

SISTEM TRANSAKSI *E-COMMERCE* DALAM PERSPEKTIF KUH PERDATA DAN HUKUM ISLAM

Sugeng Santoso

Pondok Modern Darul Hikmah Tulungagung

Email: thesugengs@gmail.com

ABSTRACT

Trading transactions are not only done conventionally, where buyers and sellers meet face to face. Now the transaction has been switched into cyber-spaced transaction, where the trading transactions are conducted through social networking, computers, mobile phones, etc. Such Transactions are called online trading transactions (e-commerce). According to Islamic law e – commerce transaction should also meet some required conditions such as employers in online commerce (e-commerce) are qualified to be taxable income. But if the income tax law that is used in the taxation for online commerce transactions (e-commerce) is employed, the tax will not be able to be maximized because basically e-commerce transactions are very different from conventional trading transactions. So the need for new rules to serve as a legal basis of the taxation of income in e-commerce transactions is emerging.

Kata kunci: *Sistem Transaksi, E-Commerce, KUH Perdata, Hukum Islam*

Pendahuluan

Manusia menurut Ilmuwan Islam Ibnu Khaldun, merupakan berkarakter dasar sebagai makhluk sosial dan berperadaban yang membutuhkan

pergaulan sosial.¹ Sebagai makhluk sosial, manusia ikut serta menerima dan memberikan andil dalam kehidupan orang lain, saling berinteraksi untuk memenuhi kebutuhan hidup dan mencapai kemajuan dalam hidupnya. Untuk mencapai kemajuan dan tujuan hidup, diperlukan kerjasama yang baik antar sesama manusia.² Di antara sekian banyak aspek kerjasama, adalah dalam aspek ekonomi, khususnya ekonomi Islam yang bersifat dinamik menurut dimensi ruang dan waktu.³

Islam memandang masalah ekonomi tidak dari sudut pandang kapitalis dan tidak juga dari sudut pandang sosialis, akan tetapi Islam membenarkan adanya hak individu tanpa merusak masyarakat. Konsep ekonomi Islam yaitu meletakkan aspek moral maupun material kehidupan sebagai basis untuk membangun kekuatan ekonomi di atas nilai-nilai moral,⁴ yang tentunya membawa konsekuensi adanya transaksi muamalah serta pertukaran barang dan jasa.

Bermuamalah khususnya perdagangan, adalah merupakan salah satu jenis usaha untuk mengembangkan hak milik yang dibenarkan oleh syariah. Secara umum perdagangan secara Islam menjelaskan adanya transaksi yang bersifat fisik, dengan menghadirkan benda sewaktu transaksi, atau tanpa menghadirkan benda yang dipesan, tetapi dengan ketentuan harus dinyatakan sifat benda secara kongkret, baik diserahkan langsung atau diserahkan kemudian sampai batas waktu tertentu.

Sementara itu, pada saat ini dengan teknologi yang semakin canggih pada tiap-tiap bidang kehidupan manusia, segala usaha dan kegiatan

¹ Setiawan Budi Utomo, *Fiqh Aktual Jawaban Tuntas Masalah Kontemporer*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2003), h. 63.

² Hamzah Ya'qub, *Kode Etik Dagang Menurut Islam (Pola Pembinaan Hidup Dalam Berekonomi)*, (Bandung: Diponegoro, 1984), h. 13-14.

³ Abu al-A'la al-Maududi, *Usus al-Iqtishad Bain al-Islam wa an-Nuzhum al-Mu'ashirah*, cet. 3 (t.p.: al-Dar as-Su'udiyah li an-Nasyr, 1971), h. 17-20.

