

Analisis Hukum Jual Beli Online dalam Perspektif Syariat Islam

Ubaid Aisyul Hana¹, Nur Mufidah²

^{1,2}Fakultas Ekonomi Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Surabaya

e-mail ¹ubaidmedmed@gmail.com, ²nurana142005@gmail.com

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong meningkatnya transaksi yang mengubah pola hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen. Perjanjian jual beli online memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan dengan perjanjian konvensional, terutama karena minimnya interaksi langsung antara penjual dan pembeli serta terbatasnya transparansi informasi. Hal ini sering kali menimbulkan ketidakpastian hukum serta potensi kerugian pada pihak konsumen serta menyebabkan terjadinya penipuan kepada konsumen. Dalam praktiknya, akad jual beli online menggunakan media digital sebagai sarana ijab qabul, seperti melalui aplikasi atau platform e-commerce, dengan mekanisme yang sudah diatur oleh fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) No. 146 Tahun 2021. Prinsip kejujuran, keterbukaan informasi produk, dan perlindungan hak konsumen menjadi landasan utama agar transaksi online sesuai dengan nilai-nilai syariah dan dapat mendorong perkembangan ekonomi digital yang berkelanjutan. Studi ini mengkaji bagaimana penerapan akad dalam jual beli online dan relevansinya dengan tuntunan hukum Islam di era digital.

Kata kunci: perkembangan teknologi informasi, perjanjian jual beli online, penipuan konsumen, perlindungan konsumen.

Abstract

The development of information technology has encouraged an increase in transactions that change the pattern of legal relations between business actors and consumers. Online buying and selling agreements have different characteristics compared to conventional agreements, especially due to the lack of direct interaction between sellers and buyers and limited information transparency. This often leads to legal uncertainty and potential losses on the part of consumers and causes fraud to consumers. In practice, the online buying and selling contract uses digital media as a means of ijab qabul, such as through the application or e-commerce platform, with a mechanism that has been regulated by the fatwa of the National Sharia Council of the Indonesian Ulema Council (DSN-MUI) No. 146 of 2021. The principles of honesty, product information disclosure, and protection of consumer rights are the main basis so that online transactions are in accordance with sharia values and can encourage the development of a sustainable digital economy. This study examines how the application of contracts in online buying and selling and their relevance to the guidance of Islamic law in the digital era.

Keywords: development of information technology, online buying and selling agreement, consumer fraud, consumer protection.

1. Pendahuluan

Dengan berkembangnya teknologi informasi, banyak aspek kehidupan telah berubah, termasuk aktivitas ekonomi dan perdagangan. Munculnya sistem jual beli online, yang merupakan salah satu perkembangan paling signifikan, memungkinkan transaksi dilakukan secara digital tanpa perlu melakukan komunikasi langsung antara penjual dan pembeli. Dengan fenomena ini, diperlukan pemahaman tentang bagaimana prinsip syariah Islam dapat diterapkan dalam hal jual beli online, khususnya mengenai gagasan akad sebagai dasar sahnya transaksi dalam Islam.

Pada peristiwa jual beli terdapat dua pihak yaitu pihak penjual yang berkewajiban menyerahkan barang objek jual beli dan pihak pembeli yang berkewajiban membayar harga pembelian. Jual beli online ini sebenarnya sama saja dengan kita jual beli secara offline atau face to face, yang membedakan hanya lokasi bisnis yang membedakan keduanya. Dalam bisnis online, baik penjual maupun pembeli menggunakan media internet sebagai tempat penjualan dan promosi, sedangkan bisnis offline memiliki toko atau lokasi tetap yang dapat digunakan untuk menjual barang atau jasa. Tidak ada kontak langsung antara pembeli dan penjual, dan yang lebih penting, transaksi dilakukan atas dasar kepercayaan.

Transaksi jual beli online menawarkan kemudahan bagi konsumen dan pelaku usaha, Dalam hal ini penjual dan pembeli tidak memperhatikan lagi masalah ijab qabul secara lisan, tetapi cukup dengan perantara bukti-bukti berharga, seperti nota transfer, dan sebagainya tanpa membutuhkan kehadiran fisik hal ini menimbulkan tantangan baru dalam aspek perlindungan hukum konsumen. Ketidadaan interaksi fisik antara penjual dan pembeli serta keterbatasan informasi mengenai produk sering kali menyebabkan konsumen menghadapi risiko seperti barang tidak sesuai deskripsi, cacat tersembunyi, atau bahkan penipuan.

Berdasarkan pengalaman sebagian besar orang, ada banyak peluang bisnis yang dapat dihasilkan dengan menggunakan aplikasi digital berbasis internet. Generasi milenial telah memanfaatkan peluang ini dan menghasilkan banyak jutawan baru. Beberapa alasan mengapa pengusaha muda begitu ramai mengisi pasar aplikasi digital adalah karena modal yang dibutuhkan relatif kecil, birokrasi yang mudah, dan kemampuan untuk menjalankan bisnis dengan mudah.[1]

Memanfaatkan aplikasi atau platform e-commerce untuk meningkatkan kinerja dapat secara strategis meningkatkan pengalaman konsumen dan meningkatkan kinerja bisnis. Selain itu, pola hidup masyarakat di era digital sangat bergantung pada teknologi, seperti yang dapat dilihat dari pertumbuhan e-commerce, yang telah memberikan kenyamanan kepada pelanggan dan telah menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, memanfaatkan e-commerce dan kemampuannya dapat menjadi strategi yang efektif bagi bisnis untuk memaksimalkan kinerja bisnis mereka.[2] Untuk mengoptimalkan potensi pasar online, pelaku usaha perlu memahami perilaku konsumen secara mendalam, termasuk preferensi, kebiasaan belanja, serta respons terhadap promosi digital. Selain itu, pemilihan platform e-commerce yang sesuai dengan karakteristik produk dan target pasar sangat menentukan efektivitas distribusi dan jangkauan pasar. Strategi pemasaran digital juga harus dirancang secara cermat, mulai dari konten yang menarik, penggunaan media sosial, hingga teknik retargeting.

