

**TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP *IQALAH* PADA
*E-COMMERCE***

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana dalam
Program Studi Hukum Ekonomi Syariah pada IAIN Manado



Oleh
Fajar Cahyo Nugroho
NIM. 16.1.2.037

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
MANADO
1442 H/2020 M**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Fajar Cahyo Nugroho

NIM : 16.1.2.037

Program : Sarjana (S-1)

Institut : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa SKRIPSI ini keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Manado, 28 Desember 2020

Saya yang menyatakan,



Fajar Cahyo Nugroho

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi berjudul “Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap *Iqalah* pada *E-Commerce*” yang ditulis oleh Fajar Cahyo Nugroho ini telah disetujui pada tanggal 04, Januari 2021

PEMBIMBING I

Dr. Hj. Nenden Herawaty, S.H. M.H
NIP. 197407162003122001

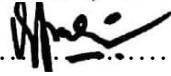
PEMBIMBING II

Ramli, S.Ag., MH., M.Phil
NIP. 197607042009121002

PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Skripsi berjudul **“Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap *Iqalah* Pada *E-Commerce*”** yang ditulis oleh Fajar Cahyo Nugroho ini telah diuji dalam ujian Skripsi pada tanggal 13 Januari 2021

Tim Penguji :

- | | | |
|--|-------|---|
| 1. Dr. Nenden Herawaty Suleman., SH., MH (Ketua Penguji) | |  |
| 2. Ramli S., MH., M.Phil (Sekretaris Penguji) | |  |
| 3. Dr. Ahmad Rajafi., M.HI (Penguji I) | |  |
| 4. Dr. Nurlaila Harun., M.Si (Penguji II) | |  |

Manado, 17 Februari 2021

Dekan,



Dr. Hj. Salma, M.HI
Nip.196905041994032003

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji dan syukur senantiasa penulis panjatkan kehadirat Allah swt. Tidak ada tuhan yang kita sembah selain-Nya, berkat Rahmat dan Hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad saw. Beserta keluarganya, sahabatnya, dan In Sya Allah curahan rahmatnya akan sampai kepada kita selaku umatnya di akhir zaman.

Penulisan skripsi yang berjudul “**Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Iqalah Pada E-Commerce**”. Penulisan ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam meraih gelar Sarjana Hukum (S.H) program strata 1 (S1) pada Fakultas Syariah Prodi Hukum Ekonomi Syariah.

Sebagai sebuah karya ilmiah penulis menyadari bahwa karya ini tidak lepas dari kekurangan-kekurangan sebagai konsekuensi penulis sebagai manusia biasa. Oleh karenanya tentu kesalahan dapat di temukan dalam karya ilmiah ini, maka kiranya dapat dimaklumi adanya. Dalam penulisan skripsi ini tidaklah sedikit hambatan yang di jumpai. Namun berkat Rahmat yang Maha Kuasa dan ketabahan hati penulis serta bimbingan dari semua pihak yang telah ikhlas membantu akhirnya penulis bisa merampungkan skripsi ini. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado, Delmus Puneri Salim, S.Ag., M.A., M.Res., Ph.D, Wakil Rektor I Bidang Akademik & Pengembangan, Dr. Ahmad Rajafi, M.HI, Wakil Rektor II Bidang AUAK, Dr. Radlyah Hasan, S.E., M.Si, Wakil Rektor III Bidang Kemahasiswaan dan Kerja sama, Dr. Musdalifah, M.Si., M.Psi, Terima kasih telah memberikan kesempatan untuk penulis belajar di IAIN Manado.
2. Dekan Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado, Dr. Hj. Salma, M.HI, Wakil Dekan I Bidang Akademik, Dr. Naskur, M.HI, dan

Wakil Dekan III, bidang Kemahasiswaan dan Kerja sama Dr. H. Hasyim Lahilote, S.H., MH.

3. Ketua Prodi Hukum Ekonomi Syariah (HES), Dra. Djamila Usup S.Ag., M.HI
4. Dosen Penasehat Akademik sekaligus Pembimbing I, Dr. Hj. Nenden Herawaty, SH, MH, Pembimbing II Ramli S, S.Ag., MH., M.Phil. Terimakasih untuk semua bimbingan beliau selama ini yang sudah sangat membantu penulis hingga memberikan penulis judul skripsi
5. Seluruh dosen IAIN Manado yang telah memberikan ilmu, bimbingan, maupun dorongan kepada penulis selama kuliah dan staf karyawan di lingkungan Fakultas Syariah IAIN Manado.
6. Kedua orang tua yang sangat saya cintai ayah Irsyad Ismail (Alm) dan ibu Tutiek Suprastyaningsih terima kasih banyak atas do'a dan dukungan, serta Eko Yulisetyanto, Arif Irmawan (Alm), Agung Tri, Deyvie Xyzquolyna, S.TP, M.Sc Rachmat Nur Wijaya, Fitria Anggraini Abdullah, Rahmawati Pulukadang, Nadia Azzahra Ramadhani, dan Nadira Asyifa Salsabilah, jika bukan karena do'a serta dukungan kalian penulis tidak akan sampai pada titik ini.
7. Nadia Adinda Samsudin beserta keluarga Thita Nursita Samsudin, Ibu Julia Hulungo, Bapak Samsudin Lansa. Ibu Luysna Miolo, Terima kasih atas dukungannya selama ini sehingga penulis dapat menyelesaikan studi ini.
8. Seluruh mahasiswa Program studi Hukum Ekonomi Syariah (HES) kelas B antara lain : Afifah Syawie, Avinta Korompot, Hastuti Masikome, Sandjani Bakulu, Geiby Poloalo, Ahmad Suwarno, Astari Maulida, Dedi Diansyah, Deden Afandi, Islamul Halim, Rifaldi Mangumpaus, Ramadhan Lihawa, Nasrullah Bastri. Rekan dalam berdiskusi untuk saling berbagi ilmu dan segala hal yang di cita-citakan semangat untuk semuanya.
9. Semua pihak yang mendukung, rekan, dan sahabat yang sudah membantu penulis dalam penyelesaian studi terutama dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semoga pula segala partisipasinya akan memperoleh imbalan yang berlipat ganda dari Allah swt.

Manado, 13 Januari 2021

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Fajar Nugroho', with a large, sweeping flourish above the name.

Fajar Cahyo Nugroho

NIM : 16.1.2.037

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR	ivv-vi
DAFTAR ISI.....	viii-viii
ABSTRAK.....	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Ruang Lingkup Penelitian.....	8
E. Kegunaan Penelitian.....	8
1. Kegunaan Praktis.....	8
2. Kegunaan Teoritis	8
F. Definisi Operasional dan Ruang Lingkup Penelitian.....	8
BAB II.....	12
LANDASAN TEORI.....	12
A. Kerangka Konsep.....	12
1. Hukum Ekonomi Syariah	12
2. Teori <i>Iqalah</i>	20
3. <i>E-Commerce</i>	23
B. Tinjauan Pustaka	28
BAB III	31
METODE PENELITIAN.....	32
A. Jenis Penelitian.....	32
B. Pendekatan Penelitian	32

C.	Metode Pengumpulan Data	33
D.	Metode Pengolahan Dan Analisis Data	33
BAB IV		36
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		36
A.	<i>E-Commerce</i> dan Hubungannya dengan <i>Iqalah</i>	36
B.	Perspektif Fikih Ekonomi Tentang <i>E-Commerce</i>	37
C.	<i>E-Commerce</i> dan Hubungannya dengan <i>Iqalah</i>	40
D.	Hubungan Hukum <i>Iqalah</i> dan <i>E-Commerce</i>	46
1.	Hubungan Hukum <i>Iqalah</i> pada <i>E-Commerce</i>	46
2.	Hubungan Hukum <i>Iqalah</i> Pada <i>E-Commerce</i> (Tinjauan Hukum Perlindungan Konsumen).....	47
E.	Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap <i>Iqalah</i> pada <i>E-Commerce</i> ...	49
1.	Akad dan wanprestasi.....	52
2.	Batalnya perjanjian yang sah.....	53
BAB V.....		59
PENUTUP.....		59
A.	Kesimpulan	59
B.	Saran.....	60

ABSTRACT

Name : Fajar C Nugroho
SRN : 16.1.2.037
Faculty : Syariah
Study Program : Syariah Economics Law
Title : Review of Sharia Economic Law of Iqalah in E
Commerce

This thesis aims to see the Sharia Economic Law Review of Iqalah in E Commerce as an effort to provide a concept building on the relationship between Islamic economic law and Iqalah in E Commerce, and how it relates to positive law. The methodology used in this research is qualitative with the type of library research, for it relies on data and reading materials that are relevant to the issues raised. The purpose of this study is to describe the extent to which Iqalah in E Commerce is allowed in Islam. In this study, the researcher found some basic things that are interesting to describe in this thesis. First, E Commerce as a digital platform in buying and selling law transactions is considered to have met the right criteria in Islamic economic, therefore; online transactions are allowed. Second, Iqalah as the second contract in buying and selling, called cancellation, is a vulnerable occurrence in E Commerce transactions. Because the seller and buyer are not in the same room, the goods being traded are not known effectively. Besides, the payment system also requires cancellation.

Key Words: Iqalah, E commerce, sharia economic law



ABSTRAK

Skripsi ini berkaitan dengan bagaimana melihat Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap *Iqalah* pada *E-Commerce* sebagai upaya untuk memberikan bangunan konsep terhadap hubungan hukum ekonomi syariah terhadap *Iqalah* pada *E-Commerce* serta bagaimana hubungannya dengan hukum positif. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan jenis penelitian kepustakaan (*library research*) yakni menggunakan data dan bahan bacaan yang relevan dengan masalah yang diangkat. Tujuan dari skripsi ini adalah sebagai pengembangan dalam mendeskripsikan sejauh mana *iqalah* pada *E-Commerce* diperbolehkan dalam Islam. Dalam penelitian ini, penulis menemukan beberapa hal mendasar yang menjadi permasalahan menarik untuk dideskripsikan dalam skripsi ini yakni: *Pertama*, *E-Commerce* sebagai platform digital dalam transaksi jual beli terhadap kedudukannya dalam hukum ekonomi syariah dinilai sudah memenuhi kriteria yang tepat sehingga diperbolehkan melakukan transaksi jual beli via *online*. *Kedua*, *Iqalah* sebagai akad kedua dalam jual beli yakni pembatalan, sangat rentan terjadi pada transaksi *E-Commerce*, dikarenakan penjual dan pembeli tidak berada pada satu ruang yang sama sehingga barang yang diperjual belikan tidak diketahui dengan efektif, selain itu sistem pembayarannya pun juga menghendaki terjadinya pembatalan.

Kata Kunci : *Iqalah*, *E-Commerce*, Hukum Ekonomi Syariah

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring berjalannya waktu, teknologi dan internet sudah semakin berkembang dan menjadi salah satu alat/media yang digunakan untuk berbagai keperluan. Salah satu contoh dari kegunaan teknologi yang dilengkapi dengan manfaat internet adalah *e-commerce*. *E-commerce* atau yang dikenal sebagai *elektronik commerce* atau perdagangan elektronik merupakan penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik. *E-commerce* dapat melibatkan transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventori otomatis, dan sistem pengumpulan data otomatis.¹ Beberapa contoh perusahaan yang menganut system *e-commerce* di Indonesia adalah Tokopedia, Lazada, Bukalapak, Shopee dll.

Perkembangan *e-commerce* telah menyebar ke berbagai negara, seperti Amerika Serikat dan beberapa negara di ASEAN. Pertumbuhan *e-commerce* di negara ASEAN, khususnya Indonesia, telah berkembang pesat dengan jumlah pengguna internet mencapai 88.1 juta dan nilai transaksi yang telah dilakukan oleh masyarakat Indonesia mencapai angka 130 triliun rupiah.² Angka tersebut didapat bukan hanya dari transaksi di kota-kota besar Indonesia, tapi juga dari kota-kota kecil yang telah mengikuti perkembangan zaman pasar *e-commerce*.

¹Orenzi B, *BOC Indonesia Worldwide Communications for the people*, dari BOC Indonesia Worldwide communication for the people, Diakses pada 9 Mei 2020.

²Millward Steven, *Statistik pengguna internet di dunia dan Indonesi*, Diakses pada 9 Mei 2020.

Di antara alasan *e-commerce* mengalami peningkatan yang begitu cepat di Indonesia salah satunya adalah adanya peningkatan yang cepat dari penggunaan *smartphone*. *Smartphone* jauh lebih terjangkau dibandingkan komputer dan laptop yang membuatnya mudah diakses oleh sebagian besar orang Indonesia. Ada sekitar 70% pengguna internet negara ini adalah pengguna *smartphone*. Laporan McKinsey menyoroti bahwa hampir 75% pembeli *online* di Indonesia menggunakan *smartphone*.³

Di sisi lain, pertumbuhan perdagangan informal dapat dikaitkan dengan muda-mudi Indonesia yang mengerti digital. Statistik menunjukkan bahwa anak muda Indonesia adalah pengguna sosial media yang rajin. Negara ini memiliki jumlah pengguna Facebook terbesar keempat di dunia dengan 122 juta orang dan memiliki salah satu populasi terbesar pengguna Instagram. Indonesia juga merupakan negara terbesar kelima dalam hal pengguna Twitter. Dengan begitu banyak pengguna sosial media, tidak mengherankan terjadi perdagangan informal yang besar di negara ini.

Dengan adanya perkembangan penggunaan *e-commerce* membuat kegiatan ekonomi mampu di lakukan dengan jarak jauh yaitu dengan menggunakan internet. Yang mana dengan menggunakan internet masyarakat mampu melakukan bisnis jual beli *online* atau di kenal dengan *e-commerce*. Jual beli *online* adalah proses interaksi antara penjual dan pembeli dimana terjadi proses negosiasi, transaksi, serta komunikasi antara pembeli dan penjual tanpa harus bertatap muka seperti melakukan transaksi melalui bank, atm, e-banking,

³Muhammad Rizal dkk., “AdBispreneur : *Jurnal Pemikiran dan Penelitian Adiministrasi Bisnis dan Kewirausahaan*,” Vol.3, Desember 2018, <http://doi.org/10.24198/adbispreneur.v3i3.19288>

dll. Dengan begitu masyarakat mampu memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari menjadi lebih mudah karena masyarakat mampu membuka bisnis jual beli ataupun membeli barang-barang tanpa harus keluar rumah.