⁴ Fazlur Rahman, *Economic Doctrines of Islam, (Doktrin Ekonomi Islam)*, alih bahasa Soeroyo dan Nastangin. (Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf, 1995), I, h. 10-11. Lebih lanjut lihat; Muhammad Hisanien al-Bathah, *An-Nizham al-Iqtishad f al-Islam*, (t.p.: t.p., 1997), h. 127-147; Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam: Suatu Pengantar*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2002), h. 69-100.

manusia akan semakin terasa mudah,⁵ yaitu dengan ditandai munculnya internet.⁶ Penemuan internet merupakan sebuah penemuan yang berdampak besar bagi masyarakat. Manfaat dari adanya internet kini tak hanya dirasakan oleh masyarakat di bidang teknologi dan informasi saja, namun berjuta-juta orang dari seluruh lapisan masyarakat di seluruh dunia juga turut merasakan manfaat tersebut. Salah satu bidang yang mendapat manfaat secara langsung dari adanya internet adalah perekonomian. Penggunaan internet dalam media maya ini dikenal dengan sebutan *e-commerce*. *E-commerce* memberikan dampak yang sangat positif yakni dalam kecepatan dan kemudahan serta kecanggihan dalam melakukan interaksi global tanpa batasan tempat dan waktu,⁷ juga tanpa batasan geografis antar negara.⁸ Menurut Rao (2000), berbagai kemudahan, seperti kemudahan *order* melalui *desktop*, kemudahan dalam mengetahui ketersediaan produk, cepatnya proses jual-beli, inilah yang pada akhirnya membawa internet sebagai suatu media yang digemari untuk melakukan suatu bisnis atau kegiatan perdagangan.

Pesatnya perkembangan *e-commerce* ini dimungkinkan, mengingat perdagangan melalui jaringan komputer menjanjikan efisiensi, baik dari segi waktu dan biaya serta kenyamanan dalam bertransaksi bagi konsumen, dibandingkan dengan pola bertransaksi secara tradisional.⁹

Sistem perdagangan yang dipakai dalam *e-commerce* dirancang untuk menandatangani secara elektronik. Penandatanganan elektronik ini dibuat mulai dari saat pembelian, pemeriksaan dan pengiriman.¹⁰ Karena itu, ketersediaan informasi yang benar dan akurat mengenai konsumen

⁵ The Liang Gie, *Pengantar Filsafat Teknologi*, (Yogyakarta: Andi, 1996), h. ii.

⁶ Alvin Tofler, *The Third Wave* (Toronto: Bantam Books, 1982), h. 155-204.

⁷ Abdul Halim Barkatullah & Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia* (Yogyakarta, Pustaka Setia, 2006), h. 2.

⁸ Tri Kuntoro Priyambodo, "Menjadi Entrepreneur dari E-Commerce", Makalah disampaikan pada Road Show Seminar Sukses Bisnis Melalui E-Commerce, diselenggarakan oleh Kanwil Deperindag DI Yogyakarta tanggal 23 Maret 2000, h. 1.

⁹ Setiawan Budi Utomo, *Fiqh Aktual*, h. 65

¹⁰ Freddy Haris, *Aspek Hukum Transaksi Secara Elektronik Di Pasar Modal*, (Jakarta: 2000), h. 7.

dan perusahaan dalam e-commerce merupakan suatu prasyarat mutlak.¹¹

Transaksi *e-commerce* di dalam hal pembayaran (*payment instruction*) melibatkan beberapa pihak selain dari pembeli (*cardholder*) dan penjual (*merchant*),¹² para pihak itu adalah *payment gateway* (pihak ketiga). Keterlibatan pihak-pihak lain, di dalam transaksi *e-commerce* merupakan suatu keharusan, karena transaksi dalam *e-commerce* melalui media internet merupakan bentuk transaksi yang dilakukan oleh pihak-pihak tanpa saling bertemu *face-to-face* atau bahkan tidak saling mengenal, sebab transaksi mereka dalam dunia maya atau virtual.¹³

Oleh karena itu, untuk menjamin adanya kehandalan, kepercayaan, kerahasiaan, validitas dan keamanan, transaksi *e-commerce* di dalam pelaksanaannya memerlukan layanan-layanan pendukung baik dalam sistem pembayaran maupun penjualannya.