Strategi pemasaran barang yang ingin diperjualbelikan saat ini banyak dilakukan secara online, memanfaatkan berbagai platform digital seperti media sosial, marketplace, dan situs e-commerce. Penjual biasanya mengunggah foto atau video produk yang dikemas secara menarik guna menarik perhatian konsumen. Namun, di balik kemudahan dan kepraktisan tersebut, muncul persoalan baru yang merugikan konsumen. Banyak masyarakat yang tertipu karena barang yang diterima tidak sesuai dengan foto atau video yang dipromosikan. Perbedaan bisa terjadi dalam hal kualitas, ukuran, warna, atau bahkan jenis barang yang dikirim. Fenomena ini menunjukkan bahwa pemasaran digital tidak selalu mencerminkan kondisi nyata produk, sehingga menuntut konsumen untuk lebih berhati-hati dan kritis sebelum melakukan transaksi. Hal ini juga mendorong perlunya regulasi dan perlindungan konsumen yang lebih ketat dalam ranah perdagangan elektronik.

Semuanya sekarang mudah dan instan di era modern yang berkembang. Internet memungkinkan apa pun untuk diakses. Kita dapat belanja melalui sistem online, yang mirip dengan jual beli. Dibutuhkan landasan untuk memberikan pengingat dan pedoman antara perilaku baik dan buruk yang mungkin dilakukan seseorang karena kemajuan teknologi dalam sistem jual beli saat ini. Bisnis e-commerce, juga dikenal sebagai jual beli online, telah mengubah cara masyarakat berbelanja, memungkinkan pelanggan untuk membeli barang dan jasa dengan cepat dan mudah.[3] Namun, karena perubahan ini, ada pertanyaan tentang bagaimana sistem akad juga dikenal sebagai perjanjian dalam ekonomi syariah—dapat digunakan untuk jual beli online.

Perikatan, juga disebut sebagai akad, adalah janji setia kepada Allah yang dibuat oleh manusia dengan sesama manusia dalam kehidupan sehari-hari. Dalam hal jual beli barang, seperti halnya dalam kehidupan sehari-hari, penjual dan pembeli memiliki hak atas barang yang dibeli, dan penjual mendapat imbal balik dalam bentuk uang atau barang yang dijanjikan. Ini menimbulkan hak dan kewajiban satu sama lain. Suatu akad, atau transaksi sendiri, adalah suatu perjanjian antara ijab dan qabul yang dibenarkan oleh syara' yang menetapkan adanya akibat hukum pada objeknya.[4]

Dalam hukum fiqh muamalah, terdapat ketentuan bahwa salah satu syarat sahnya akad jual beli adalah penjual dan pembeli harus berada dalam satu majelis yang sama saat transaksi dilakukan. Syarat ini bertujuan untuk memastikan adanya kesepakatan dan kejelasan antara kedua belah pihak secara langsung, sehingga meminimalkan potensi sengketa atau kesalahpahaman.[5] Namun, seiring perkembangan zaman dan kemajuan teknologi informasi, bentuk transaksi jual beli mengalami perubahan signifikan. Kini, banyak transaksi dilakukan secara daring (online) melalui platform digital tanpa kehadiran fisik kedua pihak dalam satu tempat yang sama. Oleh karena itu, syarat berada dalam satu majelis sebagaimana dimaksud dalam fiqh klasik menjadi kurang relevan dalam konteks jual beli modern, sehingga memunculkan kebutuhan untuk ijtihad dan reinterpretasi hukum guna menyesuaikan dengan realitas dan kebutuhan masyarakat kontemporer.[6]

Kehadiran badan pengatur dalam ranah hukum sangat penting karena keberlangsungan bisnis bergantung pada kualitas dan ketepatan perjanjian yang dibuat untuk menegakkan hak dan tanggung jawab semua pihak yang terlibat. Akta menentukan hubungan antara pihak saat ini dan masa depan. Kepatuhan terhadap perjanjian ini menunjukkan tingkat risiko dan keuntungan yang diberikan kepada masing-masing pihak. Ini terutama berlaku untuk entitas keuangan dan entitas yang bertanggung jawab atas bisnis atau perjanjian pembeli dengan penjual.[7]

Etika bisnis Islam harus mengikuti hukum Islam, termasuk jual beli online. Karena itu, tujuan berbisnis dalam Islam bukan hanya untuk mendapatkan keuntungan finansial, tetapi juga untuk mendapatkan keberkahan dari harta yang diperoleh.[8] Dalam teologi Islam, harta yang diberkahi dapat bermanfaat bagi dirinya, keluarganya, dan orang lain. Namun, harta yang diperoleh dengan cara yang tidak halal hanya akan menyebabkan kesengsaraan. Keberkahan hanya dapat dicapai dengan menjalankan bisnis sesuai dengan hukum Islam.

Di negara kita perlindungan hukum terhadap konsumen diatur dengan UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Selanjutnya disebutkan UU PK). Dengan adanya undang-undang ini diharapkan setiap konsumen yang melakukan transaksi e-commerce bisa mendapatkan kepastian hukum, sehingga aman dalam melakukan transaksi.[9] Undang-undang ini menjadi landasan hukum yang penting dalam menjamin hak-hak konsumen atas keamanan, kenyamanan, dan keselamatan dalam bertransaksi, baik secara langsung maupun melalui media elektronik. Dalam konteks perdagangan modern yang semakin berkembang, termasuk transaksi e-commerce, UU PK berperan penting dalam memberikan kepastian hukum bagi konsumen. Dengan adanya payung hukum ini, diharapkan konsumen yang melakukan transaksi secara daring dapat merasa aman dan terlindungi dari berbagai bentuk penipuan, kecurangan, atau penyalahgunaan data pribadi. Selain itu, UU PK juga mendorong pelaku usaha untuk bertindak jujur dan bertanggung jawab, sehingga tercipta ekosistem perdagangan yang sehat, adil, dan saling menguntungkan antara penjual dan pembeli.

