

## PRAKTIK JUAL BELI ONLINE DITINJAU DARI PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI ISLAM PADA MAHASISWA IAI AL-AZIS ANGKATAN 2016

Anisa Aksani<sup>1</sup>, Irvan Iswandi<sup>2</sup>, Ali Aminulloh<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Institut Agama Islam Az-Zaytun Indonesia (IAI AL-AZIS) Indramayu

E-mail: [anisaaksani1818@gmail.com](mailto:anisaaksani1818@gmail.com)<sup>1</sup>, [irvan@iai-alzaytun.ac.id](mailto:irvan@iai-alzaytun.ac.id)<sup>2</sup>, [aminulloh@iai-alzaytun.ac.id](mailto:aminulloh@iai-alzaytun.ac.id)<sup>3</sup>

| Info Artikel                                                                                      | Abstrak                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Article History:</b><br>Received: 10 Mar 2023<br>Revised: 22 Mar 2023<br>Accepted: 30 Mar 2023 | <p><i>The rapid development of technology today drives people to find easier ways to make transactions, especially in buying and selling online or known as online shop. The purpose of the present study was to determine and understand online buying and selling practices on IAI AL-AZIS Students and the perspective of Islamic law in online buying and selling.</i></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>Keywords:</b> <i>Practices, Buying and Selling, Islamic Law</i>                                | <p><i>The present study used field research by using observation and interview research methods. The sampling technique was purposive sampling, i.e., designate members of a particular population, carried out based on certain considerations based on the characteristics or characteristics of the population that has been known before. According to purposive sampling in this study the sample that the author used was 6 students for IAI AL-AZIS.</i></p> <p><i>The research results showed that: 1) The implementation of online buying and selling for students of the Az-Zaytun Indonesia Islamic Institute (IAI AL-AZIS) class of 2016 was carried out using various social media applications. The sellers promoted their wares using the social media accounts they used. 2) Buying and selling according to an Islamic economic perspective that is legally carried out is buying and selling that has fulfilled the pillars and conditions of buying and selling, namely the existence of a seller and a buyer, the existence of goods that are used as the object of buying and selling, and the presence of <i>sighat</i> or consent granted. In addition to this condition, it is no less important that the goods must comply with the terms of the buyer both in terms of shape and colors. If some of these conditions are met, then actually buying and selling in anyway is not a problem, it is still valid and permissible.</i></p> |

### 1. PENDAHULUAN

*Muamalah* berasal dari bahasa Arab (عامل – يعامل - معاملة) yang secara etimologi sama dan semakna dengan *al-mufa'alah* (saling berbuat). Kata ini menggambarkan suatu aktifitas yang dilakukan oleh seseorang dengan orang lain dalam memenuhi kebutuhannya masing-masing (Sudiarti, 2018: 7). *Muamalah* tidak bisa dilepaskan dari kehidupan manusia. *Muamalah* sesama

manusia senantiasa mengalami perkembangan dan perubahan sesuai dengan kemajuan dalam kehidupan manusia, oleh karena itu ajaran Islam yang dibawa Nabi Muhammad SAW ini memiliki sisi keunikan tersendiri, dimana di dalam ajaran tersebut tidak hanya bersifat komprehensif, tapi juga bersifat universal. Komprehensif berarti mencakup seluruh aspek kehidupan, baik ritual ataupun sosial (hubungan antara sesama makhluk) sedangkan universal bisa diterapkan kapan saja, hingga hari akhir (Muhimah, 2017).

Jual beli pada prakteknya ada dua macam yaitu jual beli secara langsung dan jual beli secara tidak langsung. Jual beli secara langsung contohnya jual beli tradisional, seperti pasar tradisional, *minimarket* atau *supermarket*. Aktivitas jual beli menggambarkan terjadinya hubungan sosial antara manusia dengan manusia lainnya yang tidak dapat dilepaskan ketergantungannya. Dimana penjual dan pembeli saling membantu untuk memenuhi kebutuhan hidup. Maka dari itu, transaksi yang dilakukan tidak boleh bertentangan dengan syariat agama Islam. Seperti halnya yang terjadi pada perekonomian Indonesia saat ini. Manusia bersaing mendapatkan uang sebanyak-banyaknya. Berbagai hal di tempuh dalam memenuhi kebutuhannya yang semakin hari semakin tidak terkontrol. Sistem jual beli yang dilakukan oleh masyarakat kini semakin lama semakin maju. Kemajuan teknologi yang pesat membuat masyarakat menjadi ketergantungan. Pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi melahirkan berbagai dampak, baik dampak positif maupun dampak negatif. Dampak yang positif tentu saja merupakan hal yang diharapkan dapat bermanfaat bagi kemaslahatan kehidupan manusia di dunia termasuk di negara Indonesia sebagai negara yang berkembang, yang mana hasil dari kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi ini terhubung dalam berbagai bentuk dan konsekuensinya sehingga dapat dimanfaatkan oleh masyarakat. Dampak negatif yang timbul dari kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi harus juga dipikirkan solusinya, karena hal tersebut dapat menimbulkan kerusakan pada kehidupan manusia, baik kehidupan secara fisik maupun kehidupan mentalnya. Salah satu dari perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi adalah teknologi dunia maya yang dikenal dengan istilah internet (Noviantri, 2019).