Namun Jual beli *online* tidak hanya memiliki keuntungan tetapi kerugian. Melalui jual beli *online* ini juga mampu menarik perhatian penjahat untuk melakukan kejahatan melalui jual beli *online* salah satu kejahatan yang dapat dilakukan yaitu penipuan melalui transaksi *online*. Penipuan pada *e-commerce* ini mampu menimbulkan kerugian bagi konsumen yang mampu mengurangi tingkat kepercayaan konsumen terhadap *e-commerce* sehingga pengembangan *e-commerce* akan terhambat. Sehingga untuk menghindarkan konsumen dari berbagai kerugian perlindungan hukum terhadap konsumen sungguh diperlukan.⁴

Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam *e-commerce* dalam tingkat Nasional, di Indonesia telah memiliki Undang-undang yang memberikan perlindungan terhadap hak kekayaan intelektual seperti hak Cipta Paten dan Merk termasuk mengesahkan Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen. Dalam tataran nasional usaha untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen memang dinyatakan dengan di berlakukannya Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.⁵

Keberadaan Undang-undang terkait perlindungan konsumen dalam jual beli *online* untuk menjaga kepercayaan dan kepuasan konsumen. Dalam industri jasa telekomunikasi, jika seorang pelanggan telah menjadi bagian dari sebuah

⁴Agus Raharjo, *Pemahaman dan Upaya Pencegahan Kejahatan Berteknologi*, (Bandung : PT Citra AdyaBakti, 2002), hlm. 87.

⁵Indonesia, *Undang-Undang Tentang Perlindungan Konsumen*, UU No.8, LN No.42, Tahun 1999, TLN. No.3821, pasal 1 butir 3.

operator atau terkoneksi dengan sebuah jaringan telekomunikasi pada sebuah operator tertentu, maka mereka akan fokus pada hubungan jangka panjang dengan operator tersebut. Kondisi semacam ini sangat penting untuk kesuksesan perusahaan pada pasar yang kompetitif.⁶ Kunci keunggulan bersaing dalam situasi yang penuh persaingan adalah kemampuan perusahaan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Kesetiaan pelanggan akan menjadi kunci sukses dan keunggulan bersaing perusahaan tidak hanya dalam jangka pendek tetapi juga dalam jangka panjang.⁷

Saat kepercayaan dan kepuasan konsumen yang menggunakan *e-commerce* maka target selanjutnya adalah menciptakan loyalitas. Loyalitas merupakan suatu komitmen yang kuat yang mendorong untuk terjadinya pembelian kembali. Loyalitas secara umum dapat diartikan sebagai kesetiaan konsumen pada setiap suatu produk, loyalitas konsumen merupakan manifestasi dan kelanjutan dalam kepuasan konsumen dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan, serta untuk tetap menjadi konsumen dari perusahaan tersebut.⁸ Seperti yang diungkapkan oleh Singh, bahwa kepuasan merupakan faktor yang berpengaruh langsung terhadap loyalitas konsumen.⁹

⁶Gerpott T.J. W, Ramsand A. Schindler, *Customer Retention, Loyalty, and Satisfaction in the German Mobile Cellular Telecommunication Market* (t.t.: Telecommunication Policy, 2001), hlm. 249.

⁷Kotler Philip, *Manajemen Pemasaran*, Edisi XI, (Jakarta: Indeks kelompok Gramedia, 2003), hlm. 104.

⁸Oliver L, et al., "Customer Delight: *Foundations, Findings, and Managerial Insight*," *Journal of Retailing*, (1997): hlm. 311.

⁹Singh, et al., "*The Influence Of Consume Perceived Ethicality on Trust, Affect, and Loyalty*," *J Bus*, (2012): hlm. 541.

Selain kepuasan, kepercayaan konsumen terhadap merek merupakan faktor penting lain yang dapat membangun loyalitas, kepercayaan melibatkan kesediaan seseorang untuk berperilaku tertentu karena dia meyakini bahwa mitranya dalam transaksi akan memberikan apa yang dia harapkan. Hal ini menunjukkan jika bahwa satu pihak mempercayai pihak lainnya, akan dimungkinkan untuk membentuk sebuah perilaku positif dan niat baik. Oleh karena itu saat konsumen memiliki kepercayaan pada sebuah produk atau jasa tertentu, maka konsumen memiliki niat untuk membeli produk atau jasa tersebut.¹⁰

Penggunaan teknologi modern (seperti komputer atau telepon genggam) sebagai alat bantu guna memperlancar kegiatan usaha jual beli merupakan salah satu strategi pemasaran yang sangat menguntungkan. Di era digital sekarang ini terdapat banyak transaksi perdagangan melalui dunia maya (*online* atau via internet), sehingga antara penjual dan pembeli tidak dibatasi oleh ruang dan waktu. Dahulu, pada masa belum ditemukannya teknologi internet apabila seseorang bermaksud membeli suatu barang yang ia inginkan kemudian terjadi tawar menawar antara penjual dan pembeli, apabila tercapai kesepakatan antara penjual dan pembeli barulah terjadi serah terima uang dan barang. Proses jual beli konvensional ini lah yang diatur dalam fiqh muamalah, yang mensyaratkan adanya empat hal yaitu *Sighatal'aqd* (ijab qabul), *Mahalull 'aqd* (obyek

¹⁰Aydin S. G, Ozerand O. Arasil, "Customer Loyalty and The Effec to Fswitching Costs as a Moderator Variable: A Case in Turkish Mobile Phone Market," Marketing Interlligence and Planning, (2005): hlm. 89-90.

perjanjian/barang), *Al'aqidaian* (para pihak yang melaksanakan isi perjanjian/barang) dan *Maudhu'ul'aqd* (tujuan perjanjian).

Sighatal'aqd (ijab qabul) dilaksanakan dengan ucapan lisan, tulisan atau isyarat bagi mereka yang tidak mampu berbicara atau menulis. Bahkan dapat dilaksanakan dengan perbuatan (*fi'il*) yang menunjukkan kerelaan kedua belah pihak untuk melakukan suatu perjanjian (jual beli) yang umumnya dikenal dengan *almu'athah*. *Mahalull'aqd* mensyaratkan obyek atau barang yang diperjanjikan sudah ada nyata, dapat diserahkan ketika terjadi kesepakatan serta bukan barang yang dilarang menurut syara'. *Al'aqidaian* adalah para pihak yang melaksanakan isi perjanjian haruslah memenuhi syarat seperti *aqil baligh*, berakal, sehat, dewasa/bukan *mumayyid* dan cakap hukum. Sedangkan *maudhu'ul'aqd* berarti yang menjadi tujuan dibuatnya perjanjian (jual beli) yakni penjual menyerahkan barang atau jasa sedangkan pembeli menyerahkan sejumlah uang. Persyaratan mengenai ijab qabul dalam jual-beli online sebagai berikut.¹¹

Jelasnya ijab dan qabul Akad dapat dilakukan dengan cara lisan maupun tulisan, yang penting adalah antara ijab dengan kabulnya jelas. *Kedua*, kesesuaian antara ijab dan qabul pada dasarnya jual-beli *online* harus dilakukan jika pembeli dan penjual berada dalam satu mejelis atau tempat. Jika syarat barang itu terperinci dengan jelas dan sesuai dengan informasi yang diberikan penjual kepada pembeli, maka jual-beli *online* dapat dilakukan dalam satu majelis yang maya dan jual-beli *online* tersebut sah. Dalam transaksi ini, pembeli dan penjual tidak berada dalam satu tempat tertentu dalam arti fisik dan bisa saja transaksi

¹¹Gemala Dewi, dkk., *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, Cet ke-II, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), hlm. 202–205

dilakukan dengan berbagai negara yang berbeda. *Ketiga*, menunjukkan kehendak para pihak dapat diartikan dengan pernyataan mengungkapkan kehendak para pihak yang harus mencerminkan sukarela. Secara keseluruhan, perdagangan jual-beli *online* tidak bertentangan dengan syariat Islam, selama telah memenuhi hal-hal yang harus terkandung di dalam suatu akad menurut Hukum Perikatan Islam. Dengan kata lain, jual-beli *online* dapat disahkan transaksinya selama rukun dan syaratnya telah sesuai dengan ketentuan dalam Hukum Perikatan Islam.

Islam sebenarnya telah memberikan solusi bagi konsumen yang merasa tidak puas dengan kondisi barang yang di beli, solusi tersebut adalah *Iqalah*. *Iqalah* Secara Bahasa dapat diartikan sebagai menghilangkan. Sementara pengertian *iqalah* secara istilah didefinisikan sebagai membatalkan akad, dengan tidak memberlakukan hukum dan konsekuensinya dengan kerelaan kedua belah pihak. Akan tetapi solusi yang di tawarkan Islam tersebut belum diterapkan pada *e-commerce-e-commerce* yang ada di Indonesia. Berdasarkan latar belakang inilah maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap *Iqalah* Pada *E-Commerce*”

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Pandangan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap *E-commerce*?
2. Bagaimana Prosedur *Iqalah* pada transaksi *E-commerce*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui pandangan hukum Ekonomi Syariah terkait *E-Commerce*
- b. Untuk mengetahui bagaimana prosedur *Iqalah* pada transaksi *E-Commerce*

D. Ruang Lingkup Penelitian

Definisi operasional dimaksud untuk menghindari terjadinya penafsiran yang keliru dari pembaca dalam memahami variable yang terkandung dalam judul.

E. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Praktis

- a. Hasil penelitian ini secara praktis diharapkan dapat menyumbangkan pemikiran terhadap pemecahan masalah *iqalah* pada *E-Commerce*
- b. Dapat menjadi bahan referensi pada penelitian–penelitian selanjutnya terkait *Iqalah* dan *E-Commerce*

2. Kegunaan Teoritis

Dapat memperkaya literatur dan kepustakaan mengenai prosedur *Iqalah* khususnya pada transaksi *E-Commerce*

F. Definisi Operasional dan Ruang Lingkup Penelitian

Penjelasan tulisan ini perlu diketahui definisi operasional untuk mempermudah dalam memahami penulisan ini, yaitu mengenai Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap *Iqalah* Pada *E-Commerce*. Beberapa kata atau istilah yang membentuk kalimat pada judul tersebut dapat terhindar dari

kesalahan penafsiran yang menjadi acuan penelitian untuk memberikan definisi operasional dari judul penelitian sehingga dapat dipahami maksudnya. Berikut ini akan di jelaskan pengertian judul tulisan ini diantaranya :

a. Tinjauan

Tinjauan adalah untuk mempelajari dengan cermat, memeriksa (untuk memahami) pandangan, pendapat (sesudah menyelidiki, mempelajari dan sebagainya).

Di dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata tinjauan berasal dari kata tinjau yang berarti melihat, menjenguk, memeriksa dan meneliti untuk kemudian menarik kesimpulan. Kemudian tinjauan adalah hasil dari kegiatan meninjau, pandangan, pendapat (sesudah menyelidiki atau mempelajari)

b. Hukum

Pengertian hukum secara umum adalah peraturan yang berupa norma dan sanksi yang dibuat dengan tujuan untuk mengatur tingkah laku manusia, menjaga ketertiban, keadilan, mencegah terjadinya kekacauan.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, hukum adalah peraturan atau adat yang secara resmi dianggap mengikat, yang dikukuhkan oleh penguasa atau pemerintah. Pengertian lain dalam KBBI, hukum adalah undang-undang, peraturan dan sebagainya untuk mengatur pergaulan hidup masyarakat.

c. **Ekonomi**

Ekonomi adalah ilmu sosial yang mempelajari aktivitas manusia yang berhubungan dengan produksi, distribusi, dan konsumsi terhadap barang dan jasa.

Ekonomi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), ilmu ekonomi merupakan cabang ilmu yang tertuju pada asas-asas produksi, distribusi, pemakaian barang atau kekayaan. Kekayaan yang di maksud adalah termasuk uang, perdagangan atau segala perindustrian. Juga hal-hal yang berkaitan dengan pemanfaatan uang, tenaga, waktu, dan sebagainya.

d. **Syariah**

Syariah merupakan jalan hidup muslim yang memuat ketetapan–ketetapan Allah dan ketentuan Rasul Nya, baik berupa larangan maupun berupa aspek hidup dan kehidupan manusia. Syariah adalah komponen ajaran Islam yang mengatur tentang kehidupan seorang muslim baik dalam bidang ibadah (habluminAllah) maupun dalam bidang muamalah (hablumminannas) yang merupakan aktualisasi dari akidah yang menjadi keyakinannya.

e. ***Iqalah***

Iqalah Secara Bahasa dapat diartikan sebagai menghilangkan. Sementara pengertian *iqalah* secara istilah didefinisikan sebagai membatalkan akad, dengan tidak

memberlakukan hukum dan konsekuensinya dengan kerelaan kedua belah pihak.

f. *E-commerce*

E-Commerce merupakan proses pembelian, penjualan, atau pertukaran barang jasa dan informasi melalui jaringan komputer termasuk internet. *E-Commerce* secara umum dapat diartikan sebagai transaksi jual beli secara elektronik melalui media internet. Selain itu, *e-commerce* juga dapat diartikan sebagai suatu proses berbisnis dengan memakai teknologi elektronik yang menghubungkan antara perusahaan, konsumen dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik dan pertukaran atau penjualan barang, servis, dan informasi secara elektronik

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Konsep

1. Hukum Ekonomi Syariah

a. Definisi Ekonomi Syariah

Ekonomi dalam Bahasa Arab diistilahkan dengan kata *iqtisad* yang berasal dari akar kata *Qasd* yang mempunyai makna dasar sederhana, hemat, sedang, lurus dan tengah-tengah. Sedang kata *iqtisad* mempunyai makna sederhana, penghematan dan kelurusan. Istilah ini kemudian *mashur* digunakan sebagai istilah ekonomi dalam Bahasa Indonesia.¹²

Ekonomi secara etimologis adalah berasal dari bahasa Yunani *oikos* (rumah tangga) dan *nomos* (peraturan atau hukum), sedangkan syariah merupakan istilah yang digunakan untuk aturan-aturan yang berlandaskan hukum Islam. Sedangkan pengertian dari ekonomi syariah merupakan pembahasan kaitan antara aturan-aturan dalam aktivitas pemenuhan kebutuhan manusia dengan aturan yang bersumber dari wahyu Ilahi.¹³

Ekonomi Islam adalah ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam.¹⁴ Ada banyak pendapat di seputar pengertian dan ruang lingkup ekonomi Islam. Dawan

¹²Ahmad Syakur, *Dasar-Dasar Pemikiran Ekonomi Islam* (Kediri : STAIN Kediri Press, 2011), hlm. 23-24.

