

ANALISIS HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP PRAKTIK JUAL BELI ONLINE (E-COMMERCE)

Panji Marboro¹, M. Habiburrahman²

^{1,2}STAI Balaiselasa, Indonesia

Email: panjimarboro32@gmail.com



DOI: <https://doi.org/10.34125/jkps.v11i3.2686>

Sections Info

Article history:

Submitted: 23 March 2026

Final Revised: 11 April 2026

Accepted: 16 May 2026

Published: 21 June 2026

Keywords:

Sharia economic law

Buying and selling

E-commerce



ABSTRAK

*The acceleration of digital trade through marketplaces and social media often gives rise to legal anomalies in the form of information asymmetry, which triggers fraudulent product specifications (tadlis) and weakens consumers' bargaining power. The method used by the researchers is a juridical-normative method with a qualitative-literature approach. This research examines the effectiveness of regulations in the realities of non-conventional digital markets. The analysis shows that although the Consumer Protection Law (UUPK) has legally mitigated transaction risks by guaranteeing the right to information and compensation, its efficacy in practice is often reduced by limited state oversight in the social media realm. Herein lies the urgency of this research finding: muamalah fiqh is no longer positioned merely as formal legality, but rather as an internal control system (self-controlling system) for business actors through the supremacy of the values of *sidq* (honesty) and *amanah* (trustworthiness). Islamic law rigidly eliminates digital transactions contaminated with quality *gharar* in order to restore market balance. The theoretical implications of this research offer a new paradigm that comprehensive digital consumer protection cannot rely solely on positive legal sanctions but must be integrated with the reconstruction of Islamic transactional morality. While many previous studies have focused solely on the formal validity of cyber contracts or the weaknesses of secular law enforcement.*

ABSTRAK

*Akselerasi perdagangan digital melalui marketplace dan media sosial kerap melahirkan anomali hukum berupa asimetri informasi yang memicu penipuan spesifikasi barang (tadlis) dan pelemahan posisi tawar konsumen. Metode yang peneliti gunakan adalah metode yuridis-normatif dengan pendekatan kualitatif-literatur, riset ini membedah efektivitas regulasi terhadap realitas pasar digital non-konvensional. Hasil analisis menunjukkan bahwa meskipun UUPK secara yuridis telah memitigasi risiko transaksi melalui garansi hak informasi dan kompensasi, efikasinya di lapangan sering kali tereduksi oleh keterbatasan pengawasan negara di ranah media sosial. Di sinilah letak urgensi temuan penelitian ini: fiqh muamalah tidak lagi diposisikan sekadar legalitas formal, melainkan sebagai sistem kendali internal (self-controlling system) bagi pelaku usaha melalui supremasi nilai *sidq* (kejujuran) dan *amanah*. Hukum Islam secara rigid mengeliminasi transaksi digital yang terkontaminasi *gharar* kualitas demi memulihkan keseimbangan pasar. Implikasi teoretis dari penelitian ini menawarkan paradigma baru bahwa perlindungan konsumen digital yang komprehensif tidak dapat bertumpu pada sanksi hukum positif semata, melainkan harus diintegrasikan dengan rekonstruksi moralitas transaksional Islam. Ketika banyak riset terdahulu hanya berfokus pada keabsahan formal akad siber atau kelemahan penegakan hukum sekuler.*

Kata kunci: Hukum ekonomi syariah, Jual beli, e-commerce

PENDAHULUAN

Jual beli merupakan suatu kegiatan yang sudah sejak lama dilaksanakan oleh manusia untuk memenuhi segala kebutuhan hidupnya. Jual beli barang merupakan transaksi paling kuat dalam dunia perniagaan (bisnis) bahkan secara umum adalah bagian terpenting dalam aktivitas usaha. Pada masyarakat primitif, praktik jual beli telah dilakukan dengan sistem barter atau pertukaran barang dengan barang. Seiring dengan perkembangan kebudayaan dan teknologi, jual beli berubah dengan alat transaksi berupa uang, maka transaksi jual beli mulai dilaksanakan dengan pertukaran barang dengan uang. Sedangkan pada era modern dan era teknologi saat ini, jual beli tidak harus berhadapan langsung tetapi sudah bisa via internet dan telepon, atau jual beli melalui kartu debit (debet card) dan pembayaran melalui cek/giro (Endriani, 2015; 70-71).

