

Perspektif Hukum Islam Terhadap Transaksi Jual Beli Online Dengan Model Periklanan

Muhammad Syukran

Sekolah Tinggi Agama Islam YPIQ Baubau, Indonesia

E-mail* muhammadsyukran080@gmail.com

Abstract

Tujuan Penelitian untuk mengetahui Perspektif Hukum Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Dengan Model Periklanan Di E-Commerce ini Jenis penelitian ini merupakan penelitian Kualitatif, dengan sumber data primer yaitu hasil wawancara pelanggan yang melakukan pembelian dengan model periklanan di e-commerce.. Hasil penelitian menunjukkan: 1) Jual beli dengan model periklanan di e-commerce dilakukan menjalankan prosedur dan ketentuan yang sudah diberikan mulai dari mendaftar, mengikuti persyaratan, dan melakukan proses jual beli dengan pembeli bisa berbelanja sesuai dengan barang yang diinginkan tinggal pilih, dan melakukan pembayaran baik secara transfer atau pembayaran di tempat setelah nanti barang dikirim melalui jasa *delivery*, Setelah pembayaran dilakukan, e-commerce tersebut akan secara otomatis melakukan verifikasi dan konfirmasi tak lama setelahnya.. 2) Tinjauan hukum Islam terhadap jual beli online, bisa sah dan tidak sah. Tidak sah manakala informasi yang diberikan pada waktu akad berbeda dengan kenyataan setelah suatu barang itu ditunjukkan sehingga pembeli menjadi kecewa. Jika dalam praktek terjadi kondisi yang selalu mengecewakan pembeli maka jual beli ini dilarang, karena ada unsur penipuan dan ketidak adanya kerelaan dalam proses jual beli yang menjadi salah satu rukun dalam jual beli, Akan tetapi manakala dalam informasi pada waktu akad sesuai dengan realita pada waktu barang itu diserahkan maka jual beli yang demikian sah.

Kata kunci: Hukum Islam, Jual Beli Online

Published by Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Al-Furqan Makassar
Website <https://journal.stai-alfurqan.ac.id/tanamana/index.php/jtm>
This is an open access article under the CC BY SA license
<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>



PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah merubah kebiasaan masyarakat dalam melakukan transaksi jual beli. Kebiasaan masyarakat yang sebelumnya melakukan transaksi jual beli secara langsung atau dengan tatap muka, kini perlahan berubah menjadi sebuah gaya baru yaitu transaksi jual beli melalui internet atau transaksi *online*. Transaksi online adalah transaksi yang dilakukan penjual dan pembeli secara online melalui media internet, tidak ada pertemuan langsung antara pembeli dan penjual yang membuat semua orang di seluruh dunia

dapat memesan dan membeli produk yang dijual hanya dengan melalui media computer dan tidak terbatas jarak dan waktu. Tetapi dalam Islam diberikan suatu batasan atau garis pemisah antara yang boleh dan tidak boleh, yang benar dan salah serta yang halal dan yang haram. Batasan dan garis pemisah inilah yang dikenal dengan istilah etika. Perilaku dalam berbisnis juga tidak luput dari nilai moral atau nilai etika bisnis. Penting bagi para pelaku bisnis untuk mengintegrasikan dimensi moral ke dalam kerangka atau ruang lingkup bisnis. Nabi Muhammad *sallallahu ‘alaihi waasallam* sangat menganjurkan umatnya untuk berbisnis (berdagang), karena bisnis dapat menimbulkan kemandirian dan kesejahteraan bagi keluarga, tanpa bergantung dan menjadi beban orang lain (Mujahidin, 2005). Transaksi *online* merupakan cara baru dalam melakukan kegiatan jual beli dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi. Transaksi *online* berkembang di masyarakat karena adanya perkembangan teknologi serta semakin meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia.

Dalam hukum Islam jual beli *online* banyak sekali resiko kerugian yang akan berdampak pada kegiatan jual beli tersebut. Maka dari itu para ulama sangat menghawatirkan jual beli dengan cara ini. Tetapi bukan berarti jual beli online tidak diperbolehkan, kalau kita merujuk ke dua qiyas di atas kita dapat mencari dalil lain yang memperbolehkan jual beli ini.