Dan dengan Meningkatnya jumlah pengguna internet yang berdampak pada meningkatnya omset perdagangan elektronik ini nyatanya menimbulkan beberapa masalah dalam bidang keuangan, salah satunya adalah pajak penjualan internet.¹⁴ Adanya perdagangan elektronik yang tidak mengenal batas geografis tentunya juga menimbulkan pertanyaan mengenai bagaimana peraturan perpajakan dalam mengantisipasi adanya penghasilan dari transaksi *e-commerce*. Tanpa adanya regulasi perpajakan yang tepat atas transaksi *e-commerce*, potensi penerimaan pajak atas transaksi *e-commerce* dapat menjadi hilang. Padahal potensi penerimaan pajak atas transaksi *e-commerce* sangatlah besar mengingat banyaknya transaksi *e-commerce* yang terjadi. Di Indonesia, banyaknya omset transaksi *e-commerce* juga menimbulkan potensi penerimaan pajak yang hilang (*potential loss*) akibat masih belum

¹¹ Abdul Halim Barkatullah dan Syahrida, *Sengketa Transaksi e-Commerce Intemasional* (Banjarmasin: FH Unlam Press, 2010), h. 2.

¹² Muhammad Aulia Adnan, "Aspek Hukum Protokol Pembayaran Visa/MasterCard Secure Electronic Transaction (SET)", *Skripsi* (Depok: Universitas Indonesia, 1999), h. 54.

¹³ Abdul Halim Barkatullah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce...*, h. 3.

¹⁴ Leena Rao, *JP Morgan: Global E-Commerce Revenue to Grow By 19 Percent in 2011 to \$680B*. <http://techcrunch.com/2011/01/03/j-p-morgan-global-e-commerce-revenue-to-grow-by-19-percent-in-2011-to-680b/> diakses 5 November 2016.

adanya regulasi yang tepat untuk transaksi ini.

Definisi E-Commerce

Pengertian *e-commerce*, menurut bahasa (*etimologi*) adalah sebagai berikut: (*E*) *electronic* adalah ilmu elektronik (muatan listrik), alat-alat elektronik, atau semua hal yang berhubungan dengan dunia elektronika dan teknologi. Sedang (*C*) *commerce* adalah perdagangan, perniagaan.¹⁵ Adapun menurut istilah pengertian *e-commerce* adalah proses transaksi jual beli baik barang maupun jasa secara elektronik melalui media internet. Sedang menurut *terminologi* adalah sebagai berikut, Menurut Abdul Halim Barkatullah, *e-commerce* adalah: kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (*consumers*) manufaktur (*manufactures*) *services providers* dan pedagang perantara (*intermediateries*) dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer (*computer net-work*) yaitu internet.²⁰

Menurut Kamlesh K. Bajaj dan Debjani Nag, bahwa *e-commerce* merupakan suatu bentuk pertukaran informasi bisnis tanpa menggunakan kertas, melainkan dengan menggunakan *Electronic Data Interchange* (EDI), *Electronic Mail* (E-Mail), *Electronic Funds Transfer* (EFT) dan melalui jaringan lainnya.²¹

E-commerce sebagai suatu cara untuk melakukan aktivitas perekonomian dengan *infrastruktur* internet memiliki jangkauan penerapan yang sangat luas. Seperti halnya internet, siapapun dapat melakukan aktivitas apapun termasuk aktivitas ekonomi, *e-commerce* juga 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*.²²

Banyak perusahaan yang berkembang mulai mengaplikasikan service *e-commerce* ini karena dirasa sangat menguntungkan dan lebih efektif baik dari segi waktu maupun tenaga. Dan ditinjau dari segi pendapatan, metode ini dapat meningkatkan hingga lebih dari 2 kali lipat dari jumlah semula.

¹⁵ John M. Echols dan Hassan Shadily, *Kamus Inggris Indonesia*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003), h. 209 dan 129.

Pada masa persaingan ketat di era globalisasi saat ini, maka persaingan yang sebenarnya adalah terletak pada bagaimana sebuah perusahaan dapat memanfaatkan *e-commerce* untuk meningkatkan kinerja dan eksistensi dalam bisnis inti. “Dengan aplikasi *e-commerce*, seyogyanya hubungan antar perusahaan dengan entitas eksternal lainnya (pemasok, distributor, rekanan, konsumen) dapat dilakukan secara lebih cepat, lebih intensif, dan lebih murah daripada aplikasi prinsip manajemen secara konvensional (*door to door, one-to-one relationship*)”.¹⁶

E-commerce bukanlah sekedar suatu mekanisme penjualan barang atau jasa melalui medium internet, tetapi juga terhadap terjadinya sebuah transformasi bisnis yang mengubah cara pandang perusahaan dalam melakukan aktivitas usahanya. Membangun dan mengimplementasikan sebuah system *e-commerce* bukanlah merupakan proses *instant*, namun merupakan transformasi strategi dan system bisnis yang terus berkembang sejalan dengan perkembangan perusahaan dan teknologi.