Era digital yang terjadi saat ini, hampir semua aspek kehidupan telah dimudahkan oleh teknologi internet. Pola belanja masyarakat mengalami pergeseran signifikan sebagai hasil dari kemajuan teknologi. Sebelumnya kegiatan jual beli dilakukan melalui pertemuan tatap muka secara langsung atau menggunakan media konvensional seperti televisi, radio, dan koran. Namun dengan adanya teknologi, cara belanja telah berubah secara drastis. Selain itu tren dalam dunia bisnis juga semakin bervariasi seiring dengan perkembangan teknologi. Salah satunya tren yang kian populer adalah pemasaran digital dimana produk atau jasa dipromosikan melalui website dan media social (Hasan, jurnal Pendidikan, Sosial, dan Budaya Vol.8, No.4, 2022)

Kegiatan jual beli pada umumnya dilakukan dengan bertemu langsung antara penjual dan pembeli di suatu tempat seperti pasar. Namun di era digital saat ini kegiatan jual beli sudah dapat dilakukan dengan cara yang lebih mudah menggunakan sistem online dari gawai yang sudah terkoneksi dengan internet. Jika berbicara mengenai bisnis online, seharusnya tidak hanya berbicara tentang pangsa pasar yang ada di Indonesia, tetapi dunia. Karena melalui internet, semua orang yang ada di dunia bisa saling berhubungan dan berinteraksi dengan tidak mengenal waktu dan tempat (Mahfudhoh & Santoso, 2020 ; 29-40).

Jual beli adalah saling menukar benda dengan sesuatu yang sepadan dan melalui cara tertentu. Jual beli telah dipraktikkan dari zaman masyarakat primitif dengan sistem barter (Riyanti, 2016; 7). Seiring dengan perkembangan kebudayaan dan teknologi, jual beli yang dulunya hanya barter yaitu pertukaran barang dengan barang, berubah dengan alat transaksi berupa uang, maka transaksi jual beli mulai dilaksanakan dengan pertukaran barang dengan uang (Nisrina, 2015; 3). Sedangkan pada era modern dan era teknologi saat ini, jual beli tidak harus berhadapan langsung tetapi sudah bisa via internet dan telepon, atau jual beli melalui kartu debit (debet card) dan pembayaran melalui cek/giro (Endriani, 2015; 71)

Jual beli melalui media elektronik juga di kaitkan dengan fiqih muamalah pada akad bai' as-salam. Dalam akad yang dimaksud adalah akad jual beli barang pesanan diantara pembeli dengan penjual. Spesifikasi dan harga barang pesanan harus sudah disepakati di awal akad. Dalam pembelian barang di e-commerce akad sesuai dengan ajaran prespektif hukum ekonomi syariah. Namun yang menjadi perdebatan adalah mengenai dampaknya terhadap pelaku UMKM di Indonesia dan mengenai barang impor yang tidak mendapatkan izin pemerintah untuk di jual. Oleh karena itu berdasarkan pandangan Islam transaksi sah jika di lakukan secara suka sama suka namun mengenai platform dan penjual yang ada di dalam tiktok tersebut yang membuat keadaan perekonomian masyarakat menjadi tidak stabil (Setkab.go.id. Sekretarian Kabinet Republik Indonesia, "Pemerintah Revisi Permendag 50/2020)

Media sosial adalah sebuah media online dengan para penggunanya bisa dengan

mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, dan dunia virtual. Semua itu merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Media sosial terbesar antara lain instagram, facebook, myspace dan twitter. Dengan demikian banyak masyarakat yang menjadikan media sosial khususnya facebook sebagai salah satu media pemasaran untuk jual beli online dan promosi bisnis.

Dalam jual beli online, penjual harus memiliki sikap yang baik yaitu menepati janji, menepati waktu, memperbaiki kelemahan dan kekurangan, memperbaiki kualitas barang dan tidak boleh menipu atau berbohong. Karena itu, penjual harus senantiasa amanah, terbuka, jujur, melayani secara optimal, dan berbuat baik kepada setiap orang, khususnya pembeli dan pelanggan. Dengan sifat tersebut, pelaku usaha harus bertanggungjawab dalam melaksanakan tugasnya (Rival & Buchari, 2009; 237).

Hukum ekonomi Islam telah mensyariatkan jual beli, tujuannya untuk memberikan keleluasan kepada manusia dalam memenuhi kebutuhan. Mengingat kebutuhan manusia sifatnya tidak terbatas, maka semuanya itu tidak akan dapat terpenuhi tanpa adanya saling tukar-menukar ataupun jual beli. Bahkan berdagang merupakan salah satu aktivitas yang sangat dianjurkan dalam ajaran Islam, Rasulullah SAW dalam salah satu hadistnya mengatakan bahwa sembilan dari sepuluh pintu rezeki adalah melalui pintu berdagang. Artinya, melalui jalan perdagangan inilah, pintu-pintu rezeki akan dapat dibuka sehingga karunia Allah SWT terpancar dari padanya.