Dalam kaidah fiqh juga dijelaskan

“Pada dasarnya semua bentuk muamalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya,” dan pada masalah ini tidak ada dalil yang mengharamkan kegiatan jual beli online. Jadi pada ungkapan di atas jual beli online diperbolehkan, asal ada kesepakatan dan ketentuan di dalamnya. Pada intinya semua bentuk jual beli itu diperbolehkan asalkan tidak melanggar hukum-hukum dalam syari’at Islam dan tidak ada kecurangan antara dua belah pihak, serta adanya sebuah kesepakatan.

Dalam transaksi jual beli *online* harus ada jaminan atas barang yang diperjualbelikan sehingga pembeli merasa nyaman dalam melakukan transaksi.

Secara garis besar terdapat beberapa permasalahan yang terjadi pada proses transaksi *online*, yaitu :

- a. Konsumen tidak dapat langsung mengidentifikasi, melihat, atau menyentuh barang yang akan dipesan;
- b. Ketidakjelasan informasi tentang produk yang ditawarkan dan/atau tidak ada kepastian apakah konsumen telah memperoleh berbagai informasi yang layak diketahui, atau yang sepatutnya dibutuhkan untuk mengambil suatu keputusan dalam bertransaksi;
- c. Tidak jelasnya status subjek hukum, dari pelaku usaha; Tidak ada jaminan keamanan bertransaksi dan privasi serta penjelasan terhadap risiko-risiko yang berkenaan dengan sistem yang digunakan, khususnya dalam hal pembayaran secara elektronik baik dengan *credit card* maupun *electronic cash*;
- d. Pembebanan risiko yang tidak berimbang, karena umumnya terhadap jual beli di internet, pembayaran telah lunas dilakukan di muka oleh konsumen, sedangkan barang belum tentu diterima atau akan menyusul kemudian, karena jaminan yang ada adalah jaminan pengiriman barang bukan penerimaan barang (Hakim, 2010);

Peneliti memilih *E-commerce* sebagai objek penelitian karena ingin mengetahui praktek jual beli secara *online* apakah transaksi antara penjual dan pembeli mengikuti syarat dan ketentuan bermuamalah sesuai ketentuan Islam atau tidak karena *E-commerce* ini memiliki banyak peluang dan diminati oleh kalangan masyarakat dan setelah masyarakat mengenal sistem transaksi secara *Online*, maka tingkat penggunaan layanan jual beli *Online* semakin meningkat dengan ini para distributor memanfaatkan media sosial untuk menjual produk mereka secara *online* dan mengetahui proses transaksi jual beli secara *online* apakah sesuai dengan hukum Islam atau bertentangan dengan hukum Islam.

Berdasarkan uraian-uraian di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti apakah transaksi jual beli secara *online* sesuai dengan hukum islam dengan mengangkat judul proposal “Perspektif Hukum Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Dengan Model Periklanan Di E-Commerce

METODE

Didalam menganalisa data peneliti menggunakan analisis kualitatif. Analisa kualitatif ini dilakukan dengan cara menguraikan atau merinci kalimat-kalimat sehingga dapat ditarik sebuah kesimpulan sebagai jawaban dari permasalahan yang ada.

Setelah semua data terkumpul, langkah selanjutnya yang peneliti gunakan adalah menganalisis data. Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh dirisendiri maupun orang lain (Sugiyono,2012).

Penelitian ini akan menggunakan alat pengumpul data berupa wawancara dan dokumentasi dalam proses menghimpun data. Alasan penulis mengambil jenis pengambilan data tersebut yaitu dengan pertimbangan bahwa jenis tersebut sangat cocok dengan penelitian yang bersifat studi kasus.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Jual Beli dengan Model Periklanan di E-Commerce

Hukum Jual Beli Online Menurut Hukum Negara (Undang-Undang) Dalam aturan perniagaan online, dapat diterapkan KUH Perdata. secara analogis, Dalam pasal 1313 KUH Perdata dijelaskan bahwa suatu persetujuan adalah suatu perbuatan dimana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih. Untuk sahnya suatu kontrak, kita harus melihat syarat-syarat yang diatur di dalam pasal 1320 KUH perdata yang menentukan bahwa syarat sah suatu perjanjian sebagai berikut;