Aktivitas jual beli secara tidak langsung dapat dilakukan dengan menggunakan *gadget* atau telepon pintar. Adanya media teknologi aktivitas jual beli dapat dilakukan secara modern dengan meniadakan aktivitas tradisional. Penggunaan fasilitas internet memungkinkan aktivitas jual beli dilakukan dimana saja dan kapan saja. Hal ini dalam dunia bisnis dikenal dengan jual beli *online*. Jual beli tidak hanya dapat dilakukan di pasar atau di *minimarket* saja. Pembeli dapat melakukan jual beli dimana dan kapan saja, misalnya jual beli secara *online*, dimana pembeli dan penjual tidak dapat saling bertemu secara langsung, namun pembeli dapat langsung memilih barang yang dibutuhkan dalam bentuk pemesanan, tetapi barang yang diperjual-belikan tersebut hanya ditunjukkan dalam bentuk gambar yang dilengkapi dengan harga dan spesifikasi dari barang tersebut.

Jual beli pesanan dalam *fiqh* Islam disebut dengan *ba'i as-salam* yaitu suatu akad yang penyerahan barangnya ditunda, atau menjual suatu barang dengan adanya sifat, kriteria, jenis, ciri-ciri yang jelas dengan membayar harga/modal lebih awal, sedangkan barangnya diserahkan kemudian hari. Sebagaimana jual-beli, akad jual-beli salam harus dipenuhi rukun dan syarat-syaratnya (Mardani, 2012: 113). Jual beli *salam* hukumnya sah jika dilakukan sesuai dengan memperhatikan ketentuan yang sudah disepakati pada waktu transaksi dilakukan, baik kualitas barang, kuantitas barang, harga dan waktu penyerahan barang meskipun dilihat dari satu aspek, barang yang diperjual-belikan tidak ada pada saat transaksi, namun pada jual beli salam barang yang diperjual-belikan jelas baik kualitas ataupun kuantitasnya (Anwar, 2007).

Di Indonesia jual beli *online* dilakukan dengan menggunakan perangkat komputer, telepon pintar (*smart-phone*), tablet dan berbagai *gadget* lainnya yang terkoneksi dengan internet. Perkembangan tersebut mendorong masyarakat untuk memaksimalkan fasilitas dan fitur teknologi yang dapat dengan mudah diakses oleh banyak orang, hal ini semakin memudahkan masyarakat mendapatkan informasi dengan cepat, mudah dan hemat. Inovasi teknologi ditambah dengan globalisasi bisnis dan makin cepatnya mobilitas modal akan menyebabkan terpengkasnya biaya secara drastis (Jusmaliani, 2008: 203).

Aktivitas jual beli *online* yang sedang marak dilakukan diawali dengan cara membangun toko *online* antara lain dengan memanfaatkan media *website*, blog, media sosial, serta fitur perpesanan yang ada di telephone pintar (*smart-phone*) seperti *BlackBerry Messenger* (BBM), *Line*, dan *Whatsapp*. Media sosial merupakan media yang paling banyak digunakan untuk bisnis *online* karena mudah dioperasikan, praktis dan mudah terjangkau di semua kalangan (Muhimah, 2017).

Sistem *online* memudahkan pebisnis atau pembeli untuk menghemat waktu dan biaya karena promosi, pemesanan, dan pembayaran bisa dilakukan secara *online* dan pengiriman juga mudah karena banyak penyedia jasa pengiriman paket. Hal ini berbeda dengan bisnis *offline* atau konvensional, dimana seseorang harus melakukan promosi, maupun pembayaran dengan berbagai tempat yang berbeda sehingga menyita waktu dan menguras biaya (Nopitasari, 2020).