Pesatnya perkembangan bisnis jual beli online telah menarik para peneliti untuk mengetahui hukum jual beli dari perspektif hukum Islam. Beberapa studi seperti , mencoba menjelaskan hukum jual beli online dalam perspektif Islam, dengan pendekatan kajian literatur memberikan kesimpulan bahwa bisnis online tidak melanggar hukum islam selama tidak memiliki unsur riba, ketidakadilan, monopoli dan penipuan. Dengan demikian, jual beli online dapat dinyatakan halal berdasarkan persetujuan (Antaradhin). Nawawi & Rosyadi (2019) menyimpulkan bahwa transaksi apa pun dan apa pun produknya, selama tidak mengandung hal-hal yang menyebabkan salah satu pihak dalam transaksi dan barang yang diperdagangkan bukanlah barang terlarang dan dilarang baik oleh hukum agama (hukum Islam) serta barang atau benda yang tidak bersih dan terlarang seperti narkoba dan atau oleh hukum negara serta barang curian, korupsi, pencucian uang, maka hal itu diperbolehkan (Fitria, 2027; 52-62).

Permasalahan-permasalahan yang terjadi dalam jual beli online secara jelas melanggar ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), yang menegaskan bahwa pelaku usaha wajib memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi barang atau jasa yang ditawarkan. UUPK memberikan hak kepada konsumen untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi barang atau jasa, serta melarang pelaku usaha untuk membuat pernyataan yang menyesatkan. Ketentuan ini sangat relevan dengan transaksi jual beli online, di mana pelanggaran seperti barang tidak sesuai deskripsi, penipuan, keterlambatan pengiriman, atau cacat tersembunyi sering kali terjadi.

Sementara itu, dalam hukum Islam (fiqih muamalah), penyelesaian sengketa jual beli menekankan pendekatan yang lebih damai dan bermoral. Langkah pertama adalah musyawarah antara penjual dan pembeli untuk mencapai kesepakatan (islah). Jika musyawarah tidak berhasil, maka pihak yang bersengketa dapat menunjuk hakam (penengah atau mediator) untuk melakukan tahkim (arbitrase syariah). Dalam konteks modern, tahkim dapat dilakukan melalui Lembaga Arbitrase Syariah Nasional (BASYARNAS) di bawah Majelis Ulama Indonesia (MUI). Apabila kasusnya melibatkan

akad atau transaksi yang berbasis prinsip syariah, maka penyelesaian dapat dilanjutkan ke Pengadilan Agama (Hidayaturohmah, 2023).

Namun demikian terdapat tantangan terkait efektivitas UUPK dalam konteks transaksi digital. penelitian Rosida & Sulistyowati (2021; 2493-2500) menunjukkan bahwa implementasi UUPK sering terhambat oleh kurangnya kesadaran hukum konsumen, lemahnya transparansi dari sisi pelaku usaha, dan kurangnya kepastian hukum dalam transaksi digital.

Berdasarkan perspektif Hukum Islam, khususnya dalam kajian fiqh muamalah, praktik jual beli semacam ini juga tidak dapat dibenarkan. Prinsip jual beli dalam Islam harus memenuhi unsur akad (ijab qabul), kejelasan objek (ma'qud 'alaih), kerelaan kedua belah pihak (taradhi). Ketika salah satu pihak dengan sengaja menyembunyikan cacat barang, memberikan informasi yang menyesatkan, atau melakukan penipuan (gharar dan tadlis), maka transaksi tersebut dianggap fasid (rusak) atau bahkan batil, karena tidak sesuai dengan prinsip kejujuran dan keadilan yang menjadi dasar muamalah.

E-Commerce adalah proses membeli dan menjual atau menukar produk, jasa dan informasi melalui media elektronik, terutama internet. Dalam e-commerce transaksi dapat mencakup berbagai proses seperti pemasaran, penuaian, pembayaran, dan pengiriman barang secara online (Hermiati, Jurnal Media Infotama 17, no. 1 (2021): 54).

