yang ditetapkan. Selisih dari harga supplier yang menjadi keuntungan dropshipper. Sedangkan *dropshipper* belum memberi barang atau memiliki barang dari *supplier* maka jual beli ini tidak sah dan hukumnya haram karena tidak memenuhi rukun jual beli yaitu barang telah dimiliki penuh oleh penjual (*dropshipper*) baik secara *qabdh hukmi* atau *qabdh haqiqi*.

Model pertama baru sah, apabila barang dari supplier telah dimiliki oleh *dropshipper,* baik *qabdh hukmi* atau *qabdh haqiqi,* walau barangnya tidak distok di gudang *dropshipper*. Artinya barang tersebut tetap disimpan oleh *supplier,* akan tetapi barang tersebut sudah menjadi milik *dropshipper*.

Atau menggunakan pola dengan akad jual beli *salam* (pesanan) sebagai alternatif dan solusi dalam menjalankan bisnis *dropshipping*. Apabila pola ini dipilih maka *dropshipper* berkewajiban memenuhi semua persyaratan dalam jual beli *salam*. Sebagaimana yang telah ditetapkan dalam fatwa DSN MUI Nomor 05/Dsn-MUI/IV/2000 tentang jual beli salam. *Dropshipper* berkewajiban menyertakan berbagai kriteria dan spesifikasi yang terdapat pada gambar barang yang ditawarkan kepada calon konsumen.

[4] Feri Sulianta, Terobosan Berjualan Online ala Dropshipping (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2014), h. 2

Setelah adanya kesepakatan kedua belah pihak, maka konsumen mengirimkan uang tunai kepada *dropshipper* seharga barang yang hendak dibeli ditambah ongkos kirim, kemudian *dropshipper* mencarikan barang pesanan pembeli kepada pihak *suplier* yang sebelumnya *dropshipper* telah menjalin kerja sama dan meminta izin kepada *suplier* untuk menjadi mitra sebagai *dropshipper,* sehingga setelah *dropshipper* membeli barang sesuai pesanan, selanjutnya barang pesanan akan dikirim oleh *supplier* langsung kepada konsumen atas nama *dropshipper.*

Penggunaan akad *salam* diperbolehkan dalam sistem transaksi bisnis *dropshipping* selama memenuhi syarat akad *salam.* Dalam akad *salam*, *dropshipper* mendapatkan keuntungan berasal dari selisih harga jual barang yang dibeli dari *suplier* di mana keuntungan tersebut tidak terikat dengan *suplier,* artinya keuntungan tersebut dapat ditentukan sendiri oleh pihak *dropshipper*.

Adapun model kedua, *dropshipper* bertindak sebagai *marketing* atau promotor yang mempromosikan barang supplier. Harga telah ditetapkan oleh *supplier*, *dropshipper* mendapat keuntungan dari persenan keberhasilan penjualan yang dilakukan oleh *dropshipper*. Untuk model kedua ini ada dua pendekatan akad yang bisa dilakukan. *Pertama*, akad *ijarah bil 'amal* dan *akad wakalah*.

Berdasarkan skema ijarah antara pemilik produk (*supplier*) dengan marketing-pemasaran (*dropshipper*), *dropshipper* berhak mendapatkan *fee* atas jasa *marketing product* sehingga produk tersebut dibeli oleh pembeli atau pelanggan, baik *fee* secara langsung diberikan oleh penjual produk maupun *fee* secara tidak langsung dari iklan ataupun dari transaksi pihak ketiga. Adapun ketentuan mengenai akad *ijarah* telah ditetapkan dalam Fatwa DSN MUI, No 09/DSN-MUI/IV/2000.

Kedua, apabila menggunakan akad wakalah sebagai solusi dalam transaksi *dropshipping,* posisi *dropshipper* hanya sebagai *wakil* dari *su-*

plier selaku *muwakkil* sekaligus pemilik barang untuk turut serta menjualkan barang milik *suplier*. Hal demikian posisi *dropshipper* lazimnya sebagai seorang pramuniaga yang sedang bekerja untuk menjualkan komoditas yang dimiliki oleh *suplier*, hanya saja sistem penjualannya tidak di toko *offline*, namun dalam bentuk lapak *online* dengan sistem *dropshipping*.