¹³Firdauska Darya Satria, “*Hakikat Ekonomi Syariah, landasan, pengertian dan tujuan,*” 2015, <http://www.academia.edu/16510830>, hlm. 4.

¹⁴Muhammad Abdul Manan, *Teori dan Prakteik Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Dana Bhakti Prima Yasa, 1997), hlm 19.

Rahardjo, memilah istilah ekonomi Islam ke dalam tiga kemungkinan pemaknaan, pertama, yang dimaksud ekonomi Islam adalah ilmu ekonomi yang berdasarkan nilai atau ajaran Islam. Kedua yang dimaksud ekonomi Islam adalah sistem menyangkut pengaturan yaitu, pengaturan kegiatan ekonomi dalam suatu masyarakat atau negara berdasarkan suatu cara atau metode tertentu. Sedangkan pilihan ketiga adalah ekonomi Islam dalam pengertian perekonomian umat Islam. Dalam tulisan ini ekonomi Islam menyangkut ketiganya dengan penekanan pada ekonomi Islam sebagai konsep dan sistem ekonomi. Ketiga wilayah tersebut, yakni teori, sistem, dan kegiatan ekonomi umat Islam merupakan tiga pilar yang harus membentuk sebuah sinergi.

Beberapa ahli mendefinisikan ekonomi islam sebagai suatu ilmu yang mempelajari perilaku manusia dalam usaha untuk memenuhi kebutuhan dengan alat pemenuhan kebutuhan yang terbatas dalam kerangka syariah. Namun, definisi tersebut mengandung kelemahan karena menghasilkan konsep yang tidak kompatibel dan tidak universal. Karena dari definisi tersebut mendorong seseorang terperangkap dalam keputusan yang apriori (*apriory judgement*) benar atau salah tetap harus diterima.¹⁵

Menurut Adi Warman Karim, tiga wilayah level (teori, sistem dan aktivitas) tersebut menjadi basis dalam upaya penegakan syariah dalam bidang ekonomi Islam yang harus dilakukan secara akumulatif. Dengan demikian

¹⁵Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam* (Jakarta: PT Raja GrafindoPersada, 2011), hlm. 14.

diperlukan adanya upaya yang sinergi dengan melibatkan seluruh komponen dalam rangka menegakkan Syari'ah dalam bidang ekonomi.¹⁶

b. Jual Beli Menurut Hukum Islam

Jual beli *online* adalah aktifitas jual beli berupa transaksi penawaran barang oleh penjual dan permintaan barang oleh pembeli secara *online* dengan memanfaatkan teknologi internet. Semua transaksi melalui internet ini dilakukan tanpa ada tatap muka antara para pihaknya, mereka mendasarkan transaksi tersebut atas dasar rasa kepercayaan satu sama lain.

Perjanjian jual beli *online* tetap sah dan tidak melanggar syara' sepanjang antara pihak penjual dan pembeli sama-sama memiliki itikad baik untuk tidak berbuat curang (bebas, dari upaya penipuan atau tadelis ataupun tipu muslihat ataupun taghir). Penjual dan pembeli adalah orang *aqil baligh*, dewasa atau bukan mumayyiz dan cakap hukum.

Jual beli *online* dibolehkan dengan ketentuan barang yang dibeli halal dan jelas spesifikasinya, ada hak pembeli untuk membatalkan atau melanjutkan jika barang yang diterima tidak sesuai dengan pesanan, serta sesuai dengan skema jual beli.¹⁷

c. Rukun dan Syarat Jual Beli

Rukun jual beli ada tiga, yaitu akad (ijab kabul), orang-orang yang berakad (penjual dan pembeli), dan *ma'kudalaih* (objek akad).

¹⁶M Nur Ariyanto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 1-2.

¹⁷Diakses pada tanggal 11 Desember 2020 pukul 20.00 WIT.
<https://www.google.com/amp/s/m.republika.co.id/amp/pg8ieo370>

Akad ialah ikatan kata antara penjual dan pembeli. Jual beli belum dikatakan sah sebelum *ijab* dan *qabul* dilakukan sebab *ijab qabul* menunjukkan kerelaan (keridhaan). Pada dasarnya *ijab qabul* dilakukan dengan lisan, tetapi kalau tidak mungkin, misalnya bisu atau yang lainnya, boleh *ijab qabul* dengan surat-menyurat yang mengandungi arti *ijab* dan *qabul*.¹⁸

Jual beli mempunyai rukun dan syarat yang harus dipenuhi, sehingga jual beli itu dapat dikatakan sah oleh syara'. Dalam menentukan rukun jual beli, terdapat perbezaan pendapat ulama Hanafiyah dengan jumhur ulama. Rukun jual beli menurut ulama Hanafiyah hanya satu, yaitu *ijab* (ungkapan membeli dari pembeli) dan *qabul* (ungkapan menjual dari penjual). Menurut mereka yang menjadi rukun dalam jual beli itu hanyalah kerelaan (*rida/at-tardhi*) kedua belah pihak untuk melakukan transaksi jual beli. Akan tetapi, kerana unsur kerelaan itu merupakan unsur hati yang sukar untuk di indera sehingga tidak kelihatan, maka diperlukan indikasi yang menunjukkan kerelaan itu dari kedua belah pihak. Indikasi yang menunjukkan kerelaan kedua belah pihak yang melakukan transaksi jual-beli, menurut mereka, boleh tergambar dalam *ijab* dan *qabul*, atau melalui cara saling memberikan barang dan harga barang (*ta'a-thi*).

Akan tetapi, jumhur ulama menyatakan bahawa rukun jual beli itu ada empat, yaitu:

- 1) Ada orang yang berakad atau *al-muta'qidain* (penjual dan pembeli)
 - a) Ada *shigat* (lafal *ijab* dan *qabul*)
 - b) Ada barang yang dibeli

¹⁸Jaih Mubarak dan Hasanudin, *Fikih Muamalah Maliyyah Akad Jual Beli* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), hlm. 7.

d. Sumber Hukum Ekonomi Islam

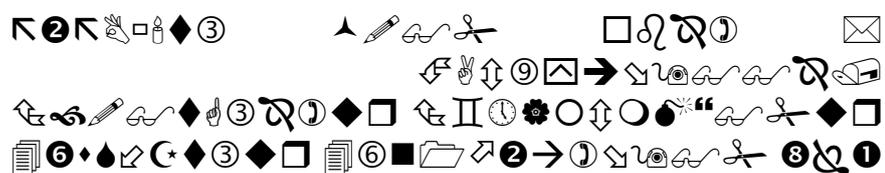
Sebuah ilmu tentu memiliki landasan hukum agar bisa dinyatakan sebagai sebuah bagian dari konsep pengetahuan. Demikian pula dengan penerapan syariah di bidang ekonomi bertujuan sebagai transformasi masyarakat yang berbudaya Islami.

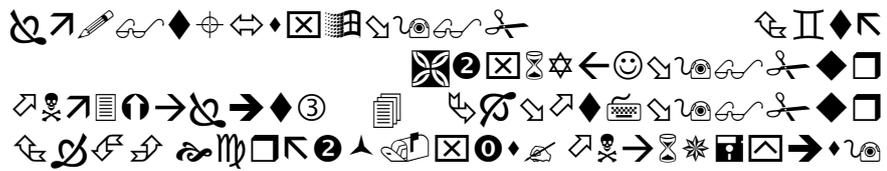
Aktifitas ekonomi sering melakukan berbagai bentuk perjanjian. Perjanjian merupakan pengikat antara individu yang melahirkan hak dan kewajiban. Untuk mengatur hubungan antara individu yang mengandung unsur pemenuhan hak dan kewajiban dalam jangka waktu lama, dalam prinsip syariah diwajibkan untuk dibuat secara tertulis yang disebut akad. ekonomi dalam Islam. Ada beberapa hukum yang menjadi landasan pemikiran dan penentuan konsep ekonomi dalam Islam.

Adapun sumber-sumber hukum dalam ekonomi islam adalah :

1) Al-Qur'anul Karim

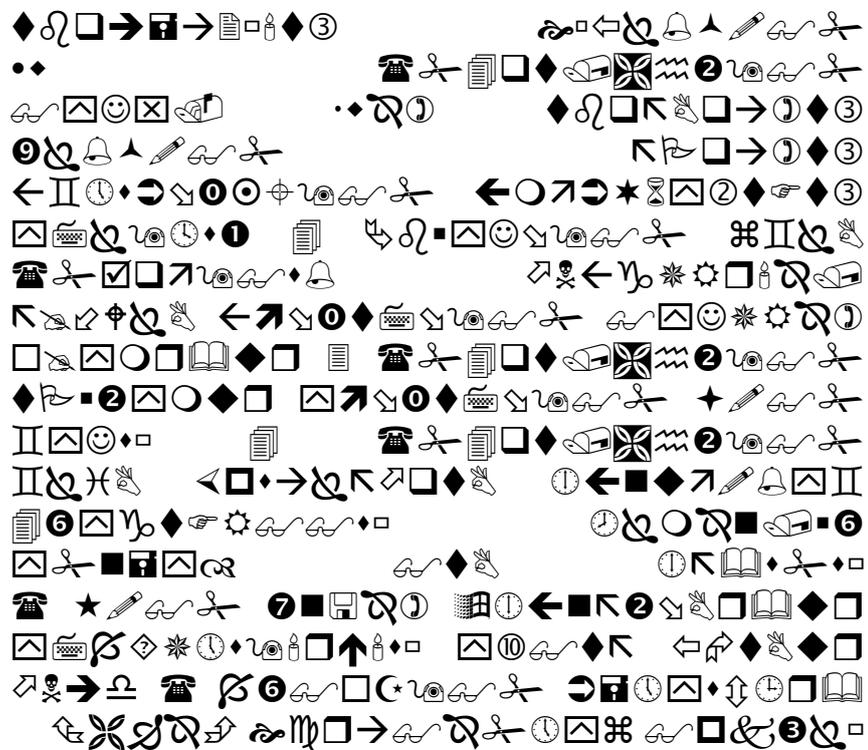
Al-Qur'an adalah sumber utama, asli, abadi, dan pokok dalam hukum ekonomi Islam yang Allah swt turunkan kepada Rasul Saw guna memperbaiki, meluruskan dan membimbing umat manusia kepada jalan yang benar. Di dalam Al-Qur'an banyak terdapat ayat-ayat yang melandasi hukum ekonomi Islam. Di antara ayat tersebut terdapat pada QS An-Nahl/16: 90 dan QS Al-Baqarah/2: 275, sebagai berikut:





Terjemahannya:

...Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran...



Terjemahannya:

...Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada

Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya...

Pada ayat di atas dijelaskan bahwa Allah swt dengan jelas menghalalkan praktek jual beli dengan segala aturan-aturannya dan secara tegas mengharamkan riba. Karena riba akan mendidik manusia untuk mendapatkan harta dengan cara mudah tanpa kerja keras, sedangkan jual beli mendidik manusia agar selalu berkarya untuk menghasilkan sesuatu. Umat islam telah sepakat (*ijma'*) tentang kebolehan melakukan jual-beli karena manusia secara alami memiliki kebutuhan yang harus dipenuhi. Jual-beli merupakan bagian dari peradaban. Ibn Khaldun menjelaskan bahwa dari segi alamiah, manusia adalah makhluk ber peradaban (kreatif dan inovatif) dan hidup manusia tegak dalam konteks pemenuhan kebutuhan, antara lain melalui jual beli atau pertukaran

2) Hadist dan Sunnah

Setelah Al-Qur'an, sumber hukum ekonomi adalah Hadist dan Sunnah. Yang mana para pelaku ekonomi akan mengikuti sumber hukum ini apabila didalam Al-Qur'an tidak terperinci secara lengkap tentang hukum ekonomi tersebut.

Hadist memberikan ketentuan-ketentuan hukum muamalat yang lebih terperinci dari pada Al-Qur'an, hadis Nabi SAW yang diriwayatkan oleh Ibnu Majah, Ad-Daruquthni, dan lain-lain dari Sa'id Al-khudrira.²¹

3) Ijma'

²¹Ibu Majah, *Sunan Ibnu Majaj, Juz 2*, CD, Maktabah Kutubil Mutun, Seri 4, hlm. 743.

Ijma' adalah sumber hukum yang ketiga, yang mana merupakan konsensus baik dari masyarakat maupun cara cendekiawan agama, yang tidak terlepas dari Al-Qur'an dan Hadist.

4) Ijtihad atau Qiyas

Ijtihad merupakan usaha meneruskan setiap usaha untuk menemukan sedikit banyaknya kemungkinan suatu persoalan syariat. Sedangkan Qiyas adalah pendapat yang merupakan alat pokok ijtihad yang dihasilkan melalui penalaran analogi.