Di era digital saat ini, teknologi informasi menjadi tulang punggung dalam mempercepat arus informasi, efisiensi transaksi, dan keterhubungan antara pelaku ekonomi dari berbagai wilayah, termasuk daerah terpencil sekalipun. Oleh karena itu, peran pemerintah sangat krusial dalam mendukung pengembangan teknologi ini, tidak hanya dari sisi teknis, tetapi juga melalui penyediaan infrastruktur hukum dan regulasi yang memadai. Regulasi yang jelas dan adil akan menciptakan kepastian hukum serta menjamin perlindungan terhadap semua pihak yang terlibat dalam ekosistem digital. Selain itu, pemanfaatan teknologi informasi harus dilakukan secara bijak dan bertanggung jawab, dengan mengedepankan keamanan data dan mencegah segala bentuk penyalahgunaan. Dalam konteks Indonesia, hal ini juga harus sejalan dengan nilai-nilai agama serta norma sosial dan budaya masyarakat, agar kemajuan teknologi tidak menimbulkan benturan nilai, melainkan justru menjadi sarana untuk memperkuat identitas nasional dan memperluas manfaat ekonomi secara merata.[10]

Seiring dengan perkembangan dan kompleksitas masalah keagamaan dan kemasyarakatan, diperlukan pemahaman yang mendalam tentang ajaran agama. Hukum Islam mengatur jual beli sebagai salah satu jenis transaksi, terutama dalam kitab fiqh terdahulu. Hanya dikategorikan sebagai jual beli modern karena mencakup kemajuan teknologi. Karena e-commerce adalah model perjanjian jual beli dengan fitur yang berbeda dengan transaksi jual beli konvensional, masalah hukum jual beli yang dilakukan secara online tidak semudah yang dibayangkan banyak orang. Selain itu, daya jangkauan yang kini mencakup seluruh dunia. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji lebih dalam mengenai konsep akad dalam jual beli online menurut perspektif syariah Islam.[11]

Sebagai sumber hukum Islam, Al-Qur'an memberikan contoh dan mengatur jual beli berdasarkan hukum Islam. Sebagian orang sama sekali tidak tahu ketentuan jual beli dalam hukum Islam. Namun, ketentuan ini berlaku untuk kedua pihak—penjual dan pembeli. Banyak penjual saat ini mengabaikan aturan Islam dan berkonsentrasi pada keuntungan pribadi. Mereka hanya mengejar keuntungan materi tanpa mempertimbangkan manfaat bekerja untuk pekerjaan mereka.[12] Kajian ini menjadi penting untuk memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai bagaimana prinsip-prinsip syariah dapat diterapkan secara relevan dalam era digital saat ini, tanpa mengabaikan nilai-nilai dasar keadilan, transparansi, dan kerelaan dalam bertransaksi.

2. Metode Penelitian

Penelitian kualitatif adalah pendekatan penelitian yang bertujuan untuk memahami dan menggambarkan fenomena sosial atau perilaku manusia secara menyeluruh, dengan fokus pada makna, pengalaman, dan konteks dari sudut pandang subjek yang diteliti. Pendekatan ini lebih menekankan pada makna, pengalaman, dan interpretasi daripada anggota kelompok. Peneliti kualitatif sebagian besar mengumpulkan data melalui observasi, wawancara mendalam, dokumentasi, atau studi kasus. Tujuan utama penelitian kualitatif adalah untuk memahami bagaimana dan mengapa fenomena terjadi, terutama dalam konteks sosial, budaya, atau psikologis. Akibatnya, temuan penelitian kualitatif sering digunakan untuk membuat teori baru atau memperdalam pemahaman teori lama.

3. Hasil dan Pembahasan

1. Pengertian Jual Beli dalam Islam

Dalam fiqh, kata "jual beli" disebut dengan lafadz "al-bay", yang berarti menjual, mengganti, atau menukar sesuatu dengan yang lain. Dalam hal ini, lafadz "al-bay" kadang-kadang digunakan untuk menggambarkan lawannya, seperti kata "asy-syira", yang berarti beli. Dengan demikian, kata "al-bay" tidak hanya berarti jual, tetapi juga berarti beli.[13] Menurut fiqh, jual beli adalah perjanjian untuk menukar harta dengan harta yang lain berdasarkan kerelaan kedua belah pihak, yang dilakukan sesuai dengan syariat Islam melalui ijab dan qabul. Definisi ini menekankan betapa pentingnya pemenuhan rukun dan syarat yang ditetapkan dalam hukum Islam, serta kejelasan objek transaksi dan kesepakatan harga. Hal ini menunjukkan bahwa dalam Islam, jual beli bukan sekadar pertukaran barang

atau jasa, tetapi juga merupakan perjanjian yang mengikat secara hukum dan moral, yang bertujuan untuk menciptakan keadilan dan keberkahan dalam muamalah.