Kehadiran bisnis *online* dalam sistem jual beli memiliki sisi kelebihan dan kekurangan. Kelebihan yang ditimbulkan yakni transaksi melalui internet jauh lebih efisien, dan mudah dibandingkan menggunakan media lainnya. Melalui pemasaran secara *online* informasi akan lebih mudah tersebar kesegala kalangan yang dalam hal ini berarti membuka peluang bagi penjual untuk menaikkan omset penjualan dalam persaingan dengan penjual lain yang tidak menggunakan internet. Kekurangan jual beli *online* yaitu memiliki kemungkinan terjadinya resiko kualitas produk yang tidak pasti karena calon pembeli tidak dapat melihat detail dari produk yang akan dibeli. Terjadinya *missed communication* antara penjual dan pembeli. Adanya unsur *gharar* yaitu unsur ketidakpastian atas barang yang diperjual-belikan karena barang tersebut tidak nampak secara fisik, dan tidak dapat disentuh secara langsung oleh calon pembeli. Berbisnis secara *online*, walaupun memiliki banyak keunggulan dan kemudahan, bukan berarti tanpa masalah. Berbagai masalah dapat saja muncul pada bisnis secara *online*. Terutama masalah yang berkaitan dengan tingkat amanah kedua belah pihak, bisa jadi ada orang yang melakukan pembelian atau pemesanan, namun setelah barang dikirim kepadanya, ia tidak melakukan pembayaran atau tidak melunasi sisa pembayaran (Noviantri, 2019).

Ekonomi Islam dikenal adanya prinsip-prinsip ekonomi Islam yang wajib diterapkan oleh pelaku bisnis muslim. Adapun jual beli yang harus dihindari, salah satunya adalah *gharar* (ketidakpastian) jual beli macam ini adalah jual beli yang dilarang dalam Islam. Bisnis *online* diperbolehkan dalam Islam namun menjadi haram jika didalamnya mengandung unsur *gharar* (ketidakpastian). Dengan begitu pelaku bisnis *online* harus menjelaskan secara rinci barang yang akan dijual.

Prinsip jual beli dalam Islam adalah tidak boleh merugikan salah satu pihak, baik penjual maupun pembeli, yaitu dengan menghindari riba serta praktek-prakteknya. Jual beli dapat dilakukan secara sah dan memberikan manfaat yang tepat maka harus terealisasi rukun dan syarat dari jual beli tersebut yang berkaitan dengan penjual, pembeli, dan barang yang diperjual-belikan sehingga, jual beli dapat dilakukan secara benar, jujur, dan adil (Basyir, 2015). Hal ini bertujuan untuk menciptakan rasa kepercayaan antar pihak, mendorong pelaku bisnis bersikap adil dan menghindari praktik mendzalimi dan praktik riba. Sehingga bisnis yang dilakukan membawa berkah dan kesuksesan di dunia maupun di akhirat. Paham bisnis secara Islam dapat terlaksana dengan baik apabila pelaku bisnis merupakan individu yang telah mengkaji mengenai keilmuan ekonomi Islam. Maka, pada penelitian ini memiliki beberapa tujuan di antaranya, yaitu mengetahui praktik jual beli *online* pada mahasiswa IAI AL-AZIS angkatan 2016 dan mengetahui tinjauan ekonomi Islam terhadap praktik dalam jual beli *online* pada mahasiswa IAI AL-AZIS angkatan 2016.

## Praktik

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, praktik adalah pelaksanaan secara nyata apa yang disebut dalam teori. Praktik adalah suatu sikap belum otomatis terwujud dalam suatu tindakan (*overt behaviour*). Untuk terwujudnya sikap menjadi suatu perbedaan nyata diperlukan faktor pendukung atau suatu kondisi yang memungkinkan, antara lain adalah fasilitas. (Sri Waningsih, 2007)

## Jual Beli Online

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, jual beli adalah persetujuan saling mengikat antara

penjual, yakni pihak yang menyerahkan barang, dan pembeli sebagai pihak yang membayar harga barang yang dijual. *al-mubadalah* berarti saling menukar, adapun jual beli juga dapat diartikan menukarkan barang dengan barang atau barang dengan uang dengan jalan melepaskan hak milik dari yang satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan. (Suhendi, 2005: 67). Jual beli *online* adalah suatu kegiatan ataupun aktivitas jual-beli berupa transaksi penawaran barang, dimana penjual dan pembelinya tidak harus bertemu langsung untuk melakukan penawaran dan pembelian terhadap suatu barang secara *online* dengan memanfaatkan teknologi internet. Serta transaksi dan komunikasi yang digunakan oleh penjual dan pembeli bisa melalui alat komunikasi seperti *chat*, telepon, sms, bbm, *whatsapp*, dan sebagainya (Suherman, 2002: 179).