5) Istihsan, Istilah dan Istishab

Istihsan, Istilah dan Istishab adalah bagian dari pada sumber hukum yang lainnya dan telah diterima oleh sebahagian kecil oleh keempat mazhab.²²

2. Teori *Iqalah*

Iqalah Secara Bahasa dapat diartikan sebagai menghilangkan. Sementara pengertian *iqalah* secara istilah didefinisikan sebagai membatalkan akad, dengan tidak memberlakukan hukum dan konsekuensinya dengan kerelaan kedua belah pihak. Ulama berbeda pendapat dalam memahami *iqalah*. *Pertama*, *iqalah* adalah pembatalan akad dan bukan akad yang baru ini merupakan pendapat Syafiiyah, Hambali, dan Muhammad bin Hasan, mereka beralasan bahwa *iqalah* secara makna bahasa artinya menghilangkan. *Kedua*, *iqalah* adalah transaksi jual beli baru, ini merupakan pendapat Abu Yusuf, Imam Malik, dan Dzahiriyah, mereka beralasan, bahwa hakekat jual

²²Abdul Manan, Muhammad, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam* (Yogyakarta: PT Dana Bhakti Wakaf), hlm. 28-38.

beli adalah tukar menukar (ada yang kita serahkan dan ada yang kita terima).²³

Iqalah di luar hak khiyar, karena itu, penjual tidak berkewajiban untuk menerimanya. Hanya saja, dianjurkan untuk menerimanya, sebagai bentuk berbuat baik kepada sesama.

Dari Abu Hurairah *radhiyallahu'anh*, Nabi *shallallahu'alaihi wasallam* bersabda,

Artinya:

Siapa yang menerima pengambilan barang dari seorang muslim, maka Allah akan mengampuni kesalahannya di hari kiamat. (HR. Ahmad 7431, Ibnu Hibbah 5030 dan dishahihkan Syaib al-Arnauth)

a. Batalnya akad dan Prosedur Pembatalan Akad dalam Hukum Islam

Secara umum, pembatalan akad (perjanjian) tidak mungkin dilaksanakan karena dasar perjanjian adalah kesepakatan kedua belah pihak yang terikat dalam perjanjian tersebut. Sekalipun demikian, pembatalan perjanjian dapat dilakukan dalam keadaan berikut:²⁴

1) Jangka waktu perjanjian telah berakhir

Suatu perjanjian selalu didasarkan pada jangka waktu tertentu (mempunyai jangka waktu yang terbatas). Apabila telah sampai pada waktu yang telah diperjanjikan, secara otomatis (langsung tanpa ada perbuatan hukum lain), batal-lah perjanjian yang telah diadakan para pihak. Dasar hukumnya dapat dilihat dalam ketentuan hukum yang terdapat dalam QS at-Taubah/9: 4.

Terjemahannya:

²³Abdulla bin Muhammad, Miftaul Khairi *Ensklopedia Fiqih Muamalah dalam Pandangan 4 Mazhab* (Yogyakarta: Maktabah Al-Hanif, 2009), hlm. 202.

²⁴Chairuman Pasaribu dan Suhrawardi K. Lubis, *Hukum Perjanjian Dalam Islam* (Jakarta: Sinar Grafika Cet II, 1994), hlm. 4-6.

...Kecuali orang-orang musyrikin yang kamu telah mengadakan perjanjian (dengan mereka) dan mereka tidak mengurangi sesuatu pun (dari isi perjanjian)mu dan tidak (pula) mereka membantu seseorang yang memusuhi kamu, maka terhadap mereka itu penuhlah janjinya sampai batas waktunya. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertaqwa...

2) Salah satu pihak menyimpang dari perjanjian

Apabila salah satu pihak melakukan perbuatan menyimpang dari perjanjian, pihak lain dapat membatalkan perjanjian tersebut. Sebagaimana ditetapkan dalam QS at-Taubah/9: 7

Terjemahannya:

...Maka selama mereka berlaku jujur terhadapmu, hendaklah kamu berlaku jujur (pula) terhadap mereka. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertakwa...

Dari ketentuan ayat di atas, khususnya dalam kalimat

“selama mereka berlaku jujur terhadapmu, hendaklah kamu berlaku jujur pula terhadap mereka.”

Berdasarkan hal ini, terkandung pengertian apabila salah satu pihak tidak berlaku jujur, pihak yang lain boleh membatalkan perjanjian yang telah disepakati.

3) Jika ada kelancangan dan bukti pengkhianatan

Apabila salah satu pihak melakukan kelancangan dan telah terdapat bukti-buktinya, perjanjian yang telah diikat dapat dibatalkan. Sebagaimana terdapat dalam QS al-Anfal/8: 58

Terjemahannya:

...Dan jika kamu khawatir akan (terjadinya) pengkhianatan dari suatu golongan, maka kembalilah

perjanjian itu kepada mereka dengan cara yang jujur. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berkhianat...

Adapun mengenai pembatalan akad (perjanjian) harus melalui prosedur yang dibenarkan oleh hukum perjanjian dalam Islam. Prosedur yang harus ditempuh adalah sebagai berikut:²⁵

- 1) Memberitahukan terlebih dahulu kepada pihak yang melakukan perjanjian, misalnya kreditur memberitahukan kepada debitur atau sebaliknya
- 2) Mengemukakan alasan-alasan yang diajukannya pembatalan berikut bukti-buktinya.
- 3) Memberikan tenggang waktu bagi yang akan menerima pembatalan mempersiapkan keadaan.
- 4) Pembatalan harus dilakukan dengan jalan damai sehingga tidak mengakibatkan permusuhan dan putus silaturahmi.
- 5) Pembatalan dapat dilakukan dengan jalan perang apabila pihak lain mendahului penyerangan dan pengkhianatan terhadap perjanjian.

Berdasarkan prosedur di atas dapat dipahami bahwa suatu akad dapat dibatalkan apabila adanya persetujuan atau keridhaan dari kedua belah pihak yang melakukan akad tersebut. Apabila pembatalan tersebut dilakukan secara sepihak ataupun tanpa adanya persetujuan dari pihak lain yang melakukan akad tersebut, maka akadnya dinyatakan masih memiliki ikatan hukum antara kedua belah pihak sampai berakhirnya akad.

3. *E-Commerce*

a. Definisi *E-Commerce*

²⁵Chairuman Pasaribu dan Suhrawardi K. Lubis, dkk., hlm. 6-7.

E-Commerce adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet atau televisi, atau jaringan komputer lainnya. *E-commerce* dapat melibatkan transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventori otomatis, dan sistem pengumpulan data otomatis. *E-Commerce* merupakan proses pembelian, penjualan, atau pertukaran barang jasa dan informasi melalui jaringan komputer termasuk internet. Istilah *e-commerce* dapat dilihat dari empat perspektif yang berbeda yaitu :²⁶

- 1) Bila dilihat dari perspektif komunikasi, *e-commerce* adalah penyediaan barang, jasa, informasi atau pembayaran melalui jaringan komputer atau alat elektronik lainnya.
- 2) Bila dilihat dari perspektif proses bisnis, *e-commerce* adalah aplikasi dari teknologi dengan tujuan menotomatisasi transaksi bisnis dan langkah-langkah dalam melaksanakan pekerjaan (*workflow*)
- 3) Bila dilihat dari perspektif pelayanan, *e-commerce* adalah sebuah alat yang dapat memenuhi kebutuhan perusahaan, konsumen, dan manajemen dengan tujuan meminimalisir biaya pelayanan, meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen, dan meningkatkan kecepatan pelayanan konsumen.
- 4) Bila dilihat dari perspektif *online*, *e-commerce* memungkinkan dilaksanakannya proses jual beli produk dan informasi melalui Internet dan layanan *online* lainnya.

²⁶Kalakota dan Whinston, *Frontiers Of Electronic Commerce*, Addison-Wesley Publishing Company. Inc. Massachusetts, 1996, hlm. 2-3.

Sehingga terdapat dua perspektif lain yang dapat digunakan untuk mendefinisikan *e-commerce* yaitu:²⁷

- 1) Bila dilihat dari perspektif kolaborasi, *e-commerce* adalah fasilitator yang dapat digunakan untuk memungkinkan terlaksananya proses kolaborasi pada suatu organisasi baik antar organisasi maupun interorganisasi.
- 2) Bila dilihat dari perspektif komunitas, *e-commerce* merupakan tempat berkumpul bagi anggota suatu komunitas untuk saling belajar, berinteraksi, bertransaksi dan berkolaborasi.

b. Klasifikasi *E-Commerce*

E-Commerce dapat diklasifikasikan berdasarkan beberapa aspek. Berikut ini klasifikasi *e-commerce* berdasarkan pada sifat transaksinya yaitu:

1) *Business to Business* (B2B)

Proses transaksi *e-commerce* bertipe B2B melibatkan perusahaan atau organisasi yang dapat bertindak sebagai pembeli atau penjual.

2) *Business to Consumer* (B2C)

Pada *e-commerce* bertipe B2C transaksi terjadi dalam skala kecil sehingga tidak hanya organisasi tetapi juga individu dapat terlibat pada pelaksanaan transaksi tersebut. Tipe *e-commerce* ini biasa disebut dengan *e-tailing*.

3) *Business to Business to Consumer* (B2BC)

Pada *e-commerce* tipe ini, sebuah perusahaan menyediakan produk atau jasa kepada sebuah perusahaan lainnya. Perusahaan lain tersebut kemudian

²⁷Turban Efraim, et. al., *Electronic commerce a Managerial and Social Networks Perspective*, 8th edition, Springer, 2015, hlm. 12.

menyediakan produk atau jasa kepada individu yang bertindak sebagai konsumen.

4) *Consumer to Business (C2B)*

Pada *e-commerce* tipe ini, pihak individu menjual barang atau jasa melalui internet atau media elektronik lainnya kepada organisasi atau perusahaan yang berperan sebagai konsumen.

5) *Consumer to Consumer*

Pada *e-commerce* tipe ini, konsumen menjual produk atau jasa yang dimilikinya secara langsung kepada konsumen lainnya.

6) *Mobile Commerce (M-Commerce)*

Mobile Commerce merupakan salah satu tipe *e-commerce* dimana transaksi jual beli dan aktivitas bisnis yang terjadi dilakukan melalui media jaringan tanpa kabel.

7) *Intrabusiness E-commerce*

Aktivitas bisnis yang termasuk kedalam *intrabusiness e-commerce* diantaranya proses pertukaran barang, jasa, atau informasi antar unit dan individu yang terdapat pada suatu organisasi atau perusahaan.

8) *Business to Employees (B2E)*

B2E Merupakan subset dari kategori *intrabusiness e-commerce* dimana perusahaan menyediakan pelayanan, informasi, atau produk pada individu pegawainya.

9) *Collaborative Commerce*

Saat individu atau grup melakukan komunikasi atau berkolaborasi secara *online*, maka dapat dikatakan bahwa mereka terlibat dalam *collaborative commerce*.

10) *Non-business E-commerce*

Non-business e-commerce merupakan *e-commerce* yang dilakukan pada organisasi yang tidak berorientasi untuk mendapat keuntungan seperti institusi akademis, organisasi keagamaan, organisasi sosial dsb.

11) *E-government*

E-government merupakan *e-commerce* yang dilakukan oleh pemerintah.

c. *Komponen E-Commerce*

Pada *e-commerce* terdapat mekanisme-mekanisme tertentu yang unik dan berbeda di bandingkan dengan mekanisme-mekanisme yang terdapat pada *traditional commerce*. Dalam mekanisme pasar *e-commerce*, terdapat beberapa komponen yang terlibat, yakni :

1) *Costumer*

Costumer merupakan para pengguna internet yang dapat dijadikan sebagai target pasar yang potensial untuk diberikan penawaran berupa produk, jasa, atau informasi oleh para penjual.

2) Penjual

Penjual merupakan pihak yang menawarkan produk, jasa, atau informasi kepada para *costumer* baik individu maupun organisasi. Proses penjualan dapat dilakukan secara langsung melalui *website* yang dimiliki oleh penjual tersebut.

3) Produk

Salah satu perbedaan antara *e-commerce* dengan *traditional commerce* terletak pada produk yang dijual. Pada dunia maya, penjual dapat menjual produk digital. Produk digital yang dapat dikirimkan secara langsung melalui internet.

B. Tinjauan Pustaka

Sebelum penulis mengadakan penelitian ini penulis mencari karya tulis yang berkaitan dengan apa yang di bahas dalam penelitian untuk menghindari adanya kesamaan dalam penulisan ini, dengan itu penulis menemukan tulisan yang berkaitan dengan permasalahan yang di bahas pada penelitian ini. Dalam kajian pustaka ini dideskripsikan dengan beberapa penelitian yang ada relevansinya dengan judul skripsi yang diteliti di antaranya:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Diah Ayu Minuriha (2018) yang berjudul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Dalam Marketplace *Online* Shopee di Kalangan Mahasiswa UINSA Surabaya” penelitian ini menggunakan teknik dokumentasi dan wawancara. Untuk teknik pengolahan data penulis menggunakan teknik *editing, organaizing dan analizing*. Kesimpulan dalam skripsi ini yaitu pihak shopee seharusnya lebih transparan dan berterus terang mengenai upah atas sewa menyewa *store* di dalam marketplace *online* shopee. Para mahasiswa UINSA

Surabaya yang menjadi pengguna shopee terutama yang berperan sebagai penjual, lebih baik menjual barang yang sudah *ready* agar proses transaksi lebih cepat, para pengguna shopee khususnya mahasiswa UINSA Surabaya harus membaca segala syarat dan ketentuan layanan yang diberikan oleh shopee agar tidak terjadi kesalahan dan pelanggaran wanprestasi dikemudian hari.²⁸

2. Penelitian yang dilakukan oleh Zainuddin (2017) yang berjudul “Transaksi Jual Beli *Online* Secara *Dropshipping* Dalam Prespektif Hukum Islam” metode yang digunakan dengan cara penelitian kualitatif yaitu penelitian kepustakaan dan lapangan. Penelitian kepustakaan dapat dikaji dengan menelaah, mempelajari serta menganalisa buku serta referensi yang berhubungan dengan transaksi jual beli *online* secara *dropshipping* sebagai landasan teoritis, sedangkan penelitian lapangan dilakukan dengan cara meneliti dan mengajukan pertanyaan kepada pihak yang melakukan jual beli *online* secara *dropshipping*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa yang menjadi faktor *dropshipper* masih melakukan transaksi ini adalah karena minimnya pengetahuan tentang hukum Islam yang berkaitan dengan akad jual beli.²⁹
3. Penelitian yang dilakukan oleh Diva Nur Anissa (2017) yang berjudul “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Dirugikan Akibat Melakukan Transaksi Jual Beli Online Melalui Media Sosial)” metode

²⁸Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Dalam Marketplace *Online* Shopee oleh Diah Ayu Minurha (skripsi) tahun 2018” Univeristas Negeri Surabaya.