Berdasar atas berbagai definisi yang ditawarkan dan dipergunakan berbagai kalangan,²³ terdapat kesamaan dari masing-masing definisi tersebut. Kesamaan tersebut memperlihatkan bahwa *e-commerce* memiliki karakteristik sebagai berikut: terjadinya transaksi antara dua belah pihak; adanya pertukaran barang, jasa, atau informasi; dan internet merupakan medium utama dalam proses atau mekanisme perdagangan tersebut.

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, yang dalam hal ini terkait dengan mekanisme dagang.¹⁷

¹⁶ Gia Putra, 2007. “*Mengimplementasikan Electronic E-commerce di Indonesia*”. UMY

¹⁷ Panggih P. Dwi Atmojo, *Internet Untuk Bisnis I*, (Jogjakarta: Dirkomnet Training, 2002), h. 6.

Jenis-jenis e-commerce

E-Commerce dapat dibedakan menjadi beberapa jenis yaitu:¹⁸ pertama, Business to Business (B2B). Karakteristik dari bisnis model B2B antara lain: (a) Trading partners yang sudah diketahui dan umumnya memiliki hubungan yang cukup lama. Informasi hanya dipertukarkan dengan partner tersebut. Dikarenakan sudah mengenal lawan komunikasi, maka jenis informasi yang dikirimkan dapat disusun sesuai dengan kebutuhan dan kepercayaan. (b) Pertukaran data berlangsung berulang-ulang dan secara berkala, misalnya setiap hari, dengan format data yang sudah disepakati bersama. Dengan kata lain, pelayanan yang digunakan sudah tertentu. Hal ini memudahkan pertukaran data untuk dua entiti yang menggunakan standar yang sama. (c) Salah satu pelaku dapat melakukan inisiatif untuk mengirimkan data, tidak harus menunggu parternya.

Kedua, Business to Consumer (B2C). *Business to Consumer e-Commerce* memiliki karakteristik sebagai berikut: (a) Terbuka untuk umum, dimana informasi disebarakan ke umum; (b) Servis yang diberikan bersifat umum dengan menggunakan layanan sudah dinikmati masyarakat secara ramai; (c) Servis diberikan berdasarkan permohonan. Konsumen melakukan inisiatif dan produser harus siap memberikan respon sesuai dengan permohonan; (d) Pendekatan *client/server* sering digunakan dimana diambil asumsi *client (consumer)* menggunakan sistem yang minimal (berbasis Web) dan *processing* diletakkan di sisi server.

Ketiga, Konsumen ke konsumen (*Consumer to Consumer*). Konsumen ke konsumen merupakan tradisi bisnis secara elektronik yang dilakukan antar 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 yang telah dijadikan sebagai sarana tukar menukar informasi tentang produk baik mengenai harga, kualitas dan pelayanannya. Selain itu antar

¹⁸ Budi Raharjo, "E-commerce Indonesia, Peluang dan Tantangan", Universitas Widyatama, 2003.

customer juga dapat membentuk komunitas pengguna/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 dengan demikian menuntut pelayanan perusahaan menjadi lebih baik.¹⁹

Pesatnya perkembangan *e-commerce* ini dimungkinkan mengingat perdagangan melalui jaringan komputer menjanjikan efisiensi, baik dari segi waktu dan biaya serta kenyamanan dalam bertransaksi bagi konsumen, dibandingkan dengan pola bertransaksi secara tradisional.²⁰

Sistem perdagangan yang dipakai dalam *e-commerce* dirancang untuk menandatangani secara elektronik. Penandatanganan elektronik ini dibuat mulai dari saat pembelian, pemeriksaan dan pengiriman.²¹ Karena itu, ketersediaan informasi yang benar dan akurat mengenai konsumen dan perusahaan dalam *e-commerce* merupakan suatu prasyarat mutlak.²²