### Akad

Akad secara *lughawi* bermakna perikatan, perjanjian, pertalian. Sedangkan secara istilah akad didefinisikan pertalian *ijab* dan *qabul* dari pihak-pihak yang menyatakan kehendak, sesuai dengan kehendak syariat yang akan memiliki akibat hukum terhadap obyeknya sehingga akad merupakan keterkaitan atau pertemuan *ijab* dan *qabul* yang berpengaruh dalam munculnya akibat hukum baru. (Anwar, 2007: 68-69)

### Ekonomi Islam

Ekonomi Islam didefinisikan sebagai suatu cabang ilmu pengetahuan yang berupaya memandang, meneliti, dan menyelesaikan permasalahan-permasalahan ekonomi dengan cara-cara islami berdasarkan Al-Qur'an dan sunnah. (Rianto, 2010: 9)

## 2. METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kualitatif. Creswell (2010: 260), berpendapat bahwa pendekatan kualitatif merupakan pendekatan untuk membangun pernyataan pengetahuan berdasarkan perspektif konstruktif atau berdasarkan perspektif partisipatori atau keduanya. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif yaitu menggambarkan apa yang terjadi di lapangan. Data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Maka penelitian deskriptif pada penelitian ini adalah menguraikan atau memaparkan kejadian secara teliti dengan sumber data yang digunakan. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) yang bertujuan untuk mempelajari secara intensif latar belakang keadaan sekarang, dan interaksi lingkungan suatu unit sosial tentunya bersifat apa adanya, individu, kelompok, lembaga masyarakat (Sugiyono, 2005). Dengan demikian penelitian dilakukan untuk mempelajari secara teratur kejadian-kejadian atau sebab-akibat terjadinya sesuatu yang berkaitan tentang praktik jual beli *online* pada mahasiswa Insititut Agama Islam Az-Zaytun Indonesia angkatan 2016.

Sumber data adalah subjek darimana data diperoleh. Untuk mencapai kebenaran ilmiah, sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini yaitu data primer dan sekunder, data primer yang diambil dalam penelitian ini seperti data yang diperoleh penulis langsung dari hasil pengamatan dalam transaksi jual beli menggunakan fasilitas *online* serta dokumen-dokumen dari internet. Sedangkan data sekunder meliputi buku atau dokumentasi, bisa juga berupa referensi yang akan melengkapi wawancara, observasi, atau dokumentasi yang sudah ada. Pada penelitian ini yang menjadi teknik pengumpulan data ialah observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data pada penelitian ini menggunakan reduksi data dan penyajian data serta penarikan kesimpulan atau verifikasi.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Praktik Jual Beli Online Pada Mahasiswa

Pesatnya perkembangan teknologi saat ini, membuat banyaknya seseorang mencari jalan yang lebih mudah dalam bertransaksi khususnya dalam hal jual beli melalui dunia maya atau bisa

disebut dengan *marketplace*. Berdasarkan data yang diambil dari *katadata.co.id* menjelaskan bahwasanya mayoritas masyarakat pernah setidaknya belanja *online* melalui platform *marketplace*. Adapun survei hasil kolaborasi Katadata *Insight Center* (KIC) dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) ini menyaring informasi dari 10 ribu responden yang tersebar di 34 provinsi.

Hasil survei juga menunjukkan 37,9 persen responden belanja secara daring beberapa bulan sekali. Sekitar 27 persen responden mengaku belanja *online* sebulan sekali. Di tingkat yang lebih intens sekitar 14 responden mengaku belanja *online* dua hingga tiga kali sebulan. Di bawahnya, ada sekitar delapan persen responden yang mengaku belanja *online* seminggu sekali. Dan paling kecil, hampir dua persen responden mengaku melakukannya setiap hari. Berikut rangkuman hasil survei frekuensi masyarakat berbelanja di *marketplace*:

**Tabel. 1 Hasil survei belanja online menurut *katadata.co.id***

| No | Keterangan waktu Belanja      | Survei |
|----|-------------------------------|--------|
| 1  | Setiap hari                   | 1,9%   |
| 2  | 2-3 kali sehari               | 4,2 %  |
| 3  | Seminggu sekali               | 8,4 %  |
| 4  | 2-3 kali sebulan              | 14 %   |
| 5  | Sebulan sekali                | 27,6%  |
| 6  | Beberapa bulan sekali         | 37,9%  |
| 7  | Tidak menggunakan sama sekali | 6%     |