²⁹Transaksi Jual Beli *Online* Secara *Dropshipping* Dalam Prespektif Hukum Islam oleh Zainuddin (skripsi) tahun 2017” IAIN Surakarta.

yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan yuridis empiris. Spesifikasi penelitian yang digunakan adalah deskriptif analisis. Berdasarkan hasil penelitian, perkembangan melakukan transaksi secara *online* muncul karena adanya penawaran dan penerimaan dari masyarakat. Namun, karena beberapa media sosial tersebut bukan *account* khusus jual beli secara *online* dan kontrak perjanjian yang dilakukan tanpa tatap muka sehingga memunculkan adanya resiko seperti wanprestasi. Adapun transaksi jual beli *online* melalui media sosial sangat banyak jenis transaksi yang dilakukan, berbeda pula jenis barang yang dipesan oleh para konsumen, dari setiap jenis media sosial tersebut masing-masing memiliki klausula baku yang berdeda-beda dalam proses bertransaksi.³⁰

4. Penelitian yang dilakukan oleh M. Hasan Subkhy (2017) yang berjudul “Tinjauan Hukum Islam Tentang Resiko Jual Beli Sistem *Dropsipping* (Studi Di Desa Waringinsari Barat Kec. Sukoharjo Kab. Pringsewu) berdasarkan sifatnya penelitian ini bersifat deskriptif, yaitu memberi gambaran yang secermat mungkin mengenai sesuatu, individu, gejala, keadaan, atau kelompok tertentu. Berdasarkan hasil analisis tersebut dapat dikemukakan bahwa resiko jual beli sistem *dropsipping* di desa Waringinsari Barat disimpulkan bahwa dalam jual beli *online* tersebut terdapat resiko terhadap salah satu pihak yaitu pembeli. Resiko tersebut

³⁰Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Dirugikan Akibat Melakukan Transaksi Jual Beli Online Melalui Media Sosial skripsi oleh Diva Nur Anissa 2017” Universtas Diponegoro.

yaitu pertama penipuan dengan tidak dikirimnya barang. Kedua barang tidak sesuai dengan pesanan. Ketiga lambatnya waktu pengiriman.³¹

5. Penelitian yang dilakukan oleh Nurfajriyanti Ramadhani (2016) yang berjudul “Perlindungan Konsumen Terhadap Wanprestasi Pelaku Usaha” penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan yang bersifat deskriptif. Dalam penelitian ini digunakan dua sumber data yaitu data primer dan sekunder. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perlindungan konsumen pada BPSK berjalan sesuai dengan ketentuan Undang-undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen sedangkan pada pengadilan negeri kurang objektif dalam menyelesaikan sengketa konsumen. Tanggung jawab pelaku usaha wanprestasi dapat dilakukan dengan melanjutkan atau membatalkan perjanjian dan mengganti kerugian yang ditimbulkan akibat wanprestasi tersebut.³²

³¹Tinjauan Hukum Islam Tentang Resiko Jual Beli Sistem *Dropsipping* (Studi Di Desa Waringinsari Barat Kec. Sukoharjo Kab. Pringsewu) skripsi oleh M. Hasan Subekhy 2017” Universitas Lampung.

³²Perlindungan Konsumen Terhadap Wanprestasi Pelaku Usaha skripsi oleh Nurfajriyanti Ramadhani 2016” Univeritas Makasar.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Sesuai dengan objek kajian maka pendekatan penelitian ini adalah penelitian kepustakaan *library research*, yaitu, pertama dengan mencatat semua temuan mengenai Hukum Ekonomi Syariah, *Iqalah* dan *E-commerce*. Secara umum pada pembahasan penelitian akan menganalisis menggunakan analisis yuridis normatif dimana penelitian akan melihat kelengkapan dan kesesuaian antar Undang-undang terkait *E-commerce*.

Penelitian hukum normatif (*normative law research*) menggunakan studi kasus normatif berupa produk perilaku hukum, misalnya mengkaji Undang-undang. Pokok kajiannya adalah hukum yang dikonsepsikan sebagai norma atau kaidah yang berlaku dalam masyarakat dan menjadi acuan perilaku setiap orang. Sehingga penelitian hukum normatif berfokus pada inventarisasi hukum positif ataupun hukum islam, asas-asas dan doktrin hukum, penemuan hukum dalam perkara *in concreto*, sistematik hukum, taraf sinkronisasi, perbandingan hukum dan sejarah hukum.³³

B. Pendekatan Penelitian

Didalam penelitian hukum terdapat beberapa pendekatan, dengan pendekatan tersebut peneliti akan mendapatkan informasi dari berbagai aspek mengenai isu yang sedang dicoba untuk dicari jawabannya dalam hal ini isu

³³Abdulkadir Muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum*, Cet ke-I (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2004), hlm. 52.

tersebut adalah penerapan *Iqalah* pada transaksi *E-commerce*. Metode pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan peraturan perundang-undangan (*statue aproach*).³⁴ Suatu penelitian normatif tentu harus menggunakan pendekatan perundang-undangan, karena yang akan diteliti adalah berbagai aturan hukum yang menjadi fokus sekaligus tema sentral suatu penelitian.

C. Metode Pengumpulan Data

Bahan hukum dikumpulkan melalui prosedur inventarisasi dan identifikasi peraturan dalam Hukum Ekonomi Syariah, Undang-undang Perlindungan Konsumen, Undang-undang ITE, Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) dan KUHperdata serta klasifikasi dan sistematisasi bahan hukum sesuai permasalahan penelitian. Oleh karena itu, teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan studi kepustakaan. Studi kepustakaan dilakukan dengan cara membaca, menelaah, mencatat membuat ulasan bahan-bahan pustaka Hukum Ekonomi Syariah, *Iqalah* dan *E-commerce*.

D. Metode Pengolahan Dan Analisis Data

Pada penelitian hukum normatif, pengolahan data dilakukan dengan cara sistematis terhadap bahan-bahan hukum tertulis. Sistematisasi berarti membuat klasifikasi terhadap bahan-bahan hukum tersebut untuk memudahkan pekerjaan analisis dan konstruksi.³⁵ Kegiatan yang dilakukan dalam analisis data penelitian hukum normatif dengan cara data yang diperoleh di analisis secara deskriptif kualitatif yaitu analisa terhadap data yang tidak bisa dihitung. Bahan hukum yang

³⁴Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Cet ke-II (Jakarta: Kencana, 2008), hlm. 29.

³⁵Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif* (Jakarta: Raja. Grafindo Persada, 2006), hlm. 251-252.

diperoleh selanjutnya dilakukan pembahasan, pemeriksaan dan pengelompokan ke dalam bagian-bagian tertentu untuk diolah menjadi data informasi. Hasil analisa bahan hukum akan diinterpretasikan menggunakan metode interpretasi (a) sistematis; (b) gramatikal; dan (c) teleologis.³⁶ Pemilihan interpretasi sistematis ditujukan untuk menentukan struktur hukum dalam penelitian ini. Interpretasi sistematis (*systematis cheinterpretatie, dogmatis cheinterpretatie*) adalah menafsirkan dengan memperhatikan naskah-naskah hukum lain. Jika ditafsirkan adalah pasal-pasal suatu Undang-undang, ketentuan yang sama apalagi satu asas dalam peraturan lainnya juga harus dijadikan acuan. Dalam penafsiran ini mencari ketentuan-ketentuan yang ada didalamnya saling berhubungan sekaligus apakah hubungan tersebut menentukan makna selanjutnya. Akan tetapi, dalam hubungan tatanan hukum yang tidak terkodifikasi, merujuk pada sistem dimungkinkan sepanjang karakter sistematis dapat diasumsikan (diandaikan). Selanjutnya interpretasi gramatikal (*what doe sitlinguistically mean?*) yaitu metode penafsiran hukum pada makna teks yang didalam kaidah hukum dinyatakan. Penafsiran dengan cara demikian bertitik tolak pada makna menurut pemakaian bahasa sehari-hari atau makna teknis yuridis yang lazim atau dianggap sudah baku.³⁷ Interpretasi gramatikal dalam penelitian ini terkait dengan makna teks dalam tujuan prosedur *Iqalah* dalam transaksi *E-commerce*, interpretasi teleologis (*what does thearticles would like to archieve*) yang merupakan metode penafsiran yang difokuskan pada penguraian atau formulasi

³⁶Jimly Asshiddiqie, *Teori & Aliran Penafsiran Hukum Tata Negara* (Jakarta: Ind, Hill,Co, 1997), hlm. 17-18.

³⁷Ph. Visser'tHoft, *Penemuan Hukum*. (Judul Asli: *Rechtvinding*, Penerjemah Arief Shidarta (Bandung: Laboratorium Hukum FH Universitas Parahiyangan, 2001), hlm. 25.

kaidah-kaidah hukum menurut tujuan dan jangkauannya. Tafsiran pada fakta bahwa kaidah hukum terkandung tujuan atau asas sebagai landasan dan bahwa tujuan atau asas tersebut memengaruhi interpretasi. Dalam penafsiran demikian juga diperhitungkan konteks kenyataan kemasyarakatan yang aktual.³⁸ Menurut Hoft, penafsiran teleologis memiliki fokus perhatian bahwa fakta pada norma hukum mengandung tujuan untuk melindungi kepentingan tertentu sehingga ketika ketentuan tersebut diterapkan maksud tersebut harus dipenuhi, penafsiran ini selanjutnya memperhitungkan konteks kemasyarakatan aktual. Cara ini tidak terlalu diarahkan untuk menemukan peraturan pada kehendak dari pembentuk Undang-undang saat membentuknya dan kemudian dituangkan dalam bentuk uraian logis dan sistematis guna memperoleh kejelasan penyelesaian lalu ditarik kesimpulan guna menjawab permasalahan penelitian secara deduktif yaitu dari hal yang bersifat umum menuju yang hal bersifat khusus.³⁹

³⁸Ph. Visser'tHoft. dkk., hlm. 30.

³⁹Arief Sidharta, Meuwissen tentang *Pengembangan Hukum, Ilmu Hukum, Teori Hukum dan Filsafat Hukum* (Bandung: PT Rafika Aditam, 2009), hlm. 56-57.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Tinjauan Hukum Islam tentang *E-Commerce*

Menurut kaidah fiqih, prinsip dasar dalam transaksi muamalah dan persyaratan yang terkait dengannya adalah boleh selama tidak dilarang oleh syariah atau bertentangan dengan dalil (*nash*) syariah sesuai dengan kaidah yang artinya “Pada dasarnya hal yang berkenaan dengan muamalat hukumnya adalah boleh sampai ada dalil yang menyatakan keharamannya”.⁴⁰

Hukum transaksi jual beli sistem *online* ataupun dengan media internet adalah boleh hal ini berdasarkan metode masalah mursalah (atau disebut juga masalah al-mursalah), yaitu cara menemukan hukum sesuatu hal yang tidak terdapat ketentuannya baik dalam Al-Qur’an maupun dalam kitab-kitab al-hadist, berdasarkan pertimbangan kemaslahatan masyarakat atau kepentingan umum.⁴¹

Hal ini diperkuat dengan pendapat Imam Al-Nawawi berkata : apabila dua orang saling memanggil dari jarak jauh, kemudian melakukan jual beli itu sah tanpa adanya perselisihan ulama sedikitpun.⁴²

Said Sabiq menjelaskan bahwa unsur-unsur jual beli dalam Islam harus menghindari *gharar* dan *dharar* (ketidak jelasan dan kemudharatan) dalam *e-commerce* kedua hal ini sangat beresiko terjadi, tapi kemudian hal ini sudah tidak perlu dikhawatirkan secara general bahwa transaksi *e-commerce* akan mendatangkan kemudharatan karena transaksi ini telah dibuat regulasi yang

⁴⁰Syarifuddin Amir, *Fiqh: Garis-garis Besar* (Bogor: Kencana, 2003), hlm. 24.

⁴¹Al-Qurahdqi Ali Muhyiddin, *Fiqh Digital* (Yogyakarta: Qonun Prisma Persada , 2003), hlm. 108.

⁴²Al-Qurahdqi Ali Muhyiddin, dkk., hlm. 25.

melindungi kepentingan konsumen serta memberikan sanksi bagi pelaku penipuan.

E-Commerce sendiri telah banyak mengalami perkembangan dan pembaharuan sehingga kita tidak perlu lagi mencari platform yang tidak jelas, karena telah ada kategorisasi tersendiri, seperti rating pembelian, tingkat kepercayaan, website serta mitra kerja pengiriman. Semua hal itu mendorong transaksi *e-commerce* sebagai pasar yang sah karena memiliki tempat, produk, harga dan waktu, konsumen bisa melakukan pembatalan mana kala produk tidak sesuai, dan bisa menanggihkan pembayaran sebagai mana jenis jual beli Salam.⁴³

B. Perspektif Fikih Ekonomi Tentang *E-Commerce*

E-Commerce jelas merupakan suatu bentuk transaksi kontemporer yang belum pernah ada dilaksanakan pada masa-masa awal Islam, sehingga tidak ada tertuang aturannya secara konkrit dalam al-Quran dan Sunnah Nabi saw. Untuk itu pembahasan tentang *e-commerce* dalam perspektif fikih ini, terkategori dalam persoalan ijtihady. Apalagi dalam realitas sosial pelaku ekonomi saat ini, betapa *e-commerce* telah merupakan salah satu bentuk keperluan kemanusiaan yang sulit dihindari, sehingga amat membutuhkan perhatian Islam dalam menjawabnya secara perspektif hukum. Sehingga ada jaminan keamanan syariat bagi pelaku muslim dalam bertransaksi melalui *e-commerce* ini. Dalam konsep Islam, segala sesuatu yang berbentuk interaksi sesama manusia (muamalah) pada dasarnya dibolehkan, sejauh tidak ada dalil yang menentukan keharamannya, sebagaimana tertuang dalam kaedah hukum الأصل في المعاملة الإباحة حتى يدل الدليل على تحريمها

⁴³Syukri Iska, “*E-Commerce dalam Pespektif Fiqih Ekonomi*,” JURIS, Vol.9, No. 2 Desember 2010, hlm. 126-127.

