

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Jual Beli

1. Pengertian Jual Beli

Jual beli atau perdagangan dalam bahasa Arab, yaitu *al-Bay'* berarti menjual, mengganti, dan menukar (sesuatu dengan sesuatu yang lain). Kata *al-Bay'* dalam bahasa Arab terkadang digunakan untuk pengertian lawannya, yakni kata *asy-Syira'* (beli). Dengan demikian, maka kata *al-Bay'* berarti “jual”, tetapi sekaligus juga berarti “beli”. Persoalan jual beli dalam fikih Islam dibahas secara luas oleh ulama fikih, sehingga dalam berbagai literatur ditemukan pembahasan dengan topik kitab *al-Buy'* (kitab jual beli) (Dahlan, 1996: 827).

Adapun jual beli menurut terminologi, para ulama berbeda pendapat dalam mendefinisikannya, antara lain:

- a. Menurut Sulaiman Rasjid jual beli adalah menukar sesuatu barang dengan barang lain, dengan cara tertentu (*akad*) (Rasjid, 2010: 278).
- b. Menurut Rachmat Syafe'i beliau memberikan definisi jual beli secara *lughowi* sebagai berikut:

مُقَابَلَةً شَيْئًا بِشَيْئٍ

Tukar menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain (Syafe'I, 2001:73).

- c. Menurut Alu Bassam jual beli adalah tukar-menukar harta dengan harta yang dimaksudkan untuk suatu kepemilikan, yang ditunjukkan dengan perkataan dan perbuatan (Alu Bassam, Abdurrahman, 2002: 667).

2. Jual Beli Mebel *online*

Jual beli adalah pertukaran sesuatu dengan sesuatu yang lain (Syafe'i, 2001:73). Sedangkan jual beli online adalah suatu kegiatan jual beli dimana pembeli dan penjual tidak harus bertemu untuk melakukan negosiasi dan transaksi dan komunikasi yang digunakan oleh penjual dan pembeli bisa melalui alat komunikasi seperti chat, telepon, sms dan lain sebagainya.

8. Dasar Hukum Jual Beli

Pada prinsipnya berusaha dan berikhtiar mencari rizki adalah suatu kewajiban. Namun agama tidaklah mewajibkan memilih satu bidang usaha dan pekerjaan. Setiap orang dapat memilih usaha dan pekerjaan sesuai dengan minat, bakat dan ketrampilan masing-masing. Salah satu usaha yang boleh dipilih adalah perdagangan. Pada prinsipnya jual beli dalam Islam hukumnya adalah halal. Prinsip hukum itu ditegaskan dalam Al Qur'an, Hadits dan Ijma' ulama, diantaranya:

- a. Al Qur'an Surat Al Baqarah ayat 275

﴿ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ﴾

Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba (Departemen Agama RI: 69).

- b. Al Hadits yang Riwayat al-Bazzar Hadits:

عَنْ رِفْعَةَ بْنِ رَافِعٍ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ سُئِلَ أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ ؟
 قَالَ : عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٌ (زَوَاهِدُ الْبَزَّارِ وَصَحَّحَهُ الْحَكِيمُ)

Dari Rifa'ah bin Rafi' berkata bahwa Nabi Muhammad SAW ditanya tentang usaha yang bagaimana pekerjaan yang paling baik?. Nabi menjawab: Pekerjaan seseorang dengan tangannya dan setiap perdagangan yang bersih dari penipuan dan hal-hal yang diharamkan." (HR. Al-Bazzar dan ditashihkan Hakim) (Al'Asqolani, 2013: 202).

Hadits tersebut menerangkan bahwa manusia harus berusaha mencari rizkinya sendiri tanpa bergantung kepada orang lain. Jika usahanya itu berupa jual-beli, maka jual-beli itu harus halal tanpa ada unsur penipuan.

c. *Ijma'* (Kesepakatan *ulama'*)

Dasar kebolehan berjual beli menurut *ijma'* adalah sebagaimana yang telah diterangkan oleh Sayyid Sabiq dalam kitabnya *Fiqh Sunnah*, sebagai berikut:

وقد اجتمع امة على جواز البيع التام من عهد رسول الله صلى الله عليه وسلم إلى يوم هذا

Umat telah sepakat atas kebolehan jual beli, ia adalah transaksi yang sudah berlaku (dibenarkan) sejak zaman Rasulullah saw hingga hari ini (Sayyid Sabiq, 1990: 46).

Berdasarkan dalil-dalil tersebut di atas, maka jelaslah bahwa hukum jual beli adalah *jaiz* (boleh) akan tetapi di sana tidak menutup kemungkinan pada perubahan status hukum jual beli itu sendiri, seperti *makruh*, *haram*, *sunnah*, semua tergantung pada terpenuhinya rukun dan syarat jual beli.

9. Rukun Jual Beli

Menurut jumhur ulama' rukun jual beli itu ada 4, yaitu: Penjual, pembeli, *shighat*, dan *ma'qud 'alaih* (objek *akad*) (Muslich, 2010:173). Menurut Abdur Rahman Al-Jaziri dalam kitabnya menyebutkan rukun jual beli ada 6.

أركان البيع ستة: صيغة، وعاقدة، ومعقود عليه، وكل منهما قسمان: لأن القاعد إما أن يكون بائعاً أو مشترياً، والمعقود عليه إما أن يكون ثمناً أو مئماً، والصيغة إما أن يكون إيجاباً أو قبولاً.

Rukun Jual Beli ada 6: *Shighat*, '*Aqid*, dan *Ma'qud 'Alaih*, dan setiap darinya dua bagian: karena pada '*Aqid* yaitu Penjual atau pembeli, dan *ma'qud 'alaih* yaitu uang untuk membeli atau barang yang dibeli, dan *shighat* yaitu *ijab* dan *qabul* (Al-Jaziri, 2003:141).

Dari pernyataan diatas dapat di fahami bahwasanya rukun jual beli secara umum ada 3 yaitu *Shighat*, '*Aqid* dan *Ma'qud 'Alaih* tetapi dalam hakikatnya rukun jual beli ada enam karena setiap rukun yang tiga diatas terkandung dua bagian.

a. *Ijab* dan *Qobul*

1) Pengertian *Ijab* dan *Qobul*

Pengertian *Ijab* menurut Hanafiyah adalah menetapkan perbuatan yang khusus yang menunjukkan kerelaan, yang timbul pertama dari salah satu pihak yang melakukan *akad*. Sedangkan *qabul* adalah pernyataan yang disebutkan kedua dari pembicaraan salah satu pihak yang melakukan *akad*.

Menurut Abi Yahya Zakariya Al-Anshori, *Ijab* adalah:

إِجَابٌ وَهُوَ مَا يَدُلُّ عَلَى التَّمْلِيكِ السَّابِقِ دَلَالَةً ظَاهِرَةً

Sesuatu yang menunjukkan atas pemberian kepemilikan dengan ungkapan yang jelas.

Sedang *Qabul* adalah:

قَبُولٌ وَهُوَ مَا يَدُلُّ عَلَى التَّمْلِكِ السَّابِقِ كَذَلِكَ

Qabul adalah sesuatu yang menunjukkan atas penerimaan dengan ungkapan yang jelas. (Al-Anshori, tt:157).

2) *Shighat Ijab dan Qabul*

Shighat akad adalah bentuk ungkapan dari ijab dan qabul apabila akadnya akad *iltizam* yang dilakukan oleh dua pihak, atau ijab saja apabila akadnya akad *iltizam* yang dilakukan oleh satu pihak.

Menurut Hanafiah, akad jual beli hukumnya sah dengan menggunakan *shighat fi'il madhi*, seperti: (saya jual), dan *اِشْتَرَيْتُ* (saya beli), dan dengan shighat sekarang (*mudhari'*) disertai dengan niat, seperti *أَبِيعُ* (akan saya jual), dan (akan saya beli) (Ahmad Wardi Muslich, 2010: 182).

Menurut Malikiyah, Syafi'iyah dan Hanabilah, baik akad jual beli maupun akad nikah, hukunya sah dengan menggunakan lafal *Istid'a'* (*amar* atau *Istifham*). Karena yang terpenting dalam akad jual beli itu adalah kerelaan (Muslich, 2010: 183)

Hal ini didasarkan pada hadits Rasulullah saw Bersabda:

إِنَّمَا الْبَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ

Sesungguhnya jual beli itu harus atas dasar kerelaan (As-Sayuthi, 2006:153).

Jadi para ulama telah sepakat bahwa penggunaannya untuk terwujudnya suatu akad adalah timbulnya sikap yang menunjukkan

kerelaan atau persetujuan kedua belah pihak untuk merealisasikan kewajiban diantara mereka, yang oleh para ulama disebut *shighat akad*.

3) Sifat Ijab dan Qabul

Menurut Hanafiah, Malikiyah, dan tujuh fuqaha Madinah dari kalangan *tabi'in*, menyatakan bahwa transaksi jual beli adalah syah ketika ijab dan qabul selesai dinyatakan. Hal tersebut dikarenakan akad jual beli merupakan akad mu'awadhah, yang langsung mengikad kedua pihak yang melakukan akad menyatakan ijab dan qabul-nya, tanpa memerlukan *khيار majelis*.

Menurut syafi'iyah, Hanabilah, Sufyan Ats-Tsauri dan Ishak, apabila akad telah terjadi dengan bertemunya ijab dan qabul, maka akad menjadi jaiz (boleh), yakni tidak mengikat selama para pihak masih berada di majelis akad. Masing-masing pihak boleh melakukan *khيار* (memilih) antara membatalkan jual beli atau meneruskannya, selama keduanya masih berkumpul dan belum berpisah (Muslich, 2010:185).

Hal ini sesuai dengan hadits Nabi saw dari Abdullah ibnu al-Harits dari Hakim ibnu hizam bahwa Nabi bersabda:

الْبَيْعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا، فَإِنْ صَدَقَا وَبَيَّنَّا بُورِكَ لَهُمَا فِي بَيْعِهِمَا، وَإِنْ كَتَمَا وَكَذَبَا مُجِئَتْ بَرَكَةٌ بَيْعِهِمَا

Penjual dan pembeli boleh melakukan *khيار* selagi keduanya belum berpisah. Apabila keduanya benar (jujur) dan jelas maka keduanya diberi keberkahan dalam jual beli mereka. Tetapi apabila mereka berdua berbohong dan merahasiakan maka akan dihapus keberkahan jual beli mereka berdua. (HR. Bukhari dan muslim (as-Sayuthi, 2006: 193).

Yang dimaksud “berpisah” dalam hadits diatas yaitu berpisah secara fisik (badan), bukan berpisah dengan ucapan misal karena banyaknya pembeli sehingga harus melayani yang lainnya.

b. *‘Aqid* (Penjual dan Pembeli)

Rukun jual beli yang kedua adalah *‘aqid* atau orang yang melakukan akad, yaitu penjual () dan pembeli. Secara umum, penjual () dan pembeli harus orang yang memiliki *ahliyah* (kecakapan) dan wilayah (kekuasaan) (Muslich, 2010: 186).

Adapun syarat-syarat antara penjual dan pembeli adalah:

- 1) Berakal, Tidak sah jual beli orang gila.
- 2) Dengan kehendak sendiri; Tidak sah jual beli orang yang dipaksa dengan tidak benar.
- 3) Keadaannya tidak *mubadzir* (pemborosan) karena harta orang yang *mubazzir* (pemborosan/bodoh) itu ditangan walinya.
- 4) *Baligh*, tidak sah jual beli anak-anak (Rifa’I, 1978:404).

c. *Ma’qud ‘Alaih* (Objek Akad Jual Beli)

Ma’qud ‘alaih atau objek akad jual beli adalah barang yang dijual (*mabi’*) dan harga atau uang (*tsaman*).

10. Syarat-Syarat Jual Beli

Ada 4 syarat yang harus dipenuhi dalam akad jual beli, yaitu :

a. Syarat *in’iqad* (terjadinya akad)

Syarat *in’iqad* adalah syarat harus terpenuhi agar akad jual beli dipengguna ng sah menurut *syara’*. Apabila syarat ini tidak dipenuhi, maka

akad jual beli menjadi batal. Hanafiah mengemukakan empat macam syarat untuk keabsahan jual beli:

1) Syarat berkaitan dengan 'aqid (orang yang melakukan *akad*)

Syarat untuk 'aqid yaitu penjual dan pembeli ada dua : 'Aqid harus berakal yakni *mumayyiz*. Maka tidak sah akad yang dilakukan oleh orang gila, dan anak yang belum berakal (belum *mumayyiz*).

'Aqid (orang yang melakukan akad) harus berbilang (tidak sendirian). Dengan demikian, akad yang dilakukan oleh satu orang yang mewakili dua pihak hukumnya tidak sah, kecuali apabila dilakukan oleh ayang yang membeli barang dari anaknya yang masih di bawah umur dengan harga pasaran.hal ini oleh karena dalam jual beli terdapat dua hak yang berlawanan, yaitu menerima dan menyerahkan.

2) Syarat berkaitan dengan akad (*ijab* dan *qabul*)

Syarat akad yang sangat penting adalah bahwa qabul harus sesuai dengan *ijab*, dalam arti pembeli menerima apa yang di-ijabkan (dinyatakan) oleh penjual. Apabila terjadi perbedaan antara *ijab* dan qabul, misalnya pembeli menerima barang yang tidak sesuai dengan yang dinyatakan oleh penjual, maka akad jual beli tidak sah (Rifa'I,1978). :404).

3) Syarat berkaitan dengan tempat akad

Ijab dan qabul harus terjadi dalam satu majelis. Apabila *ijab* dan *qabul* berbeda majelisnya, maka akad jual beli tidak sah.