Tabel 1 menunjukan bahwa pengguna dapat melakukan transaksi melalui *marketplace* dalam jangka waktu sehari, sepekan sekali, sebulan sekali, bahkan ada yang tidak menggunakan sama sekali. Dan berdasarkan hasil wawancara dengan kelima responden konsumen, tiga mengatakan bahwa belanja melalui *marketplace* seperti ini lebih memudahkan dikarenakan padatnya aktivitas yang membuat responden tidak sempat untuk belanja secara langsung. ada juga yang mengatakan dengan belanja melalui *marketplace* tidak menguras banyak waktu dan tenaga.

Dalam dunia bisnis terdiri dari dua strategi bisnis yang sering digunakan untuk keberlangsungan suatu usaha, dua strategi bisnis tersebut yaitu terdiri dari strategi bisnis online dan strategi bisnis *offline*, Kedua strategi ini memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing. Dari kelebihan dan kekurangan kedua strategi bisnis tersebut, maka hal yang harus dilakukan yaitu dengan cara menutupi masing-masing kekurangan dengan kelebihan yang ada. (Ikhwana, 2021)

Dari beberapa responden berpendapat bahwa penjualan dengan sistem online dan offline memiliki perbedaan yang cukup terlihat, diantaranya yang peneliti dapat dari lapangan adalah sebagai berikut.

**Tabel. 2 Perbedaan Penjualan dengan strategi online dan offline**

| No | Kategori        | Online                                                                                                                     | Offline                                             |
|----|-----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|
| 1  | Modal           | Lebih banyak mengeluarkan modal, karena biasanya pemesanan lebih banyak datang dari online untuk dijual lagi oleh konsumen | Standart, sesuai dengan pesanan yang masuk          |
| 2  | Produk          | Produk yang dijual lebih banyak dan beragam, karena pasaran bukan hanya satu titik                                         | Produk yang ditawarkan hanya produk yang sudah jadi |
| 3  | Jam Operasional | Dapat melayani konsumen kapanpun                                                                                           | Mempunyai jam khusus untuk menerima pesanan         |
| 4  | Pendapatan      | Dengan sistem online, penghasilan yang didapatkan lebih banyak                                                             | Penghasilan sesuai dengan pesanan yang masuk        |

Dalam dunia *online*, ada banyak sekali model transaksi baru yang bermunculan. Sejarah



internet dimulai pada 1969. Masa itu sudah masuk era ulama kontemporer. Dan mereka selalu menekankan, pada prinsipnya manusia diberi kebebasan untuk melakukan akad apapun selama tidak melanggar larangan.

Bukan termasuk syarat jual beli, harus terjadi pertemuan antara penjual dan pembeli. Selama penjual telah membuka transaksi, maka pembeli boleh membelinya, sekalipun dia tidak bertemu dengan penjualnya. Karena bagian yang paling prinsip adalah adanya saling ridha. Sehingga ketika penjual telah membuka transaksi, berarti dia telah menyatakan bahwa barang yang dia tampilkan akan dijual. Ketika harga sudah tertera, pembeli berhak memiliki barang itu dengan menyerahkan uang senilai harga kepada penjual, dengan teknis seperti yang yang disepakati. Ini merupakan bentuk jual beli *mu'athah* yang dibolehkan oleh jumhur ulama. Dalam transaksi *online* di *marketplace*, transaksi jual beli dilayani dengan mesin. Sehingga sama sekali tidak terjadi pertemuan antara penjual dan pembeli. Ketika penjual telah memposting barang di *marketplace*, menjelaskan kriteria dan menyebutkan harganya, berarti dia telah membuka transaksi untuk barang itu.

Bukan termasuk syarat dalam jual beli terhadap suatu barang yang harus ada dihadapan pembeli. Ketika akad salam dilakukan, objek akad (barang) sama sekali tidak ada, tapi kriteria barang jelas. Dalam akad salam, penjual memiliki tanggungan untuk mendatangkan barang sesuai kriteria yang dipesan. Dalam transaksi online, barang tidak ada dimajlis akad, tapi barang dijelaskan dalam bentuk foto atau penjelasan kriteria. Objek yang boleh ditransaksikan yaitu pertama, objek yang jelas, tertentu, sama-sama dipahami pelaku akad, seperti objek yang ada di majlis akad. Kedua, objek yang tidak ada di majlis akad, namun dijelaskan berdasarkan kriteria barang, yang akan dihadirkan oleh penjual dalam tempo sesuai kesepakatan.