Transaksi e-commerce hanya dapat dikategorikan halal apabila memenuhi unsur akad yang jelas, kejujuran informasi, dan tidak mengandung unsur gharar maupun riba (Mubarok, 2022; 2493-2500) Pelanggaran etika dalam jual beli online mencerminkan lemahnya penerapan prinsip kejujuran dan tanggung jawab dalam bisnis digital menurut hukum Islam. Selain itu juga menekankan bahwa perlindungan konsumen dalam perspektif hukum ekonomi Islam bertujuan untuk mewujudkan keadilan dan kemaslahatan (masalah) bagi seluruh pihak yang terlibat dalam transaksi. Hal ini menunjukkan adanya titik temu antara UUPK dan fiqh muamalah, di mana keduanya menekankan pentingnya kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab dalam transaksi ekonomi (Afrianti & Melina, 2023; 137-147)

Dengan demikian, penelitian ini dilakukan untuk dikaji lebih dalam bagaimana praktik jual beli online yang melanggar ketentuan UUPK juga dapat dipandang sebagai pelanggaran terhadap hukum Islam, terutama dari sisi etika transaksi dan keabsahan akad. Masyarakat sebagai konsumen telah memberikan gambaran konkret mengenai tingkat pemahaman dan kesadaran hukum mereka, baik terhadap regulasi positif yang berlaku di Indonesia maupun terhadap norma-norma syariah yang mengatur muamalah. Sehingga peneliti ingin mengkaji lebih dalam tentang praktik jual beli online dalam hukum ekonomi syariah.

Artikel ini bertujuan untuk pengembangan studi dengan fokus pada analisis hukum ekonomi syariah terhadap jual beli melalui media online. Isu ini didasarkan pada fakta di lapangan yang memperlihatkan bahwa berbelanja secara online sudah dinikmati sebagian besar dan telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat saat ini. Kemajuan teknologi telah merubah cara transaksi jual beli pada masyarakat. Masyarakat lebih menyukai bertransaksi secara online yang lebih mudah tanpa ada batasan waktu dan tempat. Selain itu Studi ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menegaskan aktivitas bisnis online dari sisi hukum Islam, sekaligus sebagai dasar rujukan untuk penelitian berikutnya yang mengambil isu serupa.

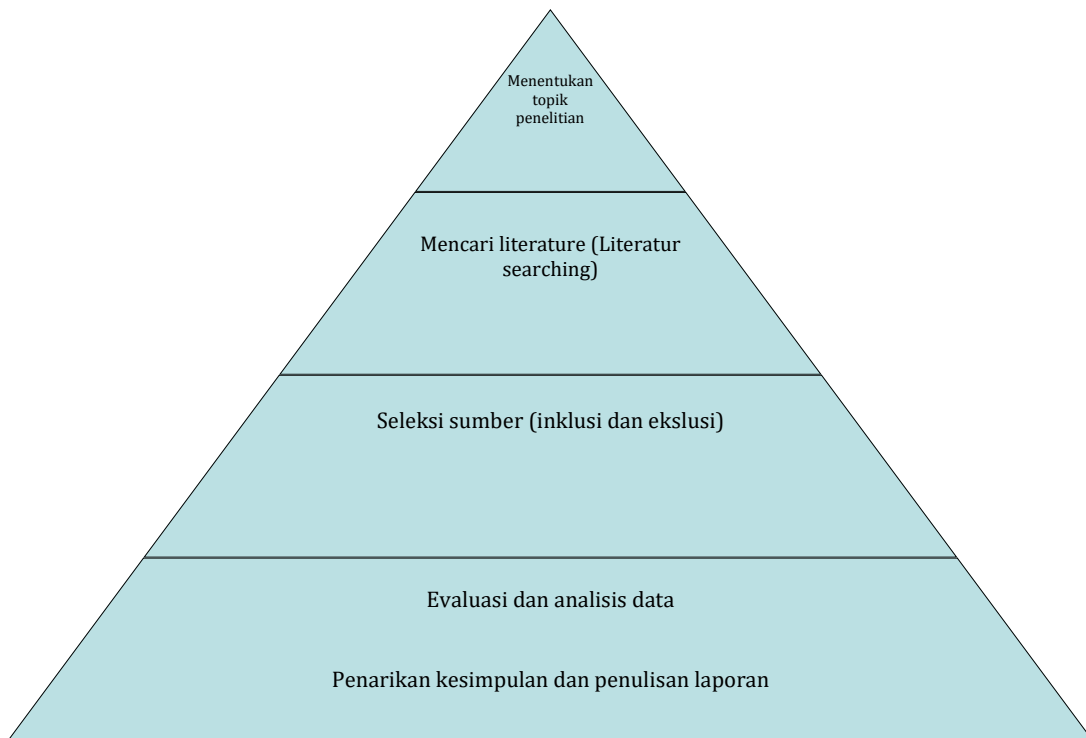
METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi literatur (literature research). Studi literature merupakan suatu pendekatan penelitian yang

dilakukan dengan megkaji data dari berbagai buku referensi serta hasil penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian untuk mendapatkan landasan teori dari masalah yang akan diteliti. Dalam pencarian data, peneliti akan mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya dari kepustakaan yang relevan dengan topik penelitian. Sumber-sumber kepustakaan dapat diperoleh dari buku, jurnal, majalah, hasil-hasil penelitian, dan berbagai sumber-sumber lainnya yang sesuai.

Dalam penelitian ini studi literatur melibatkan identifikasi, pemilihan, dan review sumber-sumber tertulis seperti artikel jurnal, buku, laporan riset, dan dokumendokumen lain yang berkaitan dengan subjek penelitian. Penggunaan studi literatur dalam penelitian ini bertujuan untuk memahami perkembangan temuan dan teori yang berkaitan dengan hukum ekonomi syariah terhadap jual beli melalui media online. Hasil dari studi ini diharapkan tidak hanya berkontribusi pada literatur akademis, tetapi juga diharapkan dapat bermanfaat untuk menegaskan aktivitas bisnis online dari sisi hukum Islam, sekaligus sebagai dasar rujukan untuk penelitian berikutnya yang mengambil isu serupa.

Langkah-langkah dalam melaksanakan penelitian ini adalah:



HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Konsep Jual Beli

Sulaiman Al-Faifi (2017; 595) mengatakan Secara bahasa al-ba'i artinya pertukaran secara mutlaq. Kata al-bai' (jual) dan al-syira' (beli) pemakaiannya sama antara keduanya. Adapun secara syariat, jual beli adalah pertukaran harta dengan harta atas dasar keridhaan antara keduanya atau mengalihkan kepemilikan barang dengan kompensasi (pertukaran) berdasarkan cara yang dibenarkan syariat. Ulama Hanafiyah mendefinisikan jual beli sebagai berikut: "Saling menukar harta dengan melalui cara tertentu" atau "Tukar menukar sesuatu yang diinginkan dengan yang sepadan melalui

cara tertentu yang bermanfaat". Ulama syafi'iyah mendefinisikan jual beli sebagai berikut: "Jual beli menurut syara' adalah suatu akad yang mengandung tukar menukar harta dengan harta dengan syarat yang akan diuraikan nanti untuk memperoleh kepemilikan atas benda atau manfaat untuk waktu selamanya".

Perkembangan zaman saat ini sangat cepat dan kompleks, sehingga mempengaruhi kebutuhan hidup manusia. Perkembangan teknologi di bidang komunikasi menjadikan manusia bisa berkomunikasi dengan mudah meskipun secara jarak jauh, seperti jual beli. Saat ini, jual beli bisa dilakukan dari jarak jauh tanpa harus melihat bahkan tanpa mengenal satu sama lain sebelumnya. Lahirnya situs-situs di internet yang menyediakan ruang untuk melakukan kegiatan jual beli, menjadikan transaksi tersebut lebih mudah meskipun tanpa harus melihat secara riil atas objek apa yang akan dibelinya. Situs tersebut menyediakan macam-macam barang, mulai dari barang elektronik, pakaian, makanan atau pun yang lainnya dengan konsep kenyamanan, aman kepercayaan dan tentu saja dengan biaya murah (Bahreysi, 2018; 132).

Bisnis online dikenal juga dengan istilah e-business atau e-commerce. Ebusiness atau e-commerce adalah semua bentuk transaksi komersial, yang menyangkut organisasi dan transmisi data yang digeneralisasikan dalam bentuk teks, suara, dan gambar secara lengkap. Jual beli online atau bisa disebut dengan ecommerce dalam bahasa Indonesia dikenal dengan perniagaan via elektronik. Di dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah Pasal 20 ayat (3) secara definitif, ecommerce adalah suatu aktifitas perniagaan seperti layaknya perniagaan pada umumnya, hanya saja para pihak yang bertransaksi tidak bertemu secara fisik akan tetapi secara elektronik mereka berkomunikasi melalui media internet (Mardani, 2011)

Pada zaman modern sekarang ini, dimana zaman sudah dipenuhi dengan peralatan teknologi yang serba canggih orang memilih melakukan segala sesuatunya dengan mudah dan instan. Transaksi jual beli yang sudah melekat di kalangan masyarakat dari dulu hingga kini merupakan sesuatu yang prioritas untuk bisa memenuhi kebutuhan sehari-hari. Pada masa kini itu bisa dilakukan dengan mudah melalui internet. Meskipun hanya sebagian saja yang suka bertransaksi dengan cara ini bahkan mungkin ada yang belum mengetahui caranya, tapi kebanyakan orang khususnya orang-orang di perusahaan lebih banyak memilih untuk bertransaksi online karena dianggap lebih cepat, mudah, praktis, dan juga terjamin. Transaksi secara online merupakan transaksi pesanan dalam model bisnis era global yang tanpa bertatap muka langsung, dengan hanya melakukan transfer data lewat dunia maya (data interchange) via internet antara kedua belah pihak yaitu penjual dan pembeli. Dalam transaksi jual beli online, pembeli dapat melihat barang atau jasa yang ditawarkan pada layar monitor, namun obyek tersebut tidak bisa seketika diperoleh karena harus menunggu dikirim oleh pihak penjual. Lamanya masa pengiriman tergantung dari lokasi (tempat tinggal atau kantor) pembeli dan pemilihan jasa kurir dalam pengiriman. Disamping itu pembeli tidak dapat langsung memeriksa kondisi barang yang akan ia beli, apakah sesuai dengan spesifikasi yang telah dicantumkan di toko online nya, apakah ada cacatnya atau tidak (Pekerti & Herwiyanti, 2018; 12)

Berdasarkan hasil temuan peneliti dalam beberapa tulisan dan fakta dilapangan menunjukkan bahwa praktik jual beli online masih sering menimbulkan pelanggaran terhadap hak-hak konsumen. Platform yang paling sering disebut antara lain Shopee, Tokopedia, Lazada, TikTok Shop, dan Instagram Shop, dengan jenis produk yang

rawan meliputi fashion, elektronik, kosmetik, dan makanan. Bentuk pelanggaran yang dialami masyarakat diantaranya adalah barang tidak sesuai deskripsi, kualitas buruk, barang rusak, produk palsu, penjual tidak responsif, hingga barang tidak dikirim setelah pembayaran. Fenomena ini menggambarkan masih rendahnya kesadaran pelaku usaha terhadap tanggung jawab hukum sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK).

Sementara itu menurut Khatimah (2022), dalam hukum Indonesia, perlindungan terhadap konsumen diatur secara eksplisit dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). UUPK menegaskan bahwa konsumen memiliki hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan jasa, serta berhak mendapatkan kompensasi, ganti rugi, atau penggantian apabila barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian. Pelaku usaha dilarang menipu, memberikan informasi yang salah, atau menyembunyikan cacat produk.

Karakteristik yuridis menjadi pembeda mendasar antara kedua sistem tersebut. Hukum Islam menitikberatkan pada aspek moralitas dan etika, di mana setiap aktivitas transaksi terikat pada tanggung jawab sosial sekaligus spiritual. Oleh karena itu, tindakan yang merugikan konsumen dalam perspektif Islam dinilai sebagai pelanggaran yang berkonsekuensi pada pertanggungjawaban di akhirat kelak. Di sisi lain, Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) berlandaskan pada hukum positif yang bersifat formal, lengkap dengan instrumen penegakan hukum pidana maupun administratif melalui institusi negara. Meski begitu, keduanya berkonvergensi pada prinsip-prinsip fundamental ekonomi, seperti penolakan terhadap kecurangan, serta penegakan kejujuran, keadilan, dan akuntabilitas. Baik hukum Islam maupun UUPK mewajibkan pelaku usaha untuk transparan, menghindari praktik eksploitatif (zalim), dan bertanggung jawab atas kerugian konsumen melalui ganti rugi. Sinergi keduanya menciptakan sistem yang ideal, di mana nilai-nilai moralitas Islam melengkapi kepastian hukum legal-formal dari UUPK.

2. Analisis Hukum Ekonomi Syariah dalam Jual Beli Online

Ketentuan mengenai jual beli secara online melalui media elektronik ini telah ditetapkan dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional No: 05/DSNMUI/IV/2000 tentang jual beli salam yang ditetapkan di Jakarta, 29 Dzulhijjah 1420 H/4 April 2000 M. tentang ketentuan pembayaran, ketentuan tentang barang, ketentuan tentang salam, tentang penyerahan barang sebelum atau pada waktunya, tentang pembatalan kontrak, tentang perselisihan dalam transaksi salam pada jual beli online.