Secara terminologi, terdapat beberapa definisi jual beli yang dikemukakan para ulama fiqih, sekalipun substansi dan tujuan masing-masing definisi sama. Sebagai berikut:[14]

- a) Menurut Ulama Hanafiyah, yang dikutip oleh Wahbah az-Zuhaili, jual beli adalah pertukaran harta (benda) dengan harta berdasarkan cara khusus (yang diizinkan).
- b) Menurut Ibnu Qudamah, salah seorang Ulama Malikiyah, dalam kitab Al-Mugni, pertukaran harta dengan harta untuk saling menjadikan milik (bentuk pemindahan milik dan pemilikan).
- c) Menurut Imam Nawawi dalam Al-Majmu, "pertukaran harta dengan harta untuk kepemilikan".
- d) Menurut Sayyid Sabiq, "jual beli" berarti memindahkan milik dengan ganti yang dapat diterima atau pertukaran harta dengan harta atas dasar saling merelakan.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), jual beli adalah suatu proses persetujuan saling mengikat antara penjual sebagai pihak yang menyerahkan barang dan pembeli sebagai pihak yang membayar harga barang yang dijual.[15] Proses ini didasarkan pada prinsip kerelaan atau saling ridha dan melibatkan kesepakatan antara kedua belah pihak mengenai barang yang diperjualbelikan dan nilai tukarnya. Dalam praktik, jual beli adalah lebih dari sekadar pertukaran uang dan barang; itu juga menunjukkan kepercayaan dan kewajiban antara penjual dan pembeli. Oleh karena itu, untuk menjaga kelangsungan dan keabsahan transaksi jual beli, baik dalam konteks konvensional maupun syariah, informasi yang jelas, kesepakatan yang adil, dan kepatuhan terhadap hukum yang berlaku sangat penting.

Dari beberapa pengertian di atas dapat kita simpulkan bahwa, jual beli adalah suatu transaksi antara dua pihak yang saling merelakan untuk bertukar barang, dengan penjual bertindak sebagai pihak yang menyerahkan barang dan pembeli bertindak sebagai pihak yang menyerahkan imbalan berupa harga (tsaman). Tujuan dari transaksi ini adalah untuk memindahkan secara legal dan permanen hak kepemilikan atas barang dari penjual kepada pembeli. Transaksi ini dilakukan berdasarkan syarat-syarat dan aturan syariat Islam supaya tidak ada terjadinya riba.

2. Perkembangan Jual Beli Online (e-commerce)

E-Commerce berasal dari bahasa Inggris, penggabungan dua buah kata, yaitu kata E yang merupakan kepanjangan dari Electronic dan kata Commerce. Menurut bahasa (etimologi) adalah sebagai berikut (E) electronic adalah ilmu elektronik (muatan listrik), alat-alat elektronik, atau semua hal yang berhubungan dengan dunia elektronika dan teknologi. Sedangkan (C) commerce adalah perdagangan dan perniagaan. Sementara itu, Commerce berarti aktivitas jual beli atau transaksi dagang.[16] Dengan demikian, E-Commerce dapat diartikan sebagai suatu bentuk transaksi perdagangan yang dilakukan melalui media elektronik, khususnya yang terhubung dengan jaringan internet.

Seiring dengan perkembangan zaman dimana teknologi semakin maju teknologi informasi dan komunikasi ini telah mendorong transformasi signifikan dalam pola transaksi perdagangan, khususnya melalui e-commerce. Jual beli online juga merupakan hubungan antara penjual dan pembeli, seperti jual beli konvensional. Para pihak dalam hubungan ini memiliki hak dan kewajiban yang sama seperti dalam jual beli konvensional.[17] Transaksi jual beli online menawarkan kemudahan bagi konsumen dan pelaku usaha, dalam hal ini penjual dan pembeli tidak memperhatikan lagi masalah ijab qabul secara lisan, tetapi cukup dengan perantara bukti-bukti berharga, seperti nota transfer, dan sebagainya tanpa membutuhkan kehadiran fisik hal ini menimbulkan tantangan baru dalam aspek perlindungan hukum konsumen. Ketiadaan interaksi fisik antara penjual dan pembeli serta keterbatasan informasi mengenai produk sering kali menyebabkan konsumen menghadapi risiko seperti barang tidak sesuai deskripsi, cacat tersembunyi, atau bahkan penipuan.

Pada masa pandemi COVID-19, jual beli online mengalami peningkatan yang signifikan di Indonesia. Kebijakan pemerintah seperti Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan anjuran untuk bekerja dari rumah membatasi interaksi langsung masyarakat, mendorong pergeseran aktivitas ekonomi ke ranah digital.[18] Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), nilai transaksi e-commerce meningkat dari Rp205,5 triliun pada 2019 menjadi Rp266,3 triliun pada 2020, mencatat pertumbuhan sebesar 29,6%. Selain itu, Shopee mencatat 260 juta transaksi sepanjang kuartal II 2020, dengan rata-rata lebih dari 2,8 juta transaksi per hari, menunjukkan peningkatan sebesar 130% dibandingkan tahun sebelumnya. Peningkatan ini mencerminkan adaptasi masyarakat terhadap kondisi pandemi dan percepatan transformasi digital dalam sektor perdagangan.

Dalam praktiknya, E-Commerce memungkinkan proses jual beli barang atau jasa dilakukan secara daring tanpa batas ruang dan waktu, mencakup aktivitas seperti pemasaran, pemesanan, pembayaran, hingga layanan purna jual yang seluruhnya didukung oleh teknologi informasi. Dengan munculnya e-commerce, bisnis di era digital telah berubah menjadi lebih mudah, efektif, dan memiliki jangkauan pasar yang lebih besar bagi bisnis dan konsumen. Beberapa contoh implementasi e-commerce di Indonesia adalah:[19]

- a) Business to Business (B2B), adalah jenis perdagangan yang mencakup semua transaksi elektronik barang atau jasa yang dilakukan antara dua atau lebih perusahaan. Contohnya adalah Unilever sebagai produsen menjual produk seperti sabun, sampo, dan makanan kepada jaringan retail untuk dijual kembali ke konsumen.
- b) Business to Consumer (B2C), adalah jenis e-commerce yang melibatkan transaksi antara perusahaan (penjual) dan konsumen individu (pembeli). Platform e-commerce yang menjual produk langsung kepada konsumen, seperti pakaian, makanan, elektronik, dan kebutuhan rumah tangga. Contohnya adalah shopee, tokopedia, bukalapak, dan lain-lain.
- c) Consumer to Consumer (C2C), adalah jenis e-commerce yang mencakup semua transaksi elektronik antara konsumen dan produsen. Contohnya adalah Facebook Marketplace, biasanya digunakan oleh individu untuk menjual produk, makanan rumahan, atau barang bekas kepada orang lain di sekitar mereka.
- d) Consumer to Business (C2B), adalah ketika konsumen individu atau kelompok konsumen menawarkan barang atau jasa kepada perusahaan atau bisnis melalui pihak ketiga yang menyediakan platform online atau pasar. Contohnya adalah Influencer media sosial bekerja sama dengan brand.
- e) Business to Administration (B2A), adalah Jenis perdagangan elektronik yang mencakup semua transaksi online antara perusahaan dan administrasi publik. Contohnya adalah Perusahaan jasa konstruksi membangun fasilitas public misalnya, PT Waskita Karya bekerja sama dengan pemerintah membangun jalan tol, jembatan, atau gedung kantor pemerintahan.
- f) Customer to Administration (C2A), adalah Suatu perdagangan elektronik yang mencakup semua transaksi elektronik antara individu dan administrasi publik. Contohnya adalah BPJS Kesehatan digital dimana warga mendaftar, membayar iuran, atau mengakses layanan BPJS melalui aplikasi Mobile JKN tanpa harus datang ke kantor.
- g) Online to Offline (O2O), adalah adalah kategori e-commerce yang menarik konsumen dari saluran online ke toko fisik. Contohnya adalah GoFood dan GrabFood dimana konsumen memesan makanan secara online melalui aplikasi, lalu makanan disiapkan dan diambil dari restoran secara offline oleh kurir.

E-commerce memberikan peluang bagi pengusaha untuk mengembangkan bisnis mereka, memungkinkan strategi pemasaran yang lebih besar, termasuk pasar internasional, dan memberikan kesempatan bagi produk untuk mendapatkan pengakuan yang lebih luas di kalangan calon konsumen. Selain itu, e-commerce memungkinkan penjual untuk

berinteraksi dengan pelanggan dalam jangkauan yang lebih luas, sehingga memperluas akses pasar bagi perusahaan.[20] Transaksi e-commerce membuat kita lebih mudah dan efisien karena memungkinkan pelanggan untuk membeli atau menjual barang dan jasa kapan saja dan di mana saja melalui perangkat digital seperti komputer atau smartphone. Konsumen dapat menghemat waktu, tenaga, dan biaya transportasi karena mereka tidak lagi perlu mengunjungi toko fisik secara langsung. Selain itu, berbagai opsi pembayaran digital menawarkan kemudahan dan keamanan yang lebih tinggi bagi pengguna dan mempercepat proses transaksi.

3. Rukun dan Syarat Akad dalam Syariah

Dalam jual beli terdapat syarat dan rukun yang harus dipenuhi sehingga jual beli tersebut bisa dikatakan sah menurut syariat. Rukun adalah unsur pokok yang harus ada dalam jual beli supaya bisa dianggap sah menurut pandangan islam. Sedangkan syarat adalah ketentuan yang harus dipenuhi saat akad jual beli dilakukan supaya akad tersebut sah menurut islam. Perjanjian yang tidak memenuhi syarat-syarat sah dari jual beli dianggap batal. Imam Hanafi menggambarkan jual beli yang batal sebagai "jual beli yang tidak ada barangnya, jual beli sesuatu yang tidak mungkin untuk diadakan, jual beli sesuatu yang najis dan menajiskan, jual beli sesuatu yang mengandung ketidakjelasan".[21] Oleh karena itu islam mengatur rukun dan syarat jual beli.

a) Rukun Akad dalam Syariah[22]

1) Al-Aqidain atau orang yang berakad (penjual dan pembeli).

Rukun jual beli tidak akan berjalan karena tidak ada penjual dan pembeli, jual beli juga tidak dapat dilakukan secara sah. Penjual adalah pihak yang memiliki barang atau produk yang akan dijual kepada pembeli, dan pembeli adalah pihak yang membutuhkan barang tersebut untuk digunakan.

2) Ma'qud 'alaih (adanya barang).

Harus jelas bentuk, kadar, dan karakteristiknya, dan harus dapat dipahami oleh penjual dan pembeli. Jadi, jual beli barang yang tidak jelas dianggap tidak sah jika tidak dapat dilihat oleh penjual dan pembeli atau salah satu dari keduanya. Menurut Imam Syafi'i, jual beli tersebut tidak sah karena ada unsur penipuan. Tiga imam dan sejumlah ulama dari madzhab kita juga menyatakan hal yang sama.[23]

3) Sighat (ijab qabul)

Tidak ada transaksi yang sah sebelum ijab dan qabul dilakukan, yang menunjukkan kerelaan (keridhaan). Ijab qabul dapat diucapkan atau ditulis, dan dapat terjadi dalam bentuk perbuatan, yaitu saling memberi, yaitu menyerahkan barang dan menerima uang.[24] Ijab qabul tidak hanya dilakukan dengan bicara tetapi bisa dilakukan dengan:[25]