4) Syarat yang berkaitan dengan objek akad (*ma'qud 'alaih*)

Syarat yang dipenuhi oleh objek akad (*ma'qud 'alaih*) adalah : ·
 Barang yang dijual harus maujud (ada). Oleh karena itu, tidak sah jual beli barang yang tidak ada (*ma'dum*) atau dikhawatirkan tidak ada. Seperti jual beli anak unta yang masih dalam kandungan, atau jual beli buahbuahan yang belum tampak. ·

Barang yang dijual harus *mal mutaqawwim* yaitu barang yang bisa dikuasai secara langsung dan boleh diambil manfaatnya dalam keadaan *ikhtiyar*. Dengan demikian, tidak sah jual beli mal yang *ghair mutaqawwim*, seperti babi, darah, dan bangkai. · Barang yang dijual harus barang yang sudah dimiliki. Dengan demikian, tidak sah menjual barang yang belum dimiliki oleh seseorang, seperti rumput meskipun tumbuh di tanah milik perseorangan dan kayu bakar. · Barang yang dijual harus bisa diserahkan pada saat dilakukannya akad jual beli. Dengan demikian, tidak sah menjual barang yang tidak bisa diserahkan, walaupun barang tersebut milik si penjual, seperti kerbau yang hilang, burung di udara, dan ikan di laut (Rifa'I,1978: 189).

b. Syarat sah akad jual beli

Syarat sah ini terbagi kepada dua bagian, yaitu syarat umum dan syarat khusus. Syarat umum adalah syarat yang harus ada pada setiap jenis jual beli agar jual beli tersebut dianggap sah menurut syara'. Secara global akad jual beli harus terhindar dari enam macam 'aib yaitu: Ketidakjelasan (*jahalah*), pamaksaan (*al-ikrah*), pembatasan dengan waktu (*at-tauqit*),

penipuan (*gharar*), pemudaran (*dharar*), syarat-syarat yang merusak (Muslich, 2010: 190).

1) Ketidakjelasan (*Al-Jahalah*)

Yang dimaksud disini adalah ketidakjelasan yang serius yang mendatangkan perselisihan yang sulit untuk diselesaikan. Ketidakjelasan ini ada empat macam, yaitu: Ketidakjelasan dalam barang yang dijual, baik jenisnya, macamnya, atau kadarnya menurut pengguna pembeli, Ketidakjelasan harga, Ketidakjelasan masa (*tempo*), seperti dalam harga yang diangsur, atau dalam khiyar syarat. Dalam hal ini waktu harus jelas, apabila tidak jelas maka akad menjadi batal. Ketidakjelasan dalam langkah-langkah penjaminan. Misalnya penjual mensyaratkan diajukannya seorang *kafil* (penjamin). Dalam hal ini penjamin tersebut harus jelas. Apabila tidak jelas maka akad jual menjadi batal (Muslich, 2010: 191).

2) Pemaksaan (*Al-Ikrah*)

Pengertian pemaksaan adalah mendorong orang lain (yang dipaksa) untuk melakukan suatu perbuatan yang tidak disukainya. Paksaan ini ada dua macam: · Pemaksaan absolut, yaitu Pemaksaan dengan ancaman yang sangat berat, seperti akan dibunuh, atau dipotong anggota badannya. Pemaksaan relatif, yaitu paksaan dengan ancaman yang lebih ringan, seperti dipukul. Kedua ancaman tersebut mempunyai pengaruh terhadap jual beli, yakni menjadikannya jual beli yang rusak menurut jumhur Hanafiah, dan *mauquf* menurut Zufar (Muslich, 2010: 191).

3) Pembatasan dengan waktu (*At-Tauqit*)

Yaitu jual beli dengan pembatasan waktunya. Seperti: “Saya jual baju ini kepadamu untuk selama satu bulan atau satu tahun”. Jual beli semacam ini hukumnya fasid, karena kepemilikan atas suatu barang, tidak bisa dibatasi waktunya (Muslich, 2010: 192).

4) Penipuan (*Al-Gharar*)

Yang dimaksud disini adalah *gharar* (penipuan) dalam sifat barang. *Gharar* adalah sesuatu yang tidak diketahui akibatnya, dari sisi ada dan tidak ada (As-Sayyid Salim, 2007: 487). Seperti: seseorang menjual sapi dengan pernyataan bahwa sapi itu air susunya sehari sepuluh liter, padahal kenyataannya paling banyak dua liter. Akan tetapi, apabila ia menjualnya dengan pernyataan bahwa air susunya lumayan banyak tanpa menyebutkan kadarnya maka termasuk syarat yang shahih. Akan tetapi, apabila *gharar* (penipuan) pada wujud (adanya) barang maka ini membatalkan jual beli (Muslich, 2010: 192).

5) Kemudaratan (*Ad-Dharar*)

Kemudaratan ini terjadi apabila penyerahan barang yang dijual tidak mungkin dilakukan kecuali dengan memasukkan kemudaratan kepada penjual, dalam barang selain objek akad. Seperti seseorang menjual baju (kain) satu meter, yang tidak bisa dibagi dua. Dalam pelaksanaannya terpaksa baju (kain) tersebut dipotong, walaupun hal itu merugikan penjual. Dikarenakan kerusakan ini untuk menjaga hak perorangan, bukan hak syara' maka para fuqaha menetapkan, apabila

penjual melaksanakan kemudahan atas dirinya, dengan cara memotong baju (kain) dan menyerahkannya kepada pembeli maka akad berubah menjadi shahih (Muslich, 2010: 192).

6) Syarat-syarat yang merusak transaksi jual-beli.

Yaitu setiap syarat yang ada manfaatnya bagi salah satu pihak yang bertransaksi, tetapi syarat tersebut tidak ada dalam *syara'* dan adat kebiasaan, atau tidak dikehendaki oleh *akad*, atau tidak selaras dengan tujuan *akad*. Seperti seseorang menjual mobil dengan syarat ia (penjual) akan menggunakannya selama satu bulan setelah terjadinya *akad* jual beli, atau seseorang menjual rumah dengan syarat ia (penjual) boleh tinggal di rumah itu selama masa tertentu setelah terjadinya akad jual beli. Syarat yang fasid apabila terdapat dalam akad *mu'awadhah maliyah*, seperti jual beli, atau ijarah, akan menyebabkan akadnya rusak, tetapi tidak dalam akad-akad yang lain, seperti akad *tabarru'* (hibah dan wasiat) dan akad nikah. Dalam akad ini syarat yang rusak tersebut tidak berpengaruh sehingga akadnya tetap sah.

Adapun syarat-syarat khusus yang berlaku untuk beberapa jenis jual beli adalah sebagai berikut: · Barang harus diterima. Dalam jual beli benda bergerak (*manqulat*), untuk keabsahannya disyaratkan barang harus diterima dari penjual yang pertama, karena sering terjadi barang bergerak itu sebelum diterima sudah rusak terlebih dahulu, sehingga oleh karenanya dalam penjualan yang kedua terjadi *gharar* (penipuan) sebelum barang diterima. Untuk benda-benda tetap (*aqar*) menurut Abu

Hanifah dan Abu Yusuf boleh dijual sebelum barang diterima. Mengetahui harga pertama apabila jual belinya berbentuk *murabahah*, *tauliyah*, *wadhiah*, atau *isyarak*. Saling menerima (*taqabudh*) penukaran, sebelum berpisah, apabila jual belinya jual beli *sharf* (uang). Dipenuhinya syarat-syarat salam, apabila jual belinya jual beli salam (pesanan). Harus sama dalam penukaran, apabila barangnya barang ribawi. Harus diterima dalam utang piutang yang ada dalam perjanjian, seperti muslim fih dan modal salam, dan menjual sesuatu dengan utang kepada selain penjual (Muslich, 2010: 193).

c. Syarat Kelangsungan

Jual Beli (Syarat *Nafadz*) Untuk kelangsungan jual beli diperlukan dua syarat sebagai berikut:

1) Kepemilikan atau Kekuasaan

Pengertian kepemilikan atau hak milik sebagaimana telah dijelaskan dalam uraian yang lalu adalah menguasai sesuatu dan mampu men-tasarruf-kannya sendiri, karena tidak ada penghalang yang ditetapkan oleh syara'. Sedangkan wilayah atau kekuasaan adalah kewenangan yang diberikan oleh syara' sehingga dengan adanya kewenangan itu maka akad yang dilakukannya hukumnya sah dan dapat dilangsungkan.

2) Pada benda yang dijual (*mabi'*) tidak terdapat hak orang lain.

Apabila di dalam barang yang dijadikan objek jual beli itu terdapat hak orang lain, maka akadnya mauquf dan tidak bisa dilangsungkan.

Oleh karena itu, tidak *nafidz* (dilangsungkan) jual beli yang dilakukan oleh orang yang menggadaikan terhadap barang yang sedang digadaikan, dan juga oleh orang yang menyewakan terhadap rumah yang sedang disewakan, melainkan jual belinya mauquf menunggu persetujuan murtahin (penggadai), dan *musta'jir* (penyewa). Dilihat dari segi syarat *nafadz* ini, jual beli dapat dibagi menjadi dua yaitu:

- (a) Jual beli *nafidz* (bisa dilangsungkan), yaitu jual beli yang rukunnya syarat in'iqad dan syarat *nafadz*-nya terpenuhi.
- (b) jual beli mauquf (ditangguhkan), yaitu jual beli yang rukunnya dan syarat *in'iqad*-nya terpenuhi, tetapi syarat *nafadz*-nya tidak terpenuhi.

d. Syarat Mengikatnya Jual Beli (Syarat *Luzum*)

Untuk mengikatnya (*luzum*-nya) jual beli disyaratkan akad jual beli terbebas dari salah satu jenis khiyar yang membolehkan kepada salah satu pihak untuk membatalkan akad jual beli, seperti *khiyar* syarat, *khiyar ru'yah*, dan *khiyar 'aib*. Apabila didala akad jual beli terdapat salah satu dari jenis khiar ini maka akad tersebut tidak mengikat kepada orang yang memiliki hak *khiyar*, sehingga ia berhak membatalkan jual beli atau meneruskan atau menerimanya.

Ada beberapa pendapat tentang syarat yang harus dipenuhi dalam akad jual beli : Menurut Syafi'iyah terdapat 22 syarat (a) 'Aqid harus memiliki sifat *ar-rusyid* (cerdas), yakni baligh dan berakal. (b) Tidak ada paksaan tanpa hak. (c) Islamnya pembeli dalam pembelian mushhaf dan sebagainya, seperti hadis, fiqh, dan lain-lain. (d) Pembeli bukan kafir harbi

dalam pembelian alat perlengkapan perang yang digunakan untuk memerang kaum muslimin. (e) Para pihak mengungkapkan khithab-nya kepada temannya, bukan ditunjukkan kepada orang lain, seperti (saya jual kepadamu). (f) *Khithab* menggunakan jumlah (kalimat) *mukhathab*. (g) *Qabul* diucapkan oleh orang yang langsung mendengar *ijab*. (h) Orang yang memulai pembicaraan hendaknya menyebutkan harga dan barang. (i) Penjual dan pembeli menghendaki dengan sungguh-sungguh arti kata-kata yang diucapkan. (j) Kecakapan (*ahliyah*) penjual dan pembeli harus tetap ada sampai selesainya *qabul*. (k) Antara *ijab* dan *qabul* tidak boleh terpisah dengan waktu yang lama. (l) *Ijab* dan *qabul* tidak boleh diselingi dengan pembicaraan dengan orang lain. (m) Orang yang mengatakan *ijab* tidak boleh mengubah pembicaraannya sebelum pihak lain menyatakan *qabul*. (n) Para pihak yang melakukan akad jual beli harus mendengarkan ucapan pihak lainnya. (o) *Ijab* dan *qabul* harus benar-benar sesuai dan tidak boleh berbeda. (p) *Sighat ijab* dan *qabul* tidak boleh dikaitkan dengan sesuatu yang tidak dikehendaki oleh akad. (q) *Akad* jual beli tidak boleh dibatasi dengan waktu. (r) *Ma'qud 'alaih* (objek *akad*) harus suci. (s) Objek *akad* harus bermanfaat menurut syara' (t) Objek *akad* harus barang yang bisa diserahkan. (u) Objek *akad* harus dimiliki oleh 'aqid, atau ia memperoleh kekuasaan (wilayah). (v) *Ma'qud 'alaih* harus diketahui oleh para pihak yang melakukan akad, baik bendanya, kadarnya, maupun sifatnya (Muslich, 2010: 200).

11. Jual Beli Sistem Online

a. Pengertian Jual Beli Sistem Online

Tehnologi internet mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap perekonomian dunia. Internet membawa perekonomian dunia memasuki babak baru yang lebih populer dengan istilah digital *economics* atau perekonomian digital. Makin banyak kegiatan perekonomian dilakukan melalui media internet. Misalnya, semakin banyak menggunakan jual beli sistem online (*e-commerce*) sebagai media transaksi (Ustadiyanto, 2001:11)

E-commerce pada dasarnya merupakan suatu kontak transaksi perdagangan antara penjual dan pembeli dengan menggunakan media internet jadi proses pemesanan barang, pembayaran transaksi hingga pengiriman barang dikomunikasikan melalui internet (Ustadiyanto, 2001:11)

E-commerce juga dapat diartikan sebagai suatu proses berbisnis dengan memakai teknologi elektronik yang menghubungkan antara perusahaan, konsumen dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik dan pertukaran/penjualan barang, servis, dan informasi secara elektronik (Fuady, tth: 407).

Elektronik *commerce* atau disingkat dengan *E-commerce* adalah kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (*consumers*), manufactur (manufaktur), *services providers* dan pedagang perantara (*intermediateries*) dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer (*computer network*) yaitu internet. Pengguna an sarana internet merupakan

suatu kemajuan teknologi yang dapat dikatakan menunjang secara keseluruhan spektrum kegiatan komersial. (Barakatullah dan Prasetyo, tth: 10).

Julian Ding mendefinisikan E-commerce yaitu:

“Eelctronic commerce or E-commerce as it also known, is a commercial trnsaction betwee avendor and purchaser or perties in similar contractual relationship for the supply of goods, services or acquisiton of “rights”. This commerrcial trnsactiaon is executed or entered into elektronik medium (or digital medium) where the physical presence of parties is not required, and medium exist in a public netwoark or systrem as opposed to private network (closed system). The public network system must considered on open system (e,g the internet or word wide web). The transaction concluded regardless of nasional baundaries or local requirement”. [http:// www.capella.co.id/e-commerce/info.html](http://www.capella.co.id/e-commerce/info.html). accessed mei 30.2003.

Dalam pengertian ini *e-commers* merupakan suatu transaksi komersial yang dilakukan antara penjual dan pembeli atau dengan pihak lain dalam hubungan perjanjian yang sama untuk mengirimkan sejumlah barang, pelayanan atau peralihan hak. Transaksi komersial ini terdapat dalam media elektronik (*media digital*) yang secara fisik tidak memerlukan pertemuan para pihak yang bertraksaksi, dan keberadaan media ini dalam *public networking* atas sistem yang berlawanan dengan *private network* (sistem tertutup).

Istilah *E-commerce* yang didefenisikan oleh Juolian Ding merupakan suatu transaksi komersial yang dilakukan antara penjual dan pembeli atau dengan pihak lain dalam hubungan perjanjian yang sama untuk mengirimkan sejumlah barang, pelayanan, atau peralihan hak. Transaksi komersial ini terdapat didalam elektronik (*media digital*) yang

secara fisik tidak memerlukan pertemuan para pihak dan keberadaan media ini dalam *public network* (sistem tertutup). Dan sistem *public network* ini harus mempertimbangkan sistem terbuka (Julian, tth: 25).

Kosiur mengemukakan bahwa *e-commerce* bukan hanya sebuah mekanisme penelitian barang atau jasa melalui medium internet, tetapi lebih pada transformasi bisnis yang mengubah cara-cara perusahaan dalam melakukan aktivitas usahanya sehari-hari (David Kosiur, 1997:2-4).

Beberapa kalangan akademis sepakat mendefinisikan *e-commerce* sebagai salah satu cara memperbaiki kinerja dan mekanisme pertukaran barang, jasa, informasi, dan pengetahuan dengan memanfaatkan teknologi berbasis jaringan peralatan digital (Indrajid, 2008: 1-2)

Dari berbagai definisi yang ditawarkan dan dipergunakan oleh berbagai kalangan, terdapat kesamaan dari masing-masing definisi tersebut. Kesamaan tersebut memperlihatkan bahwa *e-commerce* memiliki karakteristik sebagai berikut:

- 1) Terjadinya transaksi antara dua belah pihak
- 2) Adanya pertukaran barang, jasa, atau informasi: dan
- 3) Internet merupakan medium utama dalam proses atau mekanisme perdagangan tersebut.

Dari karakteristik tersebut di atas terlihat jelas bahwa pada dasarnya *e-commerce* merupakan dampak dari perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi, dan secara signifikan mengubah cara manusia melakukan interaksi dengan lingkungannya, yang dalam hal ini terkait dengan mekanisme

dagang, serta salah satu bentuk jual beli yang pada hampir setiap aktivitas di dalamnya dilakukan secara elektronik dengan menggunakan internet, transaksi-transaksi perdagangan elektronik ini yang secara fisik tidak memerlukan pertemuan para pihak serta Penggunaan komputer sebagai sarana penciptaan relasi bisnis sehingga terjadi proses pembelian dan penjualan jasa/pertukaran dan distribusi informasi antara dua pihak di dalam satu perusahaan dengan menggunakan internet.

b. Ruang lingkup *e-commerce*

Perkembangan dunia bisnis dewasa ini dalam perkembangan perdagangan tidak lagi membutuhkan pertemuan secara langsung antara pelaku bisnis. Kemajuan teknologi memungkinkan untuk dilaksanakannya hubungan-hubungan bisnis melalui perangkat teknologi yang disebut dengan internet. Permintaan ataupun penawarannya melalui perangkat lunak yang ada dalam melakukan kegiatan usaha di *cyberworld* tersebut menjadi daya tarik tersendiri bagi para pelaku bisnis yang kini memiliki kecenderungan memerlukan informasi yang cepat, dan tidak memakan waktu yang lama. Segmentasi atau ruang lingkup *e-commerce* itu meliputi 3 sisi, yakni *e-commerce* yang terdiri dari segmentasi bisnis ke bisnis (*business to business*), bisnis ke konsumen (*business to consumer*), serta konsumen ke konsumen (*consumer to consumer*) (Atmojo, Dwi, 2002:6).

c. Bisnis ke bisnis (*business to business*)

Bisnis ke bisnis merupakan sistem komunikasi bisnis antara pelaku bisnis atau dengan kata lain transaksi secara elektronik antar perusahaan

(dalam hal ini pelaku bisnis) yang dilakukan secara rutin dan dalam kapasitas atau volume produk yang besar. Aktivitas *e-commerce* dalam ruang lingkup ini ditunjukkan untuk menunjang kegiatan para pelaku bisnis itu sendiri (Barakatullah dan Prasetyo, 2009:18)

Pebisnis yang mengadakan perjanjian tentu saja adalah para pihak yang bergerak dalam bidang bisnis yang dalam hal ini mengikatkan dirinya dalam suatu perjanjian untuk melakukan usaha dengan pihak pebisnis lainnya. Pihak-pihak yang mengadakan perjanjian dalam hal ini adalah *internet service provider* (ISP) dengan website atau keybase(ruang elektronik), ISP itu sendiri adalah pen gusaha yang menawarkan akses kepada internet. Sedangkan internet merupakan suatu jalan bagi komputer-komputer untuk mengadakan komunikasi bukan merupakan tempat akan tetapi merupakan jalan untuk dilalui (W purba dan Wahyudi, tth: 57).

Karakterisasi yang umum akan segmentasi bisnis ke bisnis adalah antara lain:

- 1) trading partners yang sudah saling mengetahui dan antara mereka sudah terjalin hubungan yang berlangsung cukup lama. Pertukaran informasi masih berlangsung di antara mereka dan karena sudah sangat mengenal, maka pertukaran informasi dilakukan atas dasar kebutuhan dan kepercayaan.
- 2) Pertukaran yang dilakukan secara berulang-ulang dan berkala format data yang telah disepakati. Jadi *service* yang digunakan anantara kedua sistem tersebut sama dan menggunakan pengguna yang sama pula.

- 3) Salah satu pelaku tidak harus menunggu *partners* mereka lainnya untuk mengirimkan data.
- 4) Model umum digunakan adalah *peer to peer* dimana *processing intelligence* dapat didistribusikan di kedua pelaku bisnis (W purba dan Wahyudi, tth: 5).

d. bisnis ke konsumen (*business to consumers*).

Bisnis ke konsumen dalam *e-commerce* merupakan suatu transaksi bisnis secara elektronik yang dilakukan pelaku usaha dan pihak konsumen untuk memenuhi suatu kebutuhan tertentu dan pada saat tertentu. Sebagai contoh *internet mall* (Jay MS, 2000: 7)

Transaksi bisnis ini produk yang diperjualbelikan mulai produk barang dan jasa baik dalam bentuk berwujud maupun dalam bentuk elektronik atau digital yang telah siap untuk digunakan atau dikonsumsi, Perkembangan segmentasi *e-commerce* khususnya pada ruang lingkup bisnis ke konsumen membawa keuntungan bukan saja pada pihak pelaku usaha, pihak konsumen pun mendapat keuntungan yang sama. Walaupun demikian tetap saja kemungkinan-kemungkinan penyimpangan di dunia maya dapat terjadi (Jay MS, 2000: 14).

Umumnya jenis perjanjian dalam bisnis ke konsumen merupakan perjanjian *on-line* yang telah berbentuk perjanjian dan ditawarkan kepada pihak umum dalam bentuk *take it or leave it contract*. Serta ada pula perjanjian dalam bentuk *shirnkwra contract* dan *click wrap contract* yang merupakan perjanjian yang menawarkan kepada konsumennya Penggunaan

produk dengan syarat-syarat yang menyertai produk tersebut, umumnya terjadi dalam perjanjian Penggunaan suatu *software* komputer. Seorang pembeli seolah-olah telah menyetujui syarat-syarat yang diajukan dalam tindakannya untuk menahan atau menggunakan produk tersebut setelah diberikan kesempatan untuk membacanya atau menolaknya (Barakatullah dan Prasetyo, tth: 22).

Karakteristik yang umum untuk segmentasi bisnis ke konsumen diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Terbuka untuk umum, dimana informasi disebarakan secara umum pula.
- 2) *Service* yang diberikan bersifat umum sehingga mekanisme dapat digunakan oleh banyak orang sebagai contoh karena sistem web telah umum di kalangan masyarakat maka sistem yang digunakan sistem web pula.
- 3) *Service* yang diberikan adalah berdasarkan permintaan. Konsumen berinisiatif sedangkan produsen harus siap merespon terhadap inisiatif konsumen tersebut.
- 4) Sering dilakukan pendekatan *client-server* di mana konsumen di pihak client menggunakan sistem yang minimal (berbasis web) dan penyedia barang dan jasa (*business procedure*) berada pada pihak *server* (Purbo dan Wahyudi, 2001: 5).

e. Konsumen ke konsumen (*consumer to consumer*)

Konsumen ke konsumen merupakan transaksi bisnis secara elektronik yang dilakukan antara konsumen untuk memenuhi suatu

kebutuhan tertentu dan pada saat tertentu pula, segmentasi konsumen ke konsumen ini sifatnya lebih khusus karena transaksi dilakukan oleh konsumen ke konsumen yang memerlukan transaksi internet telah dijadikan sebagai sarana tukar menukar informasi tentang produk baik mengenai harga, kualitas dan pelayanannya. Selain itu antar *customer* juga dapat membentuk komunitas Pengguna atau penggemar produk tersebut. Ketidakpuasan customer dalam mengonsumsi suatu produk dapat segera tersebar luas melalui komunitas-komunitas tersebut. Internet telah menjadikan customer memiliki posisi tawar yang tinggi terhadap perusahaan dengan demikian menuntut pelayanan perusahaan menjadi lebih baik (Panggih P, Dwi Atmojo, 2002: 7).

f. Sistem Keamanan *E-Commerce*

Teknologi informasi telah mengubah cara-cara bertransaksi dan membuka peluang baru dalam melakukan transaksi bisnis. Namun, teknologi informasi tersebut juga sekaligus menciptakan peluang-peluang baru bagi tindak kejahatan. Konsekuensinya, *elektronik information* memerlukan adanya perlindungan yang kuat terhadap upaya-upaya yang dilakukan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab untuk dapat mengakses informasi tersebut, kebutuhan perlindungan yang demikian menjadi sangat tinggi apabila menyangkut elektronik information yang sangat rahasia (Sjadeini, tth: 310).

Sistem keamanan dalam dunia komputer mulai menjadi perhatian serius para peneliti dan praktisi teknologi informasi sejak ditemukannya

teknologi jaringan komputer. Pemicu berkembangnya isu dibidang ini adalah karena adanya fenomena pengiriman data melalui media transmisi (darat,laut, dan udara) yang mudah "dicuri" oleh mereka yang tidak berhak. Data mentah dari sebuah komputer yang dikirimkan ke komputer lain pada dasarnya rawan terhadap "*intervensi*" pihak ketiga, sehingga diperlukan suatu strategi khusus agar terjadi, paling tidak dua hal:

- 1) data yang dikirimkan tidak secara "fisik" diambil oleh pihak lain yang tidak berhak, atau
- 2) data yang dikirimkan dapat "diambil secara fisik" namun yang bersangkutan tidak dapat memebacanya. Information security merupakan bagian yang sangat penting dari sistem e-commerce. Tingkat keamanan informasi yang dapat diterima di dalam e- commerce mutlak dibutuhkan (Purbo dan Wahyudi, 2001: 17).

Di era internet, semua kebutuhan dan keinginan sedapat mungkin diterima dengan cepat, mudah dan aman. Untuk itulah peranan teknologi keamanan informasi benar-benar dibutuhkan. Sistem keamanan informasi memiliki empat macam tujuan yang sangat mendasar, yaitu:

- 1) *confidentiality* : menjamin apakah informasi yang dikirim tersebut tidak dapat dibuka atau tidak dapat diketahui oleh orang lain yang tidak berhak. Terutama untuk data yang teramat penting dibutuhkan tingkat kerahasiaan yang sangat tinggi, yaitu hanya bisa diakses oleh orang-orang tertentu saja (orang-orang yang berhak).

- 2) *Integrity* : menjamin konsistensi dan keutuhan data sesuai dengan aslinya, sehingga upaya orang-orang yang tidak bertanggungjawab untuk melakukan penduplikan dan perusakan data bisa dihindari.
- 3) *Availability* : menjamin Pengguna yang sah agar bisa mengakses informasi dan sumber miliknya sendiri. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa orang-orang yang memang berhak tidak ditolak untuk mengakses informasi yang memang menjadi haknya.
- 4) *Legitimate use* : menjamin kepastian bahwa sumber tidak digunakan (informasi tidak diakses) oleh orang-orang yang tidak bertanggungjawab (orang-orang yang tidak berhak). (Purbo dan Wahyudi, 2001: 18-19).

Menurut Jaya Setiabudi, Ecommerce terbagi menjadi beberapa antara lain : C2C (*Customer to customer*), B2B (*Bussiness to Bussiness*) B2C (*Bussiness to Customer*), B2B2C (*Bussiness to Bussiness to Customer*), C2C (*Customer to customer*)

Konsep C2C dimana penjual adalah perorangan atau individu yang sesekali menjual barang atau barang pribadi/bekas kepada pembeli via marketplace. Pihak pembeli yang tertarik dapat kontak atau transaksi langsung ke penjual. Contoh : Tokopedia, Bukalapak, Jualo, OLX, dll

B2B (*Bussiness to Bussiness*) Konsep dimana perusahaan, yang biasanya sebagai produsen atau distributor menawarkan produk mereka ke perusahaan lain via marketplace. Perusahaan yang tertarik dapat langsung kontak dan transaksi dengan perusahaan penjual. Contoh : *Alibaba*, *Indonetwork*, dll

B2C (*Bussiness to Customer*) Perusahaan yang menjual produk-produknya langsung ke pembeli. Meskipun merek atau produk pihak lain yang dijual tetapi untuk aktivitas upload produk sampai *delivery* atau pengiriman dilakukan oleh pihak / pemilik toko online. Contoh : MatahariMall, Bhinneka, Zalora, dll

B2B2C (*Bussiness to Bussiness to Customer*) Hampir mirip dengan konsep B2C, tetapi perbedaannya adalah perusahaan/perorangan sebagai pemasok ikut ambil bagian dalam proses upload produk di website. Saat terjadi transaksi. Pembayaran akan melalui pihak marketplace, baru kemudian setelahnya akan diberikan ke pihak pemasok. Contoh : Tokopedia, Bukalapak, Blanja.

Dari kesemuanya yang telah disebutkan diatas ternyata ada situs ecommerce yang memiliki keunikan yaitu Yuk Bisnis merupakan sebuah platform yang memberikan fasilitas perusahaan untuk membuat website B2C dengan domain mereka sendiri. Ditambah lagi, Yukbisnis.com juga menyediakan marketplace para penjual yang telah menggunakan platformnya (<http://www.bicaratekno.com>).

B. Mekanisme Transaksi Jual Beli Sistem Online

1. Mekanisme Pembayaran *Online*

Salah satu isu terbesar dalam implementasi sistem *e-commerce* adalah mekanisme pembayaran via internet (Indrajid, 2008: 80) Berbagai aspek transaksi yang tergolong dalam berbagai proses interaksi bisnis konvensional berubah dengan cepat ketika perdagangan secara *face-to-face* mulai digantikan

dengan perdagangan *online* Seperti halnya untuk membeli sesuatu, ada beberapa tahapan yang dijalani, yaitu mencari lokasi si penjual, memilih suatu produk, menayakan harga, membuat suatu penawaran, sepakat untuk melakukan pembayaran, mengecek identitas dan validitas mekanisme pembayaran, penyerahan barang oleh penjual dan penerimaan oleh pembeli. Mekanisme pembayaran online juga harus menyertakan semua atau sebagian dari tahapan-tahapan ini dalam alur pembayaran yang digunakan.

Perubahan interaksi ini juga mengharuskan untuk memperhatikan ke arah pengembangan keamanan metode pembayaran dalam *e-commerce*, agar lebih aman dan terjamin. Karena itulah, sebagai pendukung dalam transaksi *e-commerce* diperlukan perantara (pihak ketiga) untuk keamanan, indentifikasi, dan pengesahan (Choi dkk, 1997).

Dalam transaksi *e-commerce* melalui internet perintah pembayaran (*payment instruction*) melibatkan beberapa pihak selain dari pembeli (*cardholder*) dan penjual (*merchant*) (Adnan, tth: 54).

Para pihak itu adalah *payment gateway*, *acquirer* dan *issuer*. Dalam transaksi online merupakan sebuah keharusan adanya pihak-pihak lain yang terlibat tersebut. Dalam bisnis konvensional sehari-hari, biasanya seseorang melakukan pembayaran terhadap produk atau jasa yang dibelinya melalui berbagai cara. Cara yang paling umum adalah membayar langsung dengan alat pembayaran yang sah (uang), secara tunai (*cash*). Cara lain adalah dengan menggunakan kartu kredit (*credit card*), kartu debit (*debit card*), cek pribadi (*personal check*), atau transfer antara rekening. Proses pembayaran biasanya

dilakukan di tempat diperjualbelikannya produk atau jasa tersebut. Lokasi tersebut POS (*point of sale*) ([www. articles mekanisme pembayaran internet.com](http://www.articles.mekanisme_pembayaran_internet.com)).

Prinsip pembayaran dalam *e-commerce* sebenarnya tidak jauh berbeda dengan dunia nyata, hanya saja internet (dunia maya) berfungsi sebagai POS yang dapat dengan mudah diakses melalui sebuah komputer personal (PC), dan semuanya serba digital serta disesain serba elektronik (tidak ada uang kertas, koin, atau cek yang dipergunakan tangani dengan pena) (Kosiur, 1997: 36 dan 41).

Transaksi secara *online* bergantung dengan kartu kredit, karena hampir semua teknologi yang tersedia menghendaki transaksi yang dilakukan lewat kartu kredit. terjadinya transaksi antara konsumen dan pihak merchant/pedagang dijumpai oleh pihak ketiga yang dapat berupa bank atau lembaga keuangan. Jika seorang konsumen menggunakan kartu kredit untuk berbelanja ke satu merchant tertentu, misalnya ke www.ebay.com maka transaksi tersebut akan dijumpai oleh bank yang mengurus masalah rekening bank pihak merchant (Sarwono dan Martadiredja, ttt: 89).

Di dunia internet saat ini banyak terdapat metode pembayaran yang ditawarkan. Semua metode yang ditawarkan menggunakan teknologi canggih. Ini dilakukan karena bisnis yang dijalankan di internet adalah *remote business* yang selama perjalanan transaksi menggunakan media elektronik yang sudah tentu banyak terdapat "penyamun" ditengah jalan, yang siap melakukan sabotase, atau mencuri uang kita. Sebagian besar merchant menjalankan bisnis

mereka diinternet dengan menawarkan sistem pembayaran dengan kartu kredit (Tim litbang wahana computer, tth: 72). Tapi jelasnya tersedia sejumlah solusi yang berbeda-beda, selain dengan kartu kredit/debit pada pembayaran *online* melalui internet, seperti dengan menggunakan cek elektronik (*e-check*) dan uang digital (*digital cash*).

2. Kelebihan dan kekurangan jual beli on line

a. Lewat bank

Transaksi dengan cara transfer antar bank merupakan jenis transaksi yang paling umum dan populer digunakan oleh para penjual online. Selain cukup simple, jenis transaksi ini juga memudahkan proses konfirmasi karena dana bisa dengan cepat di cek oleh penerima dana / penjual. Proses nya adalah pertama pembeli mengirim dana yang telah disepakati lalu setelah dana masuk, maka penjual akan mengirimkan barang transaksi yang dijanjikan.

Kekurangan transaksi antar bank adalah diperlukannya kepercayaan yang tinggi dari para pembeli sebelum memutuskan mengirim dana. Disini tidak jarang terjadi penipuan, setelah dana terkirim ternyata barang tak kunjung diterima.

Kredibilitas atau nama baik penjual dapat menjadi tolak ukur bagi para pembeli. Salah satu tipsnya adalah penjual yang kredibel biasanya telah mempunyai kerjasama dengan bank yang digunakan untuk proses transaksi. Dengan begitu keamanan dana bisa lebih terjamin.

b. COD (*Cash On Delivery*)

Pada sistem COD sebenarnya masih menganut cara lama yaitu dengan bertemu antara penjual dan pembeli. Biasanya sistem transaksi ini dilakukan dalam jual beli antar orang ke orang dan pada umumnya COD digunakan untuk barang second karena pembeli harus memeriksa dengan baik keadaan barang tersebut.

Keuntungan dari sistem ini adalah antara penjual dan pembeli lebih bisa leluasa dalam proses transaksi. Pembeli bisa melihat dengan detail barang yang akan dibeli, dan juga memungkinkan tawar-menawar. Jenis transaksi ini di populerkan oleh website jual beli seperti Tokobagus, Berniaga dan banyak website jual beli lain.

Kekurangan dari sistem ini adalah keamanan baik penjual maupun pembeli. Karena mungkin saja pihak yang akan kita temui adalah orang yang berniat jahat kepada kita. Oleh karena itu tips yang bisa dilakukan adalah dengan menentukan tempat transaksi yang aman bisa di tempat keramaian atau pergi bersama orang yang dapat menjaga kita.

c. Rekening Bersama (Rekber)

Jenis transaksi jual beli online yang terakhir adalah dengan menggunakan rekening bersama atau yang juga disebut dengan istilah escrow. Cara pembayaran ini sedikit berbeda dengan proses pembayaran melalui transfer bank. Jika dalam transfer bank, pihak ketiganya adalah bank, sedangkan dengan sistem Rekber yang menjadi pihak ketiga adalah lembaga pembayaran yang telah dipercaya baik oleh pihak penjual maupun pembeli.

Dalam hal ini peran lembaga pembayaran sangatlah penting. Prosesnya yaitu pertama pembeli mentransfer dana ke pihak lembaga Rekber. Setelah dana dikonfirmasi masuk, lalu pihak Rekber meminta penjual mengirim barang yang sudah disepakati. Dan jika barang sudah sampai baru dana tersebut diberikan pada sang penjual.

Dengan sistem ini dana yang diberikan oleh pembeli bisa lebih terjamin keamanannya. Karena dananya hanya akan dilepas jika barang benar benar sudah di tangan. Jika terjadi masalah pun, dana bisa ditarik oleh sang pembeli. Sistem ini banyak digunakan pada proses jual beli antar member forum Kaskus. Setelah dipopulerkan kini sistem Rekber pun kian diminati karena dianggap lebih aman (<https://www.maxmanroe.com>)

C. Kerangka Berfikir

Dalam kehidupan sehari-hari manusia mempunyai kebutuhan, kebutuhan tersebut bisa terpenuhi dengan jalan transaksi yang biasa disebut dengan jual beli. Si penjual menjual barangnya, dan pembeli membelinya dengan menukarkan barang itu dengan sejumlah uang yang telah disepakati oleh kedua belah pihak.

Jual beli disyariatkan oleh Allah SWT sebagai keluasaan bagi para hamba-Nya, karena setiap manusia mempunyai kebutuhan akan spengguna ng, pangan dan lainnya. Kebutuhan tersebut tak pernah berhenti dan senantiasa diperlukan selama manusia itu hidup. Tidak seorang pun dapat memenuhi kebutuhan hidupnya sendiri, oleh karenanya ia dituntut untuk berhubungan antar sesamanya. Dalam hubungan tersebut semuanya memerlukan pertukaran,

seseorang memberikan apa yang dimilikinya untuk memperoleh sesuatu sebagai pengganti sesuai kebutuhannya (Sabiq, 2004:120-121).

Dalam Al-Qur'an surat an-Nisa' ayat 29 dijelaskan:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu (Q.S An-Nisa':29)

Jual beli merupakan salah satu aktifitas rutin yang dilakukan masyarakat dalam perekonomian manusia. Pasar tercipta karena adanya transaksi jual beli tersebut dan dapat timbul manakala terdapat penjual yang menawarkan barang maupun jasa untuk dijual kepada pembeli. Dari konsep sederhana tersebut lahirlah sebuah aktifitas ekonomi yang kemudian berkembang menjadi suatu sistem perekonomian. Dalam melakukan jual beli harus, memperhatikan batasan-batasan dalam melakukan aktivitas jual beli. Termasuk kejelasan dari obyek yang akan diperjualbelikan. Kejelasan tersebut paling tidak harus memenuhi empat hal:

1. Menjelaskan tentang *lawfulness*.

Artinya, barang tersebut dibolehkan oleh syariah Islam. Barang tersebut harus benar-benar halal dan jauh dari unsur- unsur yang diharamkan oleh Allah. Tidak boleh menjual barang atau jasa yang haram dan merusak.

2. Masalah *existence*.

Obyek dari barang tersebut harus benar-benar nyata dan bukan tipuan. Barang tersebut memang benar-benar bermanfaat dengan wujud yang tetap.

3. Masalah *delivery*.

Artinya harus ada kepastian pengiriman dan distribusi yang tepat. Ketepatan waktu menjadi hal yang penting disini.

4. Masalah *precise determination*.

Kualitas dan nilai yang dijual itu harus sesuai dan melekat dengan barang yang akan diperjualbelikan. Tidak diperbolehkan menjual barang yang tidak sesuai dengan apa yang diinformasikan pada saat promosi dan iklan (Imaduddin, 10 juni 2015).

Hukum Islam adalah hukum yang bersifat dinamis, fleksibel dan elastis, sehingga dapat memelihara keseimbangan antara prinsip-prinsip hukum syara' dengan perkembangan pemikiran. Dalam hukum muamalah khususnya tentang jual beli mengalami perkembangan yang signifikan yang sesuai dengan perkembangan dan kebutuhan masyarakat. Sejalan dengan perkembangan zaman dan kompleksitas kehidupan, muncul pula bentuk dan model jual beli yang semakin beragam.

Hubungan interaksi antar sesama manusia, baik yang tunduk kepada syari'at atau yang tidak taat kepada syari'at dari setiap manusia tidak terbatas. Setiap daerah terjadi berbagai bentuk dan model interaksi sesama mereka yang berbeda dengan bentuk interaksi pada daerah lainnya. Oleh karena itu, bukan suatu hal bijak bila hubungan interaksi sesama mereka dikekang dan dibatasi dalam bentuk tertentu. Karena itulah dalam syari'at Islam tidak pernah ada dalil yang membatasi model interaksi sesama mereka. Ini adalah suatu hal yang amat jelas dan diketahui oleh setiap orang yang memahami syari'at Islam, walau hanya

sedikit. Sebagai salah satu buktinya, dalam ushul fiqh dikenal suatu kaidah yang berbunyi:

الأصلُ في الأشياءِ الأَباحَةُ حَتَّى تَدُلَّ دَلِيلٌ عَلَى مُحْرِمِهِ

Setiap sesuatu asalnya adalah mubah (boleh) sehingga ada dalil yang menunjukkan keharamannya (Bisri, 2009:11).

Kaidah diatas mengindikasikan bahwa hukum Islam memberikan kesempatan luas kepada umatnya dalam proses perkembangan bentuk dan macam transaksi baru yang sesuai dengan perkembangan zaman dan kebutuhan hidup masyarakat.