Deskripsi yang tertera telah mewakili kejelasan terhadap barang, serah terima dilakukan secara hukmi, komunikasi via medsos sudah termasuk ijab qabul, semua resiko selama masa pengiriman, menjadi tanggung jawab penjual. Termasuk ketika barang telat, pembeli berhak mengajukan komplain ke penjual, dan bukan komplain ke kurirnya langsung. Selanjutnya pihak penjual yang bertugas melanjutkan komplain pembeli ke kurirnya.

### Tinjauan Ekonomi Islam Praktik Jual Beli Online

Dalam Islam, jual beli termasuk salah satu bentuk muamalah yang mana dalam mekanisme diatur sesuai dengan landasan hukum Islam yakni Al-Qur'an dan Hadist. Jual beli *online* dalam perspektif Ekonomi Islam diperbolehkan, apabila dalam melakukan transaksi memenuhi syarat dan rukun jual beli yang meliputi kedua belah pihak yang berakad, barang yang diakadkan, dan *sighat*. (Muhimah, 2017)

Masalah jual beli *online* merupakan masalah fiqh kontemporer yang belum pernah dibahas dalam kitab-kitab fiqh klasik. Oleh karena itu, dalam pembahasan yang berhubungan dengan jual beli *online* banyak kaitannya dengan item-item jual beli yang ada dalam kitab-kitab fiqh. terkait dengan ketentuan pokok atau lazim disebut rukun dan syarat jual beli. Syarat jual beli yang terpokok adalah orang yang berakad berakal sehat, barang yang diperjual-belikan ada manfaatnya, barang yang diperjual-belikan ada pemiliknya, dan dalam transaksi jual beli tidak terjadi manipulasi atau penipuan. Jual beli melalui *online* sebenarnya juga termasuk jual beli via telepon, sms dan alat komunikasi lainnya, maka yang terpenting adalah:

1. Ada barang yang diperjual belikan, halal dan jelas pemiliknya,
2. Ada harga wajar yang disepakati kedua belah pihak (penjual dan pembeli), tidak ada unsur manipulasi atau penipuan dalam transaksi,
3. Prosedur transaksinya benar, diketahui dan saling rela antara kedua belah pihak

Terkait dengan jual beli *online*, selain syarat yang disebutkan diatas, tidak kalah pentingnya bahwa barang yang harus sesuai dengan ketentuan-ketentuan pembeli baik dari segi bentuk maupun warnanya. Jika beberapa syarat tersebut terpenuhi, maka sebenarnya jual beli dengan cara apapun tidak ada masalah, tetap sah dan diperbolehkan. Bersandar dengan landasan kaidah fiqhiyah tersebut, maka jual beli *online* itu diperbolehkan dan sah, kecuali jika secara kasuistis terjadi

penyimpangan, manipulasi, penipuan dan sejenisnya, maka kasuistis pula diterapkan, yaitu haram. Oleh karena itu jika ada masalah terkait ketidaksesuaian barang antara yang ditawarkan dan dibayar dengan yang diterima, maka berlaku hukum transaksi pada umumnya, bagaimana kesepakatan yang telah terjalin. Inilah salah satu faktor yang dapat menjadi penyebab batalnya jual beli dan dapat menjadi salah satu penyebab haramnya jual beli, baik *online* ataupun bukan, karena terjadinya manipulasi atau penipuan.

Layaknya di dunia nyata, transaksi jual beli *online* ini hendaknya harus memenuhi kaidah-kaidah yang ada seperti, asas kejujuran dan kepercayaan, bila tidak mau terjatuh masalah hukum nantinya, baik hukum positif maupun hukum Islam. Allah berfirman dalam surat Q.S. An-Nissa (4) 29:

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

*"Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kalian memakan harta-harta kalian di antara kalian dengan cara yang batil, kecuali dengan perdagangan yang kalian saling ridha. Dan janganlah kalian membunuh diri-diri kalian, sesungguhnya Allah itu Maha Kasih Sayang kepada kalian"*

Ayat ini dengan tegas melarang untuk tidak memakan harta orang lain atau hartanya sendiri dengan jalan *bathil*. Memakan hartanya sendiri dengan jalan *bathil* adalah membelanjakan hartanya pada jalan maksiat. Sedangkan memakan harta orang lain dengan cara yang *bathil* dapat pula diartikan pada kasus jual beli yang didasari pada kebohongan, karenan jual beli merupakan sarana tolong menolong antar sesama manusia.