Hukum asal dalam bidang muamalah adalah boleh sampai ada dalil yang mengharamkannya. Bidang muamalah dalam kaedah ini dimaksudkan di antaranya adalah dalam masalah ekonomi. Berarti dalam pemahaman lebih jauh, sejauh tidak ada garisan yang menentukan hukumnya lain, maka apapun jenis transaksi ekonomi dibolehkan dalam Islam. Akan tetapi, sebagaimana tertuang dalam konsep fikih tentang ekonomi selama ini, khususnya dalam masalah jual beli, telah digariskan bahwa yang dapat membatasi fleksibilitas kebolehan jual beli tersebut adalah sejauh transaksi tersebut memenuhi rukun dan syarat, sebagaimana yang telah dituangkan sebelumnya, kendati ada aspek yang disepakati dan ada yang diperselisihkan. Dari adanya nuansa fleksibilitas dan keterikatan dengan rukun dan syarat itulah peluang *e-commerce* akan dipandang dari sisi fikih ekonomi. Setelah dikemukakan segala sesuatu mengenai *e-commerce* sebagaimana tertuang sebelumnya, dapat ditarik spesifikasi transaksinya bahwa *e-commerce* ini ada yang berbentuk jual beli pesanan untuk jenis barang yang non digital, dan ada yang berbentuk pembelian langsung untuk jenis barang yang digital (bentuknya telah dijelaskan sebelumnya). Caranya, si pembeli memesan atau membeli barang yang ditawarkan oleh penjual atau produsen melalui internet dan dia harus membayar terlebih dahulu melalui sistem yang sudah ditentukan (*online* dan pada umumnya memakai kartu kredit), setelah itu baru barang dikirimkan dan diterima oleh pembeli. Oleh sebab itu, suatu konsep jual beli dalam fikih muamalah yang sangat sepadan dengan konsep *e-commerce* ini adalah jual beli al-salam, kalau barangnya berbentuk pesanan yakni yang non digital, dan jual beli untuk jenis-jenis barang yang digital. Untuk jenis

jual beli yang terakhir ini, tidak akan dijelaskan lebih jauh, karena telah dapat dipahami bagaimana jual beli yang lazim dilaksanakan/dilakukan oleh banyak orang selama ini. Adapun jual beli (bay') al-salam atau disebut juga dengan al-salaf (istilah al-salam digunakan oleh penduduk al-Hijaz, sedangkan istilah al-salaf digunakan oleh penduduk Iraq, adalah suatu bentuk transaksi jual beli yang mana penyerahan barang yang dipesan tersebut ditangguhkan kecuali setelah disampaikan sifat atau ciri barang yang diinginkan, dan penyerahan uangnya dilaksanakan secara tunai. Para Fukaha menamakannya dengan al-Mahawij (barang-barang mendesak), karena saat jual beli terjadi, barang tersebut tidak ada di tempat, sedangkan ia sangat diperlukan. Demikian juga halnya dapat dipahami bahwa barang yang ditransaksikan dalam al-salam ini harus diketahui secara jelas ukuran, jenis, ciri-ciri dan spesifikasinya. Termasuk dalam hal ini persoalan tempo atau masa yang dimaksudkan dengan tertanggungnya masa penyerahan barang, terlihat tidak ada garisan tertentu, melainkan sangat tergantung kepada kesepakatan ke dua belah pihak.

Ibn Rusyd mengemukakan bahwa dibolehkan menyerahkan barang yang tertunda tersebut dalam waktu yang lebih singkat. Dalam konsep lain, ada ulama yang menyamakan jual beli al-salam dengan al-istisna', kendati ada perbedaan dari sisi pembayaran bahwa al-istisna' bentuk pembayarannya bisa pada saat transaksi terjadi atau ditunda seiring dengan masa penyerahan barang yang juga tertunda tersebut. Di kalangan mazhab Maliki, Syafi'i, dan Hambali cenderung untuk menyamakan dan menempatkan dalam satu pembahasan antara jual beli al-salam ini dengan al-istisna', karena barang yang dipesan sama-sama tertunda masa

penyerahannya dan belum berada di tangan pembeli pada saat transaksi terjadi. Sedikit berbeda halnya dengan kalangan mazhab Hanafi yang menempatkan al-istisna` dalam pembahasan tersendiri.

C. *E-Commerce* dan Hubungannya dengan *Iqalah*

E-commerce adalah singkatan dari kata berbahasa Inggris *Electronic commerce*, atau juga dikenal dengan istilah perdagangan elektronik atau e-dagang adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet atau televisi, platform media sosial, atau jaringan komputer lainnya. *E-commerce* dapat melibatkan transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventori otomatis, dan sistem pengumpulan data otomatis.

Transaksi jual beli secara elektronik, sama halnya dengan transaksi jual beli biasa yang dilakukan di dunia nyata, dilakukan oleh para pihak yang terkait, walaupun dalam jual beli elektronik ini pihak-pihaknya bertemu secara langsung satu sama lain, tetapi berhubungan melalui internet. Dalam jual beli secara elektronik, pihak-pihak yang terkait antara lain :⁴⁴

1. Penjual atau *merchant* atau pengusaha yang menawarkan sebuah produk melalui internet sebagai pelaku usaha.
2. Pembeli atau konsumen yaitu setiap orang yang tidak dilarang oleh undang-undang, melakukan transaksi jual beli produk yang ditawarkan oleh penjual/pelaku usaha.

⁴⁴Makarim Edmon, *Kompilasi Hukum Telematika* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2000), hlm. 461.

3. Bank sebagai pihak penyalur dana dari pembeli atau konsumen kepada penjual atau pelaku usaha
4. *Provider* sebagai penyedia jasa layanan akses internet.

Dari uraian diatas, dapat diketahui bahwa *iqalah* adalah bagian dari jual beli sedangkan *e-commerce* adalah platform ada ruang digital baru dalam proses transaksi jual beli sehingga didapati hubungan–hubungan sebagai berikut :

1. *Iqalah* sangat mungkin dilakukan pada transaksi *e-commerce*, sebab pembatalan–pembatalan sangat beresiko terjadi pada jual beli *online*
2. Sistem pembayaran yang dilakukan dalam *e-commerce* sering kali tidak dibayar sepenuhnya, sehingga proses melakukan pembatalan masih sangat mungkin, terutama jika menggunakan sistem *Cash On Delivery*
3. Akad yang menjadi penentu dalam pembatalan pada *Iqalah* menjadi penentu pada penjualan sistem *e-commerce*, seperti halnya pada jual beli maka pada *iqalah* pun harus terpenuhi prinsip kerelaan.
4. Barang yang dijual dengan sistem *e-commerce* terkadang bersifat gharar (tidak jelas) sehingga dibutuhkan peluang pembatalan agar tidak menimbulkan dharar (kemudharatan).

Adapun, secara signifikan hubungan hukum *iqalah* pada *e-commerce* adalah sebagai berikut :

1. Hukum Islam

Berdasarkan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah maka bisa didapati rumusan hukum dalam *Iqalah* adalah sebagai berikut :

a. Perjanjian antara penjual dan pembeli

Perihal perjanjian ijab qabul dalam jual beli hingga terjadi pembatalan di jelaskan dalam pasal 70–71 pada Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah yakni :

Pasal 70 : Ijab menjadi batal apabila salah satu pihak menunjukkan ketidak sungguhan dalam mengungkapkan ijab dan kabul, baik dalam perkataan maupun perbuatan, sehingga tidak ada alasan untuk melanjutkan jual-beli.

Pasal 71 : Ijab dianggap batal apabila penjual menarik kembali pernyataan ijab sebelum pembeli mengucapkan pernyataan kabul

b. Kekuatan akad

Telah diketahui, bahwa akad adalah penentu dari suatu transaksi, tak terkecuali akad jual beli dan *iqalah* dalam pasal 29 bagian ketiga dari kompilasi hukum ekonomi syariah menjelaskan bahwa “Akad yang disepakati harus memuat ketentuan: a. kesepakatan mengikatkan diri; b. kecakapan untuk membuat suatu perikatan; c. terhadap sesuatu hal tertentu; d. suatu sebab yang halal menurut syari’at Islam” ketentuan ini diadopsi dari Kitab Undang-undang Hukum Perdata tentang perikatan, hal ini pun sejalan dengan syarat–syarat *iqalah* yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa *iqalah* bisa dilakukan pada transaksi yang mungkin dilakukan, jika diluar ketentuan tersebut maka hal itu dianggap sebagai pembatalan karena

penipuan sebagaimana tercantum dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah pasal 33–35.

c. Keadaan Memaksa

Perihal keadaan memaksa, adalah keadaan dimana salah satu pihak melakukan akad tapi terhalang untuk melakukan prestasi (tepat janji)⁴⁵. Jadi, keadaan ini dijelaskan kategorinya dalam pasal 41 yakni :

- 1) Peristiwa yang menyebabkan terjadinya darurat tersebut tidak terduga oleh para pihak;
- 2) Peristiwa tersebut tidak dapat dipertanggung jawabkan kepada pihak yang harus melaksanakan prestasi;
- 3) Peristiwa yang menyebabkan darurat tersebut di luar kesalahan pihak yang harus melakukan prestasi;
- 4) Pihak yang harus melakukan prestasi tidak dalam keadaan beriktikad buruk.

Mengelaborasi ketentuan diatas, maka sebab–sebab inilah yang diperbolehkan bagi salah satu pihak untuk mengajukan *iqalah* kepada pihak lain.

2. Hukum Positif

Pembahasan ini penulis melakukan elaborasi mendalam terkait *iqalah* pada *e-commerce* pada objek perlindungan konsumen Transaksi Jual

⁴⁵Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, pasal 40, hlm. 21.

Beli/belanja *Online* Menurut Undang-undang Perlindungan Konsumen, Hak konsumen adalah.⁴⁶

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

⁴⁶Kitab Undang-Undang Hukum Pidana, *Tentang Perlindungan Konsumen*, Pasal 205 ayat 1.

Disisi lain, kewajiban bagi pelaku usaha (dalam hal ini adalah penjual *online*) adalah.⁴⁷

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
- f. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian

⁴⁷Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, Tentang Perlindungan Konsumen, pasal 1 angka 2.

Dari uraian diatas maka antara pembeli dan penjual dalam hal ini harus saling memenuhi hak masing–masing, yakni pembeli berhak menadaptkan informasi serta mengetahui produk yang diperjual belikan serta meminta ganti rugi atau bisa membatalkan transaksi mana kala tidak terdapat kecocokan dari transaksi tersebut, begitupun penjual berkewajiban memberikan informasi yang benar kepada pembeli serta memberikan ganti rugi dan secara suka rela menerima jika terjadi pembatalan dalam transaksi yang dilakukan .

D. Hubungan Hukum *Iqalah* dan *E-Commerce*

Melihat hubungan hukum antara *iqalah* dan *E-Commerce*, maka peneliti mengeksplorasi hubungan tersebut pada dua hubungan yakni pada Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah dan Hukum Positif :

1. Hubungan Hukum *Iqalah* pada *E-Commerce*

Kontrak Elektronik dianggap sah apabila:⁴⁸

- a. Terdapat kesepakatan para pihak;
- b. Dilakukan oleh subjek hukum yang cakap atau yang berwenang mewakili sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan;
- c. Terdapat hal tertentu; dan
- d. Objek transaksi tidak boleh bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, kesusilaan, dan ketertiban umum.

Kontrak Elektronik setidaknya-tidaknya memuat :⁴⁹

- a. Data identitas para pihak;
- b. Objek dan spesifikasi;

⁴⁸Peraturan Pemerintah, No. 71 Tahun 2019, PSTE Pasal 46 Ayat 2.

⁴⁹Peraturan Pemerintah, No. 71 Tahun 2019, PSTE Pasal 47 Ayat 3

- c. Persyaratan Transaksi Elektronik;
 - d. Harga dan biaya;
 - e. Prosedur dalam hal terdapat pembatalan oleh para pihak;
 - f. Ketentuan yang memberikan hak kepada pihak yang dirugikan untuk dapat mengembalikan barang dan/atau meminta penggantian produk jika terdapat cacat tersembunyi; dan
 - g. Pilihan hukum penyelesaian Transaksi Elektronik.
2. Hubungan Hukum *Iqalah* pada *E-Commerce* (Tinjauan Hukum Perlindungan Konsumen)

Pada dasarnya instrumen perlindungan hukum terhadap konsumen dalam suatu transaksi perdagangan di wujudkan dalam dua bentuk pengaturan, yaitu perlindungan hukum melalui suatu bentuk perundang-undangan tertentu (Undang-undang, peraturan pemerintah, dsb.) yang sifatnya umum untuk setiap orang yang melakukan transaksi dan perlindungan hukum berdasarkan perjanjian yang khusus dibuat oleh para pihak, wujudnya dalam bentuk substansi/isi perjanjian antara konsumen dan pelaku usaha/produsen, seperti ketentuan tentang ganti rugi, jangka waktu pengajuan klaim, penyelesaian sengketa, dan sebagainya⁵⁰

Konsumen di Indonesia dalam melakukan transaksi mendapatkan perlindungan di dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) yaitu berupa Hak konsumen yang terdapat dalam Pasal 4. Adapun perlindungan konsumen dalam melakukan transaksi

⁵⁰Sukarmi, *Cyber Law Kontrak Elektronik Dalam Bayang-Bayang Pelaku Usaha*, (Jakarta: Pustaka Sutra, 2007), hlm. 170.

elektronik dalam hal mendapatkan barang yang tidak sesuai dengan yang dijual terdapat didalam pasal 4 huruf b dan huruf a yaitu konsumen berhak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan. Dan konsumen berhak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Perlindungan terhadap konsumen transaksi elektronik juga terdapat dalam Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) yaitu pasal 5 ayat (1) yang berbunyi informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah. Pasal 18 ayat (1) transaksi elektronik yang di tuangkan ke dalam kontrak elektronik mengikat para pihak. Pasal 28 ayat (1) yang berbunyi setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik. Perbuatan sebagaimana di jelaskan di dalam Pasal 28 ayat (1) UU ITE diancam dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 1 miliar (Pasal 45 ayat (2) UU ITE)⁵¹

Iqalah merupakan proses pembatalan jual beli dari suatu akad jual beli, sangat penting untuk melihat sampai sejauh mana *iqalah* dianggap sah dalam *E-Commerce* karena ancaman yang mungkin terjadi ketika konsumen tidak mendapatkan haknya sebagai pembeli, mengingat *Iqalah* bisa diajukan oleh satu pihak baik penjual maupun pembeli.

⁵¹Bintang Evitayuni Purnama Putri dkk., “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Melakukan Transaksi Elektronik Di Indonesia,” Jurnal Ilmu Hukum, (2014): hlm. 4–5.

E. Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap *Iqalah* pada *E-Commerce*

1. Fatwa DSN MUI tentang Pembatalan pada Jual Beli Online

Sebelum masuk pada Fatwa DSN MUI tentang *iqalah* (pembatalan) pada jua beli *online*, terlebih dahulu penulis akan memberikan klasifikasi tentang akad jual beli apa saja yang dirumuskan dan di fatwakan. Dalam hal ini, penulis mengambil dua jenis akad jual beli yakni akad istishna' dan Salam, dimana kedua akad ini sangat relevan dengan praktek jual beli pada platform digital (*online*) .

Bai' Istishna merupakan lanjutan dari bai' as-salam maka secara umum landasan syariah yang berlaku pada bai' as-salam juga berlaku pada bai' istishna. Sungguh demikian, para Ulama membahas lebih lanjut "keabsahan" bai' istishna. Menurut mazhab Hanafi, termasuk akad yang dilarang karena bertentangan dengan semangat bai' secara qiyas. Mereka mendasarkan pada argumentasi bahwa pokok kontrak penjualan harus ada dan dimiliki oleh penjual. Sedangkan dalam istishna pokok kontrak belum ada atau tidak dimiliki penjual. Meskipun demikian, Mazhab Hanafi menyetujui kontrak istishna atas dasar istishna.⁵² Sehingga dalam hal ini penulis akan mengambil dua jenis fatwa yakni Fatwa nomor: 05/DSN MUI/IV/2000 dan Fatwa Nomor: 06 Tahun 2000 tentang jual-beli istishna.

Fatwa nomor: 05/DSN MUI/IV/2000

Fatwa ini memuat enam ketentuan.

- a. Ketentuan tentang pembayaran
 - 1) Alat bayar harus diketahui jumlah dan bentuknya, baik berupa uang, barang atau manfaat.
 - 2) Pembayaran harus dilakukan pada saat kontrak disepakati
 - 3) Pembayaran tidak boleh dalam bentuk pembebasan utang.
- b. Ketentuan tentang barang
 - 1) Harus jelas ciri-cirinya
 - 2) Harus dapat dijelaskan spesifikasinya.

⁵²Ahmad Muri, *Hukum Kontrak Bernuansa Islam*, Cet ke-II, (Jakarta: Rajawali Pres, 2013), hlm. 114

- 3) Penyerahannya dilakukan kemudian
 - 4) Waktu dan tempat penyerahan barang harus ditetapkan berdasarkan kesepakatan.
 - 5) Pembeli tidak boleh menjual barang sebelum menerimanya.
 - 6) Tidak boleh menukar barang, kecuali dengan barang sejenis sesuai kesepakatan.
- c. Ketentuan tentang salam paralel. Dbolehkan melakukan salam paralel dengan syarat, akad kedua terpisah, dan tidak berkaitan dengan akad pertama.
 - d. Penyerahan barang sebelum atau pada waktunya : Penjual harus menyerahkan barang tepat pada waktunya dengan kualitas dan jumlah yang telah disepakati. Hal tersebut diperlukan guna menghindari berbagai kemungkinan yang bisa menyebabkan salah satu pelaku transaksi, *customer* ataupun seller, dirugikan.
 - e. Pembatalan Kontrak : Pada dasarnya pembatalan salam boleh dilakukan, selama tidak merugikan kedua belah pihak.
 - f. Perselisihan : Jika terjadi perselisihan di antara kedua belah pihak, maka persoalannya diselesaikan melalui Badan Arbitrasi Syari'ah setelah tidak tercapai kesepakatan melalui musyawarah. Konstruksi transaksi bisnis *online* di atas dirumuskan untuk memastikan bahwa para pihak yang terlibat dalam akad ini tidak mengalami kerugian dan untuk mencapai asas mumalah yaitu saling rela. Berbagai aturan yang rinci dan ketat ini merupakan gambaran pentingnya sikap hati-hati dalam melakukan transaksi *online* untuk menghindari kerugian dengan berpegang pada metode menutup lahirnya kemudharatan dengan berpegang pada kaidah fiqh mencegah dampak negatif lebih didahulukan dari pada menarik kemaslahatan

Fatwa Nomor: 06 Tahun 2000 tentang jual-beli istishna.

Dalam fatwa tersebut dijelaskan arti jual-beli istishna secara terminologis, yaitu akad jual beli dalam bentuk pemesanan pembuatan barang

tertentu dengan kriteria dan persyaratan tertentu yang disepakati antara pemesan (pembeli/mustashni) dan penjual (shani).⁵³

Dasar hukum dibolehkannya jual beli salam tidak bersumber dari Al-qur'an dan hadist, tetapi berdasarkan pada pendapat (qaul) ulama sehingga dalam Fatwa DSN-MUI No. 6 tahun 2000 dinyatakan bahwa ulama mazhab Hanafi berpendapat tentang bolehnya (jawaz) akad jual beli istishna karena hal itu telah dilakukan oleh masyarakat muslim sejak masa awal tanpa ada pihak (ulama) yang mengingkarinya.

Batalnya Perikatan Jual Beli.

Terhapusnya perikatan yang diakibatkan oleh berlakunya syarat batal, berlakunya jika kontrak yang dibuat oleh para pihak dibuat dengan syarat tangguh atau syarat batal, karena apabila kontrak tersebut dibuat syarat tangguh dan ternyata syarat yang dijadikan syarat penangguhan tersebut tidak terpenuhi, maka kontrak tersebut dengan sendirinya batal. Demikian pula kontrak yang dibuat dengan syarat batal, maka apabila syarat batal tersebut terpenuhi maka kontrak tersebut dengan sendirinya telah batal yang berarti mengakibatkan terhapusnya kontrak tersebut⁵⁴

Sedangkan terminasi akad adalah berakhirnya akad karena difasakh (diputus) oleh para pihak dalam arti akad tidak dilaksanakan karena suatu lain sebab. Istilah yang digunakan oleh ahli-ahli hukum islam untuk pemutusan akad adalah fasakh. Hanya saja kata "fasakh" terkadang digunakan untuk menyebut berbagai bentuk pemutusan akad, dan kadang-kadang dibatasi untuk menyebut beberapa bentuk pemutusan akad saja. Wahbah azZuhali

⁵³ Jaih Mubarak dan Hasanudin, *Fikih Mu'amalah Maliyah*, Cet ke-II, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), hlm. 273.

⁵⁴ Ahmad Muri, *Hukum Kontrak Bernuansa Islam*, Cet ke-II, (Jakarta: Rajawali Pres, 2013), hlm. 129.

tampaknya menggunakan istilah fasakh dalam arti luas yang mencakup berbagai bentuk pemutus akad. Secara umum fasakh (pemutus) akad dalam hukum islam meliputi : 1) Fasakh terhadap akad fasid, yaitu akad yang tidak memenuhi syarat-syarat keabsahan akad menurut ahli-ahli hukum Hanafi, meskipun telah memenuhi rukun dan syarat terbentuknya akad. 2) Fasakh terhadap akad yang tidak mengikat (*gair lazim*), baik tidak mengikatnya akad tersebut karena adanya hak khiyat (*opsi*) bagi salah satu pihak dalam akad tersebut karena sifat akad itu sendiri yang sejak semula memang tidak mengikat. 3) Fasakh terhadap akad karena kesepakatan para pihak untuk mem-fasakh-nya atau karena ada *urbun*. 4) Fasakh terhadap akad karena salah satu pihak tidak melaksanakan perkataannya, baik karena tidak ingin untuk melaksanakannya maupun karena akad mustahil dilakukan⁵⁵

2. Akad dan Wanprestasi

Akad berarti mengikat atau menyambungkan, sedangkan yang membangun akad adalah *sighat* yang merupakan redaksi dari Akad. Artinya kesepakatan yang terbentuk berdasarkan akad fungsinya mengikat satu sama lain. Pembatalan jual beli atau *iqalah* pada pembahasan sebelumnya telah dihukumi halal oleh hadist maupun pendapat para ulama mazhab. Akan tetapi ketika *iqalah* masuk pada wilayah hukum yang tidak berlandaskan nilai normative Al-Qur'an dan Sunnah maka bisa dianggap sebagai wanprestasi atau ingkar janji sebab aturan-aturan mengenai jual beli juga diikat dalam hukum perdata dan pidana di Indonesia.

⁵⁵Ahmad Muri, dkk., hlm. 30-31

Sehingga dalam hal ini, perlu merujuk pada KUHPerdara pasal 1320 yang menyatakan bahwa salah satu syarat dari perikatan adalah sebab yang halal sangat sejalan dengan syarat *iqalah* yakni pada transaksi yang dimungkinkan untuk dijadikan *iqalah*.

Contoh Kasus :

Ibrahim melakukan transaksi jual beli dengan hanifa dimana Ibrahim sebagai penjual dan hanifa sebagai pembeli, pada platform *online shop*. Ketika barang telah dipesan oleh hanifa berupa pakaian seharga Rp 100.000 dengan spesifikasi yang telah dideskripsikan oleh Ibrahim, dalam hal ini ketika hanifa melakukan pembayaran cash sebelum barang sampai maka *iqalah* masih bisa diajukan jika barang ternyata tidak sesuai keinginan hanifa, tentunya dengan kerelaan satu sama lain, akan masuk pada wanprestasi (ingkar janji) apabila hanifa dalam akad jual beli telah membayar tapi tidak sepenuhnya kemudian hanifa meminta *iqalah* dan pengembalian uang namun tidak disetujui pengembalian setengah pembayaran tersebut kepada hanifa.

3. Batalnya perjanjian yang sah

Perjanjian yang sah dalam jual beli pada *e-commerce* menjadikan transaksi antara penjual dan pembeli harus diberikan sanksi ketika salah satu pihak melakukan ingkar janji, seperti pada pasal 38 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah “Pihak dalam akad yang melakukan ingkar janji dapat dijatuhi sanksi: a. membayar ganti rugi; b. pembatalan akad; c. peralihan risiko; d. denda; dan/atau membayar biaya perkara”

Jika pembeli/ penjual melakukan *Iqalah* maka harus berdasarkan kerelaan antara kedua pihak untuk menghindari unsur-unsur tersebut dalam pasal 38 kompilasi Hukum Ekonomi Syariah

Contoh Kasus :

Rian sebagai pembeli telah membeli barang dari Juan dengan kesepakatan bahwa akan melakukan pembayaran *Cash On Delivery* (bayar setelah barang tiba), kondisi seperti ini sangat mungkin untuk terjadi pembatalan karena tidak adanya pembayaran. Jika rian membatalkan pembelian dengan sendirinya tanpa sepengetahuan Juan maka itu tidak termasuk pada batalnya perjanjian karena hal ini merupakan keadaan yang sudah terbaca pada *e-commerce* dengan sistem Pembayaran COD (*Cash On Delivery*).

Contoh kasus pembatalan sepihak yang dilakukan oleh Perusahaan Penyedia (Seller) Kepada Konsumen⁵⁶

Pada tanggal 21 Juni 2017 pukul 10.00 wita, Dessy Suastini melakukan pemesanan hotel (Bali Lovina Beach Cottages) sebanyak 3 kamar deluxe untuk tanggal 30 Juni 2017 secara online melalui aplikasi Traveloka dan melakukan pembayaran pada pukul 10.15 wita di hari yang sama melalui SMS Banking Mandiri ke Nomor Rekening Mandiri dengan Nama Pemilik Rekening PT. Trinusa Travelindo sesuai petunjuk aplikasi Traveloka dengan nomor pemesanan 349014771. Kemudian, pada pukul 10.25 pembayaran telah dikonfirmasi dan voucher hotel tersebut telah terbit. Namun pada tanggal 26 Juni 2017 pihak

⁵⁶Meda bella dan I wayan, “*Perlindungan konsumen terkait pembatalan secara sepihak Voucher Hotel Oleh Pelaku Usaha Traveloka*,” *Journal Ilmu Hukum*, (2017), hlm. 3-4

Traveloka menginformasikan melalui email bahwa terjadi pembatalan voucher hotel untuk pemesanan hotel (Bali Lovina 4 Beach Cottages) sebanyak 3 kamar deluxe untuk tanggal 30 Juni 2017 secara sepihak. Konsumen sesungguhnya telah memenuhi aturan pemesanan yang disampaikan oleh aplikasi travel tersebut dan memesan sesuai ketersediaan yang disampaikan oleh aplikasi travel tersebut. Namun secara sepihak, Traveloka membatalkan voucher tersebut dikarenakan pihak hotel baru menyampaikan bahwa tidak terdapat ketersediaan kamar hotel deluxe di tanggal tersebut. Pihak Traveloka dalam hal ini tidak dapat memenuhi kewajibannya sehingga merugikan konsumen karena pembatalan voucher hotel disampaikan setelah pembayaran dan penerbitan voucher hotel yang sudah diselesaikan dan diterbitkan setelah 5 hari pemesanan.