Transaksi *e-commerce* di dalam hal pembayaran (*payment instruction*) melibatkan beberapa pihak selain dari pembeli (*cardholder*) dan penjual (*merchant*),²³ para pihak itu adalah *payment gateway* (pihak ketiga). Keterlibatan pihak-pihak lain, di dalam transaksi *e-commerce* merupakan suatu keharusan, karena transaksi dalam *e-commerce* melalui media internet merupakan bentuk transaksi yang dilakukan oleh pihak-pihak tanpa saling bertemu *face-to-face* atau bahkan tidak saling mengenal, sebab transaksi mereka dalam dunia maya atau virtual.²⁴ Oleh karena itu, untuk menjamin

¹⁹ *Ibid.*, h. 23.

²⁰ Setiawan Budi Utomo, *Fiqh Aktual...*, h. 65

²¹ Freddy Haris, *Aspek Hukum Transaksi Secara Elektronik di Pasar Modal*, (Jakarta: 2000), h. 7.

²² Abdul Halim Barkatullah dan Syahrida, *Sengketa Transaksi e-Commerce Intemasional* (Banjarasin: FH Unlam Press, 2010), h. 2.

²³ Lihat Muhammad Aulia Adnan, "Aspek Hukum Protokol Pembayaran Visa/MasterCard Secure Electronic Transaction (SET)", *Skripsi* (Depok: Universitas Indonesia, 1999), h. 54.

²⁴ Abdul Halim Barkatullah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce...*, h. 3.

adanya kehandalan, kepercayaan, kerahasiaan, validitas dan keamanan, transaksi *e-commerce* dalam pelaksanaannya memerlukan layanan-layanan pendukung baik dalam sistem pembayaran maupun penjualannya.

Tentang dampak resikonya adalah persoalan keamanan, karena teknologi modern dapat terjadi digunakan untuk tujuan baik dan jahat sekaligus. Jadi teknologi informasi ini dapat menimbulkan manfaat namun aspek kerusakan jauh lebih besar. Secara garis besar, kejahatan yang berkaitan dengan teknologi informasi dapat dibagi menjadi dua bagian. Pertama, kejahatan yang bertujuan merusak atau menyerang sistem atau jaringan komputer. Kedua, kejahatan yang menggunakan komputer atau internet sebagai alat bantu dalam melancarkan kejahatan.²⁵

Kejahatan yang sering terjadi, di antaranya adalah tentang kerahasiaan pesan, keutuhan pesan (produk yang dipesan tidak sesuai dengan produk yang ditawarkan), atau barang belum sampai ke tangan penerima (ketidaktepatan waktu menyerahkan barang atau pengiriman barang), keabsahan pelaku transaksi, terkait dengan kesalahan dalam pembayaran, keaslian pesan agar bisa dijadikan barang bukti, dan hal-hal lain yang tidak sesuai dengan kesepakatan sebelumnya.²⁶

Hal-hal lain terjadi pula karena penjual mengaku belum menerima pembayaran dari pembeli, sedangkan kenyataannya pembeli sudah mengirim pembayarannya untuk seluruh barang. Kecurangan yang dilakukan pembeli, seperti memberikan identitas palsu, menggunakan kredit orang lain, tidak mengirimkan pembayaran dari transaksi yang telah disepakati, dan lain sebagainya.²⁷

Dengan demikian, eksistensi internet di samping menjadikan sejumlah harapan, pada saat yang sama juga melahirkan kecemasan-kecemasan. Dengan adanya kenyataan tersebut, lahirlah suatu kebingungan tentang hukum apa yang dapat mengatasi permasalahan yang akan timbul di

²⁵ Abdul Wahid dan Muhammad Labib, *Kejahatan Mayantara*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2005), h. 27.

²⁶ Abdul Halim Barkatullah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce...*, h. 4.

²⁷ *Ibid.*, h. 4.

kemudian hari, karena hukum yang mengatur mengenai *e-commerce* melalui internert, belum terdapat konsepsi dan legislasi hukum yang kuat.²⁸

Proses Jual Beli dalam *E-commerce*

Dalam kehidupan sehari-hari, transaksi bisnis konvensional sama halnya dengan sistem *e-commerce* dalam tahapan-tahapan yang biasa dikenal dengan proses bisnis. Proses bisnis pertama di dalam sistem *e-commerce* ini dinamakan informasi sharing. Dalam proses ini, prinsip penjual adalah mencari dan menjaring calon pembeli sebanyak-banyaknya, sementara prinsip pembeli adalah berusaha sedapat mungkin mencari produk atau jasa yang diinginkan dan mencoba untuk mencari tahu penilaian orang lain terhadap produk atau jasa tersebut.²⁹

Ada dua hal utama yang biasa dilakukan oleh *customer* di dunia maya, pertama adalah melihat produk-produk atau jasa-jasa yang diiklankan oleh perusahaan terkait melalui *website-nya (online ads)*. Kedua adalah mencari data atau informasi tertentu yang dibutuhkan sehubungan dengan proses transaksi jual beli yang akan dilakukan.³⁰ Jika tertarik dengan produk atau jasa yang ditawarkan, konsumen dapat melakukan transaksi perdagangan dengan cara melakukan pemesanan secara elektronik (*online orders*), yaitu dengan menggunakan perangkat komputer dan jaringan internet.

Setelah tukar-menukar informasi dilakukan, proses bisnis selanjutnya adalah melakukan pemesanan produk atau jasa secara elektronik. dua pihak yang bertransaksi haruslah melakukan aktifitas perjanjian tertentu sehingga proses pembelian dapat dilakukan dengan sah, benar, dan aman. Pembelian antara dua entitas bisnis biasanya dilakukan melalui jaringan tertentu, seperti EDI (*Electronic Data Interchange*) atau ektranet. Di dalam proses bisnis ini, ada empat aliran entitas yang harus dikelola dengan baik, yaitu: 1). *Flow of good* (aliran produk); 2). *Flow of information* (aliran informasi); 3). *Flow of .money* (aliran uang); 4). *Flow of documents* (aliran dokumen).

²⁸ Abdul Halim Barkatullah dan Syahrída, *Sengketa Transaksi e- Commerce...*, h. 5.

²⁹ Haris Faulidi Asnawi, *Transaksi Bisnis E-Commerce...*, h. 25.

³⁰ Indrajit, *E-Commerce...*, h. 27.

Setelah transaksi usai dilakukan dan produk telah didistribusikan ke tangan konsumen, barulah proses terakhir, yaitu aktifitas purna jual, dijalankan. pada tahapan ini penjual dan pembeli melakukan berbagai aktifitas atau komunikasi, seperti: a). keluhan terhadap kualitas produk; b). pertanyaan atau permintaan informasi mengenai produk-produk lain; c). pemberitahuan akan produk-produk baru yang ditawarkan; d). diskusi mengenai cara menggunakan produk dengan baik Target dari interaksi ini adalah agar dikemudian hari terjadi kembali transaksi bisnis antara kedua pihak yang didasari pada kepuasan pelanggan.³¹

Selanjutnya pasca pembelian, yaitu pelayanan purna jual. Proses ini dapat dilakukan melalui jalur konvensional, seperti telepon, atau jalur internet, seperti *email teleconference*, *chatting* dan lain-lain. Dari interaksi tersebut diharapkan *customers* dapat datang kembali dan melakukan pembelian produk atau jasa di kemudian hari.³²

Sistem Keamanan dalam *E-commerce*

Faktor keamanan merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam sistem financial, baik dari sisi sistem tradisional ataupun sistem transaksi elektronik berbasis komputer. Dalam sistem tradisional, tekanan kita adalah pada pengelolaan dan penjagaan keamanan secara fisik. Sementara dalam perdagangan elektronik, hal ini itu harus ditambahi dengan penambahan perangkat-perangkat elektronik (perangkat lunak ataupun perangkat keras) untuk melindungi data, sarana komunikasi, serta transaksi.³³ Sistem keamanan dalam dunia komputer mulai terjadi perhatian serius para peneliti dan praktisi teknologi informasi sejak ditemukannya teknologi jaringan komputer. Pemicu berkembangnya isu di bidang 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

³¹ *Ibid.*, h. 26.

³² Haris Faulidi Asnawi, *Transaksi Bisnis E-Commerce...*, h. 28.