Atas konsekuensi penggunaan akad *wakalah* ini pihak *dropshipper* tidak diperkenankan mengambil keuntungan dari hasil penjualan melebihi ketentuan yang sudah diamanatkan oleh *suplier*. Sebab, sejatinya pihak dropshipper adalah *wakil* yang harus menjalankan semua yang telah ditentukan oleh *muwakkil/suplier*. *Dropshipper* akan menerima keuntungan berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak ketika di awal perjanjian saat *dropshipper* menawarkan diri sebagai *wakil* sekaligus meminta izin akan bertindak sebagai *dropshipper*.

Meskipun demikian, tidak menutup kemungkinan jika *dropshipper* mendapat keuntungan lebih dari hasil penjualan jika memang *muwakkil*/suplier menyatakan dengan akad *wakalah muthlaqah* sehingga *dropshipper* tidak terikat ketentuan harga tertentu dari *supplier*. Adapun ketentuan mengenai akad wakalah telah ditetapkan dalam Fatwa DSN MUI No. 10/DSN-MUI/IV/2000.

Akad *wakalah* bermaksud menyerahkan dan mempercayakan atau *tafwidh* (penyerahan, pendelegasian dan pemberian mandat). Secara sederhana dapat dimaknai menyerahkan suatu pekerjaan yang dapat digantikan kepada orang lain agar dikelola dan dijaga pada masa hidupnya. Wakalah adalah sebuah transaksi yang mana seseorang menunjuk orang lain untuk menggantikan dalam mengerjakan pekerjaannya atau suatu transaksi pelimpahan kekuasaan atau wewenang oleh seseorang kepada orang lain dalam hal-hal tertentu yang dapat diwakilkan dengan suatu akad tertentu pula.

Akad *wakalah* diperbolehkan jika memenuhi rukun dan syarat yang telah ditentukan. Rukun dan syarat *wakalah* ada empat, yaitu:

1. *Muwakkil* (orang yang mewakilkan). Syarat bagi *muwakkil* dia harus berstatus sebagai pemilik sah benda maupun urusan dan menguasainya serta dapat bertindak terhadap harta tersebut.
2. *Wakil* (orang yang mewakili). Syarat orang yang mewakili adalah bahwa yang mewakilkan adalah orang yang berakal.
3. *Muwakkal fîh* (objek yang diwakilkan). Syaratnya adalah pekerjaan tersebut dapat diwakilkan atau digantikan, pekerjaan diketahui secara jelas dan pekerjaan tersebut dimiliki oleh *muwakkil* sewaktu akad.
4. S*highat* (ijab dan qabul) harus berupa lafal yang menunjukkan arti mewakilkan yang diiringi kerelaan dari *muwakkil*.

Adapun bentuk jasa titip jika melihat dari sisi operasionalnya seperti penjelasan ini: "Pelaku jasa titip akan memberikan informasi baik pada profil atau biografi di sosial media bahwa pekerjaannya ada jasa titip. Untuk golongan pertama mereka menjelaskan bahwa jastip hanya untuk toko tertentu misalnya ikea, atau mall besar yang barangnya sulit diperoleh oleh mereka yang jauh dari lokasi. Sedangkan untuk golongan kedua hanya memposting gambar bahwa akan ada pameran buku, tas, pakaian dan lain sebagainya pada lini masa. Ketika pameran dibuka mereka akan mengeposkan foto barang yang tersedia di pameran tersebut. Umumnya jasa titip tidak menambahkan harga barang tersebut karena pembeli dapat melakukan pengecekan melalui katalognya tetapi dengan menetapkan tarif jasa titip per item barang. Pembeli yang menginginkannya akan berkomunikasi melalui pesan langsung kepada penyedia jasa (jasa titip) dengan memberitahukan spesifikasi barang. Selanjutnya penyedia jasa akan mengirimkan total harga dan nomor rekening.

Penyedia jasa titip akan mencari barang tersebut, apabila telah sesuai dengan spesifikasi yang diminta pembeli maka akan di beli dan dikirimkan kepada pembeli."

Jasa titip sama kedudukannya sebagai wakil dari pembeli untuk membeli barang yang diinginkan oleh pembeli. Sebagai wakil, penyedia jasa titip mengambil *fee* yang telah ditentukan di awal. Hal ini diperbolehkan dalam Islam dengan ketentuan sesuai dengan akad *wakalah* yang telah dijelaskan di atas dan fee atas jasa titip telah disepakati di awal kontrak.