Menurut Al-Fauzan dalam bukunya tentang fiqh praktif sehari-hari menjelaskan bahwa Jual beli melalui media elektronik pada fiqh muamalah dikaitkan dengan akad bai' as-salam. Secara muamalah, salam itu merupakan salah satu bentuk akad jual beli di mana uang harga barang dibayarkan secara tunai, sedangkan barang yang dibeli belum ada, hanya sifat-sifat, jenis, dan ukurannya sudah disebutkan pada waktu perjanjian dibuat. Disebut salam karena penyerahan harga terjadi di majelis akad, dan disebut salaf karena harganya dibayarkan dahulu. Salam adalah pembayaran di muka dan penyerahan barang di kemudian hari, yang didefinisikan oleh para fuqaha sebagai "akad jual beli atas sesuatu yang disebutkan kriterianya dalam akad dan yang dijanjikan akan diserahkan pada waktunya yang ditentukan nanti kepada pembeli, dengan pembayaran yang diserahkan pada saat transaksi itu.

Mengenai objek e-commerce harus memenuhi syarat objek akad, yaitu sebagai berikut:

- a. Telah ada pada waktu diadakan
Mahasiswa yang melakukan jual beli online sudah pasti ada barangnya meskipun mereka mahasiswa yang sebagai penjual tidak menyetok barang dagangan di rumah. Dan penjual online pun juga memposting barang dagangannya ke media sosial sudah pasti barang yang dipasarkan tersebut ada atau siap untuk dikirim ke pembeli online.
- b. Dibenarkan oleh syariah (halal dan bermanfaat)
Mengenai barang yang dijual oleh para mahasiswa ialah barang yang sebgai besar sangat bermanfaat bagi para pembeli. Misalnya saja pembeli online membeli baju, hijab, sepatu, tas, aksesoris gadget, dan lain-lainnya lagi. Dan para mahasiswa pun menjual barang ialah barang yang bermanfaat bagi pembeli online atau mahasiswa yang berstatus pembeli.
- c. Harus jelas dan diketahui
Para mahasiswa yang berstatus penjual online memposting barang di sosial media mereka sangat jelas dan dapat diketahui gambar, model dan bahannya.
- d. Dapat di serah terimakan
Barang yang sudah dipilih atau dipesan oleh pembeli online dapat diserahkan terimakan setelah pembeli melakukan pembayaran melalui online atau transfer melalui bank. Setelah melakukan transfer atau pembayaran, maka penjual pun mengirimkan barang pesanan milik pembeli melalui pengiriman jasa kurir

Selain akad, terdapat hal-hal lain yang harus diperhatikan agar jual beli secara online diperbolehkan, halal, dan sah menurut syariat islam yaitu sebagai berikut:

- a. Produk halal
Produk halal adalah barang atau jasa yang diproduksi, diproses, dan disajikan sesuai dengan syariat Islam (bebas dari unsur haram seperti bangkai, babi, darah, khamar, atau proses yang tidak syar'i).
- b. Kejelasan status (objek transaksi)
Kejelasan status berarti barang yang diperjualbelikan harus jelas kepemilikannya, jelas spesifikasinya, tidak dalam sengketa, dan legal secara hukum negara.
- c. Kesesuaian harga dengan kualitas barang
Prinsip ini menekankan bahwa nominal uang yang dibayarkan oleh konsumen harus mencerminkan nilai dan kualitas sebenarnya dari barang yang diterima.
- d. Kejujuran anda dalam transaksi
Kejujuran adalah integritas moral pelaku usaha untuk menyampaikan kondisi barang apa adanya tanpa menutupi kecacatan, tidak mengurangi timbangan, dan tidak bersumpah palsu demi keuntungan.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik jual beli online yang tidak sesuai dengan ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) berpotensi merugikan konsumen sekaligus melanggar prinsip-prinsip hukum Islam. Dalam hukum positif, pelanggaran tersebut tampak pada tindakan pelaku usaha yang memberikan informasi tidak benar, menipu, atau mengabaikan kewajiban terhadap hak-hak konsumen. Sementara dalam perspektif fiqh muamalah, tindakan demikian tergolong dalam

unsur gharar (ketidakjelasan) dan tadlis (penipuan), yang dapat menyebabkan akad jual beli menjadi cacat atau batal.

Berdasarkan hasil pengkajian terhadap berbagai literature, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa akad jual beli secara online adalah sah jika telah memenuhi rukun dan syarat jual beli diantaranya dengan ketentuan barang yang dibeli halal dan jelas spesifikasinya, barang yang akan dibeli adalah barang yang memang dibutuhkan sehingga tidak menyebabkan tabzir, pembeli memiliki hak untuk mengembalikan atau membatalkan jual beli jika barang yang dibeli tidak sesuai pesanan, dan jual beli online harus dilakukan sesuai dengan skema jual beli.