1. Kesepakatan para pihak
2. Kecakapan untuk membuat perjanjian
3. Suatu hal tertentu; dan
4. Sesuatu sebab yang halal

Apabila unsur pertama (kesepakatan) dan unsur kedua (kecakapan) tidak terpenuhi, maka kontrak tersebut dapat dibatalkan. Sedangkan apabila tidak terpenuhi unsur ketiga (suatu hal tertentu) dan unsur keempat (suatu sebab yang halal) maka kontrak tersebut adalah batal demi hukum (Suhartono,2010). Sebagaimana yang terjadi pada Ridwan yang mengalami kejadian tidak sesuainya barang yang di jual dengan barang yang diterima. penjual tidak bertanggung jawab terhadap barang yang dikirimkan kepada pembeli apabila terdapat kerusakan atau salah ukuran, artinya pihak pembeli sangat dirugikan apabila hal tersebut terjadi terhadap barang yang dibelinya. Hal ini pada dasarnya boleh dituntut secara hukum, namun terkadang jumlah uang dan proses hukum yang nantinya akan dijalani menjadikan konsumen tidak ada yang melapor, hanya komplain saja.

Tidak semua masyarakat memahami Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen ketika membeli produk di Ecommerce. Menurut Walgito individu menerima stimulus yang datang dari lingkungannya. Tidak semua stimulus akan diberikan respon, tetapi hanya beberapa stimulus yang menarik perhatian saja yang akan diberikan respon, sebagai akibat dari stimulus yang diseleksi dan diterima individu, sehingga individu menyadari dan memberikan respon (Walgito,2010). Hal ini menjadikan beberapa konsumen

yang membeli produk di Ecommerce tidak melaporkan ke pihak yang berwajib ketika dirugikan terhadap produk yang dibeli.

Menurut Shofie hingga kini pelanggaran-pelanggaran hak-hak konsumen masih sangat kasat mata dijumpai dalam aktivitas keseharian (Shofie,2018). Kriteria untuk mengukur dugaan adanya pelanggaran-pelanggaran hak-hak konsumen:

1. Norma-norma perlindungan konsumen dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen sebagai “undang-undang payung”.
2. Norma-norma (perlindungan konsumen) lainnya diluar Undang- Undang Perlindungan Konsumen, yang semula menempatkan perlindungan konsumen sebagai konsumen sebagai “sampiran” belaka, bukan ditujukan sebagai instrumen (hukum) perlindungan konsumen. Implementasi hak-hak konsumen sangat bergantung pada ada tidaknya perumusan norma-norma perlindungan konsumen tersebut.

Kriteria pelanggaran hak-hak konsumen yang diuraikan oleh Shofie ini bertentangan dengan 5 (lima) asas yang diatur di dalam pasal 2 Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, menganut 5 (lima) asas yaitu :

1. Perlindungan konsumen berasaskan manfaat,
2. Perlindungan konsumen berasaskan keadilan,
3. Perlindungan konsumen berasaskan keseimbangan,
4. Perlindungan konsumen berasaskan keamanan dan
5. Perlindungan konsumen berasaskan serta kepastian hukum.

Dalam penjelasan pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen ini ditegaskan bahwa perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama dalam konteks pembangunan nasional yaitu:

1. Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
2. Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.
3. Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil ataupun spiritual
4. Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.
5. Asas kepastian hukum dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum (Fitria,2017).
6. Konsumen merupakan pemakai barang atau jasa yang disediakan oleh pelaku usaha untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Untuk lebih jelasnya pengertian konsumen diatur dalam pasal 1 ayat 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang menyebutkan bahwa:

7. “Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”.

Sedangkan pengertian dari pelaku usaha sendiri diatur dalam pasal 1 ayat 3 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa:

“Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi “.

Hak dan kewajiban konsumen pada dasarnya dinyatakan dan diatur dengan jelas dalam pasal 4 dan pasal 5 Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Dalam pasal 4 dijelaskan mengenai hak konsumen adalah sebagai berikut:

Hak konsumen adalah :

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
2. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
3. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
6. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;

1. Berdasarkan pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, ketika terjadi ketidaksamaan antara barang yang dipesan dengan barang yang diterima sebagaimana yang dialami pelanggan, maka hak konsumen yang benar-benar dilanggar oleh ecommerce adalah, Hak konsumen yang berkaitan dengan dasar kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan atau jasa. Hal ini merupakan hak yang paling urgen yang harus dihormati oleh produsen.
2. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan atau/ jasa. Informasi yang diberikan oleh produsen dan penjual di ecommerce produk tidak jelas.