- Dengan tulisan, misalnya dalam kasus di mana ijab qabul dilakukan antara dua orang yang berada di jarak jauh dalam transaksi jual beli;
- Dengan isyarat, misalnya, untuk orang yang tidak dapat melakukan akad jual beli dengan kata-kata atau tulisan.
- Dengan cara ta'ahi, seseorang memberi sesuatu kepada orang lain, dan orang yang memberi memberikan imbalan kepada orang yang memberinya, tanpa menentukan seberapa besar imbalan itu.
- Menurut beberapa ulama, dalam istilah lisan al-hal, apabila seseorang meninggalkan sesuatu di depan orang lain dan orang yang meninggalkan sesuatu itu berdiam diri, itu dianggap sebagai akad ida'.
- Dalam istilah tulisan, ketika dua orang yang terjadi.

b) Syarat Akad dalam Syariah

Agar tidak terjermus ke dalam praktik perniagaan yang menyimpang, berikut beberapa syarat sah akad yang dapat diketahui dan diterapkan saat melakukan jual

beli: Taudhihul ahkam 4/213-214, Fiqih Ekonomi Keuangan Islam, dan beberapa referensi lainnya.[26]

Pertama, persyaratan yang berlaku untuk pelaku jual beli (penjual dan pembeli):

- Kedua belah pihak harus melakukan jual beli secara sukarela dan bebas. sesuai dengan firman Allah ta'ala dalam surah An-Nisaa' ayat 29.
- Tidak sah transaksi yang dilakukan oleh anak kecil, orang gila, atau orang yang dipaksa karena kedua belah pihak berkompeten dalam praktek jual beli dan dia adalah mukallaf dan rasyid. Ini adalah salah satu contoh keadilan agama yang bertujuan untuk melindungi hak milik manusia dari kezaliman, karena seseorang yang gila, safiih (tidak cakap dalam bertransaksi) atau orang yang dipaksa tidak mampu membedakan transaksi mana yang baik dan buruk bagi dirinya, sehingga mereka rentan mengalami kerugian dalam transaksi yang mereka lakukan.

Kedua, persyaratan untuk barang yang diperjualbelikan adalah sebagai berikut:

- Barang yang dijual (baik itu barang yang dijual atau harganya) adalah barang yang suci dan bermanfaat, bukan barang yang najis atau haram. Hal ini karena diperjualbelikannya barang haram secara hukum.
- Sebagai hak milik penuh, seseorang hanya dapat menjual barang yang bukan miliknya dengan izin pemilik barang tersebut.

4. Akad dalam Transaksi Online Menurut Syariah

Muamalah jual beli tidak dapat dipisahkan dari akad (transaksi), karena dengan akad tersebut kedua belah pihak berkaitan dengan hukum Islam (syariah) dalam bermuamalah, yang dalam praktiknya terbagi kepada 5 (lima) macam, yaitu:[27]

- a) Akad mu'awadhah, adalah setiap akad yang mencakup serah terima (timbang balik) yang dilakukan oleh kedua belah pihak, seperti akad al-ba'i (jual beli), ijarah (sewa menyewa) dan lain sebagainya.
- b) Akad irfaq, adalah setiap akad yang bertujuan memberi manfaat (menolong) yang tidak ada tukar menukar barang. Seperti qiradh (hutang), ariyah (pinjaman) dll.
- c) Akad tautsiq, adalah setiap akad yang tujuannya menguatkan (mengokohkan) hak. Misalnya rahn (gadai), dhaman/kafalah (tanggungan) dan nikah.
- d) Akad amanah, adalah setiap akad yang dasarnya kepercayaan, misalnya wadi'ah (titipan).

Akad merupakan unsur yang sangat penting dalam jual beli. Secara umum, bisnis Islam menjelaskan transaksi yang bersifat fisik, baik dengan menyerahkan barang yang dipesan atau tanpanya, tetapi dengan ketentuan bahwa sifat barang harus dinyatakan dengan jelas, baik diserahkan secara langsung maupun diserahkan kemudian sampai batas waktu yang ditetapkan. Dalam transaksi as-salam, pembayaran dilakukan secara tunai atau disegerakan, tetapi penyerahan barang ditangguhkan. Dalam transaksi al-istisna, pembayaran dilakukan secara disegerakan atau ditangguhkan sesuai kesepakatan, tetapi penyerahan barang ditangguhkan.[28]

Dengan munculnya e-commerce, akad jual beli kini sering dilakukan secara online dan semakin memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi tanpa harus bertatap muka secara langsung. Dalam sistem ini, proses ijab dan qabul dapat dilakukan melalui media digital seperti chat, email, atau fitur khusus dalam aplikasi, selama pernyataan dan kesepakatan kedua belah pihak jelas dan tidak mengandung unsur penipuan. Contoh penerapan akad jual beli online dapat dilihat pada platform seperti Shopee dan Kahiyang Online Shop, di mana sistem pre-order atau akad salam sering digunakan. Pada sistem ini, pembeli melakukan pembayaran di awal untuk barang yang akan diproduksi dan dikirim kemudian hari sesuai kesepakatan. Praktik ini diperbolehkan dalam syariah selama memenuhi rukun dan syarat akad, seperti kejelasan spesifikasi barang, waktu pengiriman, serta kerelaan antara penjual dan pembeli.[29]

Persetujuan antara penjual dan pembeli, terutama dalam transaksi jual beli online, harus dibuat secara sukarela. Dalam jual beli online, "akad bay' as-salam" adalah istilah yang digunakan. Dalam bahasa Arab, istilah "akad" berasal dari kata "al-Aqd", yang secara harfiah berarti perjanjian atau kontrak yang sesuai dengan hukum Islam. As-salam adalah istilah untuk jual beli di mana pembeli memesan barang terlebih dahulu dan pembayaran dilakukan setelah pesanan tersebut diterima. Dalam hal ini, as-salam juga dapat diartikan sebagai perjanjian di mana penyerahan barang ditangguhkan hingga tanggal tertentu dengan imbalan harga yang telah disepakati pada saat akad dilakukan.[3]

Satu transaksi tidak memenuhi persyaratan Syariah karena tidak memenuhi syarat perjanjian, transaksi yang mengandung unsur gharar (ketidakjelasan/ketidakpastian) dianggap fasid (tidak sah secara syariah) dan dapat menimbulkan ketidakpercayaan pelanggan terhadap pasar dan merusak nilai keadilan dalam ekonomi syariah. Jika ada unsur gharar dalam transaksi, konsumen dapat mengalami kerugian. Konsumen tidak mendapatkan haknya secara keseluruhan sebagai akibat dari pembelian yang dilakukan dalam kondisi yang tidak pasti. Transaksi gharar dapat merugikan secara finansial dan mengurangi rasa aman dan kepercayaan konsumen dalam bertransaksi di pasar.[30]

4. Kesimpulan

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong terjadinya pergeseran besar dalam pola transaksi, dari jual beli konvensional menuju jual beli online (e-commerce). Transaksi online ini memiliki karakteristik yang unik, yaitu minimnya interaksi langsung dan potensi ketidaksesuaian informasi, yang dapat menyebabkan kerugian hingga penipuan konsumen. Dalam perspektif syariat Islam, transaksi semacam ini tetap dapat dianggap sah selama memenuhi rukun dan syarat akad, seperti adanya kejelasan objek jual beli, persetujuan sukarela, dan transparansi informasi.

Hukum Islam tidak menutup kemungkinan untuk beradaptasi dengan perkembangan zaman. Ini terbukti dari ijtihad ulama dan fatwa DSN-MUI No. 146 Tahun 2021 yang memberikan legitimasi pada akad jual beli online. Akad dalam jual beli online dapat dilakukan melalui media digital seperti aplikasi atau pesan teks, asalkan tetap mencerminkan unsur ijab dan qabul serta tidak mengandung unsur gharar (ketidakpastian).

Prinsip-prinsip syariah seperti kejujuran, keadilan, keterbukaan, serta perlindungan konsumen harus ditegakkan dalam setiap transaksi online. Perlindungan hukum juga harus diperkuat dengan mengacu pada UU Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999, agar konsumen tetap terlindungi dari praktik yang merugikan. Oleh karena itu, integrasi antara prinsip syariah dan regulasi positif negara menjadi fondasi penting dalam membangun sistem e-commerce yang adil, aman, dan berkah.

Daftar Pustaka

- [1] F. K. Adi, "Perspektif Jual Beli Online dalam Perspektif Hukum Islam dan KUHPerdara," *Lisyabab J. Stud. Islam dan Sos.*, vol. 2, no. 1, hal. 91–102, 2021, doi: 10.58326/jurnallisyabab.v2i1.66.
- [2] A. Farhan dan N. A. F. Roroa, "Strategi Maksimalisasi Teknologi E-Commerce Dalam Meningkatkan Kinerja Bisnis di Era Digital," *Innov. J. Soc. Sci. Res.*, vol. 4, no. 1, hal. 10110–10119, 2024, [Daring]. Tersedia pada: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/9066>
- [3] A. R. Khaidir, K. Arkan, dan M. A. Fadillah, "Sistem Akad Dalam Jual Beli Online: Membangun Kesepahaman Yang Kokoh Dalam Perspektif Ekonomi Syariah," *J. Relig. J. Agama, Sos. dan Budaya*, vol. 1, no. 6, hal. 30–37, 2023, [Daring]. Tersedia pada: <https://maryamsejahtera.com/index.php/Religion/index>
- [4] W. Cahyo Figur Satrio, S. Sukirno, dan A. Paramita Prabandari, "Prinsip Timbulnya

