


JUAL BELI *ONLINE* BERBASIS MEDIA SOSIAL DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

Nurafiah Aswawi

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Muhammadiyah Kendari

*Korespondensi : nurafiahswawi@gmail.com

<p>Info Artikel</p> <p>Diterima : 11 Juli 2022 Disetujui : 15 Agustus 2023 Dipublikasikan : 31 Agustus 2023</p> <p>Kata Kunci: Jual Beli, Online, Ekonomi Islam</p> <p>Keyword: <i>Buying and selling, online, Islamic Economics.</i></p> <p>Licensed Under a Creative Commons Attribution 4.0 International License</p> 	<p>Abstrak</p> <p>Penelitian ini berjudul Jual Beli Online Berbasis Media Sosial Dalam Perspektif Ekonomi Islam. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Jual Beli Online Berbasis Media Sosial Dalam Perspektif Ekonomi Islam. Salah satu fenomena mu'amalah dalam bidang ekonomi adalah transaksi jual beli yang menggunakan media elektronik, perkembangan teknologi telah memacu perubahan kebiasaan individu termasuk salah satunya dalam hal melakukan transaksi jual beli. Metode Penelitiannya adalah berfokus pada pembahasan fungsi uang dalam perspektif Ekonomi Islam. Penelitian ini termasuk jenis penelitian kepustakaan (<i>library research</i>) yaitu penelitian yang dilakukan dengan menggunakan literatur atau kepustakaan dari penelitian sebelumnya. Hasil penelitian menjelaskan bahwa Apabila dahulu yang dimaksudkan dengan transaksi jual beli harus dilakukan dengan cara bertatap muka dimana terjadi peralihan barang secara langsung dari penjual kepada pembeli, yaitu pembeli harus bertemu dengan penjual dipasar nyata. Saat ini telah beralih kepada era dimana transaksi tidak lagi dilakukan secara tatap muka, melainkan sudah melalui media on- line. Dalam sudut pandang fiqh jual belin on-line diperbolehkan dalam islam sesuai dengan kaedah fiqh "Al-ashl fi mu'amalah al -ibahah, illa idza ma dalla al-dalil ala khilafih, asalkan didalam prosesnya tidak terjadi unsur-unsur yang bertentangan dengan islam seperti penipuan, ketidakjelasan dan riba.</p> <p>Abstract</p> <p><i>This research is entitled Social Media-Based Online Buying and Selling in the Perspective of Islamic Economics. The purpose of this research is to find out Social Media-Based Online Buying and Selling in the Perspective of Islamic Economics. One of the phenomena of mu'amalah in the economic field is buying and selling transactions using electronic media, technological developments have spurred changes in individual habits, including one of them in terms of buying and selling transactions. The research method focuses on the discussion of the function of money in the perspective of Islamic Economics. This research is a type of library research, namely research conducted using literature or literature from previous studies. The results of the study explain that in the past what was meant by buying and selling transactions had to be done face to face where there was a direct transfer of goods from the seller to the buyer, namely the buyer had to meet the seller in the real market. Currently, it has transitioned to an era where transactions are no longer carried out face-to-face, but through online media. In the viewpoint of fiqh on-line buying and selling is allowed in Islam in accordance with the fiqh principle "Al-ashl fi mu'amalah al -ibahah, illa idza ma dalla al-dalil ala khilafih, as long as in the process there are no elements that are contrary to Islam such as fraud, uncertainty and usury.</i></p>
--	--

PENDAHULUAN

Dari sudut pandang ilmu fiqih, kegiatan ekonomi bukanlah termasuk bab ibadah mudah, melainkan bab mu'amalah. Oleh karena itu berlaku kaidah fiqih yang menyatakan bahwa "*Al-ashl fi mu'amalah al-ibahah, illa idza ma dalla al-dalil ala khilafih*", yakni suatu perkara mu'amalah pada dasarnya diperkenankan (*halal*) untuk dilakukan, kecuali jika ada larangan dari sumber agama (Kitab dan Sunnah). Oleh karena itu, kita tidak dibenarkan melarang sesuatu yang dibolehkan Allah, sebagaimana kita tidak boleh pula membolehkan sesuatu yang dilarang Allah.