UU No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen Pasal 7 huruf E yang berbunyi *"memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atau barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan"*. Penerapannya adalah penyertaan foto barang yang dijual di *website* harus jelas dari depan, samping, dan beberapa sudut. Kasus yang terjadi adalah seorang konsumen merasa lebih ditipu oleh penjual *online* karena barang yang dibelinya tidak sesuai dengan keinginan pembeli. Padahal dalam hal ini, bukan hanya kewajiban seseorang penjual saja untuk memberikan informasi yang sejelas-jelasnya, namun begitu pula sebaliknya, seorang konsumen harus menjadi seorang konsumen yang cerdas dalam memahami hak-haknya sebagai konsumen dengan baik, sehingga dapat mengelola informasi yang diberikan penjual dengan benar.

Transaksi dalam Islam harus didasarkan pada prinsip kerelaan antara kedua belah pihak (sama-sama ridha). Mereka harus mempunyai informasi yang sama sehingga tidak ada pihak yang merasa dicurangi/ditipu karena ada suatu *tadlis* (yang dimana salah satu pihak tidak mengetahui informasi yang diketahui pihak lain). *Tadlis* ada 4 (empat) hal, yakni: kualitas, kuantitas, harga dan waktu penyerahan. Seperti yang terdapat dalam kaidah *fiqh* dalam bermuamalah berikut ini:

أَصْلُ فِي الْعُقُودِ رِضَى الْمُعَاقِدَيْنِ وَتَبَيُّنُهُ مَا لَزِمَاهُ بِالْعَقَائِدِ

*"Hukum pokok pada akad adalah kerelaan kedua belah pihak yang mengadakan akad dan hasilnya apa yang saling ditentukan dalam akad tersebut."*

Maksud kaidah diatas adalah bahwa setiap transaksi harus didasarkan atas kebebasan dan kerelaan, tidak ada unsur paksaan atau kekecewaan salah satu pihak, bila itu terjadi maka transaksinya tidak sah. Contohnya pembeli yang merasa tertipu karena dirugikan oleh penjual karena barangnya terdapat cacat yang disembunyikan (Andiko, 2011).

Ulama kontemporer Wahbah Zuhayli menyebutkan bahwa majlis akad tidak lagi mengharuskan bertemunya para pihak secara fisik apabila sarana yang menghubungkannya tersedia. Hal ini disebut sebagai sistem perpanjangan tangan dalam sebuah transaksi. Menurut riwayatnya, diketahui bahwa Rasulullah pernah melakukan hal tersebut tatkala Rasulullah mengurus dagang Siti Khadijah. Dalam hidupnya Rasulullah SAW membolehkan jual beli jenis ini. Selain menjadi sebuah kebutuhan bagi para penjual, adanya keterbatasan yang tidak memungkinkan penjual untuk