Analisis kasus

Pada contoh kasus diatas, peneliti mendapati beberapa poin penting yang berkaitan hubungannya dengan *iqalah* pada *e-commerce* dan perlindungan konsumen sendiri.

Pertama, pembatalan yang dilakukan oleh pihak seller dalam hal ini traveloka secara langsung tidak memenuhi unsur pembatalan (*iqalah*) yang benar dikarenakan hal itu dilakukan secara sepihak.

Kedua, pihak travelok wajib memberikan ganti rugi berdasarkan pada aturan tentang perlindungan konsumen, kompilasi hukum ekonomi syariah, Kitab Undang-undang Hukum perdata tentang perikatan dan lain-lain

Ketiga, pihak konsumen yang merasa telah dirugikan berhak untuk mendapatkan ganti rugi tersebut karena pembatalan yang dilakukan tidak berdasarkan pada prinsip kerelaan.

Contoh kasus lain yang telah peneliti dapatkan dari data YLKI yakni pada kasus First travel yakni :

Kronologi

- 1 Juli 2009 First travel mengawali usahanya dari sebuah bisnis biro perjalanan wisata , dibawah CV First Karya Utama. Menawarkan layanan perjalanan wisata domestic dan internasional untuk klien perseorangan maupun perusahaan.
- Awal 2011 merambah bisnis perjalanan ibadah umroh dibawah bendera PT First Anugerah Karya Wisata dan berkembang pesat
- 28 Maret 2017 First Travel mendapat perhatian Kemenag setelah First Travel gagal memberangkatkan jemaah umrah. Dalam kejadian itu jemaah diinapkan di hotel sekitar Bandara Soekarno Hatta.
- 18 April 2017 Kementerian Agama pun melakukan klarifikasi, investigasi, advokasi, hingga mediasi dengan jemaah. Saat pertemuan itu juga, Kemenag langsung menanyakan kejelasan kasus ini ke petinggi First Travel. Namun pihak manajemen tidak memberikan jawaban sama sekali.
- 24 Mei 2017 Kemenag kembali memanggil First Travel pada 24 Mei 2017. Upaya ini pun gagal karena pihak manajemen tidak hadir.
- 21 Juli 2017 Satuan Tugas Waspada Investasi Otoritas Jasa Keuangan (OJK) memerintahkan PT First Anugerah Karya Wisata untuk

menghentikan penjualan paket promonya karena ada indikasi investasi ilegal dan penghimpunan dana masyarakat tanpa izin. First Travel juga tidak pernah menyampaikan data jamaah yang mendaftar dan belum diberangkatkan. Dokumen ini sudah diminta sejak empat bulan lamanya.

- 3 Agustus 2017 Pencabutan izin dilakukan karena PT First Anugerah Karya Wisata dinilai terbukti telah melakukan pelanggaran. Pelanggaran tersebut berupa tindakan penelantaran jemaah umrah yang mengakibatkan gagal berangkat ke Arab Saudi, dan mengakibatkan timbulnya kerugian materi dan immateril yang di alami jemaah umrah.

Masalah yang terjadi

- Melakukan penelantaran calon jamaah haji sehingga semakin bertambah korban yang gagal berangkat
- Memberikan promo yang tidak sesuai dengan arahan pemerintah seperti paket umroh 14 juta
- Menggunakan uang calon jamaah haji yang satu untuk memberangkatkan calon jamaah haji yang lain, sehingga pada agustus diketahui 58.000 calon jamaah yang gagal berangkat.

Analisis

Kasus First Travel diatas sudah cukup ramai diperbincangkan, fakta menariknya adalah konsumen yang dirugikan tidak mendapatkan ganti rugi, padahal telah terjadi penipuan yang mengakibatkan kerugian yang cukup besar. Baik dari pihak konsumen maupun seller, telah batal transaksi dikarenakan pihak konsumen (jamaah) tidak mendapatkan haknya dengan benar. Sehingga dalam hal ini, peneliti mendapati beberap point yakni :

Pertama, hal paling penting dalam kasus firsi travel adalah penipuan yang disebabkan oleh pembatalan oleh pihak seller secara sepihak yang menyebabkan tidak terpeunhinya hak-hak konsumen

Kedua, tidak kembalinya uang ganti rugi kepada konsumen menjadikan kasus ini mengarah kepada tidak terlindunginya hak-hak konsumen oleh Negara yang telah tercantum dalam uu perlindungan konsumen, kompilasi hukum ekonomi syariah, KUHPerdata, dan aturan-aturan lain.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari penelitian ini, maka peneliti menarik kesimpulan bahwa *Iqalah* pada *E-Commerce* dan bagaimana Islam memandang dengan merujuk pada pembahasan sebelumnya bahwa Islam membolehkan transaksi jual beli pada *E-Commerce*, dengan kaidah muamalah “pada dasarnya muamalah itu boleh sampai ada yang mengharamkannya” atas dasar ini bahwa segala hal yang dilakukan dalam jual beli boleh dilakukan terutama pada platform digital (*E-Commerce*) karena telah terpenuhi kategori yang menghilangkan ketidakjelasan dan kemudharatan pada transaksi jual beli.

Dengan dasar tersebut tentu saja hal-hal lain yang menempel dan diperbolehkan pada transaksi jual belipun diperbolehkan, seperti *iqalah* (pemabatalan) baik dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, Fiqih Muamalah dan Hukum Positif, artinya mulai dari syarat, ketentuan bahkan sanksi telah diatur dalam *iqalah* pada *E-Commerce*. Oleh karena itu, prosedur yang baku tentang *Iqalah* pun harus bersandar pada prinsip kerelaan antara dua pihak serta pada jenis transaksi yang masih mungkin dilakukan sehingga bisa terhindar dari kategori penipuan yakni :

- a. Sistem pembayaran *Cash On Delivery*
- b. Sistem Bayar setengah
- c. Sistem bayar cash dimuka, dengan ketentuan dari kedua belah pihak

B. Saran

Dari penelitian ini, peneliti menemukan beberapa hal mendasar yang menjadi permasalahan menarik untuk dideskripsikan dalam skripsi ini yaitu *E-Commerce* sebagai platform digital dalam transaksi jual beli terhadap kedudukannya dalam hukum ekonomi syariah dinilai sudah memenuhi kriteria yang tepat sehingga diperbolehkan melakukan transaksi jual beli via *online*, Islam juga telah memberikan solusi bagi konsumen yang merasa tidak puas dengan kondisi barang yang di beli, solusi tersebut adalah *Iqalah*. Sesuai dengan objek kajian maka pendekatan penelitian ini adalah penelitian kepustakaan *library research*. Oleh karenanya segala kekurangan masih mungkin terjadi, dan teori-teori yang dikemukakan di bab-bab sebelumnya perlu diuji dan teliliti kembali dalam satu studi lapangan. Namun penulis berharap dengan skripsi ini bisa memberikan dasar pijakan bagi siapa saja yang ingin meneliti *Iqalah* pada *E-Commerce* dengan studi yang lebih lanjut.

DAFTAR PUSTAKA

- Amir Syarifuddin. *Fiqh: Garis-garis Besar*. Bogor: Kencana, 2003.
- Arif M Nur Ariyanto Al. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Asshiddiqie Jimly. *Teori & Aliran Penafsiran Hukum Tata Negara*. Jakarta: Ind, Hill,Co, 1997.
- B Orenzi. *BOC Indonesia Worldwide Communications for the people*. dari BOC Indonesia Worldwide communication for the people. Diakses pada 9 Mei 2020.
- bella Meda dan wayan I. “*Perlindungan konsumen terkait pembatalan secara sepihak Voucher Hotel Oleh Pelaku Usaha Traveloka.*” *Journal Ilmu Hukum*. 2017.
- Dewi Gemala. dkk. *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*. Cet ke-II. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006.
- diakses pada tanggal 11 Desember 2020 pukul 20.00 WIT.
<https://www.google.com/amp/s/m.republika.co.id/amp/pg8ieo370>
- Edmon Makarim. *Kompilasi Hukum Telematika*. Jakarta: PT Raja Gravindo Persada, 2000.
- Efraim Turban. et. al. *Electronic commerce a Managerial and Social Networks Perspective*. 8th edition. Springer, 2015.
- Firdauska Darya Satria. “*Hakikat Ekonomi Syariah, landasan, pengertian dan tujuan.*” 2015. <http://www.academia.edu/16510830>
- G Aydin S. and Arasil Ozerand O.. “*Customer Loyalty and The Effec to Fswitching Costs as a Moderator Variable: A Case in Turkish Mobile Phone Market.*” *Marketing Interlligence and Planning*, 2005.
- Haroen Nasrun. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007.

- Indonesia. *Undang-Undang Tentang Perlindungan Konsumen*. UU No.8. LN No.42. Tahun 1999. TLN. No.3821. pasal 1 butir 3.
- Iska Syukri. “*E-Commerce dalam Pespektif Fiqih Ekonomi*.” JURIS.Vol.9. No. 2 Desember 2010.
- Kalakota dan Whinston. *Frontiers Of Electronic Commerce*. Addison-Wesley Publishing Company. Inc. Massachusetts, 1996.
- Kitab Undang–Undang Hukum Pidana. *Tentang Perlindungan Konsumen*, Pasal 205 ayat 1.
- Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah. pasal 40.
- L Oliver. et al. “Customer Delight: *Foundations. Findings. and Managerial Insight*.” *Journal of Retailing*, 1997.
- Majah Ibnu. *Sunan Ibnu Majaj. Juz 2*. CD. Maktabah Kutubil Mutun, Seri 4.
- Manan Abdul dan Muhammad. *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*. Yogyakarta: PT Dana Bhakti Wakaf 2013.
- Manan Muhammad Abdul. *Teori dan Prakteik Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Dana Bhakti Prima Yasa, 1997.
- Mardani. *Fiqh Ekonomi Syariah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012.
- Marzuki Peter Mahmud. *Penelitian Hukum*. Cet ke-II. Jakarta: Kencana, 2008.
- Mubarok Jaih dan Hasanudin. *Fikih Mu’amalah Maliyah*. Cet ke-II. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017.
- Muhammad Abdulkadir. *Hukum dan Penelitian Hukum*. Cet ke-I. Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2004.
- Muhammad Abdulla bin dan Khairi Miftaul. *Ensklopedia Fiqih Muamalah dalam Pandangan 4 Mazhab*. Yogyakarta: Maktabah Al-Hanif, 2009.
- Muhyiddin Al-Qurahdqhi Ali. *Fiqh Digital*. Yogyakarta: Qonun Prisma Persada , 2003.

- Muri Ahmad. *Hukum Kontrak Bernuansa Islam*. Cet ke-II. Jakarta: Rajawali Pres, 2013.
- Pasaribu Chairuman dan Lubis Suhrawardi K. *Hukum Perjanjian Dalam Islam*. Cet ke-II. Jakarta: Sinar Grafika 1994.
- Peraturan Pemerintah, No. 71 Tahun 2019. PSTE Pasal 46 Ayat 2.
- Peraturan Pemerintah. No. 71 Tahun 2019. PSTE Pasal 47 Ayat 3.
- Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Dirugikan Akibat Melakukan Transaksi Jual Beli Online Melalui Media Sosial skripsi oleh Diva Nur Anissa 2017” Universtas Diponegoro.
- Perlindungan Konsumen Terhadap Wanprstasi Pelaku Usaha skripsi oleh Nurfajriyanti Ramadhani 2016” Univeritas Makasar.
- Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran*. Edisi XI. Jakarta: Indeks kelompok Gramedia, 2003.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI). *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011.
- Putri Bintang Evitayuni Purnama dkk. “*Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Melakukan Transaksi Elektronik Di Indonesia*.” Jurnal Ilmu Hukum. 2014.
- Raharjo Agus. *Pemahaman dan Upaya Pencegahan Kejahatan Berteknologi*. Bandung: PT Citra AdyaBakti, 2002.
- Rizal Muhammad. dkk. “*AdBispreneur : Jurnal Pemikiran dan Penelitian Adiministrasi Bisnis dan Kewirausahaan*.” Vol.3. Desember 2018. <http://doi.org/10.24198/adbispreneur.v3i3.19288>
- Sidharta Arief. Meuwissen tentang *Pengembangan Hukum. Ilmu Hukum. Teori Hukum dan Filsafat Hukum*. Bandung: PT Rafika Aditam, 2009.
- Singh. et al. “*The Influence Of Consume Perceived Ethicality on Trust, Affect, and Loyalty*.” J Bus, 2012.

- Soekanto Soerjono dan Mamudji Sri. *Penelitian Hukum Normatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006.
- Steven Millward. *Statistik pengguna internet di dunia dan Indonesia*. Diakses pada 9 Mei 2020.
- Sukarmi. *Cyber Law Kontrak Elektronik Dalam Bayang-Bayang Pelaku Usaha*. Jakarta: Pustaka Sutra, 2007.
- Syakur Ahmad . *Dasar-Dasar Pemikiran Ekonomi Islam*. Kediri : STAIN Kediri Press, 2011.
- tHoft Ph. Visser. *Penemuan Hukum*. Judul Asli: *Rechtvinding*. Penerjemah Arief Shidarta. Bandung: Laboratorium Hukum FH Universitas Parahiyangan, 2001.
- Tinjauan Hukum Islam Tentang Resiko Jual Beli Sistem *Dropsipping* (Studi Di Desa Waringinsari Barat Kec. Sukoharjo Kab. Pringsewu) skripsi oleh M. Hasan Subekhy 2017” Universitas Lampung.
- Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Dalam Marketplace *Online* Shopee oleh Diah Ayu Minurha (skripsi) tahun 2018” Univeristas Negeri Surabaya.
- Transaksi Jual Beli *Online* Secara *Dropshipping* Dalam Prespektif Hukum Islam oleh Zainuddin (skripsi) tahun 2017” IAIN Surakarta.
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999. Tentang Perlindungan Konsumen. pasal 1 angka 2.
- W Gerpott TJ. and Schindler Ramsand A. *Customer Retention, Loyalty. and Satisfaction in the German Mobile Cellular Telecommunication Market*. t.t.: Telecommucation Policy, 2001.