³³ Adi Nugroho, *E-Commerce-Memahami Perdagangan*, h. 95.

terhadap “*intervensi*” pihak ketiga, sehingga diperlukan suatu strategi khusus agar terjadi, paling tidak ada dua hal:³⁴ (a) Data yang di kirimkan tidak secara “fisik” agar tidak diambil oleh pihak lain yang tidak berhak; atau (b) Data yang dikirimkan dapat “diambil secara fisik” namun yang bersangkutan tidak dapat membacanya.

Information security merupakan bagian yang sangat penting dari sistem *e-commerce*. Tingkat keamanan informasi yang dapat diterima di dalam *e-commerce* mutlak dibutuhkan. di era internet, semua kebutuhan dan keinginan sedapat mungkin diterima dengan cepat, mudah dan aman. Untuk itulah peranan teknologi keamanan informasi benar-benar dibutuhkan. Diantara sistem keamanannya adalah sebagai berikut: *pertama*, Kriptografi (*Cryptography*). Kriptografi adalah ilmu yang mempelajari bagaimana membuat suatu pesan yang dikirim oleh pengirim dapat disampaikan kepada penerima dengan aman.³⁵ Kriteria aman dalam teknik kriptografi masih relatif. Minimal dalam teknik kriptografi dapat ditemukan empat kriteria aman, yaitu: (1) *Confidentiality* (kerahasiaan), artinya suatu pesan tidak boleh dapat dibaca. (2) atau diketahui oleh orang yang tidak berkepentingan. (3) *Authenticity* (autentisitas), artinya penerima pesan harus mengetahui atau (4) mempunyai kepastian siapa pengirim pesan dan bahwa benar pesan itu dikirim oleh pengirim. Istilah ini juga berhubungan dengan suatu proses verifikasi terhadap identitas seseorang. (5) *Integrity* (integritas/keutuhan), artinya penerima harus merasa yakin bahwa pesan yang diterimanya tidak pernah diubah sejak pesan itu dikirim sampai diterima, seorang pengacau tidak dapat mengubah atau menukar isi pesan yang asli dengan yang palsu. (6) *Non repudiation* (tidak dapat disangkal), artinya pengirim pesan tidak dapat menyangkal bahwa ia tidak pernah mengirim pesan tersebut.³⁶

Pesan (*message*) asli dalam *kriptograf* biasanya disebut *plaintext*. *Plaintext* bisa terdiri dari suatu *text file*, *bitmap*, *digitized voice video image*

³⁴ Richardus Eko Indrajit, *E-Commerce; Kiat dan Strategi Bisnis di Diunia Maya* (Jakarta: PT Elex Komputindo, 2001), h. 125.

³⁵ Rieyeke Ustadiyanto, *Framework E-Commerce*, cet I (Yogyakarta: Andi, 2001), h. 91.

³⁶ Haris Faulidi Asnawi, *Transaksi Bisnis E-Commerce...*, h. 45.

dan lain sebagainya.

Kedua, *Secure Sockets Layer (SSL)*. Teknologi *e-commerce* banyak menggunakan sarana internet, salah satu yang digunakan dalam standar umum adalah TCP/IP dengan menggunakan *socket*. HTTP (*Hyper Text Transfer Protocol*) merupakan aplikasi level protokol yang tidak aman (*unsecure application level protocol*) yang terletak diatas TCP/IP.³⁷

Kegunaan secara umum SSL adalah untuk mengamankan komunikasi web HTTP antara *browser* dengan web *server*. HTTP yang telah aman ini disebut HTTPS (HTTP over SSL).³⁸ SSL adalah suatu protokol komunikasi pada internet yang menyediakan fasilitas keamanan seperti kerahasiaan, keutuhan, dan keabsahan. Fasilitas ini yang disediakan oleh SSL adalah: (a) Kerahasiaan pesan, sehingga tidak bisa dibaca oleh pihak yang tidak diinginkan. (b) Keutuhan pesan, sehingga tidak bisa diubah-ubah ditengah jalan. (c) Keabsahan, sehingga meyakinkan pihak-pihak yang berkomunikasi mengenai keabsahan pesan dan keabsahan jati diri lawan bicaranya.