Sedangkan pengaturan mengenai kewajiban konsumen sebagai pemakai produk khususnya produk ecommerce diatur didalam pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 adalah sebagai berikut: Kewajiban konsumen adalah:

1. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
2. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
3. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
4. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut

Sedangkan dasar hukum mengenai kewajiban pelaku usaha diecommerce diatur di dalam pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yaitu :
"Kewajiban pelaku usaha adalah : "

1. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
2. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
3. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
4. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
5. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
6. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;

Dari salah satu ketentuan pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen bahwa pelaku usaha harus memiliki itikad baik dalam melakukan usahanya terutama itikad baik produsen dan penjual. Selain itu Indonesia sebagai Negara hukum terhadap suatu perkara langsung berlandaskan dengan undang-undang. Semua itu dengan tujuan untuk kepentingan masyarakat Indonesia.

Dalam jual beli online banyak para konsumen mengeluh Karena tidak semua produk yang ditawarkan pada jual beli online itu sama persis dengan senyatanya, maka untuk melindungi kepentingan konsumen pada Pasal 28 ayat 1 UU No. 11 tahun 2008 tentang ITE menjelaskan bahwa setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik (Fitria, 2017). Menurut Ramlawati sebagai salah satu pelanggan ecommerce mengungkapkan bahwa *"pejualan online ini sangat membantu karena dapat memudahkan kita atau saya sendiri "* sebagai konsumen dapat merasakan manfaatnya karena tanpa harus keluar rumah kita sudah dapat memenuhi kebutuhan kita di fashion atau barang jualan online lainnya.

Menurut Riska sebagai salah satu pelanggan Ecommerce itu adalah “*jual beli online sangatlah membantu untuk para konsumen yang malas pergi keluar rumah untuk belanja*” karena itu dengan tersedianya jasa jual beli online riska sebagai customer sangatlah terbantu walaupun dalam penjualan online memiliki sedikit kekurangan yaitu ada sebagian barang yang dijual tidak sesuai atau tidak sama dengan yang barang yang dijual dalam postingan. Adapun menurut ibu Risma sebagai ibu rumah tangga yang berstatus sebagai pegawai kantor yang sering kali tidak sempat berbelanja karena pekerjaan yang padat dengan adanya sistem jual beli online menurutnya “*sangatlah membantu karena dia bisa memesan kapanpun dimanapun*” tanpa harus meninggalkan kewajibannya sebagai pegawai kantor.

Jadi jual beli dengan model periklanan di Ecommerce pada dasarnya diperbolehkan selama tidak ada unsur penipuan di dalamnya, dan setiap konsumen berhak untuk melakukan tuntutan kepada pihak Ecommerce jika mengalami penipuan dengan meminta.

B. Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Online

Dalam Islam Berbisnis Melalui Online Diperbolehkan Selagi Tidak Terdapat Unsur-Unsur Riba, Kezaliman, Monopoli Dan Penipuan. Rasulullah Mengisyaratkan Bahwa Jual Beli Itu Halal Selagi Suka Sama Suka (*Antaradhin*). Karena Jual Beli Atau Berbisnis Seperti Jual Beli Dengan Model Periklanan Di Ecommerce Memiliki Dampak Positif Karena Dianggap Praktis, Cepat, Dan Mudah

Al-Bai” (Jual Beli) Dalam Ayat Termasuk Didalamnya Bisnis Yang Dilakukan Lewat Online. Namun Jual Beli Lewat Online Harus Memiliki Syarat-Syarat Tertentu Boleh Atau Tidaknya Dilakukan. Adapun Syarat- Syarat Mendasar Diperbolehkannya Jual Beli Lewat Online Diantaranya:

1. Tidak Melanggar Ketentuan Syari'at Agama, Seperti Transaksi Bisnis Yang Diharamkan, Terjadinya Kecurangan, Penipuan Dan Monopoli.
2. Adanya Kesepakatan Perjanjian Diantara Dua Belah Pihak (Penjual Dan Pembeli) Jika Terjadi Sesuatu Yang Tidak Diinginkan Antara Sepakat (*Alimdhah*) Atau Pembatalan (*Fasakh*). Sebagaimana Yang Telah Diatur Didalam Fikih Tentang Bentuk- Bentuk Option Atau Alternative Dalam Akad Jual Beli (*Alkhiarat*) Seperti *Khیار Almajlis* (Hak Pembatalan Di Tempat Jika Terjadi Ketidak Sesuaian), *Khیار Al'Aib* (Hak Pembatalan Jika Terdapat Cacat), *Khیار As-Syarat* (Hak Pembatalan Jika Tidak Memenuhi Syarat), *Khیار At- Taghrir/Attadlis* (Hak Pembatalan Jika Terjadi Kecurangan), *Khیار Alghubun* (Hak Pembatalan Jika Terjadi Penipuan), *Khیار Tafriq As-Shafqah* (Hak Pembatalan Karena Salah Satu Diantara Duabelah Pihak Terputus Sebelum Atau Sesudah Transaksi), *Khیار Ar-Rukyah* (Hak Pembatalan Adanya Kekurangan Setelah Dilihat) Dan *Khیار Fawat Alwashaf* (Hak Pembatalan Jika Tidak Sesuai Sifatnya).
3. Adanya Kontrol, Sanksi Dan Aturan Hukum Yang Tegas Dan Jelas Dari Pemerintah (Lembaga Yang Berkompeten) Untuk Menjamin Bolehnya Berbisnis Yang Dilakukan Transaksinya Melalui Online Bagi Masyarakat .