menyerahkan objek akad secara langsung, membuat akad salam dibolehkan (Basyir, 2015). Perlu ditegaskan bahwa bentuk objek transaksi jual beli yang dibenarkan adalah ketika objek transaksi tersebut diketahui dengan jelas serta dapat diidentifikasi keberadaannya. Selain untuk menghindari ketidakjelasan dalam transaksi, ketentuan ini juga dimaksudkan untuk mengurangi kesalahan akibat kurangnya pengetahuan tentang kualitas dan kuantitas berupa jenis, bentuk, warna maupun zat objek yang dimaksud.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian terkait Praktik Jual Beli *Online* Mahasiswa IAI AL-AZIS ditinjau dari Perspektif Hukum Ekonomi Islam, maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Pelaksanaan jual beli *online* pada mahasiswa Institut Agama Islam Az-Zaytun Indonesia (IAI AL-AZIS) angkatan 2016 dilakukan dengan menggunakan berbagai aplikasi media sosial. Para penjual mempromosikan barang dagangannya menggunakan akun media sosial yang digunakannya. Setelah pembeli memesan produk dan melakukan pembayaran, barang akan dikirim kepada pembeli. Adapun cara transaksi pada *e-commerce*, yaitu sebagai berikut: 1. Tentukan produk yang akan kamu beli. Kemudian kamu dapat klik tambah ke keranjang. 2. Jika kamu pilih tombol keranjang, selanjutnya pilih beli untuk melanjutkan proses belanja. 3. Untuk mengganti alamat tujuan pengiriman, klik pilih alamat lain. 4. pilih alamat lain yang ingin dijadikan alamat pengirim dan kamu akan diarahkan kembali ke halaman pengiriman. 5. selanjutnya, pilih kurir pengiriman yang toppers inginkan. 6. jika sudah selanjutnya klik pembayaran. 7. pilih metode pembayaran kemudian klik bayar.
2. Jual beli *online* mahasiswa IAI AL-AZIS menurut perspektif ekonomi Islam adalah sah dilakukan karena sudah memenuhi rukun dan syarat jual beli. Dari jual beli yang dilaksanakan tidak terdapat unsur riba dan haram. Selain syarat tersebut, barang sesuai dengan ketentuan-ketentuan pembeli baik dari segi bentuk maupun warnanya. Maka secara fiqih, transaksi tersebut sah dan boleh serta terhindar dari penyimpangan, manipulasi, penipuan dan sejenisnya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ajat Rukajat. (2018). PENDEKATAN PENELITIAN KUALITATIF. Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- [2] Anwar, S. (2007). Hukum Perjanjian Syari'ah Studi Teori Akad dalam Fikih Muamalat. Jakarta: Rajawali Press.
- [3] Arikunto. (2010). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.
- [4] Baits, A. N. (2000). HALAL HARAM BISNIS ONLINE . Jogjakarta: MUAMALAH.
- [5] Basyir, A. U. (2015). *Fiqh Ekonomi Islam*. Jakarta: Darul Haq.
- [6] *cara belanja di tiktok shop*. (n.d.). Retrieved from <https://store.sirclo.com/blo/cara-belanja-di-tiktok-shop/>
- [7] Haroen, N. (2000). *Fiqh Muamalah* . Jakarta: Gaya Media Pratama.
- [8] Hasan, A. (2004). *Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- [9] Ikhwana, A. (2021). STRATEGI BISNIS TERINTEGRASI ANTARA ONLINE DAN OFFLINE UNTUK MENINGKATKAN PEMASARAN.
- [10] Jusmaliani. (2008). *Bisnis Berbasis Syariah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- [11] Jusmaliani. (2008). *Bisnis Berbasis Syariah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- [12] *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. (2008). Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- [13] Mardani. (2012). *Fiqh Ekonomi Syariah :Fiqh Muamalah*. Jakarta: Kencana.
- [14] Mardani. (2012). *Fiqh Ekonomi Syariah: Fiqh Muamalah*. Jakarta: Kencana Media Group.
- [15] Mardani. (2012). *Fiqh Ekonomi Syariah: Fiqh Muamalah*. Jakarta: Kencana.
- [16] MAWAR. (2022). AKTIVITAS JUAL BELI ONLINE MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM.



- 
- [17] Moleong, L. J. (2018). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
  - [18] Muhimah, U. (2017). AKAD AS-SALAM DALAM JUAL BELI ONLINE DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM.
  - [19] Nazir, M. (2013). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
  - [20] Ni Putu Paramita Utami. (n.d.). PEMANFAATAN JEJARING SOSIAL FACEBOOK. <https://ejournal.undiksha.ac.id>
  - [21] Nopitasari. (2020). PRAKTIK JUAL BELI ONLINE PADA MAHASISWA JURUSAN EKONOMI SYARIAH PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM. *SKRIPSI NOPITASARI*, 16.
  - [22] Noviantri, N. (2019). Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Online Shopee dan Perlindungan Konsumen di Shopee Menurut Mahasiswa UIN Syahid Jakarta.
  - [23] Sabarguna. (2005). *Analisis Data Pada Penelitian Kualitatif*. Jakarta: UI. Press.
  - [24] Sari, M. (2020). Penelitian Kepustakaan dalam Penelitian Pendidikan IPA. *Jurnal Penelitian Bidang IPA Dan Pendidikan IPA*, 47.
  - [25] Sarwat, A. (2018). *Fiqh Jual-beli*. Jakarta: Rumah Fiqh.
  - [26] Sudiarti, S. (2018). *Fiqh Muamalah Kontemporer*. Medan: FEBI UIN-SU Press.
  - [27] Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
  - [28] Suhendi, H. (2005). *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
  - [29] Suherman, A. M. (2002). *Aspek Hukum Dalam Ekonomi Global*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
  - [30] Sujarweni, W. (2014). *Metodelogi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
  - [31] Sukardi. (2013). *Metodelogi Penelitian Pendidikan Kompetensi Dan Prakteknya*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
  - [32] Suryabrata, S. (2014). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
  - [33] Syaodih, N. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
  - [34] Yahya, U. (2015). Konsep Pendidikan Anak. *Jurnal Islamika, Volume 15 Nomor 2*, 239.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN