

REKONSTRUKSI IJAB DAN KABUL DALAM TRANSAKSI EKONOMI BERBASIS ONLINE

Ridwan

*Fakultas Syari'ah IAIN Purwokerto
Jl. A. Yani No. 40A Purwokerto
Email: ridwanparadise@yahoo.com*

Abstrak

Dalam hukum Islam, posisi ijab kabul dalam transaksi ekonomi menjadi faktor determinan bagi sahnya suatu akad. Teknis ijab dan kabul dalam rumusan fikih klasik dilakukan secara fisik ditandai dengan pertemuan antara para pihak yang terlibat dalam satu tempat akad. Revolusi teknologi komunikasi telah melahirkan model transaksi berbasis *online* yang disebut *e-commerce*, atau *e-marketing*, melalui piranti teknologi internet dimana para pihak yang terlibat akad tidak bertemu secara fisik dan objek akad juga tidak bisa diserahkan langsung. Realitas ini menggambarkan adanya kesenjangan teoritis hukum Islam dengan praktik empiris yang membutuhkan jawaban hukumnya. Artikel ini membuktikan bahwa transaksi ekonomi berbasis online merupakan akad yang sah dalam tinjauan hukum Islam didasarkan pada argument analogi hukum yaitu mengkiyaskan akad *online* dengan akad jual beli *salam*. Konstruksi ijab dan kabul dalam akad berbasis *online* harus mendasarkan pada beberapa ketentuan norma yaitu kejelasan spesifikasi barang, alat pembayaran dan teknisnya, teknis penyerahan barang, ketentuan pembatalan kontrak dan ketentuan kemungkinan terjadinya perselisihan. Berbagai aturan yang rinci dan ketat ini merupakan gambaran pentingnya sikap hati-hati dalam melakukan transaksi *online* untuk menghindari kerugian dengan berpegang pada metode *saddal-zarī'ah* yaitu menutup lahirnya kemadaratan.

Kata kunci: *e-commerce, online, ijab dan kabul, metode qiyās, akad salam*

Abstract

In Islamic law, the position of incentives in the economic transaction becomes a determinant factor for the validity of a contract. The technical and consent in the formulation of classical jurisprudence is done physically, marked by a meeting between the parties involved in a contract site. The communication technology revolution has spawned an online-based transaction model that is e-commerce, or e-marketing, through internet technology tools where the parties involved do not meet physically and the contract object cannot be handed over directly. This reality illustrates the existence of gap in the Islamic law theory with an empirical practice that requires a legal answer. This article proves that online-based economic transactions are legitimate contracts in the view of Islamic law based on legal analogy argument, i.e. to equate an online contract with an order purchase contract. The construction of consent in an online-based contract must be based on certain norms, namely clarity of specification of goods, means of payment and technicality, technical delivery of goods, terms of the contract cancellation and terms of dispute. These detailed and rigorous rules are an illustration of the importance of caution in

conducting online transactions to avoid losses by adhering to the *sadd al-zarī'ah* method in order to close the possibility of emerging harmful.

Keywords: *e-commerce, online, transaction, contract, qiyās method*

A. Pendahuluan

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi telah melahirkan revolusi dibidang informasi dan telekomunikasi ditandai dengan lahirnya arus globalisasi. Lalu lintas komunikasi tidak lagi dibatasi oleh batasan teritorial antar negara. Dengan globalisasi, proses komunikasi dan pergaulan antar manusia tidak lagi dibatasi oleh sekat-sekat negara, suku, agama ataupun ikatan-ikatan kultural, karena dunia seakan tidak ada batas-batasnya. Realitas globalisasi ini pada akhirnya melahirkan berbagai persoalan diberbagai bidang kehidupan seperti bidang soail, politik, hukum maupun bidang ekonomi yang membutuhkan jawaban hukum yang argumentatif dan solutif. Kemajuan Ilmu pengetahuan dan peradaban manusia tidak semstinya dihadapkan secara konfrontatif dengan *naṣṣ*, tetapi harus dicari pemecahannya secara ijtihadi.¹

Teknologi informasi telah membuka mata dunia akan sebuah interaksi baru, market baru dan sebuah jaringan bisnis dunia yang tanpas batas. Seiring berjalan waktu perkembangan teknologi yang disebut internet telah mengubah pola interaksi masyarakat, yaitu; interaksi bisnis, ekonomi, sosial dan budaya. Internet telah memberikan kontribusi yang demikian besar bagi masyarakat, perusahaan maupun pemerintah. Hadirnya internet telah menunjang efektifitas dan efesiensi operasional perusahaan terutama peranannya sebagai sarana komunikasi, publikasi, serta sarana untuk mendapatkan berbagai informasi yang dibutuhkan oleh sebuah badan usaha atau lembaga lain.

Kemajuan teknologi informasi, telah melahirkan banyak perubahan

mendasar dalam kehidupan manusia saat ini. Ketersediaan informasi yang dapat diakses secara “*instan*” melalui telepon rumah, telepon genggam, televisi, komputer yang terhubung dengan internet, dan berbagai media elektronik, telah menggeser cara manusia bekerja, belajar, mengelola perusahaan, menjalankan pemerintahan, berbelanja ataupun melakukan kegiatan perdagangan.² Kenyataan demikian seringkali disebut sebagai era globalisasi ataupun revolusi informasi, untuk menggambarkan betapa mudahnya berbagai jenis informasi dapat diakses, dicari, dikumpulkan serta dapat dikirimkan dengan cepat tanpa mengenal batas-batas geografis suatu negara.

Dengan perkembangan teknologi informasi dapat meningkatkan kinerja dan memungkinkan berbagai kegiatan dapat dilaksanakan dengan cepat, tepat dan akurat, sehingga akhirnya akan meningkatkan produktivitas. Perkembangan teknologi informasi memperlihatkan berbagai jenis kegiatan yang berbasis pada teknologi ini. Perkembangan teknologi informasi memacu suatu carabaruu dalam kehidupan, dari kehidupan dimulai sampai dengan berakhir, kehidupan seperti ini dikenal dengan *e-life*, artinya kehidupan ini sudah dipengaruhi oleh berbagai kebutuhan secara elektronik. Dan sekarang ini sedang semarak dengan berbagai huruf yang dimulai dengan awalan seperti *e-commerce, e-government, elibrary, e-medicine, e-laboratory, e-biodiversity* dan lainnya yang berbasis elektronika.³

Menurut Ibn Rusyd, problematika hukum yang terjadi di tengah-tengah masyarakat selalu muncul dan tidak terbatas, sementara sumber

normatif-tekstual keagamaan bersifat terbatas. Adalah mustahil sesuatu yang terbatas mampu menghadapi sesuatu yang tidak terbatas. Statemen ibn Rusyd ini mengajak umat Islam untuk selalu berfikir kreatif dan inovatif dalam merespon arus perubahan dengan menghidupkan tradisi ijtihad untuk memastikan bahwa hukum Islam mampu menjawab dan beradaptasi dengan arus perubahan tersebut.⁴ Salah satu arus perubahan yang berjalan dinamis seiring dengan lahirnya revolusi bidang informasi dan telekomunikasi adalah adanya kecenderungan masyarakat dalam melakukan transaksi ekonomi dengan menggunakan media elektronik dalam bentuk transaksi ekonomi yang berbasis *online*.

Dalam teori hukum Islam klasik, pola relasi transaksi ekonomi masih bersifat individual dan tidak bersifat institusional. Sementara realitas sekarang menunjukkan sebaliknya transaksi ekonomi lebih dominan hubungan antara individu dengan lembaga atau lembaga dengan lembaga. Pergeseran model transaksi ekonomi Islam kontemporer ini meniscayakan adanya penyesuaian-penyesuaian konsep akad syariah dengan mengintensifkan kajian-kajian ulang dengan cara melakukan rekonstruksi fiqih ekonomi klasik khususnya terkait dengan konsep rukun-rukun akad.

Kata rukun berasal dari bahasa Arab, *rukn*, yang jamaknya *arkān*, artinya: bagian/sisi dan fondasi. Dikatakan *rukn al-syay'*, berarti *jānib al-aqwā*, sisi yang terkuat dari sesuatu, *rukn al-insān*, berarti kekuatannya.⁵ Dengan demikian, rukun adalah sesuatu yang menentukan tegak atau tidak tegaknya sesuatu dan sah atau tidak sahnya suatu perbuatan. Menurut teori fikih klasik, suatu akad akan bernilai sah/benar jika telah terpenuhi rukun/unsur akad yaitu adanya dua orang yang berakad, barang yang menjadi obyek akad, dan ijab kabul.

Para ulama menetapkan tiga syarat dalam ijab dan kabul yaitu; (1) ijab dan kabul harus jelas maksudnya sehingga dipahami oleh kedua pihak yang melangsungkan akad, (2). Antara ijab dan kabul harus sesuai, (3). Antara ijab dan kabul harus bersambung dan berada berada di tempat yang sama. Bersambungnya akad dapat diketahui dengan adanya sikap saling mengetahui diantara kedua pihak yang melangsungkan akad.⁶

Jika konsep akad ini mejadi acuan dalam menakar keabsahan akad, maka akan banyak problematika hukum. Dengan kecanggihan teknologi informasi dan komunikasi, maka berbagai transaksi terjadi dengan menggunakan media sosial dan transaksi dilakukan secara online. Jual beli *online* merupakan aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan dan informasi yang dilakukan secara elektronik.⁷

Di Indonesia, fenomena transaksi bisnis *online* yang sering disebut *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*. 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.⁸ Melihat bentuknya, *e-commerce* pada dasarnya merupakan model transaksi jual beli, yang dikategorikan sebagai jual beli modern sebagai implikasi dari inovasi teknologi

Transaksi secara *online-commerce* merupakan model perjanjian jual beli dengan karakteristik yang

berbeda dengan model transaksi jual beli biasa, apalagi dengan daya jangkauan yang tidak hanya lokal tapi juga bersifat global.⁶ Situs OLX.co.id (toko bagus.com) hadir pada tahun 2005 dan merupakan pusat jual beli online terbesar di Indonesia yang dikunjungi oleh lebih dari 100.000 pengunjung setiap harinya. Toko bagus juga dapat menjadi *search engine* yang friendly karena bukan hanya pengunjung situs yang dapat menemukan iklan yang dipublikasikan, tetapi juga orang-orang yang mencari produk dan jasa melalui search engine seperti google juga akan menemukan iklan tersebut. OLX.co.id (toko bagus.co) memiliki slogan “Gratis Mudah dan Cepat”⁹

Di kalangan ulama fikih klasik perdebatan teoritis terkait dengan legalitas transaksi jual beli tanpa akad verbal yang disebut dengan *al-ba’iy al-mu’āṭah* telah menghiasi lembaran kitab-kitab fikih. Menurut Ibn Ṣalāh ulama mazhab Syafi’i menyatakan bahwa jual beli dengan akad *mu’āṭah* tidak sah, karena jual beli adalah akad yang harus dinyatakan secara verbalistik (*bi al-lafḍ*). Sedangkan menurut imam Abū Hanīfah jual beli dengan akad *mu’āṭah* adalah sah.¹⁰

Pada bagian lain, ulama mazhab Syafi’i yang lain berpendapat bahwa akad *mu’āṭah* sebagaimana yang telah berjalan sebagai adat kebiasaan dibolehkan. Menurut mereka akad secara *mu’āṭah* kedudukannya sama dengan akad secara verbal karena dapat menunjukkan sikap saling rela dari dua belah pihak yang melakukan akad. Dengan demikian, kebolehan akad *mu’āṭah* ini didasarkan pada *al-‘urf* (kebiasaan) yang telah berlaku di tengah masyarakat.¹¹ Menurut Ibn ‘Abidīn dan al-Kissānī, ulama mazhab Hanafi jual beli *mu’āṭah* adalah jual beli tanpa akad secara verbalistik tetapi hanya ada penyerahan secara fisik dan model jual beli seperti ini dibolehkan.¹²

Fokus tulisan ini ialah untuk mengurai problematika hukum terkait dengan praktik transaksi ekonomi secara online. Terdapat adanya kesenjangan teoritis konsep akad dalam teks-teks fikih mazhab dengan realitas empiris terkait keabsahan secara hukum Islam. Problem teknis akad secara *online* adalah munculnya unsur spekulasi dalam akad terkait dengan subjek akad, majelis akad, objek akad dan kerelaan para pihak yang melakukan akad. Oleh karena itu, tulisan ini dimaksudkan untuk memberikan tawaran konstruksi teoritis terkait ijab kabul akad pada transaksi secara *online* sehingga praktik transaksi ekonomi secara *online* ini memiliki landasan hukum yang argumentatif dan metodologis sebagai ihtiar mencari solusi hukum.

B. Pengertian Transaksi Ekonomi Secara Online

Teknologi informasi sebagai media pemasaran menjadi pilihan bagi banyak pedagang dalam memasarkan produk atau jasa dengan system *e-marketing*. Beberapa alasan yang menyebabkan *e-marketing* kini menjadi pilihan perusahaan maupun pedagang perseorangan adalah kemudahan dan kecepatan dalam memperoleh informasi terhadap produk atau jasa. Bagi perusahaan, *e-marketing* memberikan banyak keuntungan mulai dari memperluas cakupan pasar, menemukan pelanggan potensial di seluruh pelosok dunia hingga meningkatkan *brand image* perusahaan. Sementara itu bagi pelanggan, *e-marketing* memungkinkan proses jual beli produk atau jasa tanpa harus bertatap muka langsung dimana pelanggan dapat menemukan berbagai produk atau jasa yang sesuai pilihannya dengan mudah tanpa harus menghabiskan waktu berkeliling ke berbagai toko (*offline shop*). *E-marketing* merupakan bagian dari *e-business* atau *e-commerce*.¹³

E-commerce adalah singkatan dari kata berbahasa Inggris *electronic commerce*, atau juga dikenal dengan istilah perdagangan elektronik yaitu penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet atau televisi, web, atau jaringan komputer lainnya. *E-commerce* dapat melibatkan transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventori otomatis, dan sistem pengumpulan data otomatis. Industri teknologi informasi melihat kegiatan e-dagang ini sebagai aplikasi dan penerapan dari e-bisnis (*e-business*) yang berkaitan dengan transaksi komersial, seperti: transfer dana secara elektronik, SCM (*supply chain management*), epemasaran (*e-marketing*), atau pemasaran online (*online marketing*), pemrosesan transaksi online (*online transaction processing*), pertukaran data elektronik (*electronic data interchange /EDI*), dan lain-lain

Sedangkan referensi lainnya mendefinisikan *e-commerce* sebagai: "Any form of business transactions in which the parties interact electronically rather than by physical exchange or direct physical contact. Dari kedua definsi tersebut dapat disimpulkan, bahwa aktivitas *e-commerce* adalah suatu aktivitas perniagaan seperti layaknya perniagaan pada umumnya, hanya saja para pihak yang bertransaksi tidak bertemu secara fisik akan tetapi secara elektronik melalui media internet.¹⁴

Dalam jual beli online tidak ada dan tidak terjadi pertemuan langsung antara *merchant* dan *buyer* sehingga proses ijab kabul tidak bisa diikrarkan secara langsung. Dari sisi obyek yang dijual, *buyer* tidak dapat memastikan apakah barang yang akan ia beli ada atau tidak, dan andai kata ada ia tidak dapat langsung memeriksa kondisi barang yang ia maksud. Di lain pihak, *merchant*

tidak pernah memantau apakah orang yang akan membeli barangnya adalah orang yang mukallaf (aqil baligh). Hal lain yang lebih memprihatinkan lagi adalah ternyata beberapa *merchant* tidak mengirimkan barang setelah ia menerima transfer pembayaran uang dari *buyer*. Hal ini biasa terjadi pada orang-orang yang sejak awal membuat toko virtual dengan tujuan menipu calon pembeli.¹⁵

Bisnis model *e-commerce* menjadikan internet sebagai medium utama dalam proses atau mekanisme perdagangan. Dari karakteristik tersebut terlihat jelas bahwa pada dasarnya *e-commerce* merupakan dampak dari perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi. Secara signifikan mengubah cara manusia melakukan interaksi dengan lingkungannya dan memiliki segmentasi penerapan yang luas. Secara garis besar, *e-commerce* diterapkan untuk melaksanakan aktivitas ekonomi *business-to-business*, *business-to-consumer*, dan *consumer-to-consumer*.

C. Ijab Kabul secara Online Perspektif Fiqh

Ulama fikih (fukaha) pada umumnya mendefinisikan akad adalah pertalian antara ijab dan kabul yang dibenarkan oleh syara yang melahirkan akibat hukum terhadap objeknya. Dengan demikian, unsur-unsur akad paling tidak ada tiga yaitu, pertalian ijab dan Kabul, dibenarkan oleh syara dan ketiga lahirnya akibat hukum terhadap objek akad.¹⁶ Ijab dan kabul merupakan perbuatan hukum sebagai simbolisasi pernyataan kehendak para pihak yang melakukan sebuah perjanjian hukum. Oleh karena itu, posisi ijab dan kabul menjadi sangat signifikan dan dapat menentukan legalitas sebuah perjanjian hukum.

Para ulama fikih sebagaimana dikutip oleh Rahmat Syafei merumuskan

definisi akad dengan beragam redaksi.¹⁷ Terdapat definisi akad yang memiliki pengertian relatif jelas dan pada yang disampaikan oleh Wahbah al-Zuhāifi: yaitu :

ارتباط إيجاب بقبول على وجه مشروع
يثبت أثره في محله¹⁸

Perikatan yang yang ditetapkan dengan ijab dan kabul berdasarkan ketentuan hukum syara dan berdampak pada objeknya.

Dengan mendasarkan definisi di atas, dapat dikatakan bahwa suatu akad akan menjadi sah jika telah memenuhi beberapa syarat pokok, yaitu :

Pertama, akad merupakan keterkaitan atau pertemuan ijab dan kabul yang berakibat timbulnya akibat hukum. Ijab adalah penawaran yang diajukan oleh salah satu pihak, dan kabul adalah jawaban persetujuan yang diberikan oleh mitra akad sebagai tanggapan dari penawaran dari pihak yang pertama. Akad tidak terjadi apabila pernyataan kehendak masing-masing pihak tidak terkait satu sama lain karena akad adalah keterkaitan kehendak kedua belah pihak yang tercermin dalam ijab dan kabul.

Kedua: akad merupakan tindakan hukum dua pihak karena akad adalah pertemuan ijab yang merepresentasikan kehendak pihak lain. Tindakan hukum satu pihak, seperti janji memberi hadiah, wasiat, wakaf atau penetapan hak bukanlah akad, karena tindakan-tindakan tersebut tidak merupakan dua pihak dan karenanya tidak memerlukan kabul.

Ketiga: tujuan akad adalah untuk melahirkan suatu akibat hukum. Lebih tegas lagi, tujuan akad adalah maksud bersama yang dituju dan yang hendak diwujudkan oleh para pihak melalui pembuatan akad. Akibat hukum akad

dalam hukum Islam di sebut “*hukum akad*” (*hukm al-‘aqad*).¹⁹

Selanjutnya, terkait dengan legalitas ijab dan kabul, terdapat tiga syarat yang harus dipenuhi agar suatu ijab dan kabul dipandang sah serta memiliki akibat hukum, yakni :

- Jalāl al- ma’na*, yaitu tujuan yang terkandung dalam pernyataan itu jelas.
- Tawaffuq*, yaitu adanya kesesuaian antara ijab dan kabul.
- Jazm al- irādaitain*, antara ijab dan kabul menunjukkan kehendak para pihak secara pasti, tidak ada keraguan sedikitpun, tidak berada dibawah tekanan dan tidak berada dalam keadaan terpaksa.²⁰

Dalam lalu lintas transaksi bisnis dengan menggunakan sistem online, para pihak yang melakukan akad tidak berada dalam satu majelis akad, mungkin tidak saling kenal, objek transaksi juga mungkin belum ada dan pernyataan transaksi (ijab dan kabul) tidak dilakukan secara nyata dengan bahasa verbal. Secara teknis, dalam jual beli online misalnya, penjual dan pembeli melakukan transaksi hanya mengandalkan asas kepercayaan dan kerelaan antara kedua belah pihak.

Dalam perspektif hukum Islam, ijab dan kabul sebagai sebuah perbuatan hukum dinilai sah jika ia telah memenuhi kualifikasi nilai saling rela (*‘an tarāḍin*), karena hakikat ijab dan kabul adalah pernyataan kehendak para pihak yang akan melakukan akad dengan berpijak pada asas konsensualisme yang merupakan landasan pokok dari semua jenis akad-akad muamalah.

Pertalian ijab (pernyataan melakukan ikatan) dengan kabul (pernyataan penerimaan ikatan), sesuai dengan kehendak syariat berimplikasi (hukum) pada objek perikatan. Paling tidak ada tiga hal yang dapat digarisbawahi dalam setiap akad untuk

memastikan validitas suatu akad dengan melihat unsur-unsur akad yaitu:

Pertama, irtibāt ījāb bi kabūl (pertalian antara ijab dan kabul). *Ījāb* adalah pernyataan kehendak oleh satu pihak (*mūjib*) untuk melakukan sesuatu atau tidak melakukan sesuatu. Sedangkan *kabūl* adalah pernyataan menerima atau menyetujui kehendak *mūjib* tersebut oleh pihak lainnya. Ijab dan kabul ini harus ada dalam melaksanakan suatu akad.

Kedua, ‘alā wajh masyrū’ (dibenarkan oleh syarak). Pernyataan ini menunjukkan bahwa pelaksanaan akad, tujuan akad, dan objek akad tidak boleh bertentangan dengan syariah. Jika bertentangan, akan mengakibatkan akad itu tidak sah seperti perikatan yang mengandung riba, atau objek perikatan yang tidak halal menurut syariat.

Ketiga, yašbut al-ašāruh fi mahallih (mempunyai akibat hukum terhadap objeknya). Akad merupakan salah satu bentuk tindakan hukum (*tašarruf al-hukm*). Adanya akad menimbulkan akibat hukum terhadap objek hukum yang diperjanjikan oleh para pihak dan juga memberikan konsekuensi hak dan kewajiban yang mengikat para pihak.²¹

Dalam kaitan dengan ketentuan hukum dalam ijab dan Kabul, para ulama berbeda pendapat. *Pertama*, transaksi hanya sah jika dilakukan dengan pengucapan serah terima secara verbal sebagaimana dinyatakan oleh imam Syafi’i dan satu pendapat dari mazhab Hanbali. *Kedua*, transaksi sah bisa dengan serah terima dengan segala aktifitas yang menunjukkan maksud serah terima. Pendapat ini banyak disampaikan oleh sebagian besar mazhab Hanafi, sebagian madzhab Syafi’i dan Hanbali. *Ketiga*, transaksi dapat diikat dengan segala perkataan atau perbuatan yang dianggap sebagai transaksi baik secara verbal maupun aktifitas apapun yang dipahami oleh

mayarakat sebagai transaksi. Oleh karena itu, tehnik transaksi menjadi sangat beragam. Akan tetapi berbeda halnya dengan akad nikah yang mempersyaratkan pernyataan akad secara verbal. Pendapat ini banyak dikemukakan oleh imam Malik.²²

Dalam konteks jual beli misalnya, jual beli merupakan perbuatan hukum, di mana pelakunya adalah penjual dan pembeli, sementara objeknya adalah sesuatu yang diperjualbelikan. Ketika terjadi transaksi jual beli, maka di sinilah terjadi konsekuensi hukum dan sekaligus melahirkan hak dan kewajiban. Konsekuensi hukumnya adalah perpindahan kepemilikan dari satu pihak kepada pihak lainnya. Sedangkan adanya hak dan kewajiban di mana pihak pertama (penjual) berhak mendapatkan harga jual dan berkewajiban menyerahkan barang, sementara pihak kedua (pembeli) berhak memiliki dan menguasai penuh barang dan berkewajiban menyerahkan harga jual kepada pihak pertama.²³

Transaksi secara *online* tidak lebih sebuah *wasilah* / instrument transaksi bisnis modern yang jika di dialogkan dengan berbagai teori akad mumalah lebih dekat dengan konsep akad *salam* atau akad *salaf*. Transaksi *as-salam* – disebut juga *al-salaf* – seperti halnya model transaksi jual beli lainnya, telah ada bahkan sebelum kedatangan Nabi Muhammad Saw. Hal ini merupakan suatu bentuk keringanan dalam bermuamalah dan memberikan kemudahan kepada manusia dalam berinteraksi dengan sesama, khususnya pada masalah pertukaran harta, seperti halnya jual beli dengan utang. Dalam transaksi *al-salam* tercermin adanya saling tolong menolong yang dapat menguntungkan kedua belah pihak. Pihak pembeli dapat membeli barang dengan harga lebih murah, begitu pula pihak penjual memperoleh

keuntungan dari penerimaan uang lebih cepat dari penyerahan barang. Dengan pembayaran itu berarti didapat tambahan modal yang berguna untuk mengelola dan mengembangkan usahanya.

Dari sisi filsafat hukum, jual beli *online* dapat dibenarkan karena model transaksi ini menjadi bagian dari kebutuhan dan demi kemaslahatan hidup manusia modern dengan mendasarkan kaidah fikih:

الحاجة قد تنزل منزلة الضرورة

Kebutuhan itu terkadang menempati posisi darurat

Dengan mendasarkan pada kaidah di atas, maka kebolehan transaksi sistem *online* mendasarkan pada kebutuhan masyarakat sekarang dengan catatan bahwa jual beli *online* tersebut tidak merugikan salah satu pihak yang berakad.

Adapun kerangka hukum praktik transaksi ekonomi secara *online* didasarkan pada beberapa argumen yuridis:

Pertama, para pihak yang terlibat dalam transaksi secara *online* berprinsip pada asas kerelaan dari semua pihak yang terlibat dalam akad (*'an tarāḍin*) sebagaimana dinyatakan al-Quran surat an-Nisa': 29 dan hadis Nabi saw.: "Sesungguhnya transaksi jual beli itu harus atas dasar kerelaan"

Kedua, jual beli secara *online* dibolehkan jika tidak ada praktik penipuan, kecurangan dan pemalsuan. Praktik bisnis yang curang sangat dikecam dalam Islam sebagaimana dinyatakan oleh al-Quran surat al-Muṭaffifin ayat 1-5 dan al-Anfal ayat 27. Di samping itu, Nabi saw sangat mengecam praktik berbagai kecurangan tersebut dalam segala bentuk dan media bisnisnya dengan sabdanya: "Barang siapa yang melakukan penipuan ia bukan termasuk golongan kami" (HR. Muslim)

Ketiga, prosedur akad *online* tidak mengandung potensi kerugian salah satu pihak dan sesuai dengan adat istiadat / tradisi kebiasaan bisnis yang berlaku (*'urf*) yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah seperti praktik riba dan spekulasi.

Keempat, berdasarkan niat dan itikad yang baik serta menghindarkan kelecikan dan akal-akalan (*moral hazard*) dengan mencari celah hukum dan ketentuan yang seharusnya.

Kelima, tidak dibolehkan melakukan transaksi dengan menggunakan cara, media dan objek transaksi yang diharamkan Islam baik barang maupun jasa seperti; riba (bunga), menimbun, ketidakpastian objek transaksi (*gharar*), makan dan minuman haram, segala hal yang menjurus pelanggaran moral. Jika praktik jual beli online itu memiliki unsur-unsur *gharar*, *maisir* dan riba, maka jual beli secara online tidak sah karena bertentangan dengan kaidah-kaidah syariah.

D. Rekonstruksi konsep Ijab dan Kabul dalam Transaksi ekonomi secara Online

Ijab dan kabul sebagai salah satu unsur pokok dalam setiap transaksi formulasinya mengalami perubahan-perubahan dan bergerak dinamis. Formulasi ijab dan kabul yang primer adalah ijab dan kabul secara verbalistik. Jika tidak dinyatakan secara verbal, maka dengan tulisan, dan jika tidak bisa dengan tulisan maka ijab dan Kabul bisa dengan bahasa isyarat.

Formulasi ijab dan kabul di atas sesungguhnya adalah dimensi instrumental. Sedangkan dimensi substantif dari ijab dan kabul adalah adanya kerelaan dua pihak yang melakukan ijab dan kabul atas dasar asas konsensualisme (*'an tarāḍin*). Sebagai sebuah dimensi instrumental, maka formula ijab dan kabul bisa bergerak

dinamis dan selalu beradaptasi dengan pergerakan perubahan sosial.

Dalam konteks kehidupan zaman modern sekarang ini, ummat Islam dituntut untuk menerjemahkan berbagai ajaran Islam secara rasional terutama yang berkaitan dengan kehidupan sosial. Menurut Muhammad Azhar, ada tiga hal yang mendorong perlunya proses rasionalisasi hukum Islam yaitu 1). munculnya berbagai sistem kelembagaan maupun *nation state* yang menuntut adanya interpretasi modern; 2). Upaya penegakkan demokrasi ; 3). upaya menjawab tantangan problematika sosial.²⁴

Menurut Ibn Rusyd, sebagaimana dikutip oleh Nur Fatoni, menyatakan bahwa setiap kegiatan *mu'amalah* yang melibatkan dua belah pihak, memiliki tiga kemungkinan. 1). Pertukaran barang dengan barang. 2). Pertukaran barang dengan sesuatu dalam tanggungan. 3). Sesuatu dalam tanggungan dengan sesuatu dalam tanggungan. Ketiga kemungkinan tersebut adakalanya dilakukan secara kontan dan adakalanya dilakukan secara tangguh. Adakalanya kontan oleh kedua belah pihak, adakalanya tangguh oleh kedua belah pihak, adakalanya kontan oleh satu pihak sedangkan pihak yang lain tangguh. Jual beli barang atau tanggungan yang dilakukan secara tangguh oleh kedua belah pihak tidak diperkenankan berdasarkan *ijma'* ulama, karena termasuk jual beli yang dilarang, yaitu utang ditukar utang.²⁵

Dalam perspektif skema akad muamalah, jual beli secara online bisa dianalogikan dengan akad *salam* (jual beli pesanan). Dalam akad *salam* penjual hanya memberikan informasi kepada pembeli beberapa spesifikasi barang, sementara itu barang sebagai objek akad belum ada.²⁶ Oleh karena itu, agar jual beli secara *online* sah secara hukum Islam, maka dipersyaratkan beberapa hal berikut :

1. Syarat para pihak yang bertransaksi adalah mereka yang sudah memiliki kategori sebagai mukallaf atau sebagai subyek hukum yang penuh yaitu pribadi yang cakap melakukan perbuatan hukum dan cakap pula mempertanggungjawabkan perbuatan hukumnya. Terkait dengan subyek hukum juga patut dipastikan pula bahwa mereka yang menawarkan barang untuk dijualbelikan adalah pemilik dari barang tersebut. Dari point ini para pihak yang berakad perlu melakukan verifikasi faktual dengan para pihak baik yang subyek hukum orang perorang atau badan hukum, tentu dengan sistem / program yang memungkinkan untuk melakukan itu.
2. Syarat objek akad adalah benda yang memiliki syarat boleh / halal dijualbelikan dalam tinjauan syariat. Di samping itu, objek akad adalah benda yang memang sudah ada dan bisa diserahterimakan yang spesifikasinya sesuai dengan yang ditampilkan dilayar *display* dalam internet. Pada point ini perlu dibuat akad *khiyar* sebagai antisipasi jika barang yang dikirim tidak sesuai dengan spesifikasi dalam pesanan. Jika ini dilakukan maka pembeli bisa memiliki hak *return* atau hak *iqalah* yaitu mengembalikan barang jika terjadi wan prestasi dalam pengiriman barang.
3. Berkaitan dengan teknis ijab kabul dalam transaksi online ini, perlu ditegaskan syarat-syarat ijab dan kabul yaitu ; *pertama*, *Jalāl- ma'na*, yaitu tujuan yang terkandung dalam pernyataan itu jelas., *kedua*, *tawaffuq*, yaitu adanya kesesuaian antara ijab dan kabul., *ketiga* *jazm al-irādatain*, antara ijab dan kabul menunjukkan kehendak para pihak secara pasti, tidak ada keraguan sedikitpun, tidak

berada dibawah tekanan dan tidak berada dalam keadaan terpaksa

Konstruksi akad bisnis secara online di Indonesia telah dirumuskan tehnisnya oleh Majelis Ulama Indonesia melalui keputusan Dewan Syariah Nasional (DSN). Fatwa tentang jual beli *salam* dicantumkan pada fatwa nomor: 05/DSN MUI/IV/2000. Fatwa ini memuat enam ketentuan.

1. Ketentuan tentang pembayaran
 - a. Alat bayar harus diketahui jumlah dan bentuknya, baik berupa uang, barang atau manfaat.
 - b. Pembayaran harus dilakukan pada saat kontrak disepakati
 - c. Pembayaran tidak boleh dalam bentuk pembebasan utang.
2. Ketentuan tentang barang
 - a. Harus jelas ciri-cirinya
 - b. Harus dapat dijelaskan spesifikasinya.
 - c. Penyerahannya dilakukan kemudian
 - d. Waktu dan tempat penyerahan barang harus ditetapkan berdasarkan kesepakatan.
 - e. Pembeli tidak boleh menjual barang sebelum menerimanya.
 - f. Tidak boleh menukar barang, kecuali dengan barang sejenis sesuai kesepakatan.
3. Ketentuan tentang salam paralel. Dibolehkan melakukan salam paralel dengan syarat, akad kedua terpisah dari, dan tidak berkaitan dengan akad pertama.
4. 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.

5. Pembatalan Kontrak:
Pada dasarnya pembatalan *salam* boleh dilakukan, selama tidak merugikan kedua belah pihak.
6. 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 *sadd zari'ah* yaitu menutup lahirnya kemadharatan dengan berpegang pada kaidah fiqh "*dar al-mafāsīd aula min jalb al-mashālih*"²⁷ yang berarti mencegah dampak negative lebih diutamakan daripada menarik kemaslahatan.

E. Penutup

Dari berbagai paparan teoritis dan analisis di atas dapat dirumuskan beberapa kesimpulan :

Pertama, transaksi ekonomi secara online ditinjau dari hukum Islam adalah dibolehkan selama transaksi tersebut memenuhi syarat sahnya akad. Sebagai akad *mumalah* dengan menggunakan teknologimodern, jual beli secara online merupakan problematika hukum Islam kontemporer yang tidak ada sandaran normative-tekstualnya. Oleh karena itu, masalah in termasuk bersifat *ijtihadiah* yang rumusan hukumnya antara satu pendapat ulama dengan ulama lainnya memungkinkan terjadinya perbedaan pandangan.

Perbedaan itu terjadi karena perspektif dan metode istinbat hukum yang digunakan berbeda.

Kedua, landasan metodologis perumusan hukum akad secara online didasarkan pada metode *qiyās* yaitu dengan menganolngikan pada akad *salam* / pesanan yaitu akad pemesanan barang yang barangnya belum diserahterimakan ketika akad berlangsung dan akad itu berlangsung dengan mendasarkan pada penjelasan spesifikasi barang yang jelas pada display barang di internet.

Ketiga, Konstruksi ijab dan kabul dalam tranasksi bisnis *online* mengacu pada konstruk akad *bay' al-salam* dan fatwa DSN MUI dengan tehnik akad yang sangat ketat dengan berpegang pada prinsip kehati-hatian dalam melakukan transaksi *online* untuk menghindari kerugian dengan berpegang pada metode *sadd zarī'ah* yaitu menutup lahirnya kemadharatan dengan berpegang pada kaidah fiqh mencegah dampak negatif lebih didahulukan daripada menarik kemaslahatan.

Catatan akhir:

¹Abd. Salam Arif, "Ushul Fiqh Dalam Kajian Bisnis Kontemporer" dalam *Menggagas Paradigma Ushul Fiqh Kontemporer*, Ainurrofiq (ed.) (Jogjakarta: Ar-Ruzz Press: 2002) hlm. 200-201.

²Yuhefizar, *Tutorial Windows dan Internet* (Ilmu komputer.com, 2003), hlm. 11

³Erhans Anggawirya, *Internet "Sekarang Belajar Sekarang Lancar"* (Jakarta: PT Ercontara Rajawali, 2003), hlm. 9

⁴Abū al-Walīd Muḥammad ibn Aḥmad Ibn Rusyd al-Qurṭūbī, *Bidayah al-Mujtahid fi Nihāyah al-Muqtaṣid* (Kairo: Dār al-Hadīṣ, 2004), I: 91.

⁵Ibn Manzūr, *Lisān al-'Arab* (Bairūt: Dar Ṣādir, 2005), V: 218.

⁶Rahmat Syafei, *Fiqh Muamalah* (Pustaka Setia: Bandung, 2001), hal. 51-52. Bandingkan dengan, Wahbah al-Zuhāīfī, *al-Fiqh al-Islāmī wa Adillatuh* (Bairūt: Dār al-Fikr, t.t.), hlm. 94-95.

⁷Ahliwan Ardhinata dan Sunan Fanani, "Keridhaan (Antaradhin) dalam Jual Beli Online", *JESTT*, Vol. 2 No. 1 Januari 2015, hlm. 50.

⁸Syarif Hidayatullah, *Islam Virtual* (Jakarta: Miftah, 2003), hlm. 10

⁹Ranto Hediāna & Ahmad Dasuki Aly, "Transaksi Jual Beli Online Perspektif Hukum Islam", Dalam *al-Mustashfa*, Vol. 3, No. 2, 2015. hlm. 43

¹⁰Ibn al-Ṣalāḥ, *Fatāwā Ibn al-Ṣalāḥ juz 2* (Bairūt: Maktabah al-Ulūm wa al-Hikam, 1407 H), hal. 606. Bandingkan juga dengan, Abū al-Khair Ibn Salim al-Umrāni, *al-Bayān fi Mazhab al-Imam al-Syāfi'i* (Jiddah: Dār al-Minhāj, 2000), V: 12.

¹¹Mustafā al-Khinm dan Mustafā al-Bagā, *al-Fiqh al-Manhajī alā Mazhab al-Imām al-Syāfi'i* (Damaskus: Dār al-Qalam, 1992), VI: 139.

¹²Abd al-Aziz 'Abidīn al-Dimasqī, *Radd al-Mukhtār alā Dur al-Mukhtār* (Bairūt: Dār al-Fikr, 1992), IV: 525. Lihat pula, Alauddin al-Kissānī, *Bada'i al-Shinā'i fi Tartīb al-Syara'i* (Bairūt: Dār al-Kutub al-Ilmiyah, 1986), V: 158.

¹³Rodame Monitorir Napitupulu, "Pandangan Islam Terhadap Jual Beli Online" dalam *At-Tijarah*, Vol. 1, No.2, Juli-Desember 2015.

¹⁴Gemala Dewi, dkk, *Hukum Perikatan Islam Indonesia*, (Jakarta: Prenada Media, 2005), hlm. 200-201.

¹⁵Yulia Kurniaty, Heni Hendrawati, "Jual Beli Online Dalam Perspektif Hukum Islam", dalam *Jurnal Transformasi*, Vol. 11, No.1, 2015.

¹⁶Gemala Dewi, Widyaningsih dan Yeni Salma Barlinti, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2005), hlm. 46-48.

¹⁷Rahmat Syafei, *Fiqh Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2001), hlm. 44.

¹⁸Wahbah al-Zuhāīfī, *al-Fiqh al-Islāmī wa Adillatuh* (Damaskus: Dār al-Hutub al-Ilmiyah, t.t.), VI: 918.

¹⁹Syamsul Anwar, *Hukum Perjanjian Syari'ah: Studi tentang Teori Akad dalam Fikih Muamalah* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), hlm.18.

²⁰Yulia Kurniaty, Heni Hendrawati, "Jual Beli Online Dalam Perspektif Hukum Islam", dalam *Jurnal Transformasi*, Vol.11, No.1, 2015.

²¹Abdurrauf, “Penerapan Teori Akad Pada Perbankan Syariah”, dalam *Al-Iqtishad*: Vol. IV, No. 1, Januari 2012

²² Abdullah Abdul Husain at-Tariqi, *Ekonomi Islam: Prinsip, Dasar dan Tujuan*, terj. M. Irfan Shofwani (Yogyakarta: Magistra Insania Press, 2004), hlm. 248.

²³Abdurrauf, “Penerapan Teori Akad Pada Perbankan Syariah”, dalam *Al-Iqtishad*: Vol. IV, No. 1, Januari 2012.

²⁴Muhammad Azhar, *Fiqh Kontemporer Dalam Pandangan Neomodernisme Islam*, (Jogjakarta: Pustaka Pelajar, 1996) hal. 61.

²⁵Nur Fathoni, “Konsep Jual Beli dalam Fatwa DSN-MUI”, *Economica*, dalam *Volume IV/ Edisi 1/Mei 2013*

²⁶ Gemala Dewi, dkk, *Hukum Perikatan Islam Indonesia* (Jakarta: Prenada Media, 2005), hlm. 204-205.

²⁷ Ibrahim ibn Musa al-Syāthibi, *al-Muwāfaqāt juz 1* (Bairut: Dār al-Ma’rifat, T.tp), hal. 195. Lihat pula, Abdurahman ibn Abi Bakar al-Suyūthi, *al-Asybah wa al-Nadhāir* (Bairūt: Dār al-Kutub al-Ilmiyyah, 1403), hlm. 87.

DAFTAR PUSTAKA

Abdurrauf. “Penerapan Teori Akad Pada Perbankan Syariah”. Dalam *Al-Iqtishad*: Vol. IV, No. 1, Januari 2012.

Anggawirya, E. *Internet “Sekarang Belajar Sekarang Lancar”*. Jakarta: PT Ercontara Rajawali, 2003.

Anwar, Syamsul. *Hukum Perjanjian Syari’ah: Studi tentang Teori Akad dalam Fikih Muamalah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007.

Ardhinata, Ahliwan dan Fanani, Sunan. “Keridhaan (Antaradhin) dalam Jual Beli Online”. Dalam *JESTT* Vol. 2 No. 1 Januari 2015.

Arif, Abd. Salam. “Ushul Fiqh Dalam Kajian Bisnis Kontemporer”. Dalam *Menggagas Paradigma Ushul Fiqh Kontemporer*,

Ainurrofiq (ed). Yogyakarta: Ar-Ruzz Press, 2002.

Ash-Shiddiqie, Hasbi. *Falsafah Hukum Islam*. Jakarta: Bulan Bintang, 1993.

Al-Asqalānī, Ibn Hajar. *Fath al-Bārī Syarh Ṣahīh al-Bukhārī*. Bairūt: Dar al-Ma’rifah, 1379 H.

Al-Bujairami, Muhammad ibn Umar. *Hasyiyah al-Bujairami ala al-Khatib*. Bairūt: Dār al-Fikr, 1995.

Dewi, Gemala dkk. *Hukum Perikatan Islam Indonesia*. Jakarta: Prenada Media, 2005.

Djamil, Fathurahman. *Filsafat Hukum Islam*. Jakarta: Logos, 1999.

Al-Dimasqy, Abd al-Aziz Abidin. *Radd al-Mukhtār ‘alā Dur al-Mukhtār*. Bairūt: Dār al-Fikr, 1992.

Fathoni, Nur. “Konsep Jual Beli dalam Fatwa DSN-MUI”. Dalam *Economica*, Vol. IV Edisi 1 Mei 2013.

Hasan, A. *Pintu Ijtihad Sebelum Tertutup*. Bandung,: PT al-Ma’arif, 1994.

Hediana, Ranto & Ahmad Dasuki Aly. “Transaksi Jual Beli Online Perspektif Hukum Islam”. Dalam *al-Mustashfā* Vol. 3, No. 2, 2015.

Ibn al-Shalah. *Fatawa Ibn al-Shalah*. Bairut: Maktabah al-Ulūm wa al-Hikam, 1407 H.

Ibn Rusyd, Abu al-Walid Muhammad ibn Ahmad. *Bidayah al-Mujtahid fi Nihāyah al-Muqtaṣid*. Bairūt: Dar al-Kutub al-Ilmiyyah, t.t.

Al-Jauziyah, Ibn Qayyim. *I’lām al-Muawāqī’īn ‘an Rabbi al-‘Ālamīn*. Bairūt: Dār al-Fikr, tt.

Kurniaty, Yulia dan Heni Hendrawati, “Jual Beli Online Dalam Perspektif Hukum Islam”. Dalam *Transformasi*, Vol. 11, No. 1, 2015.

Al-Khinn Mustafādan Mustafā al-Bugā. *Al-Fiqh al-Manhajy ala*

- Madzhab Imam al-Syafi'i*.
 Damaskus: Dar al-Qalam, 1992.
- LTN PBNU. *Ahkam al-Fuqaha: Solusi Problematika Aktual Hukum Islam*. Surabaya: Khalista, 2011.
- Napitupulu, Rodame Monitorir. "Pandangan Islam Terhadap Jual Beli Online", dalam *at-Tijarah*, Vol. 1, No. 2, Juli-Desember 2015.
- Al-Ramli, Syihab al-din. *Nihayah al-Muhtaj ila Syarh al-Minhaj*. Bairut: Dar al-Fikr, 1984.
- Syafei, Rahmat. *Fiqh Muamalah*. Pustaka Setia: Bandung, 2001.
- Al-Suyuti, Abdurahman ibn Abi Bakar. *al-Asybah wa al-Naqair*. Bairut: Dar al-Kutub al-Ilmiyyah, 1403.
- Al-Syatihi, Ibrahim ibn Musa. *Al-Muwafaqat*. Bairut: Dar al-Ma'rifat, t.t.
- Al-Tariqi, Abdullah Abdul Husain. *Ekonomi Islam: Prinsip, Dasar dan Tujuan*, alih bahasa M. Irfan Shofwani. Yogyakarta: Magistra Insania Press, 2004.
- Al-Umrani, Abu Khair Ibn Salim. *Al-Bayan fi Mazhab al-Imam al-Syafi'i*. Riyad: Dar al-Minhaj, 2000.
- Uways, Abdul Halim. *Fiqh Statis Dinamis*. Bandung: Pustaka Hidayah, 1998.
- Yahya, Mukhtar dan Fathurrahman. *Dasar-Dasar Pembinaan Hukum Fiqh Islam*. Bandung: PT Al-Ma'arif, 1996.
- Al-Zuhaili, Wahbah. *Al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*. Bairut: Dar al-Fikr, t.t.