Kaidah fiqih dalam mu'amalah diatas memberikan arti bahwa dalam kegiatan mu'amalah yang notabene adalah urusan keduniaan, manusia diberikan kebebasan sebebas bebasnya untuk melakukan apa saja yang bisa memberikan manfaat kepada dirinya sendiri, orang lain dan lingkungannya, selama hal tersebut tidak ada ketentuan yang melarangnya. Kaidah ini didasarkan kepada Hadist dari Rasulullah yang menyatakan "*antum a'lamu bi'umurid dunyakum*" (kamu lebih tahu atas urusan duniamu). Bahwa untuk urusan kehidupan dunia yang penuh perubahan atas ruang dan waktu, islam memberikan kebebasan mutlak kepada manusia untuk menentukan jalan hidupnya, tanpa memberikan aturan-aturan yang kaku yang bersifat dogmatis. Hal ini membuktikan bahwa Islam menjunjung tinggi asas kreativitas pada umatnya untuk bisa mengembangkan potensinya dalam mengelola kehidupan ini, khususnya berkenaan dengan fungsi manusia sebagai khalifah Allah di bumi.

Efek yang timbul dari kaidah fiqih mu'amalah diatas adalah adanya ruang lingkup yang sangat luas dalam penetapan hukum-hukum mu'amalah, termasuk juga hukum ekonomi, ini berarti suatu transaksi baru yang muncul dalam fenomena kontemporer yang dalam sejarah Islam belum ada/dikenal, maka transaksi tersebut dianggap diperbolehkan, selama transaksi tersebut tidak dilarang dalam aturan islam.

Salah satu fenomena mu'amalah dalam bidang ekonomi adalah transaksi jual beli yang menggunakan media elektronik, perkembangan teknologi telah memacu perubahan kebiasaan individu termasuk salah satunya dalam hal melakukan transaksi jual beli. Apabila dahulu yang dimaksudkan dengan transaksi jual beli harus dilakukan dengan cara bertatap muka dimana terjadi peralihan barang secara langsung dari penjual kepada pembeli, yaitu pembeli harus bertemu dengan penjual dipasar nyata. Saat ini telah beralih kepada era dimana transaksi tidak lagi dilakukan secara tatap muka, melainkan sudah melalui media *on-line*. Tidak lagi harus ada pertemuan antara pembeli dengan penjual di pasar, melainkan cukup dengan menggunakan teknologi internet dan transaksipun sudah bisa dilakukan antara pembeli dengan penjual

Selain itu, dengan perkembangan teknologi yang semakin modern, seiring dengan telah lahirnya berbagai teknologi baru seperti telepon pintar (*smart phone*),

tablet, gadget dan berbagai lainnya. Pada berbagai teknologi tersebut, konsumen dapat membeli berbagai fitur program dari pasar *on-line* yang terdapat pada berbagai teknologi tersebut baik secara gratis maupun berbayar

Seiring dengan perkembangan teknologi dalam melakukan transaksi yang semakin berkembang ini, ternyata turut pula menimbulkan berbagai permasalahan. Beberapa permasalahan yang dapat muncul dalam transaksi *on-line* adalah (a) kualitas barang yang dijual, hal ini karena pembeli tidak melihat secara langsung barang yang akan dibeli. Pembeli hanya melihat tampilan gambar yang akan dijual; (b) potensi penipuan yang sangat tinggi, dimana ketika pembeli sudah melakukan pembayaran namun barang tidak kunjung diantar kepada pembeli; (c) potensi gagal bayar dari pembeli, dimana ketika penjual sudah mengirimkan barang kepada pembeli namun pembayaran tidak kunjung dilakukan oleh pembeli.

Salah satu yang membedakan antara bisnis *on-line* dengan bisnis *off-line* adalah proses transaksi (*akad*) dan media utama dalam proses tersebut. Akad adalah ikatan antara ijab dan Kabul yang menunjukkan adanya kerelaan para pihak dan memunculkan akibat hukum terhadap objek yang diakadkan tersebut. Akad merupakan unsur penting suatu bisnis. Secara umum, bisnis dalam Islam menjelaskan adanya transaksi yang bersifat fisik, dengan menghadirkan benda tersebut dalam transaksi, atau tanpa menghadirkan benda yang dipesan, tapi dengan ketentuan harus dinyatakan sifat benda tersebut secara kongkrit, baik diserahkan langsung atau diserahkan kemudian pada batas waktu tertentu.

Dengan melihat permasalahan di atas, maka tujuan dari tulisan ini adalah untuk mengkaji bagaimana perspektif ekonomi Islam dalam melihat perkembangan dalam transaksi jual-beli dengan menggunakan media *on-line*, serta apa saja yang bisa dilakukan untuk meminimalisir permasalahan di atas.

METODE PENELITIAN

Ruang lingkup penelitian ini berfokus pada pembahasan fungsi uang dalam perspektif Ekonomi Islam. Penelitian ini termasuk jenis penelitian kepustakaan (*library research*) yaitu penelitian yang dilakukan dengan menggunakan literatur atau kepustakaan dari penelitian sebelumnya.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Konsep Akad

Dalam melakukan transaksi mu'amalah hal yang paling penting untuk diingat adalah akad (perjanjian). Akad adalah salah satu cara untuk memperoleh harta menurut syariat Islam dalam kehidupan sehari-hari. Akad adalah suatu hal yang di Ridhai Allah SWT, untuk itu harus ditegakkan isinya. Akad berasal dari bahasa Arab *al-'aqd* yang artinya perikatan, perjanjian dan pemufakatan. Pertalian ijab (pernyataan melakukan ikatan) dan Kabul (pernyataan menerima ikatan), sesuai dengan kehendak syar'iat yang berpengaruh pada obyek perikatan. Semua perikatan

(transaksi) yang dilakukan oleh dua belah pihak atau lebih, tidak boleh menyimpang dan harus sejalan dengan kehendak *sya'riat*. Tidak boleh ada kesepakatan untuk menipu orang lain, transaksi barang-barang yang haram dan kesepakatan untuk membunuh seseorang. Mustafa az-Zar'qa menyatakan, tindakan berupa perkataan yang bersifat akad terjadi, bila dua atau beberapa pihak mengikatkan diri untuk melakukan sesuatu perjanjian.

Dari berbagai pengertian di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa yang dimaksud dengan akad adalah perikatan diantara kedua belah pihak yang dilakukan sesuai dengan syariat dan berakibat hukum pada obyek yang menjadi perikatan. Menurut Ghazali hikmah diadakannya perikatan adalah : 1).Adanya ikatan yang kuat antara dua orang atau lebih di dalam bertransaksi atau memiliki sesuatu. 2). Tidak dapat sembarangan membatalkan suatu ikatan perjanjian, karena sudah diatur di dalam *sya'riat*. 3). Akad merupakan payung hukum di dalam kepemilikan sesuatu, sehingga pihak lain tidak bisa untuk menggugat atau memilikinya.

Agar suatu akad dapat dinilai sah maka harus terpenuhi rukun dan syaratnya. Dalam menjelaskan tentang rukun dan syarat akad terjadi perbedaan pendapat ulama. Perbedaan pendapat ini terjadi karena berbedanya mereka dalam mendefinisikan rukun dan syarat. Rukun menurut Hanafiyah adalah : *"Apa yang keberadaannya tergantung kepada sesuatu dan ia merupakan bagian dari hakikat sesuatu"*, maka yang menjadi rukun akad di kalangan Hanafiyah adalah *shighat akad* yaitu ijab dan kabul, karena hakikat dari akad ialah ikatan antara ijab dan kabul. Namun menurut golongan Hanafiyah, *'aqid* dan *ma'qud 'alaih* tidak termasuk rukun karena kedua unsur ini merupakan sesuatu yang berada diluar esensi akad. Menurut mereka *'aqid* dan *ma'qud 'alaih* termasuk kedalam syarat-syarat akad.

Sedangkan rukun menurut jumhur fuqaha selain Hanafiyah adalah : *"Apa yang keberadaannya tergantung kepada sesuatu ia bukan bagian dari hakikat sesuatu. Maka yang menjadi rukun akad di kalangan Jumhur ada tiga yaitu 'aqid (orang yang berakad), ma'qud 'alaih (objek akad), dan shighat aqad. Adapun syarat- syarat akad adalah sebagai berikut :*

1. *Akid* (orang yang berakad), diisyaratkan balihg berakal atau cakap hukum.
2. *Ma;qud 'alaih* (obyek akad), sesuatu yang diakadkan ada ketika akad, obyek akad adalah sesuatu yang di bolehkan oleh syariat, dapat diserahkan terimakan ketika akad, maka tidak sah melakukan akad pada sesuatu yang tidak bisa diserahkan terimakan, contohnya jual beli burung diudara, obyek yang diakadkan diketahui oleh pihak-pihak yang berakad, dan jelas kegunaan pada obyek yang diakadkan tersebut.
3. *Shigat akad*, merupakan sesuatu yang besumber dari dua orang yang melakukan akad yang menunjukkan tujuan kehendak batin mereka yang melakukan akad.

Shigat terdiri dari *ijab* dan *qabul*. *Ijab* merupakan pernyataan yang menunjukkan kerelaan yang terjadi lebih awal dari seseorang yang berakad. Maka perkataan pertama di dalam jual beli dinamakan *ijab*, baik yang berasal dari pembeli ataupun dari penjual. Bila penjual mengawali dengan perkataan “saya jual” dinamakan *ijab*, atau pembeli yang mengawali “saya beli” juga dinamakan dengan *ijab*. Sedangkan *qabul* adalah sesuatu yang disebutkan kemudian yang berasal dari salah satu pihak yang berakad yang menunjukkan kesepakatan dan kerelaannya sebagai jawaban dari ucapan pertama. *Kabul* adakalanya berasal dari penjual dan adakalanya berasal dari pembeli ketika akad berlangsung, misalnya dengan kalimat saya terima.

Konsep Jual Beli

Dalam fiqih Islam dikenal berbagai macam jual beli. Dari sisi obyek yang diperjual belikan, jual beli terbagi tiga yaitu : 1). Jual beli *mutlaqah*, yaitu pertukaran antara barang atau jasa dengan uang. 2). Jual beli *sarf*, yaitu jual beli antara satu mata uang dengan mata uang lain. 3). Jual beli *muqayyadah*, yaitu jual beli dimana terjadi pertukaran antara barang dengan barang yang dinilai dengan valuta asing.

Kemudian dari sisi cara pembayaran, jual beli dibagi empat, yaitu: a). Jual beli tunai dengan penyerahan barang dan pembayaran langsung. Kedua, jual beli dengan pembayaran barang tertunda, yang meliputi a). *Bay al-salam*, yaitu jual beli ketika pembeli membayar tunai di muka atas barang yang dipesan (biasanya produk pertanian) dengan spesifikasinya yang akan diserahkan kemudian. b). *Bay’ al-istithna*, yaitu jual beli dimana pembeli membayar tunai atau bertahap atas barang yang dipesan (biasanya produk manufaktur) dengan spesifikasinya yang harus di produksi dan diserahkan kemudian. d). yaitu jual beli dengan penyerahan barang dan pembayaran sama sama tertunda.

Penjualan Online Berbasis Media Sosial Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Penjualan *on-line* merupakan salah satu jenis transaksi jual beli yang menggunakan media internet dalam penjualannya, pada saat ini yang paling banyak dilakukan adalah berbasis media sosial seperti, *facebook*, *twiter*, *bbm*, *Instagram* dan media sosial lainnya untuk memasarkan produk yang mereka jual. Saat ini penjualan on line merupakan salah satu bentuk jenis transaksi yang banyak dipergunakan dalam jual beli. Kemudian bagaimanakah perspektif ekonomi Islam dalam memandang penjualan *on-line* yang saat ini sudah menjadi suatu hal sudah sangat lumrah yang dilakukan dalam transaksi jual beli, terutama kepada penjualan *on-line* yang berbasis media sosial.

Untuk menjawabnya, harus ditelusuri apakah dalam penjualan *on-line* sudah memenuhi rukun rukun akad yang sesuai dengan aturan fiqih. Sebagaimana yang diketahui ada empat rukun akad, yaitu : (a); ada pihak-pihak yang berakad; (b)

adanya ijab dan qabul; (c) adanya obyek akad; (d) tujuan pokok akad itu dilakukan. Pihak-pihak yang berakad dalam jual beli *on-line* sudah jelas, yaitu ada yang bertindak sebagai penjual dan ada yang bertindak sebagai pembeli. *Sighah* dalam penjualan *on-line* biasanya berupa syarat dan kondisi yang disetujui oleh konsumen.

Syarat dan kondisi yang dipahami dapat disetujui sebagai sebuah *sighah* yang harus dipahami baik oleh produsen maupun oleh konsumen. Dalam hal penjualan *on-line* bentuk *sighah* yang dilakukan adalah dengan cara tulisan. Contohnya apabila kita membeli suatu program pada telepon pintar (*smart phone*) maka akan ada pilihan bahwa konsumen telah membaca dan menyetujui aturan dan perjanjian yang telah dibuat. Syarat dan kondisi ini merupakan *sighah* yang harus dipahami baik oleh produsen maupun konsumen dalam penjualan *on-line*. Begitu pula apabila kita melakukan transaksi dengan menggunakan media sosial, penjual harus menulis kondisi dan syarat apa saja yang terdapat dalam transaksi tersebut, sehingga terdapat keterbukaan antara penjual dan pembeli.

Kemudian rukun akad yang ketiga adalah obyek akad dalam transaksi, dalam penjualan *on-line* obyek akad harus jelas dan barang harus secara sempurna dimiliki oleh penjual. Tidak boleh dalam penjualan *on-line*, maupun penjualan tatap muka, barang belum dikuasai secara sempurna oleh si penjual. Hal ini bertujuan agar tidak terjadi penipuan oleh si penjual. Penjual dalam penjualan *on-line* harus secara jelas menulis berbagai spesifikasi dari barang yang dijual termasuk segala kekurangan dari barang yang dijual tersebut jika ada.

Rukun akad yang terakhir adalah tujuan dari akad tersebut harus sesuai dengan *sya'riat*. Sehingga penjualan *on-line* tidak boleh menjual barang yang tidak sesuai dengan aturan *sya'riat*. Misalnya pada situs yang memperjualbelikan senjata, narkoba atau video porno. Bentuk transaksi tersebut tidak diperbolehkan karena bertentangan dengan *sya'riat* Islam.

Terkait dengan rukun akad, penjualan *on-line* baik yang berbasis media sosial ataupun media lainnya diharamkan apabila memenuhi beberapa kriteria di bawah ini: Pertama, sistemnya haram, contohnya adalah perjudian *on-line*. Kedua, barang ataupun jasa yang ditawarkan oleh pembeli adalah barang atau jasa yang diharamkan oleh aturan *sya'riat* Islam. Ketiga, terdapat pelanggaran perjanjian atau terjadinya unsur penipuan. Hal ini banyak terjadi pada penjual *on-line* berbasis media sosial, dimana barang yang ditawarkan di media sosial seringkali berbeda dengan barang yang diterima oleh konsumen. Apabila terindikasi unsur penipuan, maka status jual beli tersebut dalam hukum Islam adalah haram.

Adapun bentuk akad yang dapat diadopsi dalam transaksi jual beli *on-line* ini adalah, *bay' al murabahah* dan (biasa disebut *murabahah*) dan *bay' assalam* (biasa disebut *salam*). *bay' al murabahah* adalah jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Dalam *bay' al murabahah*, penjual

harus memberi tahu harga produk yang dibeli dan menentukan suatu tingkat keuntungan sebagai tambahannya. Pada saat ini, inilah akad jual beli yang paling banyak digunakan, karena inilah praktik yang paling mudah implementasinya dibandingkan dengan produk pembiayaan lainnya. Adapun dasar hukum *bay' al murabahah* adalah :

Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila . yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah mengahalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barangsiapa mendapat peringatan dari Tuhannya,lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya terserah kepada Allah. Barang siapa mengulangi, maka mereka itulah penghuni neraka mereka kekal di dalamnya”

Sedangkan dasar hukum dari hadis adalah : “Dari Suhaib ar-Rumi r.a bahwa Rasulullah saw, bersabda, “Tiga hal yang didalamnya terdapat keberkahan : Jual beli secara tangguh, *muqaraddah (mudharabah)*, dan mencampur gandum dengan tepung untuk keperluan rumah bukan untuk dijual. (HR.Ibnu Majab). *Murabahah* adalah jual beli dengan harga pembelian penjual bersama tambahan keuntungan yang diketahui misalnya 500.

Dengan demikian jual beli *murabahah* merupakan akad jual beli dengan modal pokok ditambah keuntungan, dimana penjual menyebutkan harga pembelian barang (modal) kepada pembeli. Seperti perkataan “ saya beli barang ini Rp.100, maka berilah aku laba Rp.100,- atau Rp.200. Syarat *murabahah* ini adalah :

1. Harga pokok diketahui oleh pembeli kedua, jika harga pokok tidak diketahui maka jual beli *murabahah* menjadi *fasid*.
2. Keuntungan diketahui,karena keuntungan merupakan bagian dari harga.
3. Modal merupakan *mal misliyyat* (benda yang ada perbandingannya di pasaran) seperti benda yang diukur, benda yang ditimbang dan benda yang dihitung.
4. *Murabahah* tidak boleh dilakukan terhadap harta riba dan memunculkan riba karena dinisbahkan pada harga pokok, seperti seseorang membeli barang yang ditakar atau ditimbang dengan jenis yang sama, maka tidak boleh banginya menjual barang tersebut secara *murabahah*. Karena *murabahah* adalah jual beli dengan harga pokok dan tambahan laba. Sedangkan tambahan pada harta riba adalah riba, bukan laba.
5. Akad yang pertama dilakukan adalah sah, jika akad pertama *fasid* maka *murabahah* tidak boleh dilakukan

Murabahah memberi manfaat kepada penjual. Salah satunya adalah keuntungan yang muncul dari selisih harga beli dari penjual dengan harga jual kepada nasabah. Selain itu, system ini juga sangat sederhana, hal tersebut memudahkan penanganan admistrasinya oleh penjual.

Hal tersebutlah yang menjadi salah satu alasan mengapa akad *murabahah* dapat digunakan dalam jual beli *on-line* berbasis media sosial. Salah satu hal yang perlu dihindari oleh konsumen ialah apabila ada penjual yang menawarkan produk

yang harganya jauh dibawah harga pasar, kemungkinan adanya penipuan dalam proses transaksi tersebut. Namun apabila ada perbedaan harga dalam batas yang wajar, maka transaksi tersebut masih diperkenankan. Beberapa hal yang menjadi alasan mengapa transaksi jual beli *on-line* berbasis media sosial dapat lebih murah dibandingkan dengan penjualan langsung–konvensional :

1. Terjadinya penghematan biaya, karena alokasi dana awal untuk sewa toko dapat alihkan pada penambahan barang.
2. Jangkauan jaringan yang lebih luas.
3. Meminimalkan biaya promosi.
4. Pengaruh *word of mouth*.

Kemudian akad kedua yang mungkin digunakan dalam transaksi jual beli *on-line* khususnya yang berbasis media sosial adalah akad *bay'as-salam*, *as-salam* merupakan istilah dalam bahasa Arab yang mengandung makna penyerahan. Secara sederhana transaksi *as-salam* merupakan pembelian barang yang diserahkan dikemudian hari, sedangkan pembayaran dilakukan dimuka. Menurut Al-Qurtubi *as-salam* merupakan transaksi jual beli atas sesuatu yang diketahui dan masih berada dalam tanggungan dengan kriteria-kriteria tertentu dan diserahkan kemudian dengan pembayaran harga tunai/segera.

Barang yang diperjual belikan belum tersedia pada saat transaksi dan harus di produksi terlebih dahulu, seperti produk- produk pertanian dan produk-produk *fungible* (barang yang dapat diperkirakan dan dapat diganti sesuai berat, ukuran dan jumlahnya). Barang-barang *non fungible* seperti batu mulia, lukisan berharga dan lain-lain yang merupakan barang langka tidak dapat dijadikan obyek *salam*. Resiko terhadap barang yang diperjualbelikan masih berada pada penjual sampai waktu penyerahan barang. Pihak pembeli dapat meneliti dan berhak menolak barang yang diserahkan apabila tidak sesuai dengan spesifikasi awal yang telah disepakati.

Dasar hukumnya adalah, “ *Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah, tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan hendaklah kamu menuliskannya*” Jual beli salam di perbolehkan oleh Rasulullah saw dengan beberapa syarat yang harus dipenuhi. Tujuan utama dari jual beli salam adalah untuk memenuhi kebutuhan para petani kecil yang memerlukan modal untuk memulai masa tanam dan untuk menghidupi keluarganya sampai waktu panen tiba. Setelah larangan riba, mereka tidak dapat lagi mengambil pinjaman ribawi untuk keperluan ini sehingga diperbolehkan mereka untuk menjual produknya dimuka.

Salam bermanfaat bagi penjual karena mereka menerima pembayaran dimuka. *Salam* juga bermanfaat bagi pembeli karena pada umumnya harga dengan akad *salam* lebih murah dari paa harga dengan akad tunai. Ibnu abbas meriwayatkan bahwa Rasulullah saw. Datang ke madinah dimana penduduknya sedang melakukan jual beli *salam* pada buah-buahan dalam jangka waktu satu, dua dan tiga tahun. Beliau berkata, “*Barang siapa yang*

1. Barang yang berakad baligh dan berakal.
2. Barang yang dipesan harus jelas ciri-cirinya, waktunya, harganya.
3. Ijab dan Kabul.

Sementara syarat-syaratnya terdiri atas :

1. Syarat yang terkaid dengan modal/harga, harus jelas dan terukur, berapa harga barangnya, berapa uang mukanya dan berapa lama, sampai pembayaran terakhirnya.
2. Syarat yang berhubungan dengan barang (obyek) *as-salam*, harus jelas jenis, ciri-cirinya, kualitas dan kuantitasnya.

Penjualan *on-line* terutama yang berbasis media sosial memiliki beberapa keunggulan dan manfaat baik bagi penjual maupun bagi pembeli, yaitu:

1. Jam buka yang bersifat 24 jam, dengan menggunakan penjualan *on-line* penjual bisa menjual berbagai produk yang dimiliki 24 jam sehari.
2. Lebih mudah dan lebih cepat untuk menemukan berbagai macam produk yang kita butuhkan.
3. Proses perbandingan harga yang mudah dan cepat untuk dilakukan.
4. Mudah dilaksanakan oleh siapapun.
5. Investasi yang lebih murah, maksudnya penjual tidak usah membuat toko dan mempekerjakan karyawan.

Namun disamping keunggulan tersebut terdapat beberapa kelemahan yang kitadapatkan dalam transaksi jual beli *on-line*, di antaranya :

1. Kualitas produk yang tidak pasti.
2. Potensi menipu dari penjual.
3. Potensi menipu dari pembeli.

Melihat pada permasalahan yang mungkin muncul dalam penjualan *on-line* tersebut, perlu dilakukan beberapa strategi yang dapat dilakukan untuk meminimalisir berbagai permasalahan tersebut, antara lain:

1. Dalam penjualan *on-line* harus menampilkan secara utuh penampilan dan spesifikasi dari barang yang dijual, oleh karenanya dalam situs jual beli, biasanya penampilan dari suatu produk dapat dilihat dari berbagai sisi.
2. Hak pilih bagi pembeli jika barang yang diterima berbeda spesifikasinya dengan barang yang ditampilkan, termasuk kepada adanya garansi pada barang-barang elektronik dan computer
3. Menggunakan media pembayaran yang aman, hal ini bertujuan untuk melindungi dari sisi penjual ataupun pembeli.

Melihat dari penjelasan di atas, penjualan *on-line* merupakan hal yang dapat diperkenankan sesuai dengan perkembangan dan kemajuan teknologi, mengingat banyaknya manfaat yang dapat diperoleh dari transaksi dari model penjualan seperti ini. Namun perlu diingat baik oleh penjual maupun oleh pembeli adalah prinsip kehati-hatian untuk meminimalisir kemungkinan terjadinya penipuan baik dari

sisi penjual maupun dari sisi pembeli.

KESIMPULAN

Perkembangan transaksi jual beli kontemporer, tidak lagi semata mengandalkan jual beli dengan tatap muka. Transaksi jual beli kontemporer seiring dengan perkembangan teknologi, telah memunculkan bentuk penjualan lainnya yaitu jual beli on line. Penjualan *on-line* merupakan salah satu bentuk penjualan yang memanfaatkan teknologi, seperti telepon pintar, tablet, gadget dll.

Penjualan *online* telah memenuhi rukun akad dalam aturan sya'riah yaitu :

1. Adanya penjual dan pembeli.
2. *Sighah* atau ijab kabul telah terpenuhi dimana konsumen harus menyetujui syarat dan kondisi yang tertulis jika proses transaksi ingin di lanjutkan.
3. Obyek akad dalam penjualan *on-line* harus jelas spesifikasinya.
4. Tujuan akad tidak boleh bertentangan dengan sya'riat.

Bentuk akad yang dapat di adopsi dalam transaksi *on-line* adalah *bay'al murabahah* dan *bay' as-salam*. *Bay' al murabahah* adalah jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Sedangkan *bay' al-salam* adalah pemberian barang yang diserahkan dikemudian hari, sedangkan pembayaran dilakukan di saat awal transaksi dilakukan. Terdapat beberapa kelebihan jual beli *on-line*, di antaranya adalah :

1. Jam buka yang dapat 24 jam.
2. Lebih mudah dan cepat dalam mencari dan menjual barang.
3. Proses perbandingan harga yang mudah dan cepat.
4. Mudah dilaksanakn oleh siapa pun.
5. Investasi yang lebih murah.

Selain kelebihan di atas juga terdapat kekurangan dalam jual beli *on-line*, diantaranya

1. Model pembelian yang tidak dapat *cash and carry*.
2. Pembeli tidak dapat memperhatikan detail dari produk yang di tawarkan penjual.

Terdapat beberapa permasalahan yang mungkin terjadi dalam jual beli *on-line*, diantaranya :

1. Kualitas produk yang tidak pasti
2. Potensi menipu dari penjual.
3. Potensi menipu dari pembeli.

Mengingat beberapa kekurangan dan permasalahan dalam jual beli *on-line* tersebut maka dapat di minimalisir dengan melakukan hal-hal sebagai berikut :

1. Dalam penjualan *on-line* harus menampilkan secara utuh penampilan dan spesifikasi barang yang akan dijual.

2. Harus ditambah dengan akad tambahan yaitu adanya hak pilih bagi pembeli jika barang yang dikirim tidak sesuai dengan spesifikasi yang telah disepakati di awal perjanjian.
3. Menggunakan media pembayaran yang aman, hal ini bertujuan untuk melindungi dari sisi penjual maupun dari sisi pembeli.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Muslih, Abdullah, Shalah ash-Shawi, (2004). "FIQH EKONOMI KEUANGAN ISLAM, Jakarta : Dar Al-Muslim.
- Fielnanda, Refky. (2017) "PERCAMPURAN DEPOSITO DAN INVESTASI DALAM PERSPEKTIF FIQH ISLAM." AT-TURAS: Jurnal Studi Keislaman 4.1 : 32-43.
- Fielnanda, Refky. (2018) "ALTERNATIF PERHITUNGAN RETURN SHAHIBUL MAL PADA SKEMAMUDHARABAH BANK SYARIAH." Jurnal An-Nahdhah 12.1.
- Fielnanda, Refky. (2017) "ALTERNATIF SOLUSI ATAS PROBLEMATIKA PEMBIAYAAN MUDHARABAH." Jurnal Al-Ashlah 1.1.
- Hasan, M.Ali. (2004). BERBAGAI MACAM TRANSAKSI DALAM ISLAM, Jakarta : PT.Raja Grafindo.
- Karim, Adiwarmanto. (2007). EKONOMI MIKRO ISLAM, Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.
- Mutttaqin, Azhar. (2009). TRANSAKSI E-COMMERCE DALAM TINJAUAN HUKUM ISLAM, Malang: Lembaga Penelitian Universitas Muhammadiyah.
- Rianto, M.Nur, Al Arif. (2013)., "PENJUALAN ON-LINE BERBASIS MEDIA SOCIAL DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM", Ijtihad, Jurnal Wacana Hukum Islam dan Kemanusiaan, Volume 23, No.1,
- Rozalinda. (2005) FIQH MUAMALAH DAN APLIKASINYA PADA PERBANKAN SYARIAH, Padang : Hayfa Press.