Namun demikian, bukan berarti tidak ada rambu-rambu yang mengaturnya. Transaksi online diperbolehkan menurut Islam selama tidak mengandung unsur-unsur yang dapat merusaknya seperti riba, kezhaliman, penipuan, kecurangan dan yang sejenisnya serta memenuhi rukunrukun dan syarat-syarat didalam jual belinya. Transaksi online dibolehkan menurut Islam berdasarkan prinsip-prinsip yang ada dalam perdagangan menurut Islam, khususnya dianalogikan dengan prinsip transaksi as-salam, kecuali pada barang/jasa yang tidak boleh untuk diperdagangkan sesuai syariat Islam.

REFERENSI

- Afiah Hasan, "Analisis Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Dalam Meningkatkan Penjualan UMKM Sekto Kuliner di Kota Makassar", *Jurnal Pendidikan, Sosial, dan Budaya* Vol.8, No.4, 2022. DOI: 10.32884/ideas.v8i4.1040
- Al-Faifi S. (2017) *Ringkasan Fiqih Sunnah Sayyid Sabiq*. Depok: Senja Media Utama
- Bahreri,B. (2018) "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Jual Beli Secara Online," *De Lega Lata: Jurnal Ilmu Hukum* 3, no. 2
- Endriani, S. (2015). *Konsep Uang: Ekonomi Islam vs Ekonomi Konvensional*. *Anterior*, 15(1), (70-71)
- Fitria, T.N. (2017). *Bisnis jual beli online (online shop) dalam Hukum Islam dan Hukum Negara*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 3(1). DOI:[10.29040/jiei.v3i01.99](https://doi.org/10.29040/jiei.v3i01.99)
- Janati, N., Afriyanti, D., & Melina, F. (2023). *Perlindungan konsumen pada platform belanja online perspektif hukum ekonomi Islam*. Syarikat: *Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 6(1). [https://doi.org/10.25299/syarikat.2023.vol6\(1\).13839](https://doi.org/10.25299/syarikat.2023.vol6(1).13839)
- Khatimah, H. (2022, November). *Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli online di aplikasi Lazada dan Shopee*. *Lex Lata*, 4(3). <https://doi.org/10.28946/lexl.v4i3.1757>
- Mahfudhoh, & Santoso,(2020). *Analisis Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Jual Beli Melalui Media Online Di Kalangan Mahasiswa*. *SERAMBI: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis Islam*, 2(1). <https://doi.org/10.36407/serambi.v2i1.143>
- Mardani, (2011). *Hukum Ekonomi Syariah di Indonesia*. Bandung: PT. Reflika Aditama
- Mubarok, M. M. (2022). *E-commerce dalam perspektif hukum ekonomi syariah*. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(8) 2493–2500. <https://doi.org/10.47492/jip.v2i8.1127>
- Nisrina D.N. "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Online Dan Relevansinya Terhadap Undang-Undang Perlindungan Konsumen" (UIN Alauddin Makassar, 2015)
- Pekerti, R.D., & Herwiyanti, E. (2018). *Transaksi Jual Beli Online Dalam Perspektif Syariah Madzhab Asy-Syafi'i*. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi*, 20(2). <https://doi.org/10.32424/JEBA.V20I2>
- Reza Hermiati, —Pembuatan E-Commerce Pada Raja Komputer Menggunakan Bahasa Pemrograman Php Dan Database Mysql,|| *Jurnal Media Infotama* 17, no. 1 (2021): 54, <https://doi.org/10.37676/jmi.v17i1.1317>

- Rivai, V., & Buchari A, *Islamic Economics: Ekonomi Syariah Bukan OPSI, Tapi Solusi!* (Jakarta: Bumi Aksara, 2009),
- Rosida R., & Sulistyowati, (2021). *Implementasi perlindungan hukum konsumen dalam transaksi jual beli online berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*. *Justicia Journal*, 10(2)
- Sarwono, J. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif, Edisi 2*. Yogyakarta: Suluh Media.
- Setkab.go.id. Sekretarian Kabinet Republik Indonesia, "Pemerintah Revisi Permendag 50/2020
- Umi Riyanti, "*Jual Beli Barter Dalam Perspektif Ekonomi Syariah*" (IAIN Palangkaraya, 2016)
- Hidayaturohmah, L., Putri, M. E., Putri, T. R., & Sulistyowati. (2023). Penyelesaian sengketa dalam pasar modal syariah. *Iqtishodiah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 5(2), 46-62. <https://doi.org/10.62490/iqtishodiah.v5i2.480>

Copyright holder:

© Author

First publication right:

Jurnal Kepemimpinan & Pengurusan Sekolah

This article is licensed under:

