

Transaksi Jual Beli *On-Line* (Instagram) dengan Akad Salam

Mohamad Hoirul Anam

Sekolah Tinggi Islam Blambangan Banyuwangi

Email: m.hoirulanam@gmail.com

Abstract: In this modern muamalah transaction new technological developments emerged, online buying and selling can be done through social media. Because of the influence of these technologies, it is considered important to examine further the practice of buying and selling on line and the validity of the contract. This is descriptive legal research, data collection is done by reviewing the literature on online buying and selling then analyzed by examining data, data classification and data analysis. His research results illustrate: the practice of buying and selling online through social media was carried out initially opening social media profiles, followed by looking at the products offered 2) Online buying and selling is permissible, harmonious and the terms of buying and selling online do not conflict with harmony and conditions in the legal system of Islamic engagement. 3) Online sale and purchase of greetings in accordance with the MUI DSN Fatwa No. 05 / DSN-MUI / IV / 2000 concerning Sale and Purchase Salam, because the contract does not violate existing Shari'a rules, so that in the future the existence of the Fatwa must be recognized and implemented in this modern economic activity.

Keywords: On-line buying and selling, Salam contract

PENDAHULUAN

Sejarah telah meriwayatkan, bahwa hidup Rosulullah Saw tidak lepas dari kegiatan bisnis. Sikap Rosulullah Saw dalam menjalankan bisnis sangat mengedepankan nilai moral yang bertujuan untuk memuaskan

**Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM)
Sekolah Tinggi Islam Blambangan (STIB) Banyuwangi**

pembeli. Dalam arti ilmiah, bisnis adalah suatu kegiatan usaha yang sifatnya untuk mencari keuntungan. Oleh karenanya Konsep yang dijalankan dalam berbisnis disebut *value driven* yang mempunyai arti menjaga, mempertahankan, menarik nilai-nilai dari pelanggan. *Value Driven* juga erat hubungannya dengan *relationship marketing* yaitu berusaha menjalin hubungan erat antara pedagang, produsen dengan pelanggan.¹

Berkaitan dengan bisnis, Allah telah mengaturnya sebagaimana yang telah tercantum dalam Firmannya Surat An-Nisa: 29:

Artinya: 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. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.²

Islam tidak membatasi kegiatan jual-beli hanya untuk memenuhi kebutuhan pribadi saja, melainkan juga untuk mendapatkan keuntungan yang berkah agar nantinya hasil dari keuntungan tersebut dapat dipergunakan di jalan Allah. Dengan demikian, jual beli dalam islam pada hakekatnya tidak hanya bersifat konsumtif dan hanya mengandung unsur material untuk memperoleh keuntungan di dunia, tetapi juga keuntungan hakiki di akhirat dengan memperhatikan prinsip-prinsip jual beli yang berbasis syariah.

Dalam transaksi muamalah yang modern ini muncul perkembangan teknologi yang baru, salah satunya adalah jual beli sistem online atau *elektronik commerce (E-Commerce)* yang mana teknologi ini telah menciptakan jenis-jenis dan peluang-peluang bisnis baru yang dilakukan melalui alat elektronika ini. Melalui alat *elektronik*, banyak kemudahan bagi manusia dalam berbagai bidang, salah satunya adalah bidang

¹ Buchari Alma, *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2003), hlm. 21.

² Al-Qurān An-Nisa: 29

perniagaan atau jual beli. Jual beli jaman modern ini dapat dilakukan dengan alat teknologi atau dengan cara sistem online yang dikembangkan oleh jaringan internet untuk memberikan kemudahan bagi manusia.³

Teknologi merupakan sebuah perangkat untuk membantu aktivitas manusia dan dapat mengurangi ketidakpastian yang disebabkan oleh hubungan sebab akibat yang melingkupi dalam mencapai sebuah tujuan.⁴ Teknologi menghubungkan manusia dengan kemudahan dalam mencari berbagai hal yang tidak diketahui sebelumnya, melalui majunya perkembangan teknologikomunikasi, sebuah media penghubung yang dinamakan internet mulai menyebar luas sebagai salah satu media komunikasi dan informasi.

Keberadaan jual beli online merupakan alternative bisnis yang cukup menjanjikan untuk diterapkan pada saat ini, karena jual beli onlinememberikan banyak kemudahan bagikedua belah pihak, baik dari pihak penjual (*merchant*) maupun dari pihak pembeli (*buyer*) di dalam melakukan transaksi perdagangan, meskipun para pihak berada di dua tempat berbeda sekalipun. Dengan jual beli onlinesetiap transaksi tidak memerlukan pertemuan dalam tahap negosiasi. Oleh karena itu jaringan internet ini dapat menembus batas geografis dan teritorial termasuk yurisdiksi hukumnya.⁵

Penggunaan internet sebagai media perdagangan terus meningkat dari tahun ke tahun. Hal ini disebabkan oleh berbagai manfaat yang didapat oleh perusahaan ataupun konsumen dengan melakukan transaksi melalui internet. Manfaat dari digunakannya jual beli online ini adalah dapat menekan biaya barang dan jasa, serta dapat meningkatkan kepuasan konsumen sepanjang yang menyangkut kecepatan untuk mendapatkan

³ Supriyadi, *Hukum Bisnis*, (Bandung: PT Rineka, 2008), hlm. 28

⁴ Agoeng Noegroho, *Teknologi Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hlm. 2

⁵ www.articles-of-business-system.com, diakses tanggal 02 Maret 2019

barang yang dibutuhkan dengan kualitas yang terbaik sesuai dengan harganya.

Kegiatan jual beli online, kebanyakan para pelakunya adalah kaula muda, seperti yang dikutip dari *okezone.com*. belakangan ini bisnis online kian menjamur ditanah air. Hal ini tak lepas dari jumlah pengguna internet yang terus meningkat. Dikatakan juga bahwa pelaku bisnis online banyak dari kalangan mahasiswa dan ibu rumah tangga yang ingin turut mensejahterakan kehidupan rumah tangganya.⁶

Salah satu media sosial yang dapat digunakan untuk kegiatan jual beli online yaitu *instagram*. *Instagram* yaitu sebagai media sosial untuk membuat foto dan mengirimkannya dalam waktu yang sangat cepat. Tujuan tersebut sangat dimungkinkan oleh teknologi internet yang menjadi basis aktivitas dari media sosial ini. Transaksi jual beli melalui media *instagram* ini menjadi alternatif yang menarik dan sangat diminati bagi pembeli pada saat ini khususnya perempuan. Hal ini didukung oleh hasil penelitian yang menyatakan bahwa pembeli tertarik melakukan transaksi melalui media *instagram* ini karena mudah mencari barang yang diinginkan, dapat membandingkan harga, kemudian pembayaran yang dilakukan cukup mudah hanya dengan transfer, dan hanya menunggu barang datang tanpa harus keluar rumah, sehingga mengefektifkan mengefisienkan waktu karena transaksi dapat dilakukan oleh setiap orang kapan saja dan dimana saja.⁷

Transaksi jual beli melalui *Instagram*, hampir sama dengan perjanjian jual beli pada umumnya,⁸ perjanjian jual beli melalui *instagram*

⁶www.okezone.com. Diakses pada tanggal 02 Maret 2019

⁷<http://www.selipan.com/story/style/7-alasan-kenapa-penduduk-instagramkebanyakan-cewek/>, diakses pada 27 Februari 2019

⁸ Menurut KUH Perdata Pasal 1457 jual beli adalah “suatu perjanjian, dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan”.

ini pun berawal dari penawaran dan penerimaan. Penawaran yaitu suatu perbuatan seseorang beralasan bahwa perbuatan itu sendiri sebagai ajakan untuk masuk ke dalam suatu ikatan perjanjian.⁹ Penawaran pada transaksi jual beli melalui *instagram* ini yang melakukan adalah pihak penjual, yang mana penjual memanfaatkan *instagram* ini untuk menampilkan produk dagangan yang ditunjukan pada halaman *timelineinstagram* calon pembelinya, dan diikuti dengan penerimaan oleh pihak pembeli.

Penjualan di *instagram* ini menggunakan sistem penawaran dan interaksi yang mudah dilakukan sehingga memunculkan banyak peminat yang tertarik untuk melakukan transaksi melalui media *instagram* ini. Ramainya pengguna *instagram* menjadi salah satu alasan kuat mengapa orang-orang menyukai media sosial tersebut sebagai tempat berjualan online.

Penggunaan internet dalam jual beli on-line ini memberikan dampak yang sangat positif, yakni dalam kecepatan dan kemudahan serta kecanggihan dalam melakukan interaksi global tanpa batasan tempat dan waktu yang kini menjadi hal yang biasa. Transaksi bisnis yang lebih praktis tanpa perlu kertas dan pena, perjanjian *face to face* (bertemu secara langsung) pelaku bisnis ini tidak diperlukan lagi, sehingga dapat dikatakan perdagangan elektronik atau ini menjadi penggerak ekonomi baru dalam bidang teknologi khususnya di indonesia.¹⁰

Berdasarkan kelebihan di atas, tidak dapat dipungkiri pula adanya risiko yang mungkin timbul dalam transaksi ini karena dilakukan tanpa ada pertemuan antara para pihaknya. Mereka mendasarkan transaksi jual beli ini atas rasa kepercayaan satu sama lain karena bagaimanapun transaksi

⁹ Mariam Darus Badruzaman, *E-Commerce Tinjauan Dari Hukum Kontrak Indonesia*, (Jakarta: Citra Aditya Bakti, 2001), hlm. 33

¹⁰ Abdul Halim Barakatullah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia* (Jakarta: Pustaka 2008), hlm. 3

jual beli tidak lepas dari masalah perjanjian.¹¹ Oleh karena itu, perjanjian jual beli yang terjadi diantara para pihak pun dilakukan secara elektronik juga, dan tidak ada berkas perjanjian seperti pada transaksi jual beli pada umumnya. Kondisi seperti ini tentu dapat menimbulkan berbagai akibat hukum dengan segala risikonya, antara lain apabila muncul suatu perbuatan wanprestasi dari salah satu pihak dalam transaksi tersebut, kemudian bagaimana pertanggungjawaban salah satu pihak apabila melakukan wanprestasi dan masalah lain seperti tidak ada kewajiban dari pihak penjual untuk melakukan konfirmasi kepada pembeli.¹²

Berdasarkan permasalahan tersebut tentu akan menyulitkan pihak yang dirugikan untuk menuntut segala kerugian yang timbul yang disebabkan oleh perbuatan tersebut. Namun, untuk mencegah beberapa masalah seperti di atas, pemerintah turut berperan sebagai sarana untuk memecahkan berbagai problem sosial yang cukup tegas sehingga dapat memberikan sanksi bagi yang menyalahgunakan transaksi elektronik ini, dan peraturan ini merupakan wujud dari tanggung jawab negara untuk memberikan perlindungan maksimal pada seluruh aktivitas pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi di dalam negeri agar terlindungi dengan baik dari potensi penyalahgunaan teknologi.¹³

Selanjutnya, dalam tulisan ini berusaha mengimplementasikan bentuk jual beli online melalui media *Instagram* yang mana awalnya yang mengikuti postingan, selaku konsumen memilih produk/memesan produk sesuai yang di postkan, kemudian mempelajari karakteristik produk, setelah disepakati terjadilah pemesanan yang kemudian konsumen melakukan pembayaran. Selanjutnya menunggu kiriman barang yang

¹¹ Sril Sitompul, *Hukum Internet*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2004), hlm. 55.

¹² Setiawan, *Electronic Commerce: Tinjauan Dari Segi Hukum Kontrak*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), hlm. 4.

¹³ Neni Sri Imaniyati, *Hukum Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hlm. 255.

dipesan sebelumnya itu. Adapun model transaksi jual beli on line seperti ini adalah dikenal dengan akad salam.

Dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES). Akad salam adalah jasa pembiayaan yang berkaitan dengan jual beli yang pembayarannya dilakukan bersamaan dengan pemesanan barang.¹⁴ Jadi dapat dijabarkan bahwa ketika terjadi transaksi jual beli barang yang telah disepakati bersama berdasarkan syarat dan kriteria tertentu maka pada saat itu juga dilakukan pembayaran secara tunai ataupun kredit.

Adanya transaksi jual beli online ini butuh dikaji secara mendalam lagi karena dari berbagai penelitian belum ada yang secara spesifik membahas tentang jual beli online melalui media instagram sebagaimana tulisan ini.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penulisan artikel ini adalah penelitian hukum deskriptif. Menurut Abdul Kadir Muhammad, penelitian hukum deskriptif bersifat pemaparan dan bertujuan untuk memperoleh gambaran (deskripsi) lengkap tentang keadaan hukum yang berlaku di tempat tertentu dan pada saat tertentu, atau mengenai gejala yuridis yang ada, atau peristiwa hukum tertentu yang terjadi dalam masyarakat.¹⁵

Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer, yang diperoleh langsung dari objek penelitian yaitu melalui media Instagram, Data sekunder, yang diperoleh dari studi pustaka yang terdiri dari: Bahan hukum primer, yaitu bahan hukum yang bersifat *otoritatif*, yang artinya memiliki otoritas lebih dalam proses penelitian. Sehingga dalam penelitian ini, bahan hukum primernya berupa kitab-kitab *fiqihmuamalah* dan aturan hukum positif seperti Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah dan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata serta

¹⁴ Lihat KHES, Pasal 20 ayat (34)

¹⁵ Abdulkadir Muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum*, (Bandung: PT Citra Abadi, 2004), hlm. 50

undang-Undang ITE. Bahan hukum sekunder, yaitu bahan hukum yang bersifat menunjang dan memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer. Dalam hal ini meliputi buku-buku tentang pemikiran ekonomi modern, jurnal, dokumen atau literasi lain yang berkaitan dengan penelitian ini. Bahan hukum tersier, yaitu bahan yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder, seperti kamus hukum dan ensiklopedia.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kepustakaan (*library research*), maka langkah-langkah yang harus ditempuh dalam teknik pengumpulan data adalah mencari dan menemukan bahan hukum yang berkaitan dengan fokus penelitian, membaca dan meneliti bahan hukum yang didapat untuk memperoleh data yang lengkap sekaligus terjamin dan mencatat bahan hukum secara sistematis dan konsisten.¹⁶

Secara umum pengolahan dan analisis data dilakukan dengan cara menghubungkan antara apa yang diperoleh dari suatu proses kerja sejak awal, terutama relasi antara unsur yang tercakup dalam masalah penelitian. Pengolahan data ini meliputi: Pemeriksaan (*Editing*), Klasifikasi (*Classifying*), Analisis (*Analysing*).

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Mengenai definisi penelitian kualitatif telah banyak diungkapkan oleh pakar penelitian, semisal Bogdan dan Taylor mengungkapkan bahwa metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Selanjutnya Arikunto menyebutkan bahwa penelitian kualitatif bisa dilawan dengan penelitian

¹⁶ Cik Hasan Bisri, *Pilar-pilar Penelitian Hukum Islam dan Pranata Sosial*, hlm. 10.

kuantitatif dengan alasan bahwa dalam kegiatan ini peneliti tidak menggunakan angka dalam mengumpulkan data-data dalam memberikan penafsiran terhadap hasilnya.¹⁷

Adapun jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kepustakaan atau *library research*, yakni penelitian yang dilakukan melalui mengumpulkan data atau karya tulis ilmiah yang ada kaitannya dengan objek penelitian.¹⁸Sumber data dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber aslinya.¹⁹ Yaitu buku-buku dan jurnal ilmiah yang berhubungan dan serta memberikan informasi langsung terhadap penelitian.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang di dapat peneliti secara tidak langsung dari objek penelitian. Data sekunder terdiri dari jurnal penelitian, majalah, ensiklopedia, makalah, artikel, dan kamus ilmiah yang menjadi penunjang dalam melengkapi data primer.

PEMBAHASAN DAN HASIL

A. Praktek dan Keabsahan Transaksi Jual Beli On-Line melalui Media Instagram dengan Akad Salam

Sudah dikatakan sebelumnya, bahwa transaksi jual beli on line harus bermodalkan jaringan internet. Kemudian mengunjungi tempat-tempat jual beli on line. Misalnya, Marketplace (Bukalapak.com dan Tokopedia.com), Website (OLX.com, Web blog

¹⁷ Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian* (Jakarta: Rinika Cipta, 1998), hlm. 9.

¹⁸ Mundir, *Metode Penelitian Kualitaitaif dan Kuantitatif*, (Jember: STAIN press, 2013) Hlm. 139

¹⁹ Soerjono Soekanto, *Pengantar penelitian Hukum* (Jakarta: UI Press, 1986), hlm. 12.

(www.bajumuslimtermurah.blogspot.com,<http://morinabusana.blogspot.com>), Forum (Kaskus.co.id, Paseban.com), Media Sosial (Facebook, twitter, instagram, WA, BBM dan lain-lain).

Setelah konsumen mengunjungi dan memilih tempat jual beli online tersebut, kemudian konsumen melihat dan memilih produk yang dipasarkan sesuai dengan keinginannya berdasarkan kriteria-kriteria tertentu dan spesifikasinya, untuk kemudian mempelajari *term of condition* untuk melakukan kontrak kesepakatan. Misalnya terkait sistem pembayaran, estimasi pengiriman dan lain lain. Jika konsumen tidak sepakat dengan perjanjian tersebut maka bisa langsung dibatalkan namun jika sudah sepakat maka kedua belah pihak harus menjalankan kesepakatan masing-masing.

Dalam transaksi jual beli online ini hanya bermodalkan saling percaya diantara pelaku usaha dan konsumen. Perjanjian mereka terbentuk setelah adanya kesepakatan yaitu konsumen mengirimkan sejumlah uang seharga barang (transfer) dan kemudian pelaku usaha untuk bersiap mengirimkan ke alamat tujuan konsumen. Dalam menggunakan sistem teknologi ini semua pihak harus menggunakan dengan bijaksana agar tidak timbul sikap yang saling menipu sehingga terjadi wan prestasi diantara salah satu pihak.

Selanjutnya bahwa walaupun kita tidak membuka sebagaimana situs-situs di atas, ternyata produk online itu juga bisa didapatkan melalui media sosial yang lain misalnya Facebook, BBM, WA bahkan juga Instagram. Dalam Facebook ketika kita membukanya terasa berada dalam sebuah mall karena beranda dipenuhi dengan penawaran produk berdasarkan spesifikasi-spesifikasi yang unggul dan lain-lain, dalam BBM biasanya dipasarkan dalam sebuah grup begitu juga dalam WA. Tak ketinggalan juga dalam Instagram yang menawarkan berbagai keunggulan sebuah produk.

Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial termasuk di dalam instagram sendiri. Berdasarkan pengertian tersebut maka sangat bermanfaat sekali jika media instagram digunakan sebagai alat untuk memasarkan produk yang dikemas sedemikian rupa sehingga dapat menarik konsumen-konsumen untuk memesan barang sebagaimana yang dipasarkannya.

Sebagaimana dalam pembahasan ini yaitu jual beli yang dilakukan melalui media Instagram. Langkah pertama yang harus dilakukan konsumen untuk melihat penawaran produk Olshop tersebut, diantaranya:

- a. Konsumen memiliki media Instagram, yaitu konsumen mendaftarkan terlebih akun instagramnya yang dapat dilakukan pendaftaran dengan menggunakan akun Facebook atau Nomer HP pengguna.
- b. Konsumen mengikuti atau meng-add salah satu penjual online untuk menjadi pertemanan atau mengikuti postingan.
- c. Setelah konsumen mengikuti postingan tersebut maka secara otomatis, produk apa yang dipasarkan oleh ppsshop konsumen bisa melihatnya, selain itu dalam produknya juga dilengkapi dengan spesifikasi barang, mulai dari harga, ukuran, jenis kain, model produk, maupun pembuatan produk.
- d. Setelah konsumen menyatakan cocok terhadap suatu barang tertentu kemudian keduanya (penjual dan pembeli) mengadakan kontrak jual beli dan seterusnya yang nantinya juga mengarah pada sistem pembayaran dan penerimaan barang tersebut.

Berdasarkan mekanisme tersebut di atas, kemudian kedua belah pihak mempunyai tanggung jawab masing-masing yang harus dijalankan yaitu pembeli segera melakukan pembayaran dan penjual segera

mempacking barang dan kemudian dikirimkan kealamat pembeli. Dalam transaksi ini dikenal dengan istilah jual beli salam.

Banyak kelebihan dan kekurangan dalam kegiatan transaksi jual beli online, khususnya media instagram. Kelebihannya misalnya kegiatan belanja jadi lebih praktis, menghemat waktu dan tenaga, hanya bermodalkan jaringan internet dan bisa dilakukan dimana saja selama 24 jam. Adapun kelemahannya diantaranya, produk yang dipasarkan tidak sesuai dengan yang dikirimkan ke konsumen, pelaku usaha berniat untuk melakukan penipuan terhadap konsumen serta persaingan dengan Olshop lain yang ketat. Oleh karenanya mengandung kelebihan dan kekurangan maka sebagai pengguna media harus menggunakan secara bijaksana dan penuh tanggung jawab karena pada dasarnya kegiatan teknologi informasi sudah diatur dalam sebuah aturan negara yaitu Undang-Undang Informasi dan Teknologi Elektronik.

Kegiatan jual beli media instagram. Dilihat dari sisi ekonomi islam, pada dasarnya segala bentuk kegiatan muamalah adalah diperbolehkan kecuali terdapat aturan syara' yang melarangnya. Begitu juga untuk mengetahui status keabsahan jual-beli on line dengan akad as-salam, bertentangan dengan syari'ah ataupun tidak, maka perlu menetapkan metode istinbath hukum yang dipakai. Dalam jual beli ini (jual beli on line akad as-salam) harus disinergikan dengan syarat dan rukun jual beli pada umumnya. Diantaranya:

a. Orang yang Berakad

Secara umum al-'aqid (pelaku) jual beli disyaratkan harus ahli dan memiliki kemampuan untuk melakukan akad atau mampu menjadi pengganti orang lain jika ia menjadi wakil.

Ditegaskan pula sebagaimana kajian terdahulu sebelumnya bahwa syarat orang yang berakad (*al-muta'qidain*) yang terdiri dari penjual dan pembeli, haruslah orang yang telah cakap dalam

bertindak terhadap harta dan berbuat kebajikan, transaksi jual beli ini haruslah dilakukan oleh orang yang telah sempurna akal nya (*al-'aql*), sudah mencapai usia yang telah mampu untuk membedakan yang baik yang buruk (*al-mumayyiz*).²⁰

Ditegaskan pula sebagaimana pendapat Ulama' Malikiyah dan Hanafiyah mensyaratkan *aqid* harus berakal, yakni sudah *mumayyiz*, anak yang agak besar yang pembicaraan dan jawaban yang dilontarkannya dapat dipahami, serta berumur minimal 7 tahun. Oleh karena itu, anak kecil, orang gila dan orang bodoh tidak boleh menjual harta sekalipun miliknya.²¹

Dalam transaksi jual beli online akad as-salam, dapat dipastikan masing-masing pihak yang terlibat transaksi telah memenuhi kriteria *tamyiz* dan telah mampu mengoperasikan komputer dan tentunya telah memenuhi ketentuan memiliki kecakapan yang sempurna atau akal yang sehat serta mempunyai wewenang untuk melakukan transaksi. Selanjutnya dalam transaksi ini tidak mungkin dilakukan oleh orang yang tidak memiliki kecakapan yang sempurna, seperti dilakukan oleh anak kecil yang belum berakal atau orang gila.

Adapun keberadaan penjual dan pembeli, meskipun dalam transaksi jual belionline tidak bertemu langsung, akan tetapi melalui internet telah terjadi saling tawar-menawar atau interaksi jual beli antara penjual dan pembeli. Dengan demikian syaratorang yang berakad dalam jual beli on line ini telah terpenuhi.

²⁰ Amir Syarifuddin, *Garis-Garis Besar Fiqh*, (Jakarta: Prenada Grup, 2007), hlm. 196

²¹ Hendi Suhendi, *Fiqh Mu'amalah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010), hlm. 74.

b. *Sighat* (Lafal Ijab dan Kabul)

Sighat akad (ijab dan kabul) adalah sesuatu yang disandarkan dari dua pihak yang berakad yang menunjukkan atas apa yang ada dihati keduanya tentang terjadinya suatu akad. Wahbah al-Zuhaili memberi definisi akad dengan makna pertemuan ijab dan kabul yang dibenarkan oleh syara' yang menimbulkan akibat hukum terhadap objeknya.²² Ijab dan kabul merupakan unsur terpenting dari suatu akad karena dengan adanya ijab dan kabul, maka terbentuklah suatu akad (*contract*).

Dalam hukum Islam, pernyataan ijab dan kabul dapat dilakukan dengan lisan, tulisan atau surat-menyurat, atau isyarat yang memberi pengertian dengan jelas tentang adanya ijab dan kabul dan dapat juga berupa perbuatan yang telah menjadikebiasaan dalam ijab dan kabul.

Secara khusus syarat-syarat ijab qabul yang harus dipenuhi dalam jual beli salam adalah:

- 1) Tujuan yang terkandung di dalam pernyataan ijab dan qabul harus jelas dan terdapat kesesuaian, sehingga dapat dipahami oleh masing-masing pihak.
- 2) Pelaksanaan ijab dan qabul harus berhubungan langsung dalam suatu majlis. Apabila kedua belah pihak hadir dan saling bertemu dalam satu tempat untuk melaksanakan transaksi, maka tempat tersebut adalah majlis akad. Adapun jika masing-masing pihak saling berjauhan maka majlis akad adalah tempat terjadinya qabul.²³

²² Wahbah al-Zuhaili, *Al -Fiqh al -Islami wa Adillatuhu* , Jilid IV (Beirut: Dar al-Fikr, 1989), hlm. 81

²³ Rahmat Syafi'i, *Fiqh Muamalah*, hlm. 51.

Tujuan yang terkandung dalam pernyataan ijab dan kabul harus jelas dan dapat dipahami oleh masing-masing kedua belah pihak yang melakukan transaksi jual beli. Selain itu, pelaksanaan ijab dan kabul juga harus berhubungan langsung dalam suatu majelis. Adapun ijab dan kabul dibolehkan ditempat yang berbeda selama antara penjual dan pembeli sudah memahami satu sama lain.

Pengertian satu majelis tidak sekedar pertemuan dalam satu ruangan secara fisik antara penjual dan pembeli, oleh karenanya transaksi jual beli lewat sarana jarak jauh apa saja dapat dikategorikan sebagai satu majelis. Termasuk juga via telepon, internet, atau media cetak dan elektronik lainnya, asalkan masih dalam konteks yang sama, yaitu akad jual beli.²⁴

Selanjutnya mengenai satu majelis ini, Wahbah al-Zuhaili menyatakan bahwa maksud satu majelis bukanlah bermakna kedua belah pihak yang melakukan akad itu harus beradaditempat yang sama. Sebab boleh jadi seseorang duduk ditempat yang lain dan seorang lagi berada ditempat lain. Tetapi keduanya dapat melakukan kontak hubungan bisnis. Dengan demikian, yang dimaksud dengan satu majelis adalah ketika terjadi transaksi, kedua belah pihak (penjual dan pembeli) berada dalam satu masa atau waktu.²⁵

Dalam prakteknya, transaksi jual beli online as-salam, penjual dan pembeli bertemu dalam satu majelis, yaitu yang dinamakan majelis maya. Penjual dan pembeli tidak berada dalam satu tempat tertentu namun berada dalam akad yang sama yaitu

²⁴ Sofyan AP. Kau, *Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli Via Telepon dan Internet*, hlm. 10

²⁵ Wahbah al-Zuhaili, *Al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*, Jilid IV, 108-109.

pemilik usaha menjual produknya lewat media dan pembeli melihat produknya juga melalui media.

Pada dasarnya, pernyataan kesepakatan pada transaksi jual beli online sama dengan pernyataan kesepakatan sebagaimana transaksi dalam hukum Islam. Pernyataan itu dapat dilakukan dengan berbagai cara dan melalui berbagai media, selama dapat dipahami maksudnya oleh penjual dan pembeli dan tentunya atas dasar kerelaan antara kedua pihak yang melakukan transaksi.

c. Objek Transaksi Jual Beli

Objek transaksi jual beli harus ada atau tampak pada saat akad terjadi. Terhadap objek yang tidak tampak, ulama Syafi'iyah dan Hanafiyah melarang secara mutlak, kecuali dalam beberapa hal seperti jasa. Namun demikian, ulama fikih sepakat bahwa barang yang dijadikan akad harus sesuai dengan ketentuan syara', seperti objek yang halal, dapat diberikan pada waktu akad, diketahui oleh kedua belah pihak, dan harus suci.²⁶

Bentuk objek akad dapat berupa benda berwujud dan benda yang tidak berwujud. Mengenai komoditi atau barang yang dijadikan objek transaksi jual beli online tergantung pada penawaran pihak penjual dan pemesanan dari pembeli, mengenai jenis barang apa dan bagaimana yang akan dibeli.

Dalam transaksi jual beli online, komoditi yang diperdagangkan dapat berupa komoditi digital dan non digital. Komoditi digital seperti surat kabar elektronik, majalah online, digital library, ebook, domain, dan lain-lain, dapat langsung diserahkan kepada pembeli melalui media internet. Sedangkan komoditi non digital, tidak dapat diserahkan langsung melalui media internet,

²⁶ Suhartono, *Transaksi E-Commerce Syariah (Suatu Kajian terhadap Pertiagaan Online dalam Perspektif Hukum Perikatan Islam)*, hlm. 145.

namun dikirim melalui jasa kurir sesuai dengan kesepakatan spesifikasi komoditi atau barang dan tempat penyerahan.

Dari keterangan di atas, dapat disimpulkan bahwa belum adanya komoditi pada saat akad, bukan berarti akadnya tidak sah ataupun dikategorikan *gharar*, karena objek dalam transaksi jual beli online, meski belum ada pada saat akad, tetap dipastikan ada kemudian hari.

Pembeli tidak dapat melihat langsung objek dalam transaksi jual beli online, karena yang ditampilkan di internet adalah berupa foto benda tersebut, sehingga pembeli sulit memastikan apakah barang itu ada atau tidak. Tetapi, barang yang ditransaksikan dalam jual beli online ini sebenarnya telah ada dan siap dikirim atau bersifat pemesanan.²⁷

Pada dasarnya, objek yang dijadikan komoditi dalam transaksi jual beli online, tidak berbeda dengan transaksi yang ada dalam hukum perikatan Islam, selama objek transaksi tersebut halal, bermanfaat, dan memiliki kejelasan baik bentuk, fungsi dan keadaannya serta dapat diserahkan pada waktu dan tempat yang telah disepakati oleh penjual dan pembeli maka transaksi yang dilakukan adalah sah.

d. Terdapat Nilai Tukar

Para ulama telah sepakat bahwa nilai tukar pengganti barang dalam transaksi harus dapat ditentukan dan diketahui oleh pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi. Hal ini dimaksudkan untuk menghilangkan ketidakjelasan yang dapat menimbulkan perselisihan dikemudian hari, misalnya pembayaran dilakukan dengan uang, harus dijelaskan jumlah dan mata uang yang

²⁷ Misbahuddin, *E-Commerce dan Hukum Islam*, hlm. 264.

digunakan atau apabila dengan barang, maka harus dijelaskan jenis, kualitas, sifat barang tersebut.²⁸

Dalam transaksi jual beli online, sebelum proses pembayaran dilakukan, masing-masing pihak penjual dan pembeli telah menyepakati mengenai jumlah dan jenis mata uang yang digunakan sebagai pembayaran serta metode pembayaran yang digunakan. Pada saat penjual dan pembeli telah mencapai kesepakatan, kemudian melakukan pembayaran melalui bank, dan setelah pembayaran telah diterima oleh penjual dan pembeli telah mengirimkan bukti pembayaran atau kuitansi pembelian, maka penjual mengirim barang sesuai dengan kesepakatan mengenai saat penyerahan dan spesifikasi barang kepada pembeli.

Pembayaran harga dalam transaksi jual beli online pada prinsipnya telah memenuhi ketentuan-ketentuan yang ada dalam sistem perikatan Islam. Pembayaran atau harga dalam transaksi jual beli online merupakan sesuatu yang bernilai dan bermanfaat. Uang yang digunakan sebagai alat pembayaran pengganti barang dapat ditentukan dan diketahui oleh pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi dan dibayarkan sesuai kesepakatan penjual dan pembeli.

Setelah mengkaji rukun dan syarat jual beli dalam hukum Islam, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa transaksi jual beli online ini tidak bertentangan dengan hukum Islam, baik dari segi orang yang berakad, *sighat* (lafal ijab dan kabul), objek transaksi, dan nilai tukar barang, selama dalam transaksi itu tidak ada unsur haram, seperti *riba*, *gharar* (penipuan), bahaya,

²⁸ Suhartono, *Transaksi E-Commerce Syariah (Suatu Kajian terhadap Perniagaan Online dalam Perspektif Hukum Perikatan Islam)*, hlm. 146

ketidakjelasan, dan merugikan hak orang lain, pemaksaan, dan tentunya barang atau jasa yang jadi objek transaksi adalah halal, bukan yang bertentangan dengan al-Qur'an dan Hadits.

Jual beli online, jika dilihat dari aspek *maqashid syariah*, terdapat kemaslahatan, berupa kemudahan transaksi, dan efisiensi waktu. Karena secara syari'at Islam ditetapkan untuk kemaslahatan manusia baik di dunia maupun di akhirat. Jual beli dalam hukum Islam juga tidak melihat dari segi jenis atau model sarana yang digunakan, tetapi lebih ditekankan pada prinsip moral seperti kejujuran dan prinsip kerelaan antara kedua belah pihak.

B. Kesesuaian Transaksi Jual Beli On-Line Akad Salam dengan Fatwa DSN MUI No. 05/DSN-MUI/IV/2000 tentang Jual Beli Salam

Berdasarkan isi keputusan Fatwa DSN MUI di atas maka tentang transaksi jual beli on line akad salam dapat disimpulkan bahwa sesuai dengan Fatwa DSN MUI No 05/DSN-MUI/IV/2000 tentang Jual Beli Salam. Berikut penjelasan secara terperinci tentang transaksi online akad salam.

No	Kriteria	On Line	Fatwa DSN
1	Pembayaran	Pembayaran secara tunai melalui kartu kredit atau transfer berdasarkan jumlah yang disepakati	Alat bayar harus diketahui jumlah dan bentuknya, baik berupa uang, barang, atau manfaat.
		Pembayaran dilakukan setelah kontrak kesepakatan (transaksi)	Pembayaran harus dilakukan pada saat kontrak disepakati
		Pembayaran tunai	Pembayaran tidak boleh

		(langsung) tidak ada indikasi pembebasan hutang	dalam bentuk pembebasan hutang
2	Barang	Ciri-ciri barang atau spesifikasi barang disampaikan dijelaskan dalam produk	Harus jelas ciri-cirinya dan dapat diakui sebagai hutang. Harus dapat dijelaskan spesifikasinya.
		Penyerahan barang dilakukan kemudian hari setelah masa pembayaran dan sesuai dengan kesepakatan (konsumen memilih jasa pengiriman)	Penyerahannya dilakukan kemudian. Waktu dan tempat penyerahan barang harus ditetapkan berdasarkan kesepakatan.
		Menjadi hak penuh pembeli awal	Pembeli tidak boleh menjual barang sebelum menerimanya.
			Tidak boleh menukar barang, kecuali dengan barang sejenis sesuai kesepakatan.

Oleh karenanya jual beli online sesuai dengan Fatwa DSN, maka diharapkan kepada pelaku usaha maupun konsumen tidak ada melanggar suatu kegiatan perekonomian tersebut yang dapat merugikan masing-masing pihak. Dan kegiatan ekonomi tersebut harus terus digalakkan untuk menunjang perekonomian rakyat yang berbasis syariah.

Dikatakan sekali lagi bahwa transaksi jual beli online mempunyai banyak kemudahan bagi penjual maupun pembeli. Penjual hanya bermodalkan memasarkan produk lewat media online instagram dan pembeli hanya melihat produk yang dipasarkan kemudian jika terjadi kesepakatan terjadilah akad yaitu jual beli dengan sistem akad salam.

SIMPULAN

1. (A) Praktek jual beli on line melalui instagram adalah mudah karena pemesanan melalui internet atau instagram sangat mudah dan cepat, tidak terhalang oleh waktu dan tempat, diwaktu kapanpun dan ditempat manapun. Dengan mengakses internet dan membuka instagram tersebut kita selaku konsumen bisa langsung memesan barang yang kita inginkan berdasarkan kriteria tertentu dan dilanjutkan kesepakatan antara pihak tentang terjadinya akad tersebut. (B) Keabsahan tentang jual beli on line melalui instagram akan tetap absah/sah karena sudah sesuai dengan kaidah-kaidah syariat islam yang mengatur tentang jual beli, ia tidak mengandung unsur ketidakjelasan maupun penipuan.
2. Transaksi jual beli online akad salam sesuai dengan Fatwa DSN MUI No 05/DSN-MUI/IV/2000 tentang Jual Beli Salam, dikarenakan dalam akad tersebut tidak menyalahi aturan syariat yang ada, sehingga kedepannya adanya Fatwa tersebut harus diakui keberadaannya dan diimplementasikan dalam kegiatan ekonomi yang dimaksud.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Halim Barakatullah dan Teguh Prasetyo, 2008. *Bisnis E-Commerce Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*, Jakarta: Pustaka.
- Abdul Kadir Muhammad, 2004. *Hukum dan Penelitian Hukum*, Bandung: PT Citra Abadi
- Agoeng Noegroho, 2010. *Teknologi Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu

**Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM)
Sekolah Tinggi Islam Blambangan (STIB) Banyuwangi**

- Amir Syarifuddin, 2007. *Garis-Garis Besar Fiqh*, Jakarta: Prenada Grup
- Ana Faiqoh Jurusan. 2011. *Penjiblatan Karya Tulis di Internet Dalam Pandangan Hukum Islam*.
- Buchari Alma, 2003. *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islam*. Bandung: Alfabeta
- Djaman Satori, 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta
- Hendi Suhendi, 2010. *Fiqh Mu'amalah*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Husin Sayuti, 1989. *Pengantar Metode Rised*, Jakarta: Fajar Agung
- Supriyadi, 2008. *Hukum Bisnis*. Bandung: PT Rineka
- Mariam Darus Badruzaman, 2001. *E-Commerce Tinjauan Dari Hukum Kontrak Indonesia*, Jakarta: Citra Aditya Bakti
- Neni Sri Imaniyati, 2013. *Hukum Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu
- Setiawan, 2000. *Electronic Commerce: Tinjauan Dari Segi Hukum Kontrak*, Jakarta: Rineka Cipta
- Sayid Hamid. 2011. *Penggunaan Merek Orang Lain Sebagai Domain Name Internet Dalam Perspektif Undang-Undang Merek dan Hukum Islam*
- Sril Sitompul, 2004. *Hukum Internet*, Bandung: Citra Aditya Bakti
- Wahbah al-Zuhaili, 1989. *Al -Fiqh al -Islami wa Adillatuhu* , Jilid IV
Beirut: Dar al-Fikr
- Webb
www.articles-of-business-system.com,2019
www.Okezone.com. 2019
<http://www.selipan.com/story/style/7-alasan-kenapa-penduduk-instagramkebanyakan-cewek/>, 2019