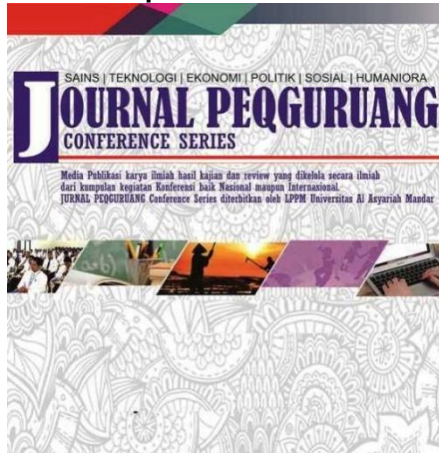


### Graphical abstract



## PERSEPSI HUKUM JUAL BELI MELALUI APLIKASI E-COMMERCE DI MASA PANDEMI COVID-19 BERDASARKAN PERSPEKTIF ISLAM

<sup>1</sup>\*M Sya'Rani Machrizzandi, <sup>2</sup>Muhammad Muzani Zulmaizar, <sup>3</sup>Andi Hildayanti.

<sup>1</sup>Sistem Informasi UIN Alauddin Makassar, <sup>2</sup>Hukum Ekonomi Syariah Universitas Al Asyariah Mandar,

<sup>3</sup>Teknik Arsitektur UIN Alauddin Makassar

\*Corresponding author

[sya'rani.machrizzandi@uin-alauddin.ac.id](mailto:sya'rani.machrizzandi@uin-alauddin.ac.id)

### Abstract

Buying and selling transactions through e-commerce applications are growing rapidly during the COVID-19 pandemic. Most conventional stores expand their marketing digitally. People are required to be able adapted to digital technology because people's needs are traded in digital applications. E-commerce can help the Indonesian economy during the pandemic, where there is an increase in the number of consumer visits to e-commerce sites or applications during the COVID-19 pandemic. Consumers are believed more comfortable doing online shopping activities because it is considered more practical and effective, both in terms of cost, effort, and time. Economic strengthening can be done through the growth of e-commerce as a means or forum for micro and small entrepreneurs. This study aims to review the Islamic perspectives of buying and selling through e-commerce. Buying and selling is one type of mu'amalah which is regulated in Islam. By using the case study method, this research will look at the perception of the Law of Buying and Selling Through E-Commerce Applications During the COVID-19 Pandemic Based on an Islamic Perspective. By involving 30 respondents to strengthen the study of public views on the online buying and selling system. The results show that basically the law of buying and selling online is the same as buying and selling and the As-Salam contract, which is allowed in Islam.

**Keywords:** *Law of buying and selling, e-commerce, Islamic perspective, public perception, COVID-19.*

### Abstrak

Transaksi jual beli melalui aplikasi e-commerce semakin pesat di masa pandemi COVID-19. Sebagian besar toko konvensional memperluas pemasarannya secara digital. Sehingga masyarakat dituntut untuk mampu beradaptasi dengan teknologi digital karena kebutuhan masyarakat diperdagangkan di aplikasi digital. E-commerce dapat membantu perekonomian Indonesia di masa pandemi, dimana terjadi peningkatan jumlah kunjungan konsumen ke situs atau aplikasi e-commerce di masa pandemi COVID-19. Konsumen diyakini lebih nyaman melakukan aktivitas belanja online karena dinilai lebih praktis dan efektif, baik dari segi biaya, tenaga, maupun waktu. Penguatan ekonomi dapat dilakukan melalui pertumbuhan e-commerce sebagai sarana atau wadah bagi para pengusaha mikro kecil. Penelitian ini bertujuan meninjau pandangan Islam tentang jual beli melalui e-commerce. Jual beli merupakan salah satu jenis mu'amalah yang diatur dalam Islam. Dengan menggunakan metode studi kasus, penelitian ini akan melihat persepsi Hukum Jual Beli Melalui Aplikasi E-Commerce Di Masa Pandemi COVID-19 Berdasarkan Perspektif Islam. Dengan melibatkan 30 responden untuk menguatkan kajian pandangan masyarakat terhadap system jual beli online. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada dasarnya hukum jual beli online sama seperti jual beli dan akad As-Salam yaitu diperbolehkan dalam agama Islam.

**Kata kunci:** *Hukum jual beli, e-commerce, perspektif Islam, persepsi masyarakat, COVID-19.*

### Article history

DOI: DOI: <https://dx.doi.org/10.35329/jp.v4i1.3019>

Received : 11 Juli 2022 | Received in revised form : 11 Juli 2022 | Accepted : 13 Juli 2022

## 1. PENDAHULUAN

Electronic commerce atau e-commerce adalah segala aktivitas jual beli yang dilakukan melalui media elektronik. Meskipun sarananya meliputi televisi dan telepon, kini e-commerce lebih sering terjadi melalui internet. Salah satu perubahan yang terjadi karena perkembangan teknologi adalah tren belanja yang berubah. Jika dulu orang lebih suka berbelanja langsung, maka saat ini banyak orang yang lebih suka berbelanja secara online. Hal ini tidak lepas juga dengan banyaknya e-commerce yang bermunculan. Selain banyaknya kelebihan, e-commerce ini juga memiliki beberapa kekurangan.

Secara singkat pengertian e-commerce adalah segala bentuk perdagangan yang prosesnya terjadinya secara online ataupun menggunakan perangkat elektronik. Semua proses perdagangan ini termasuk di dalamnya distribusi, penjualan, pemasaran, dan juga pembelian. Pengertian e-commerce juga memungkinkan jika semua proses transaksi ini dilakukan secara digital. Baik proses jual dan beli maupun ketika proses transaksi. Hampir semua e-commerce saat ini juga menggunakan metode transfer uang untuk proses transaksi.

Tren belanja baru ini juga mau tidak mau merubah hampir semua pola bisnis. Dari mulai bagaimana seseorang berjualan, proses distribusi, sampai bagaimana transaksi terjadi. Kehadiran e-commerce ini memang cukup memudahkan dan mempersingkat banyak hal. Jika melihat dari tren e-commerce yang makin hari makin naik, tentu salah satu penyebabnya adalah karena hal ini menguntungkan. Tren belanja online memang cukup naik pesat ketika perkembangan teknologi juga naik dengan cepat.

Selain lebih mudah, penggunaan e-commerce juga dinilai bisa menghemat banyak waktu. Selain itu, beberapa kelebihan e-commerce seperti (1) Bisa meningkatkan transaksi antar wilayah. Jika dulu proses jual beli hanya terjadi pada lingkungan yang dekat, maka saat ini sangat mungkin orang dari Jayapura untuk berbelanja dari toko yang ada di Aceh. Bahkan hal ini juga tidak menutup kemungkinan untuk terjadinya transaksi antar negara. Hal ini juga membuat penjual memiliki market yang lebih luas. Seorang penjual bisa saja mendapatkan konsumen dari tempat yang sangat jauh. Hal ini tentu menjadi sangat baik untuk bisnis yang ia bangun karena bisa meningkatkan awareness terhadap usahanya. Bagi pembeli, ini juga merupakan sebuah keuntungan. Mereka menjadi memiliki banyak pilihan. Hal ini membuat mereka juga bisa mendapatkan barang dengan harga terbaik; (2) Ketika banyak barang yang terjual ke berbagai wilayah maka secara tidak langsung hal tersebut juga akan meningkatkan exposure dari toko tersebut. Semakin banyak pembeli tentu semakin baik. Namun lebih dari itu, ketika pembeli banyak datang dari luar kota maka hal tersebut juga bisa menjadi semacam promosi gratis bagi usaha tersebut; (3) Para penjual bisa berjualan tanpa perlu memikirkan toko fisik. Artinya, semakin banyak orang juga yang bisa berjualan. Dengan tidak adanya toko fisik, maka ada banyak biaya juga yang bisa kamu hemat. Setidaknya kamu tidak perlu

mengeluarkan biaya untuk perawatan bangunan, sewa tempat, dan lain-lain. Biaya tersebut bisa kamu gunakan untuk kebutuhan lain, misalnya pengembangan unit usaha. Selain itu, dengan menggunakan e-commerce juga kamu bisa menghemat biaya promosi; (4) Bisa membuat usaha kamu menjadi lebih mudah berkembang. Penggunaan e-commerce membuat banyak biaya yang bisa direduksi atau lebih hemat, yang mana biaya tersebut bisa kamu gunakan untuk kepentingan pengembangan usaha.

Selain itu, e-commerce juga memungkinkan kamu mendapatkan konsumen yang jauh lebih banyak dan mendapatkan konsumen dari berbagai tempat. Toko online bisa beroperasi 24 jam setiap harinya. Hal tersebut membuat banyak konsumen yang bisa membeli kapanpun dan di manapun. Dengan semakin banyaknya konsumen, maka semakin besar juga keuntungan dari toko kamu. Hal tersebutlah yang nantinya membuat toko kamu menjadi lebih mudah untuk berkembang.

Kemajuan teknologi dan IPTEK memudahkan setiap manusia saling berinteraksi satu sama lain. Dimanapun kita berada dapat saling berkomunikasi tanpa adanya kendala, sehingga teknologi memudahkan jangkauan yang jauh agar bisa saling tetap berhubungan dan bisa mendekat. Bahkan dengan adanya kemajuan teknologi tersebut memudahkan adanya transaksi, yang dalam kaitannya disini adalah jual beli. Bukan dengan maksud untuk penipuan yang bersifat maya akan tetapi dilakukan untuk memudahkan akses yang jauh dengan penampilan gambar visual maupun dengan perijinan yang lengkap untuk mendapatkan kepercayaan dari pihak yang lain bahwa apa yang dilakukannya adalah benar atau sesuai fakta lapangan. Di zaman sekarang kita sebut dengan istilah jual beli online atau online shop yaitu jual beli yang dilakukan dua pihak dengan menggunakan bantuan koneksi internet sehingga antara penjual dan pembeli bisa melihat barang dagangan yang dijual maupun yang dibeli.

Namun pesatnya perkembangan jual beli online menimbulkan berbagai persepsi di kalangan masyarakat khususnya di Indonesia yang mayoritas beragama Islam. Menurut hukum islam atau disyariatkan secara islam, jual beli adalah pemindahan barang atau tukar menukar harta benda yang didasarkan sukarela atau tanpa paksaan serta tidak dilarang dalam hal ini bukan hibah (Syukri, 2012). Menurut pengertian hanafiah makna jual beli atau alba'i secara definitif yaitu tukar menukar harta benda dengan sesuatu hal yang sepadan dengan nilai jualnya yang bisa membawa manfaat bagi kedua belah pihak. Sedangkan menurut pengertian malikiyah, syalifiyah dan hanabilah/hambali bahwa jual beli atau al-ba'i yaitu pemindahan kepemilikan yang didapat dari tukar menukar harta benda dari kedua belah pihak (Mardani, 2012).

Kegiatan ekonomi tidak lepas bagaimana kita melakukan aktifitas transaksi guna memenuhi kebutuhan hidup diri sendiri, mensejahterakan keluarga dan membantu orang lain yang membutuhkan baik berupa pangan, sandang dan papan. Apabila tidak terpenuhi ketiga alasan ini dapat "dipersalahkan"

menurut agama. Konteks ini menganjurkan untuk kita seimbangkan dalam melaksanakan perintah Allah SWT dari sisi ibadah (hablum minallah) dan juga sisi muamalah (hablum minannas).

Dalam mempertahankan hidup seseorang diberi keleluasaan dalam mengambil sikap guna memenuhi kebutuhan-kebutuhannya. Keleluasaan atau kebebasan merupakan fitrah sebagai manusia mengatur dalam memenuhi kebutuhan yang ada. Manusia dapat memaksimalkan dalam memanfaatkan sumber daya yang ada bila manusia memiliki kesadaran yang sama maka manusia beramai-ramai usaha apapun yang lebih sistematis efisien dan efektif dalam rangka mengelola sumberdaya yang tidak terbatas.

Dalam perspektif ekonomi Islam kebebasan disini dibatasi oleh aturan main yang jelas dan kebutuhan terbatas dengan sumber daya yang tidak terbatas, yang tidak terbatas bukan kebutuhan namun keinginan, hal ini telah dijabarkan oleh Al-Quran seperti yang di terangkan dalam surat An-nisa ayat 29.

رَضٍ عَنْ قَبْرٍ تَكُونُ أَنْ إِلَّا بِالْبَيْطِ بَيْنَكُمْ أَمْوَالِكُمْ تَأْكُلُوا لَا ءَامَنُوا الَّذِينَ يَأْتِيهَا  
رَحِيمًا بِكُمْ كَانَ اللَّهُ إِنْ أَنْفُسَكُمْ تَقْتُلُوا وَلَا مِنْكُمْ

Terjemahnya: Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu

Menurut Tafsir Ibnu Kasir ayat maksud ayat di atas ialah Allah SAW melarang hamba-hamba-Nya yang beriman memakan harta sebagian mereka terhadap sebagian lainnya dengan bathil, yaitu dengan berbagai macam usaha yang tidak syar'i seperti riba, judi dan berbagai hal serupa yang penuh tipu daya, sekalipun pada lahiriahnya cara-cara tersebut berdasarkan keumuman hukum syar'i, tetapi diketahui oleh Allah dengan jelas bahwa pelakunya hendak melakukan tipu muslihat terhadap riba. Sehingga Ibnu Jarir berkata: "Diriwayatkan dari Ibnu 'Abbas tentang seseorang yang membeli baju dari orang lain dengan mengatakan jika anda senang, anda dapat mengambilnya, dan jika tidak, anda dapat mengembalikannya dan tambahkan satu dirham." Itu yang difirmankan oleh Allah SWT. Ayat ini memberikan penjelasan kepada kita, bahwa untuk memperoleh rizki tidak boleh dengan cara yang batil yaitu yang bertentangan dengan hukum islam dan dalam jual beli harus didasari saling rela merelakan, tidak boleh menipu, tidak boleh berbohong, dan tidak boleh merugikan kepentingan umum.

Selain itu, Jual beli diperbolehkan dengan adanya dalil dalam Al-Quran Surah Al-Baqarah: 282, sebagai berikut:

كَاتِبُ بَيْنَكُمْ بَوَالِيكُمْ فَآكُتْبُوهُ مُسْمًى أَجَلٍ إِلَىٰ بَدَيْنِ تَدَانِيْتُمْ إِذَا ءَامَنُوا الَّذِينَ يَأْتِيهَا  
بِالْعَتَلِ ...

Terjemahnya: Wahai orang-orang yang beriman! Apabila kamu menjalankan sesuatu urusan dengan hutang piutang yang diberi tempo hingga ke suatu masa

yang tertentu, maka hendaknya kamu menulis itu dengan adil.

Salah satu fenomena mu'amalah dalam bidang ekonomi adalah transaksi jual beli yang menggunakan media elektronik. Aktivitas perdagangan melalui media internet ini populer disebut dengan e-commerce. Di Indonesia, fenomena e-commerce ini sudah dikenal sejak tahun 1996 dengan munculnya situs <http://www.sanur.com/> sebagai toko buku online pertama. Meski belum terlalu populer, pada tahun 1996 tersebut mulai bermunculan berbagai situs yang melakukan e-commerce. Sepanjang tahun 1997-1998 eksistensi e-commerce di Indonesia sedikit terabaikan karena krisis ekonomi namun di tahun 1999 hingga saat ini kembali menjadi fenomena yang menarik perhatian meski tetap terbatas pada minoritas masyarakat Indonesia yang mengenal teknologi. Berbagai kendala yang dihadapi dalam pengembangan e-commerce ini seperti keterbatasan infrastruktur, ketiadaan undang-undang, jaminan keamanan transaksi dan terutama sumber daya manusia bisa diupayakan sekaligus dengan upaya pengembangan pranata e-commerce itu .

Di masa pandemi covid-19, sektor ekonomi sebagai besar beralih ke system penjualan online yang mempengaruhi aspek kehidupan masyarakat dunia. Dari sisi ekonomi, ada beberapa perusahaan yang melakukan pemutusan hubungan kerja secara paksa atau pemutusan hubungan kerja secara masal terhadap karyawannya. Pasalnya, perseroan mengalami penurunan pendapatan akibat pandemi Covid-19. Pemutusan hak kerja dapat menyebabkan peningkatan angka kemiskinan dan pengangguran yang terjadi. Dampak tersebut dapat diminimalisir dengan membuka usaha melalui e-commerce sebagai wadah atau tempat memasarkan produk.

E-commerce dapat membantu perekonomian Indonesia di masa pandemi, dimana terjadi peningkatan jumlah kunjungan konsumen ke situs atau aplikasi e-commerce di masa pandemi COVID-19. Konsumen diyakini lebih nyaman melakukan aktivitas belanja online karena dinilai lebih praktis dan efektif, baik dari segi biaya, tenaga, maupun waktu. Penguatan ekonomi dapat dilakukan melalui pertumbuhan e-commerce sebagai sarana atau wadah bagi para pengusaha mikro kecil. Penyakit ini menyebar ke seluruh penjuru dunia, bahkan Indonesia. Di Indonesia, ada dampak yang ditimbulkan dari wabah tersebut.

Sebagaimana dalam konsep perdagangan, e-commerce menimbulkan perikatan antara para pihak untuk memberikan suatu prestasi. Implikasi dari perikatan itu adalah timbulnya hak dan kewajiban yang harus dipenuhi oleh para pihak yang terlibat. Lalu bagaimana dengan pandangan Islam tentang hal ini. Jual beli merupakan salah satu jenis mu'amalah yang diatur dalam Islam. Serta persepsi masyarakat Islam pengguna e-commerce. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengemukakan Persepsi Hukum Jual Beli Melalui Aplikasi E-Commerce Di Masa Pandemi Covid-19 Berdasarkan Perspektif Islam.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif yang berupa penelitian dengan metode atau pendekatan studi kasus (Case Study). Studi kasus termasuk dalam penelitian analisis deskriptif, yaitu penelitian yang dilakukan terfokus pada suatu kasus tertentu untuk diamati dan dianalisis secara cermat sampai tuntas. Kasus yang dimaksud bisa berupa tunggal atau jamak, misalnya berupa individu atau kelompok. Di sini perlu dilakukan analisis secara tajam terhadap berbagai faktor yang terkait dengan kasus tersebut sehingga akhirnya akan diperoleh kesimpulan yang akurat (Sutedi, 2009). Penelitian ini memusatkan diri secara intensif pada satu obyek tertentu yang mempelajarinya sebagai suatu kasus. Data studi kasus dapat diperoleh dari semua pihak yang bersangkutan, dengan kata lain data dalam studi ini dikumpulkan dari berbagai sumber (Nawawi, 2003). Sebagai sebuah studi kasus maka data yang dikumpulkan berasal dari berbagai sumber dan hasil penelitian ini hanya berlaku pada kasus yang diselidiki. Lebih lanjut Arikunto (2012) mengemukakan bahwa metode studi kasus sebagai salah satu jenis pendekatan deskriptif, adalah penelitian yang dilakukan secara intensif, terperinci dan mendalam terhadap suatu organisme (individu), lembaga atau gejala tertentu dengan daerah atau subjek yang sempit.

Penelitian case study atau penelitian lapangan (field study) dimaksudkan untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang masalah keadaan dan posisi suatu peristiwa yang sedang berlangsung saat ini, serta interaksi lingkungan unit sosial tertentu yang bersifat apa adanya (given). Subjek penelitian dapat berupa individu, kelompok, institusi atau masyarakat. Penelitian case study merupakan studi mendalam mengenai unit sosial tertentu dan hasil penelitian tersebut memberikan gambaran luas serta mendalam mengenai unit sosial tertentu. Subjek yang diteliti relatif terbatas, namun variabel-variabel dan fokus yang diteliti sangat luas dimensinya (Danim, 2002).

Menurut Bogdan dan Biklen (1982) studi kasus merupakan pengujian secara rinci terhadap satu latar atau satu orang subjek atau satu tempat penyimpanan dokumen atau satu peristiwa tertentu. Surachmad (1982) membatasi pendekatan studi kasus sebagai suatu pendekatan dengan memusatkan perhatian pada suatu kasus secara intensif dan rinci. Sementara Yin (2003) memberikan batasan yang lebih bersifat teknis dengan penekanan pada ciri-cirinya. Ary, Jacobs, dan Razavieh (1985) menjelaskan bahwa dalam studi kasus hendaknya peneliti berusaha menguji unit atau individu secara mendalam. Para peneliti berusaha menernukan sernua variabel yang penting.

Berdasarkan batasan tersebut dapat dipahami bahwa batasan studi kasus meliputi: (1) sasaran penelitiannya dapat berupa manusia, peristiwa, latar, dan dokumen; (2) sasaran-sasaran tersebut ditelaah secara mendalam sebagai suatu totalitas sesuai dengan latar atau konteksnya masing-masing dengan maksud untuk memahami berbagai kaitan yang ada di antara variabel-variabelnya.

Fenomena yang menjadi kasus dalam penelitian ini adalah pandangan atau persepsi masyarakat Islam terhadap hukum jual beli online melalui aplikasi e-commerce. Adapun kriteria responden penelitian adalah beragama Islam dan pernah berbelanja online atau berjualan online. Proses pengumpulan data dilakukan secara acak atau random sesuai kriteria responden yang telah ditentukan. Jumlah responden yang diperlukan dalam penelitian ini sebanyak 30 responden. Hasil pengumpulan data kemudian disesuaikan dengan berbagai tafsir Al-Quran dan hadist dan dianalisis secara deskriptif untuk mendapatkan tujuan penelitian yaitu mengetahui hukum jual beli melalui aplikasi e-commerce.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Perdagangan dan pemasaran dengan menggunakan internet, memindahkan aktivitas tradisional tatap muka antar pembeli dan penjual, untuk tawar menawar, memeriksa barang yang akan dibeli sampai penggunaan uang kontan dalam transaksi. Penggunaan fasilitas internet memungkinkan aktivitas bisnis dilakukan di mana, dan kapan pun tanpa harus mempertemukan pihak yang bertransaksi secara fisik. Aktivitas dengan menggunakan media internet dinamakan e-commerce, atau perniagaan elektronik.

Karakteristik beberapa pelayanan elektronik dapat terlihat juga pada pelayanan tradisional. Jasa internet bersifat tidak nyata, karena transaksi dan pengalaman jasa disampaikan dengan jaringan elektronik yang tidak dapat dilihat, sehingga sulit untuk diukur dan dipertimbangkan secara penuh. Perbedaan ini timbul karena adanya perbedaan kebutuhan, harapan, kemampuan pelayanan diri, kesadaran untuk berinteraksi, dan kontribusi persepsi konsumen terhadap adanya ketidakseragaman dalam pelayanan elektronik.

E-commerce merupakan metode penjualan yang sedang berkembang pesat seiring perkembangan teknologi di zaman sekarang ini. Penjualan online memudahkan kita mencari barang yang diinginkan dengan cepat dan tentunya tidak menghabiskan banyak waktu dan energi karena yang dibutuhkan untuk mencari hanya komputer serta koneksi internet. Masyarakat tidak perlu berjalan mengunjungi setiap toko yang menjual barang yang diinginkan, dengan begitu dapat menghemat waktu serta biaya untuk mencari suatu barang sehingga lebih efektif dan efisien. Penjualan online sangat menguntungkan kedua belah pihak, antara penjual dan pembeli. Untuk penjual, produk atau tokonya dapat tersebar luas di internet sehingga informasi tentang produknya dapat diketahui dan dilihat oleh calon pembeli. Sedangkan bagi pembeli, dapat melihat berbagai macam produk yang dicari dan dijual di internet serta dapat membandingkan suatu produk dengan produk lainnya dengan cepat. Beberapa yang memfasilitasi jual beli online antara lain Shopee, Lazada, Zalora, Tokopedia, JDID, dan e-commerce lainnya.

Jenis transaksi perdagangan pada aplikasi e-commerce pada umumnya adalah sebagai berikut :

1. Transaksi Barang

Sebuah toko maya atau cybershop biasanya memiliki katalog elektronik yang menjelaskan dan memperlihatkan produk yang akan dijual. Konsumen dapat mencari barang tertentu atau secara acak mencari di katalog elektronik yang dapat memuat lebih banyak produk dibanding katalog cetak biasa.

## 2. Transaksi Jasa

Bentuk bisnis e-commerce lain adalah menjual jasa. Jasa pembiayaan mewakili sebagian besar usaha e-commerce. Transaksi jasa lainnya adalah penjualan tiket, konsultasi kesehatan, hukum, dan sebagainya.

## 3. Lelang

Beberapa situs e-commerce menghususkan diri untuk mempertemukan pembeli dan penjual, tidak hanya untuk menjual barang milik mereka sendiri tetapi juga milik orang lain melalui sistem lelang.

## 4. Transaksi Bussines-to-Bussines

Transaksi Bussines-to-Bussines merupakan salah satu bagian dari e-commerce yang berkembang pesat. Dalam transaksi ini pelaku umumnya dari kalangan pebisnis yang menggunakan barang yang dibelinya bukan untuk digunakan sendiri.

Adapun Metode Pembayaran dalam transaksi yang menggunakan e-commerce terdapat 3 metode pembayaran yang dapat digunakan:

### 1. Online Processing Credit Card

Metode ini digunakan untuk produk yang bersifat retail dimana mencakup pasar yang sangat luas yaitu seluruh dunia. Pembayaran dilakukan secara langsung atau saat itu juga.

### 2. Money Transfer

Pembayaran dalam metode ini lebih aman namun membutuhkan biaya fee bagi pihak penyedia jasa money transfer untuk mengirim sejumlah uang ke Negara lain.

### 3. Cash on Delivery

Pembayaran dengan bayar di tempat ini hanya bisa dilakukan jika konsumen langsung data ke toko tempat produsen menjual produknya atau berada dalam harus digali sebelum transaksi jual beli dan tentang temuan segi keamanannya.

Pembayaran e-commerce dalam prinsipnya adalah serba digital serta didesain serba elektronik (tidak ada uang kertas, koin, atau cek yang ditandatangani dengan pena). Adapun pembayarannya dilakukan dengan menggunakan: Kartu Magnetik (Magnetic Strip Card). Kartu magnetik adalah kartu plastik kecil yang memiliki pita termagnetisasi dipermukaanya. Kartu magnetik digunakan secara luas untuk aplikasi-aplikasi seperti kartu debit, kartu kredit, kartu telepon, kartu ATM (anjungan tunai mandiri), Kartu Kredit. Dalam dunia kartu kredit/debit ada beberapa pihak yang berperan dalam transaksi. Pemegang kartu ini biasanya disebut cardholder yang diterbitkan oleh bank (issuer), contoh kartu ini seperti Visa, Master card/maestro. dan cek elektronik.

Sistem pembayaran menggunakan kartu kredit, merupakan pembayaran yang paling populer, namun bukan satu-satunya metode pembayaran di internet. Hingga pada saat ini ada dua sistem. Pertama, dinamakan Financial Services Technology Corporation

(FTSC) Kedua, adalah Cyber Cash, yang memungkinkan konsumen menggunakan cek elektronik untuk membayar secara langsung kepada pedagang di aplikasi atau web. Selain itu, juga terdapat sistem pembayaran yang menggunakan media lain seperti: Digital Cash (digicash) Kartu Pintar (Smart Card), EDI (Elektronik Data Interchange)

## E-commerce Berdasarkan Perpesktif Hukum Islam

Melihat kondisi yang demikian, maka lingkup perjanjian syariah dapat saja dilakukan melalui internet, melalui mekanisme e-commerce baik yang bersifat bussines to bussines e-commerce maupun bussines to consumer e-commerce. Tentu saja harus memenuhi rukun dan syarat sahnya suatu perjanjian. Dengan adanya transaksi melalui internet, maka diharapkan dapat memperlancar setiap kegiatan usaha yang ada.

Adapun rukun suatu perjanjian adalah adanya ijab kabul, sebab akad adalah perikatan antara ijab dan kabul. Agar ijab kabul benar-benar mempunyai akibat hukum, diperlukan dengan tiga syarat sebagai berikut:

1. Ijab dan kabul harus dinyatakan oleh orang yang sekurang-kurangnya telah mencapai umur tamyiz yang menyadari dan mengetahui isi perkataan yang diucapkan hingga ucapannya itu benar-benar menyatakan keinginan hatinya.
2. Ijab dan kabul harus tertuju pada objek yang merupakan objek akad
3. Ijab kabul harus berhubungan langsung dalam suatu majelis

Mengenai syarat pertama yaitu tamyiz atau dewasa, dalam e-commerce, sulit untuk menentukan apakah para pihak yang melakukan perikatan tersebut telah memenuhi ketentuan tersebut. Hal ini karena para pihak tidak bertemu secara fisik melainkan melalui internet sehingga para pihak tidak mengetahui bagaimana kondisi fisik yang lain. Oleh karena itu, apabila pihak yang melakukan e-commerce telah dewasa, mampu bertindak sendiri (tidak berada dibawah pengampuan), maka perikatan yang terjadi pada e-commerce itu adalah sah. Disamping itu, permasalahan perwakilan pun menjadi masalah untuk diketahui. Apakah orang itu menawarkan barang itu benar-benar orang yang berwenang menjual barang. Apakah orang tersebut mempunyai kewenangan dalam melakukan suatu perjanjian atau ternyata barang tersebut tidak dimiliki sendiri oleh orang yang melakukan online contract, dalam e-commerce hal ini sulit diketahui.

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

1. Telah ada pada waktu diadakan
2. Dibenarkan oleh syariah (halal dan bernilai manfaat)
3. Harus jelas dan diketahui
4. Dapat diserahkan.

Untuk syarat yang ketiga perlu ditafsirkan secara luas. Syarat yang mengharuskan bahwa ijab kabul harus berhubungan langsung dalam suatu majelis, perlu diperluas pengertiannya, yakni pada kata majelis. Majelis harus diartikan bahwa para pihak yang ada dapat berkomunikasi secara langsung melalui alat komunikasi tertentu. Jadi dengan adanya perkembangan teknologi

komunikasi berupa internet, kata-kata pada point ketiga perlu dianggap bahwa para pihak yang membuat perjanjian melalui media internet adalah berada dalam satu majelis.

Setiap kali orang berbicara tentang e-commerce, mereka memahaminya sebagai bisnis yang berhubungan dengan internet. Maka diketahui karakteristik bisnis online, yaitu:

1. Terjadinya transaksi antara dua belah pihak;
2. Adanya pertukaran barang, jasa, atau informasi;
3. Internet merupakan media utama dalam proses atau mekanisme akad tersebut.

Dari karakteristik diatas, bisa dilihat bahwa yang membedakan bisnis online dengan bisnis offline yaitu proses transaksi (akad) dan media utama dalam proses tersebut. Akad merupakan unsur penting dalam suatu bisnis. Secara umum, bisnis dalam Islam menjelaskan adanya transaksi yang bersifat fisik, dengan menghadirkan benda tersebut ketika transaksi, atau tanpa menghadirkan benda yang dipesan, tetapi dengan ketentuan harus dinyatakan sifat benda secara konkret, baik diserahkan langsung atau diserahkan kemudian sampai batas waktu tertentu, seperti dalam transaksi as-salam dan transaksi al-istishna.

Transaksi as-salam merupakan bentuk transaksi dengan sistem pembayaran secara tunai atau disegerakan tetapi penyerahan barang ditangguhkan. Menurut para Ulama, Salam dapat didefinisikan sebagai transaksi atau akad jual beli dimana barang yang diperjualbelikan belum ada ketika transaksi dilakukan, dan pembeli melakukan pembayaran dimuka sedangkan penyerahan barang baru dilakukan di kemudian hari. Pelaksanaan as-salam dalam jual beli yaitu barang yang disifati (dengan kriteria tertentu/spek tertentu) dalam tanggungan (penjual) dengan pembayaran kontan dimajlis akad. Dengan istilah lain, bai'us salam adalah akad pemesanan suatu barang dengan kriteria yang telah disepakati dan dengan pembayaran tunai pada saat akad berlangsung. Dengan demikian, bai'us salam memiliki kriteria khusus bila dibandingkan dengan jenis jual beli lainnya, diantaranya:

1. Pembayaran dilakukan didepan (kontan di tempat akad), oleh karena itu jual beli ini dinamakan juga as-salaf.
2. Serah terima barang ditunda sampai waktu yang telah ditentukan dalam majlis akad

Hukum dasar bisnis online sama seperti akad jual-beli dan akad as-salam, hal ini diperbolehkan dalam Islam. Bisnis Online dinyatakan haram apabila:

1. Sistemnya haram, seperti money gambling. Sebab judi itu haram baik di darat maupun di udara (online)
2. Barang/jasa yang menjadi objek transaksi adalah barang yang diharamkan.
3. Karena melanggar perjanjian atau mengandung unsur penipuan.
4. Dan hal lainnya yang tidak membawa kemanfaatan tapi justru mengakibatkan kemudharatan.

Sebagaimana hukum dasar dari muammalah menurut Islam. Bisnis Online dihukumi dibolehkan selama tidak mengandung unsur-unsur yang dapat

merusaknya seperti riba, kezhaliman, penipuan, kecurangan, dan sejenisnya. Ada dua jenis komoditi yang dijadikan objek transaksi online, yaitu barang atau jasa bukan digital dan digital. Transaksi online untuk komoditi bukan digital, pada dasarnya tidak memiliki perbedaan dengan transaksi as-salam dan barangnya harus sesuai dengan apa yang telah disifati ketika bertransaksi. Sedangkan komoditi digital seperti ebook, software, script, data, dan lainnya yang masih dalam bentuk file (bukan CD) diserahkan secara langsung kepada konsumen, baik melalui email ataupun download. Hal ini tidak sama dengan transaksi as-salam tapi seperti transaksi jual beli biasa.

Sebagai seorang muslim aktifitas jual beli adalah aktifitas muamalah yang diatur oleh Al-Qur'an dan Sunnah. Karena telah diatur maka sebagai seorang muslim dalam aktifitas jual, Ibnu Katsir menjelaskan tentang ayat 29 dari surat An-nisa bahwasanya Allah SWT melarang hamba-hambanya yang beriman memakan harta sebagian mereka terhadap sebagian lainnya dengan bathil yaitu dengan berbagai macam usaha yang tidak syar'i seperti riba, judi dan berbagai hal serupa yang penuh tipu daya, sekalipun pada akhirnya cara-cara tersebut berdasarkan keumuman hukum syar'i tetapi diketahui oleh Allah dengan jelas bahwa pelakunya hendak melakukan tipu muslihat terhadap riba. Sehingga Ibnu Jarir "diriwayatkan dari Ibnu Abbas tentang seseorang yang membeli baju dari orang lain dengan mengatakan jika anda senang, anda dapat mengembalnya, dan jika tidak, anda dapat mengembalikannya dan tambahkan satu dirham." Itulah yang difirmankan oleh Allah SWT.

Pemasaran jual beli di internet jauh lebih luas dan terbuka. Dalam perkembangannya, Bisnis Online tidak lagi hanya sebatas menjual dan membeli. Tapi juga merambah sistem periklanan, sistem perantara, dan sistem jaringan. Hal itu menyebabkan semakin banyaknya peluang yang terbuka untuk ikut menuai penghasilan melalui internet. Bahwa pada dasarnya Bisnis Online juga sama dengan Bisnis Offline, hanya saja area pemasarannya yang berbeda.

Dalam Islam jual beli termasuk salah satu bentuk muamalah yang mana dalam mekanisme di atur sesuai dengan landasan hukum Islam yakni al-qur'an dan hadits. Praktek jual beli yang telah disebutkan di atas dalam ekonomi Islam praktek jual beli harus sesuai dengan syarat-syarat yang telah ditetapkan dalam hukum Islam yakni orang yang melakukan akad harus telah aqil baligh (sudah baligh). Dari ayat-ayat Al Qur'an dan hadist-hadist yang dikemukakan di atas dapat dipahami bahwa jual beli merupakan pekerjaan yang halal dan mulia. Apabila pelakunya jujur, maka kedudukannya di akhirat nanti setara dengan para nabi, syuhada, dan shiddiqin.

Kejujuran dalam bertransaksi dalam ekonomi Islam merupakan elemen prinsip yang sangat penting. Dimana seorang pedagang harus berlaku jujur, dilandasi keinginan agar orang lain mendapatkan kebaikan dan kebahagiaan sebagaimana ia menginginkannya dengan cara menjelaskan kecacatan suatu barang dagangan yang dia ketahui dan yang tidak terlihat oleh pembeli.

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

Sebagaimana keterangan dan penjelasan mengenai dasar hukum hingga persyaratan transaksi salam dalam hukum Islam, dilihat secara sepintas mungkin mengarah pada ketidakbolehkannya transaksi secara online (e-commerce), disebabkan ketidakjelasan tempat dan tidak kedua pihak yang terlibat dalam tempat. Dalam al-Qur'an permasalahan transaksi online masih bersifat global, selanjutnya hanya mengarahkan pada peluncuran teks hadits yang dikolaborasi dalam permasalahan sekarang dengan menarik sebuah pengkiyasan.

### Mekanisme Transaksi Jual Beli Melalui E-Commerce

Dikehidupan sehari-hari, transaksi bisnis konvensional sama halnya dengan sistem e-commerce dalam tahapan-tahapan yang biasa dikenal dengan proses bisnis. Proses bisnis pertama di dalam sistem e-commerce ini dinamakan informasi sharing. Dalam proses ini, prinsip penjual adalah mencari dan menjangkau calon pembeli sebanyak-banyaknya, sementara prinsip pembeli adalah berusaha sedapat mungkin mencari produk atau jasa yang diinginkan dan mencoba untuk mencari tahu penilaian orang lain terhadap produk atau jasa tersebut.

Ada dua hal utama yang biasa dilakukan oleh customer di dunia maya, pertama adalah melihat produk-produk atau jasa-jasa yang diiklankan oleh perusahaan terkait melalui websitenya (online ads). Kedua adalah mencari data atau informasi tertentu yang dibutuhkan sehubungan dengan proses transaksi jual beli yang akan dilakukan. Jika tertarik dengan produk atau jasa yang ditawarkan, konsumen dapat melakukan transaksi perdagangan dengan cara melakukan pemesanan secara elektronik (online orders), yaitu dengan menggunakan perangkat komputer dan jaringan internet.

Setelah tukar-menukar informasi dilakukan, proses bisnis selanjutnya adalah melakukan pemesanan produk atau jasa secara elektronik. Dua pihak yang bertransaksi haruslah melakukan aktifitas perjanjian tertentu sehingga proses pembelian dapat dilakukan dengan sah, benar, dan aman. Pembelian antara dua entitas bisnis biasanya dilakukan melalui jaringan tertentu, seperti EDI (Electronic Data Interchange) atau ektranet. Di dalam proses bisnis ini, ada empat aliran entitas yang harus dikelola dengan baik, yaitu:

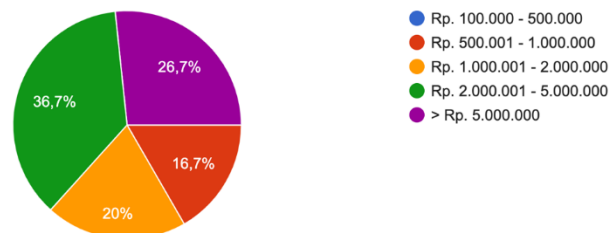
1. Flow of good (aliran produk)
2. Flow of information (aliran informasi)
3. Flow of money (aliran uang);
4. Flow of documents (aliran dokumen).

Setelah transaksi usai dilakukan dan produk telah didistribusikan ke tangan konsumen, barulah proses terakhir, yaitu aktifitas purna jual, dijalankan. Pada tahapan ini penjual dan pembeli melakukan berbagai

aktifitas atau komunikasi, seperti: keluhan terhadap kualitas produk, pertanyaan atau permintaan informasi mengenai produk-produk lain, pemberitahuan akan produk-produk baru yang ditawarkan, serta Diskusi mengenai cara menggunakan produk dengan baik. Target dari interaksi ini adalah agar dikemudian hari terjadi kembali transaksi bisnis antara kedua pihak yang didasari pada kepuasan pelanggan. Selanjutnya pasca pembelian, yaitu pelayanan purna jual. Proses ini dapat dilakukan melalui jalur konvensional, seperti telepon, atau jalur internet, seperti e-mail teleconference, chatting dan lain-lain. Dari interaksi tersebut diharapkan customers dapat datang kembali dan melakukan pembelian produk atau jasa di kemudian hari. Selain itu, hal ini diharapkan dapat mendatangkan customer baru.

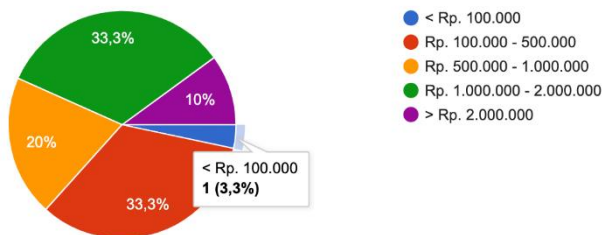
### Pandangan Masyarakat Terhadap Jual Beli Online Melalui Aplikasi E-Commerce

Berdasarkan hasil rekapitulasi kuesioner sebanyak 30 responden diketahui rentan usia responden 17 Tahun – 48 Tahun dan keseluruhan responden beragama Islam. Latarbelakang pekerjaan responden antara lain sebagai pekerja swasta, freelance, maupun pegawai negeri. Beberapa diantara responden juga masih berstatus sebagai pelajar yang sumber dana berasal dari uang saku beasiswa maupun uang bulanan dari orang tua. Berikut ini jumlah rata-rata penghasilan responden (gambar 1) dan jumlah budget belanja online perbulan (gambar 2).



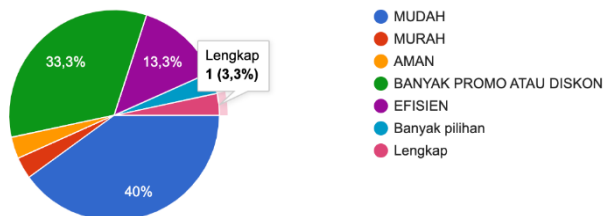
Gambar 1. Rekapitulasi interval penghasilan rata-rata responden tiap bulan

Sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa banyak keunggulan dalam melakukan transaksi jual beli online (e-commerce) seperti transaksi jauh lebih mudah, fitur pembayaran yang beragam, tersedianya fitur cicilan, harga bervariasi dan cenderung lebih murah, proses jual beli aman, efisien, banyak promo atau diskon yang ditawarkan setiap bulannya, banyak pilihan, dan barang yang dijual atau ditawarkan sangat lengkap. Berdasarkan hasil rekap data diketahui sebagian besar masyarakat memilih untuk berbelanja online karena dinilai sangat mudah dalam proses pemilihan hingga pembayaran (transaksi jual beli) dan banyaknya promo atau diskon yang ditawarkan di toko e-commerce. Hal ini ditunjukkan dari nilai presentase masing-masing sebesar 40% dan 33,3% (lihat gambar 3).

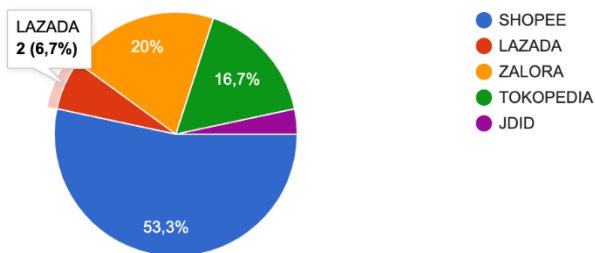


Gambar 2. Rekapitulasi interval budget belanja online responden tiap bulan

Sejak masa pandemi di awal tahun 2020, aplikasi e-commerce menjadi semakin menjamur dengan tawaran-tawaran menarik untuk memikat pembeli atau penjual melakukan transaksi jual beli secara online karena adanya aturan pemerintah untuk menutup gerai toko-toko konvensional di mall maupun pasar. Hal inilah yang menuntut masyarakat untuk siap menghadapi perubahan mekanisme jual beli dari konvensional ke digital.



Gambar 3. Alasan masyarakat memilih untuk berbelanja online

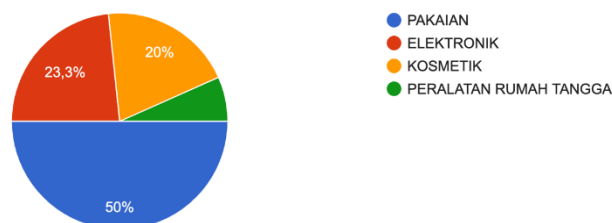


Gambar 4. Aplikasi e-commerce yang sering digunakan untuk melakukan transaksi jual beli

Aplikasi e-commerce dapat dengan mudah diakses melalui smartphone sehingga semua masyarakat pengguna smartphone dapat mengunduh aplikasi di fitur store smartphone tersebut. Sehingga aplikasi e-commerce bukan hal baru baru bagi masyarakat di era milenial saat ini. Proses pengunduhan aplikasi e-commerce yang gratis membuka peluang bagi masyarakat untuk bertransaksi jual beli pada aplikasi tersebut. Dari hasil identifikasi dari berbagai sumber diketahui beberapa aplikasi e-commerce yang banyak dikunjungi oleh masyarakat antara lain, Shopee, Lazada, Zalora, Tokopedia, dan JDID. Pada gambar 4 diketahui bahwa aplikasi Shopee menjadi e-commerce yang paling banyak digunakan

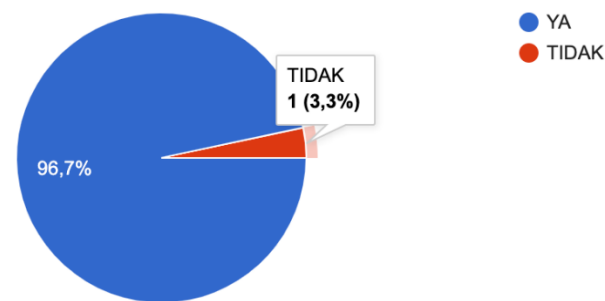
sebagai media jual beli barang dengan persentase sebesar 53,3%.

Dari 30 responden, sebesar 26,7% pengguna e-commerce tidak hanya sebagai pembeli saja tetapi pernah menjual atau sebagai penjual di aplikasi e-commerce. Dan sisanya sebesar 73,3% hanya sebagai pembeli atau konsumen. Adapun jenis barang yang sering dibeli secara online adalah pakaian sebesar 50%, elektronik 23,3%, kosmetik 20%, dan peralatan rumah tangga 6,7% (lihat gambar 5).



Gambar 5. Jenis barang yang sering dibeli pada aplikasi e-commerce

Transaksi jual beli online menyediakan fitur foto/gambar barang yang diperjualbelikan dan dilengkapi dengan deskripsi barang, sehingga pembeli dapat mengetahui detail barang yang akan dibeli. Selain itu, beberapa e-commerce menyediakan fitur chat untuk memudahkan pembeli dan penjual untuk berkomunikasi dan bertransaksi lebih detail. Meskipun begitu, tidak semua pembeli atau customer merasa puas dengan barang yang dibelinya karena tidak sesuai dengan ekspektasi. Beberapa hal yang seringkali tidak sesuai dengan ekspektasi adalah pada jenis bahan pada pakaian yang dibeli, ukuran yang tidak sesuai, dan lainnya. Namun, sebagian besar pembeli puas dengan hasil pembelian online-nya (lihat gambar 6). Oleh karena itu, pembeli harus memanfaatkan fitur chat untuk meyakinkan barang yang akan dibeli sesuai ekspektasi atau tidak. Sehingga tidak merugikan pembeli itu sendiri.

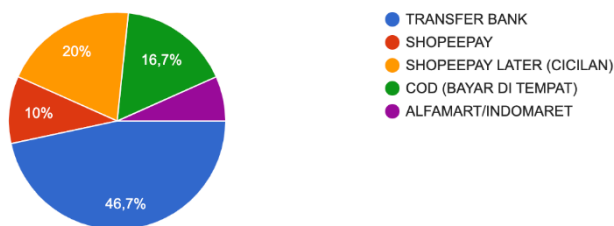


Gambar 6. Tanggapan masyarakat tentang barang yang dibeli sesuai dengan ekspektasi

Aplikasi e-commerce sendiri secara berkala melakukan evaluasi dan peningkatan layanan transaksi jual beli agar pembeli dan penjual di aplikasi tersebut tidak ada yang dirugikan. Selain itu, banyak pilihan aplikasi yang dapat digunakan untuk berbelanja atau berjualan. Layanan e-commerce juga menyediakan berbagai macam fitur pembayaran dari pembayaran secara langsung ketika barang sampai di tujuan (COD) atau pembayaran melalui minimarket terdekat yang

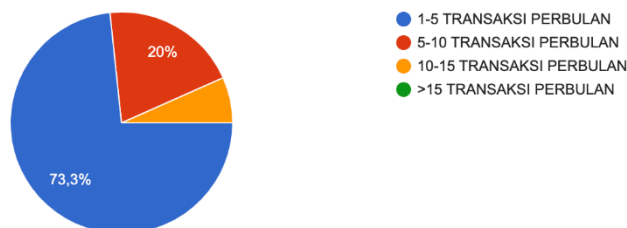


bekerjasama dengan e-commerce, ataupun transaksi non tunai menggunakan e-money dan transfer bank (m-banking atau e-banking) (lihat gambar 7).

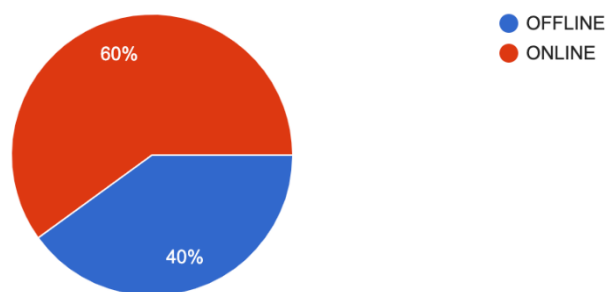


Gambar 7. Pilihan media pembayaran pada aplikasi e-commerce

Setiap bulan, rata-rata masyarakat melakukan transaksi belanja online sebanyak 1 sampai 5 transaksi (lihat gambar 8). Namun, memasuki masa New Normal banyak masyarakat yang kembali meramaikan toko konvensional untuk berbelanja. Hal ini ditunjukkan dari perolehan presentase 40% (lihat gambar 9).

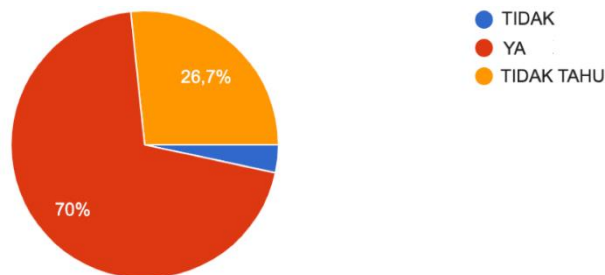


Gambar 8. Jumlah rata-rata transaksi berbelanja masyarakat melalui e-commerce



Gambar 9. Kecenderungan masyarakat berbelanja di masa new normal

Pada dasarnya masyarakat masih banyak masyarakat belum mengetahui hukum berbelanja secara online atau melalui e-commerce. Apakah sudah sesuai dengan syariat Islam atau tidak. Namun sebesar 70% pengguna e-commerce yakin bahwa transaksi jual beli online sudah sesuai dengan syariat Islam karena adanya barang yang dijual belikan dan kondisi barang dapat diperlihatkan oleh penjual ke pembeli melalui foto atau video, terdapat fitur chat yang memudahkan proses transaksi, dan tidak ada paksaan dalam proses jual beli tersebut (lihat gambar 10).



Gambar 10. Pemahaman masyarakat tentang jual beli melalui e-commerce sesuai dengan syariat Islam

#### 4. SIMPULAN

Teknologi dan internet menjadi salah satu kebutuhan bagi masyarakat dalam mempermudah segala urusan manusia. Tidak hanya mempermudah, teknologi dan internet juga berperan penting dibidang pekerjaan dan usaha. Salah satu usaha yang dapat dilakukan masyarakat dalam hal ini ialah Jual beli online. Dimasa pandemi covid-19 proses transaksi jual beli melalui aplikasi e-commerce semakin menjamur karena banyaknya toko konvensional yang terpaksa ditutup sementara. Memasuki masa new normal, tidak sedikit masyarakat yang masih bergantung pada transaksi jual beli online. Meskipun masih banyak masyarakat yang belum tahu atau memahami apakah transaksi jual beli melalui e-commerce sudah sesuai dengan syariat Islam atau hukum Islam.

Jual beli sendiri masuk kedalam kegiatan muamalah didalam ajaran agama islam. Hukum dasar muamalah adalah Al- Ibahah (boleh) selama tidak ada dalil yang melarangnya. Oleh sebab itu, dasar hukum jual beli online sama seperti jual beli dan akad As-Salam yaitu diperbolehkan dalam agama islam. Dalam jual beli baik online maupun offline ada yang halal dan ada juga yang haram. Secara bahasa salam (سالم) adalah al-i'thau' (الإعطاء) dan at-taslif (التسليف) dimana keduanya bermakna pemberian. Sedangkan secara istilah syariah, akad salam didefinisikan oleh para fuqaha yaitu jual beli barang yang disebutkan sifatnya dalam tanggungan dengan imbalan pembayaran yang dilakukan saat itu juga. Jual beli salam adalah suatu benda yang disebutkan sifatnya dalam tanggungan atau memberi uang di depan secara tunai, barangnya diserahkan kemudian hari atau waktu yang telah ditentukan. Menurut ulama syafi'iyah akad salam boleh ditanggung hingga waktu tertentu dan juga boleh diserahkan secara tunai. Secara lebih rinci salam didefinisikan dengan bentuk jual beli dengan pembayaran dimuka dan penyerahan barang di kemudian hari (advanced payment atau forward buying atau future sale) dengan harga, spesifikasi, jumlah, kualitas, tanggal dan tempat penyerahan yang jelas, serta disepakati sebelumnya dalam perjanjian. Jual beli salam diperbolehkan dengan adanya dalil dalam Al-Quran Surah Al-Baqarah: 282, sebagai berikut:

كَاتِبُ بَيْنَكُمْ بَوَائِكُمْ فَكْتُوبُهُ مُمْسَى أَجَلٍ إِلَى بَدْتَيْنِ تَدَانِيْتُمْ إِذَا ءَامَنُوا الَّذِيْنَ يَأْتِيهَا بِالْعَدْلِ ...

Terjemahnya: “Wahai orang-orang yang beriman! Apabila kamu menjalankan sesuatu urusan dengan hutang piutang yang diberi tempo hingga ke suatu masa yang tertentu, maka hendaknya kamu menulis itu dengan adil.”

## DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, Suharsimi. 2012. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta

Ary, D. Jacobs, & L.C.Razavieh. A. 1982. *Pengantar Penelitian dalam Pendidikan*. (Penerjemah Furchan,A). Surabaya: Usaha Nasional

Bogdan, Robert C. dan Biklen Kopp Sari. 1982. *Qualitative Research for Education: An Introduction to Theory and Methods*. Allyn and Bacon, Inc.: Boston London

Danim, Sudarwan. 2002. *Menjadi Peneliti Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia.

Khasanah, Siti Nor. 2007. *Efektifitas Penerapan E Commerce Pada Perhotelan*. Skripsi Fakultas Ekonomi UIN Malang.

Machrizzandi, M. S. R. 2021. *Dampak Teknologi Informasi terhadap Kondisi Ekonomi Mahasiswa di Masa Pandemi Covid*. *J-Alif: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah dan Budaya Islam*, 5(2), 117-129. Mardani. 2012. *Fiqh Ekonomi Syariah*. Jakarta: Prenada Media

Nawawi, 2003. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta. Gajah Mada University Press.

Santoso, Sugeng. 2017. *Sistem Transaksi E-Commerce dalam Perspektif Kuh Perdata dan Hukum Islam*.

Surakhmad, Winarno. 1982. *Pengantar Penelitian Ilmiah, Dasar, Metode, Teknik*. Bandung: Transito

Susilo, Heru. 2017. *Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online (Studi Kasus Pada Toko Pastbrik Kota Malang)*

Sutedi, Adrian. 2009. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika.

Suyanto, Muhammad. 2003. *Strategi Periklanan pada E-Commerce Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta: Andi media.

Syukri Iskak. 2012. *Sistem Perbankan Di Indonesia Dalam Perspektif fikih Ekonomi*. Yogyakarta: Fajar Media Press

Yin, Robert K. 2003. *Studi Kasus Desain dan Metode*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.