Jika Bisnis Lewat Online Tidak Sesuai Dengan Syarat-Syarat Dan Ketentuan Yang Telah Dijelaskan Di Atas, Maka Hukumnya Adalah “Haram” Tidak Diperbolehkan. Kemaslahatan Dan Perlindungan Terhadap Umat Dalam Berbisnis Dan Usaha Harus Dalam Perlindungan Negara Atau Lembaga Yang Berkompeten. Agar Tidak Terjadi Hal-Hal Yang Membawa Kemudharatan, Penipuan Dan Kehancuran Bagi Masyarakat Dan Negaranya.

Bisnis Online Sama Seperti Bisnis Offline. Ada Yang Halal Ada Yang Haram, Ada Yang Legal Ada Yang Ilegal. Hukum Dasar Bisnis Online Sama Seperti Akad Jual Beli Dan Akad As-Salam, Ini Diperbolehkan Dalam Islam.

Imam Al-Syafi'i Melarang Semua Bentuk Jual Beli Barang Yang Tidak Ada Di Tempat. Sedangkan Apabila Merujuk Pada Esensi Dasar Dari Jual Beli Itu Adalah Suatu Peristiwa Hukum Yang Dihalalkan. Dengan Perkataan Lain, Jual Beli Itu Dihalalkan, Dibenarkan Agama, Asal Memenuhi Syarat-Syarat Yang Diperlukan. Demikian Hukum Ini Disepakati Para Ahli Ijma (Ulama Mujtahidin) Tak Ada Khilaf Padanya. Memang Dengan Tegas-Tegas Al-Qur'an Menerangkan Bahwa Menjual Itu Halal; Sedang Riba Diharamkan (Shidiq, 2009). Sejalan Dengan Itu Dalam Jual Beli Ada Persyaratan Yang Harus Dipenuhi, Di Antaranya Menyangkut Barang Yang Dijadikan Objek Jual Beli Yaitu Barang Yang Diakadkan Harus Ada Di Tangan Si Penjual, Artinya Barang Itu Ada Di Tempat, Diketahui Dan Dapat Dilihat Pembeli Pada Waktu Akad Itu Terjadi. Menurut Abu Bakr Al-Jazairi, Seorang Muslim Tidak Boleh Menjual Sesuatu Yang Tidak Ada Padanya Atau Sesuatu Yang Belum Dimilikinya, Karena Hal tersebut Menyakitkan Pembeli Yang Tidak Mendapatkan Barang Yang Dimilikinya (Jabir Al-Jazairi, 2004).

Dalam Kaitan Ini Ibnu Rusyd Menjelaskan, Barang-Barang Yang Diperjual Belikan Itu Ada Dua Macam: Pertama, Barang Yang Benar-Benar Ada Dan Dapat Dilihat, Ini Tidak Ada Perbedaan Pendapat. Kedua, Barang Yang Tidak Hadir (Gaib) Atau Tidak Dapat Dilihat Dan Tidak Ada Di Tempat Akad Itu Terjadi, Maka Untuk Hal Ini Terjadi Perbedaan Pendapat Di Antara Para Ulama. Menurut Imam Malik Dbolehkan Jual Beli Barang Yang Tidak Hadir (Gaib) Atau Tidak Dapat Dilihat Dan Tidak Ada Di Tempat Akad Itu Terjadi, Demikian Pula Pendapat Abu Hanifah. Namun Demikian Dalam Pandangan Malik Bahwa Barang Itu Harus Disebutkan Sifatnya, Sedangkan Dalam Pandangan Abu Hanifah Tidak Menyebutkan Sifatnya Pun Boleh.