Adapun jika layanan jasa titip mendapatkan diskon pembelian barang dari *supplier* (pembuat/penjual barang), maka diskon ini adalah milik dari pembeli, bukan milik dari penyedia jasa titipan. Hal ini sesuai dengan fatwa DSN MUI, No 16/DSN-MUI/IX/2000 dalam ketentuan umum dikatakan bahwa harga diskon dalam jual beli *murabahah* adalah milik dari pembeli (nasabah) bukan milik dari lembaga keuangan syariah.

Adapun pola pembayaran yang disepakati seperti *booked no cancel, no hit and run, waiting list, dan purcahse order* yang dilakukan oleh pembeli dengan *reseller, dropshipper* dan penyedia layanan jasa titip maka hal itu harus disepakati di awal dengan kerelaan dari kedua belah pihak tanpa merugikan kedua belah pihak. Hal ini didasari oleh sabda Rasulullah SAW:

المسلمون على شروطهم إلا شرطا حرم حلالا, او أحل حراما

Artinya: "Seorang muslim wajib menunaikan persyaratan yang telah disepakati kecuali persyaratan yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram." (HR. Tirmidzi, Ad Daruquthni, Baihaqi dan Ibnu Majah).

BAB VII

PENUTUP

Aktivitas tata niaga atau jual beli berbasis *e-commerce* saat ini telah menjadi tradisi dan merupakan metode dagang yang bersifat efektif, efisien, dan praktis. Realitas ini menumbuhkembangkan bisnis masyarakat dan menjadi penghasilan baru bagi sejumlah orang. Keberadaan *e-commerce* menjadi sebuah keniscayaan di era informasi dan teknologi yang berkembang saat ini. Tujuan dari kemudahan yang ditawarkan mendatangkan kemaslahatan bagi masyarakat modern saat ini. Kenyataan ini tentu saja menimbulkan banyak persoalan mengenai status hukum yang terkait dengan tata cara dan pelaksanaannya. Syariat Islam telah memberikan aturan dan rambu-rambu yang komprehensif dalam menjawab tantangan zaman. Buku ini berupaya memaparkan hukum keberadaan *e-commerce* adalah boleh dan tidak dilarang dalam Islam, terlebih beberapa keunggulan yang ada pada model ini yang bertujuan untuk mewujudkan kemaslahatan masyarakat.

Pola transaksi dan sisi keamanan menjadi perhatian khusus dalam *e-commerce*. Ajaran Islam telah mengaturnya dengan menetapkan hukum perjanjian atau yang disebut dengan akad yang menjadi kunci dari sah atau tidaknya dalam suatu transaksi. Perlu dipahami bahwa model transaksi yang telah diajarkan dalam syariat Islam memiliki bentuk-bentuk yang bermacam-macam. Semuanya diharapkan dapat memberikan rasa kepercayaan, keamanan, dan kenyamanan antarmasyarakat dalam pemindahan hak milik.

Sebagai gambarannya dapat menggunakan pilihan beberapa akad seperti *salam, wakalah, samsarah,* dan lain sebagainya. Penggunaan akad tersebut dalam transaksi *e-commerce* memiliki persyaratan dan konsekuensi yang berbeda, terutama dari segi sumber perolehan keuntungan serta kepemilikan barang.

Penggunaan akad tersebut memiliki persyaratan dan konsekuensi yang berbeda terutama dari segi sumber perolehan keuntungan serta kepemilikan barang. Sifat *ibahah* dalam sistem ini merujuk pada salah satu kaidah umum dalam fiqih muamalah yang menyebutkan bahwa "hukum asal dalam semua bentuk muamalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya". Kaidah ini menjelaskan bahwa dalam setiap muamalah dan transaksi pada dasarnya adalah diperbolehkan kecuali yang telah tegas terdapat sesuatu yang berindikasi pada yang diharamkan seperti mengakibatkan kemudaratan, tipuan, judi dan riba. Transaksi yang diperbolehkan seperti halnya jual beli, sewa-menyewa, gadai, kerja sama, perwakilan dan lain-lain termasuk transaksi baru seperti jual beli berbasis *e-commerce*.

Daftar Pustaka

Abdissalam, Al-Izz bin. *Qawa'idul Ahkam*, n.d.

Abdullah, Muhammad Sadiq. "تعريف مجلس العقد." Accessed July ٤٠, ٢٠١٩. http://almerja.com/reading. p?idm=٤٩٠٢٦٠.

Al-Qur'an, n.d.

Al-Qurtubi. *Tafsir Al-Jami Fi Ahkamil Quran*. Beirut: Daar Ar-Risalah, 2006.

Al-Tirmizi, Sunan. *Al-Tirmizi*. Daru al-Turas, n.d.

Az-Zarqa, Mustofa Ahmad. *Al-Fiqh Al-Islami Al-Jadid. 01-Madkhal Al-Fiqhi Al-'Arnm*. I. Beirut: Diir al-Fikr, 1918.

Az-Zuhaili, Wahbah. *Al-Fiqh Al-Islami Wa Adillatuhu*. IV. Damaskus: Dar al-Fikr, 1989.

Bariroh, Muflihatul. "TRANSAKSI JUAL BELI DROPSHIPPING DALAM PERSPEKTIF FIQH MUAMALAH." *Ahkam* 4, no. 2 (2016): 199–216.

Bukhari. *Shahih Al-Bukhari*. 2nd ed. Beirut: Dar al-Fikr, 1955.

Bukhari, Muhammad bin Ismail. "Shahih Bukhari." In *Shahih Bukhari*. al-Maktabah Ashriyah, 1997.

Derry Iswidharmanjaya. *Dropshipping Cara Mudah Bisnis Onlinee*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2012.

Drucker, Peter. *Managing in the Next Society*. New York, NY, USA: Truman Talley Books, 2002.

Hibban, Ibnu. *Shahih Ibnu Hibban*. Beirut: Mu'assasah ar-Risalah, n.d.

Katadata.co.id. "Transaksi E-Commerce Indonesia Naik 500% Dalam 5 Tahun," 2016. https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/11/16/transaksi-e-commerce-indonesia-naik-500-dalam-5-tahun.

Laudon, Kenneth C., and Carol Guercio Traver. *E-Commerce : Business, Technology, Society*. 10th ed. New York, NY, USA: Pearson/Prentice Hall, 2014.

———. *E - Commerce Business. Technology. Society.* 10th ed. New York, NY, USA: Pearson/Prentice Hall, 2014.

Lipis, Allen H. Marschall, Thomas R. Linker, Jan H. *Electroninc Banking*. 1st ed. Willey-Interscience, 1985.

"Majallatu Majma' Fikih Islam." *Daurah Al-Sadisah Li Muktamar Majma' Fikih Islami Al-Adad Al-Sadis* al-juz al- (n.d.): 1267–68.

Molla, Alemayehu, and Paul S Licker. "E-Commerce System Success: An Attemp to Extend and Respecify the Delone and Maclean Model of IS Success." *Journal of Electronic Commerce Research* 2, no. 4 (2001): 131–41.

Prof. Dr. Syamsul Anwar, MA. *Hukum Perjanjian Syariah - Studi Tentang Teori Akad Dalam Fikih Muamalat*. 1st ed. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007.

Sulianta, Feri. *Terobosan Berjualan Online Ala Dropshiping*. Yogyakarta: Andi Publisher, 2014.

Turban, Efraim., David. King, Jae. Lee, Ting-Peng Liang, and Deborrah Turban. *Electronic Commerce 2010 : A Managerial Perspective*. 6th ed. New Jersey: Pearson/Prentice Hall, 2010.

Biodata Penulis

Dr. Muhammad Yasir Yusuf, MA, lahir di Banda Aceh pada 5 April 1975. Saat ini tercatat sebagai pengajar pada Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, dan Program Studi Ekonomi Syariah Pasca Sarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry, Banda Aceh. Meraih Doktoral (Dr.) dalam bidang Islamic Financial System di University Sains Malaysia (USM) Pulau Penang, Malaysia, Jurusan Islamic Development Program (ISDEV) tahun 2012. Sebelumnya ia menyelesaikan S1 Syariah di Institut Agama Islam Negeri Ar-Raniry (1997) dan S2 di Fakultas Islamic Studies Universiti Kebangsaan Malaysia (UKM) tahun 2002.