- Perikatan Dalam Perjanjian Jual Beli Berbasis Syariah,” *Notarius*, vol. 13, no. 1, hal. 294–311, 2020, doi: 10.14710/nts.v13i1.30390.
- [5] A. Habel, “Abdulrahim Habel Institut Ummul Quro Al-Islami Bogor,” *Islam. Econ.*, vol. 2, no. 2, hal. 56–69, 2023, [Daring]. Tersedia pada: <https://jurnal.iuqibogor.ac.id/index.php/annuqud/article/view/672/518>
- [6] M. S. Ummah, “No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title,” *Sustain.*, vol. 11, no. 1, hal. 1–14, 2019, [Daring]. Tersedia pada: http://sciotea.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- [7] A. G. Al, G. Anas, dan A. Hudatullah, “Manfaat Akad Jual Beli Dan Pengaruhnya Dalam Kehidupan Sosial Di Indonesia,” *Relig. J. Agama, Sos. dan Budaya*, vol. 3, no. 2, hal. 541–552, 2024, [Daring]. Tersedia pada: <https://maryamsejahtera.com/index.php/Religion>
- [8] J. I. Hukum, “ETIKA JUAL BELI DALAM KHIYAR,” vol. 2, no. 2, hal. 132–142, 2025.
- [9] I. Harsono, “Perlindungan Konsumen dalam Transaksi E-Commerce di Indonesia,” *J. Legis. Indones.*, vol. Vol. 17, no. No. 2, hal. 187–196, 2020.
- [10] Y. L. Fista, Aris Machmud, dan S. Suartini, “Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi E-commerce Ditinjau dari Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen,” *Binamulia Huk.*, vol. 12, no. 1, hal. 177–189, 2023, doi: 10.37893/jbh.v12i1.599.
- [11] M. Jurnal *et al.*, “Analisis Fiqh Muamalah terhadap Praktik Jual Beli Online di Era Digital dengan Pembayaran Spaylatter Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta , Indonesia Dalam Penggunaan Pay Later ini menetapkan syarat-syarat kepada para pengguna yakni , adanya ,” vol. 3, 2025.
- [12] S. U. Rahayu, S. Sahrudin, dan S. M. Ritonga, “Analisis Jual Beli dalam Perspektif Islam,” *El-Mujtama J. Pengabdi. Masy.*, vol. 4, no. 2, hal. 1171–1179, 2023, doi: 10.47467/elmujtama.v4i2.4841.
- [13] Z. Nafsah, “Jual Beli Dalam Ekonomi Islam (Aplikasi Jual Beli Dalam Fiqih Dan Perbankan Syariah),” *J. Ilm. Ekon. Islam*, vol. 9, no. 2, hal. 2071, 2023, doi: 10.29040/jiei.v9i2.8680.
- [14] W. Putria, “Jual Beli Yang Ada Di Dalam Islam,” *Jual Beli*, hal. 14–32, 2018.
- [15] F. Arangga, M. A. Firmansyah, dan U. L. Mangkurat, “Akad Dan Hukum Jual Beli Online Pada Transaksi,” *J. Relig. J. Agama, Sos. dan Budaya*, vol. 1, no. 1, hal. 1027, 2023.
- [16] B. Umar, Misbahuddin, dan M. Suhufi, “Jual Beli Online Perspektif Hukum Islam,” vol. Vol.2, no. 4, hal. 552–558, 2024.
- [17] L. V. Z. Hartono dan P. Prananingtyas, “Aspek Hukum Perjanjian Dalam Transaksi Jual Beli Secara Online,” *Notarius*, vol. 16, no. 3, hal. 1361–1375, 2023, doi: 10.14710/nts.v16i3.41327.
- [18] Sulisty, Hartanto, A. P. A. Santoso, dan H. Indra, “Peningkatan penjualan online di masa pandemi Covid-19 dan faktor-faktor yang mempengaruhinya,” *Hubisintek 2021*, vol. 2, hal. 1179–1184, 2021, [Daring]. Tersedia pada: <https://ojs.udb.ac.id/index.php/HUBISINTEK/article/view/1507/1190>
- [19] L. A. Safina, H. A. Salsabila, N. Ammarullah, S. A. Marpaung, R. H. Nugroho, dan M. Ikaningtyas, “Implementasi Strategi E-Commerce dalam Perencanaan Bisnis Digital,” *J.*

- Ilm. Multidisiplin*, vol. 1, no. 4, hal. 60–68, 2024, [Daring]. Tersedia pada: <https://doi.org/10.62017/merdeka>
- [20] E. Susilowati, E. Septiyaningsih, S. Dhamayani, dan U. Hidayati, “Journal of Indonesian Rural and Regional Government E-commerce Sebagai Dampak Ekonomi Global Pandemi Covid-19,” vol. 8, no. 2, hal. 75–84, 2024.
 - [21] K. Nida dan A. A. Zafi, “Perspektif Islam Terhadap Jual Beli Dengan Sistem Lelang,” *Al-Adl J. Huk.*, vol. 12, no. 2, hal. 221, 2020, doi: 10.31602/al-adl.v12i2.2827.
 - [22] S. Kasim, P. E. Syariah, F. A. Islam, dan U. Cokroaminoto, “Jual Beli Perspektif Ekonomi Syariah,” vol. 02, no. 02, hal. 217, 2023.
 - [23] Siswadi dan W. 'Ainun Najihah, “Jual Beli yang dilarang (Fasid / Bathil) dalam Pandangan Hukum Islam,” *Oppor. J. Penelit. dan Pengabd. Masy.*, vol. 2, no. 1, hal. 85–94, 2023.
 - [24] D. Ariswanto, “Analisis Syarat in'Iqad Dari 'Aqidain Dan Shighat Dalam Pembentukan Sebuah Akad Syariah,” *Tahkim (Jurnal Perad. dan Huk. Islam.*, vol. 4, no. 1, hal. 59–78, 2021, doi: 10.29313/tahkim.v4i1.7072.
 - [25] I. Ertanti dan M. Fahrazi, “Praktik Ijab-Kabul (Akad) dalam Transaksi Jual Beli oleh Masyarakat Banjar Ditinjau dari Prespektif Hukum Ekonomi Islam,” *Divers. J. Huk.*, vol. 8, no. 2, hal. 358, 2022, doi: 10.32503/diversi.v8i2.2960.
 - [26] M. Salim, “Jual Beli Secara Online Menurut Pandangan Hukum Islam,” *Al Daulah J. Huk. Pidana dan Ketatanegaraan*, vol. 6, no. 2, hal. 371–386, 2017, doi: 10.24252/ad.v6i2.4890.
 - [27] J. Jamaluddin, “Konsep Dasar Muamalah & Etika Jual Beli (al-Ba'i) Perspektif Islam,” *J. Pemikir. Keislam.*, vol. 28, no. 2, hal. 289–316, 2017, doi: 10.33367/tribakti.v28i2.485.
 - [28] S. D. Pujiyanti dan A. Wahdi, “Transaksi Bisnis Online dalam Perspektif Islam,” *SERAMBI J. Ekon. Manaj. dan Bisnis Islam*, vol. 2, no. 2, hal. 91–102, 2020, doi: 10.36407/serambi.v2i2.173.
 - [29] N. L. Fitriana, U. N. Semarang, dan U. N. Semarang, “PENERAPAN AKAD JUAL BELI DALAM BISNIS MODERN,” vol. 2, no. 2, hal. 194–204, 2025.
 - [30] E. W. Febrianti, “Gharar Dalam Transaksi Online : Analisis Akad Jual Beli Pada Marketplace Digital,” vol. 4, no. 2, hal. 178–184, 2025.