Menurut Sayyid Sabiq, Boleh Menjualbelikan Barang Yang Pada Waktu Dilakukannya Akad Tidak Ada Di Tempat, Dengan Syarat Kriteria Barang tersebut Terperinci Dengan Jelas. Jika Ternyata Sesuai Dengan Informasi, Jual Beli Menjadi Sah, Dan Jika Ternyata Berbeda, Pihak Yang Tidak Menyaksikan (Salah Satu Pihak Yang Melakukan Akad) Boleh Memilih: Menerima Atau Tidak. Tak Ada Bedanya Dalam Hal Ini, Baik Pembeli Maupun Penjual.

Pandangan Kedua Ulama tersebut Berbeda Dengan Pandangan Imam Al-Syafi'i Yang Tidak Membolehkan Jual Beli Barang Yang Tidak Hadir (Gaib) Atau Tidak Dapat Dilihat Dan Tidak Ada Di Tempat Terjadinya Transaksi.

KESIMPULAN

Dari pembahasan di atas, ada beberapa kesimpulan yang dapat diambil:

1. Jual beli dengan model periklanan dilakukan menjalankan prosedur dan ketentuan yang sudah diberikan oleh toko tersebut mulai dari mendaftar, mengikuti persyaratan, dan melakukan proses jual beli dengan pembeli bisa berbelanja sesuai dengan barang yang diinginkan tinggal pilih, dan melakukan pembayaran baik secara transfer atau pembayaran di tempat setelah nanti barang dikirim melalui jasa *delivery*.
2. Tinjauan hukum Islam terhadap jual beli dengan model periklanan, bisa sah akadnya dan tidak sah. Tidak sah manakala informasi yang diberikan pada waktu akad berbeda dengan kenyataan setelah suatu barang itu ditunjukkan. sehingga pembeli menjadi kecewa. Jika dalam praktek terjadi kondisi yang selalu mengecewakan pembeli maka jual beli ini dilarang, karena ada unsur penipuan dan ketidak adanya kerelaan dalam proses jual beli yang menjadi salah satu rukun dalam jual beli 1). Pihak yang bertransaksi, 2). Barang, 3). Harga, 4). Serah terima, dan Syarat Jual Beli adalah berakal.

REFERENSI

- Ahmad Syaichoni, "Perindungan Konsumen dalam Transaksi Bay" al-salam dan E-Commerce (Studi Komperasi Hukum Islam dan Hukum Positif)" ,Tesis, (Tulungagung: IAIN Tulungagung,2014)
- Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- al-Zuhaili, Wahbah, 1909. *Al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*, jilid IV. Beirut: Dar al-Fikr, 1989
- Mujahidin Akhmad, 2005. *Etika Bisnis Islam "Analisis Aspek Terhadap Moral Pelaku Bisnis"* jurnal hukum islam, Vol. V No. 2. Desember 2005.
- Moleong, Lexy J. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Misbahuddin, 2012. *E-Commerce dan Hukum Islam*. Cet. I; Makassar: Alauddin University Press.
- Munir salim. 2017. *Jual Beli Secara Online Menurut Pandangan Hukum Islam*. Jurnal, Jual Beli Secara Online Menurut Pandangan Hukum Islam, Vol. 6. No. 2. Desember 2017
- Miles, B. Mathew dan Michael Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru*. Jakarta: UIP.
- Prasetya Irawan, *Penelitian Kualitatif*, www.web-suplemen.ut.ac.id, (diakses 17 Desember 2018)
- Runto Hediana dan Ahmad Dasuki Aly, 2016. "Transaksi jual beli online perspektif ekonomi islam" Fakultas Syari'ah Dan Ekonomi Islam- IAIN Syekh Nurjati Cirebon-Jurnal Ilmiah: 2016
- Rachman, Maman. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan Moral: dalam Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Campuran, Tindakan, dan Pengembangan*. Semarang: UNNES Pres.
- Sakim Munir, Jurnal, *Jual Beli Secara Online Menurut Pandangan Hukum Islam*, Vol. 6. No. 2. Desember 2017
- Sabiq, Sayyid, 2006. *Fiqh Sunah* Jilid 4. Jakarta: Pena Pundi
- Suharsimi Arikunto, 2012. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Suhartono ,2010 . *Peniagaan online Syariah: suatu kajian dalam perspektif Hukum Perikatan Islam*, *Jurnal Muqtasid (Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari"ah)*, h 233.

Copyright Holder :
©,Muhammad Syukran(2022)
First Publication Right :
© Jurnal Tana Mana
This article is under:
CC BY SA