Beliau pernah menjabat sebagai Wakil Dekan 1 pada Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam pada tahun (2012-2015), kemudian Wakil Dekan 1 di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Ar-Raniry tahun 2015-2019. Selain itu, Muhammad Yasir Yusuf juga terlibat dalam beberapa organisasi, seperti salah seorang DPW IAEI (ikatan ahli ekonomi Islam) Aceh, Masyarakat Ekonomi Syariah (MES) Aceh, Dewan Pengawas Syariah (DPS) Bank Mustaqim Aceh, Ketua Yayasan Wakaf Haroen Aly, Pesantren Darul Quran Aceh. Tahun 2019, beliau diangkat men-

jadi Wakil Ketua Dewan Pengawas Syariah Rumah Sakit Umum Zainoel Abidin (RSUZA) Aceh di Banda Aceh. Saat ini, juga beliau diamanahkan sebagai Tim Percepatan Wisata Halal Aceh.

Tahun 2018, beliau dipilih sebagai tokoh ekonomi Syariah Sumatra pada festival ekonomi Syariah di Lampung yang diselenggarakan oleh Bank Indonesia. Pria yang aktif menuliss jurnal dan artikel opini di sejumlah media masa ini telah melahirkan tiga buah buku yaitu Lembaga Perekonomian Ummat (2004), Islamic Coorporate Social Responsibility (ICSR) Pada Lembaga Keuangan Syariah (2017), Panduan Jual Beli Dalam Islam (Ketua Tim Penulis) tahun 2018. Beliau bisa dihubugi lewat email m.yasiryusuf@gmail.com

Farid Fathony Ashal, Kelahiran Sumatera Utara, merupakan alumni Ponpes Gontor Ponorogo tahun 2004 dan menyelesaikan studinya di Al-Azhar University, Cairo pada tahun 2009 dalam bidang Sharia Islam. Beliau melanjutkan program magister bidang Ekonomi Syariah di pascasarjana UIN Sumatera Utara pada tahun 2012. Saat ini bertugas sebagai Dosen tetap di Program Studi Perbankan Syariah dan Ekonomi Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry sejak tahun 2014. Pada tahun 2018 beliau menduduki posisi Sekretaris Program Studi Magister Ekonomi Syariah Pascasarjana UIN Ar-Raniry sampai sekarang. Beliau aktif melakukan penelitian kompetitif dalam bidang Ekonomi Syariah sejak tahun 2015 dalam tingkat Lokal, Daerah, dan Nasional juga pernah menjadi speaker dalam ARICIS International Conference tahun 2018. Saat ini beliau terlibat dalam organisasi seperti IAEI Aceh sebagai anggota penelitian dan pengembangan LKS non-Bank.

Mulkan Fadhli. M.T., Lahir di Banda Aceh. Menyelesaikan pedidikan magister pada tahun 2014 di Institut Teknologi Bandung (ITB) pada bidang *Computer Engineering*. Pada 2010 mengambil *short course* di Hsinchu, Taiwan, dengan topik *cloud computing and its application* dan 2011 di Jeju Islands dan Seoul City, Korea Selatan, pada kegiatan *Short Course* dan *The 22nd International Youth Forum*. Di tahun yang sama masuk sebagai nominasi 10 besar pada *Business Plan Contest at School on Internet of Keio University* (Tokyo) dengan tema *e-commerce*. Terlibat pada beberapa pekerjaan pengembangan e-learning sejak 2009 di Universitas Syiah Kuala, Fakultas Kedokteran USK, SMAN 4 Banda Aceh dan beberapa sekolah di Aceh.

Pendiri dan CEO dari TaSharE Development, perusahaan yang bergerak di bidang pengembangan software dan profesional training. Pernah bekerja sebagai *IT Project Consultant for Information System of Gov. Asset* (SIMBADA) pada *United Nation Development Programme* (UNDP-AGTP). Pada Tahun 2015 bekerja sebagai *Research Excutive* pada perusahaan IPSOS Indonesia pada divisi Loyati.

Beberapa karya ilmiah telah terindex scopus dengan tema *paralel computing* dan *e-commerce*. Adapun topik *e-commerce* dapat diakses dengan judul *E-Meukat: Ideas of Online Store for Aceh Craft based API Facebook*. Yang bersangkutan dapat dihubungi melalui email mulkan.fadhli@gmai.com.