Ketiga, *secure Electronic Transaction (SET)*. SET digunakan untuk merahasiakan kartu kreditnya yang telah diketahui oleh semua *merchant* yang pernah mendatangnya. Oleh karena itu, dua raksasa kartu kredit dunia, *Visa* dan *Master Card*, bekerja sama membuat suatu standar pembayaran pada saluran internet, yang diberi nama *Secure Electronic Transaction (SET)*.³⁹

Sistem Pembayaran di Internet

Mekanisme pembayaran dalam *e-commerce* merupakan tahapan-tahapan yang harus digali sebelum transaksi jual beli dan tentang temuan segi keamanannya. Pembayaran *e-commerce* dalam prinsipnya adalah serba digital serta didesain serba elektronik (tidak ada uang kertas, koin, atau cek yang ditandatangani dengan pena). Adapun pembayarannya dilakukan dengan menggunakan: (a) *Kartu Magnetik (Magnetic Strip Card)*. Kartu magnetik adalah kartu plastik kecil yang memiliki pita termagnetisasi di

³⁷ *Ibid.*, h. 58.

³⁸ *Ibid.*, h. 84.

³⁹ Rieyke Ustadiyanto, *Framework E-Commerce*, (Yogyakarta: Andi, 2001), h. 317.

permukaanya. Kartu magnetik digunakan secara luas untuk aplikasi-aplikasi seperti kartu debit, kartu kredit, kartu telepon, kartu ATM (anjungan tunai mandiri). (b) Kartu Kredit. Dalam dunia kartu kredit/debit, ada beberapa pihak yang berperan dalam transaksi. Pemegang kartu ini biasanya disebut *cardholder* yang diterbitkan oleh bank (*issuer*), contoh kartu ini seperti *Visa*, *Master card/maestro*.⁴⁰ (c) Cek Elektronik. Sistem pembayaran menggunakan kartu kredit, merupakan pembayaran yang paling populer, namun bukan satu-satunya metode pembayaran di internet. Hingga pada saat ini ada dua (2) sistem. Pertama, dinamakan *Financial Services Technology Corporation (FTSC)* Kedua, adalah *Cyber Cash*, yang memungkinkan konsumen menggunakan cek elektronik untuk membayar secara langsung kepada pedagang di web. Selain itu, juga terdapat sistem pembayaran yang menggunakan media lain seperti: *Digital Cash (digicash)* *Kartu Pintar (Smart Card)*, *EDI (Elektronic Data Interchange)*.

KUH Perdata Tentang Transaksi *E-Commerce*

Dalam hubungannya tentang suatu perdagangan hukum perdata mengenal adanya asas-asas hukum perjanjian. Ini di jelaskan dalam Buku III KUH Perdata mengenal tiga asas pokok dalam membuat dan melaksanakan suatu perjanjian. Ketiga asas tersebut adalah: a) Asas kebebasan berkontrak atau sistem terbuka, b) Asas konsensualisme, c) Asas iktikad baik.

Pertama, asas kebebasan berkontrak atau sistem terbuka. Salah satu hukum perjanjian adalah asas kebebasan berkontrak (*freedom of contract*). Artinya para pihak bebas membuat suatu perjanjian dan mengatur sendiri isi perjanjian itu, sepanjang memenuhi ketentuan sebagai berikut: a), memenuhi syarat sebagai suatu perjanjian. b), tidak dilarang oleh undang-undang; c), sesuai dengan kebiasaan yang berlaku; d), sepanjang perjanjian tersebut dilaksanakan dengan iktikad baik. Asas kebebasan berkontrak ini merupakan refleksi dari sistem terbuka (*open system*) dari hukum perjanjian.⁴¹

⁴⁰ Adi Nugroho, *E-Commerce- Memahami Perdagangan*, h. 80.

⁴¹ Munir Fuady, *Hukum Kontrak (dari Sudut Pandang Hukum Bisnis)*, (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2001), h. 30.

Dikatakan bahwa hukum perjanjian menganut sistem terbuka, artinya hukum perjanjian memberikan kebebasan yang seluas-luasnya kepada masyarakat untuk mengadakan perjanjian yang berisi apa saja, asalkan tidak melanggar aturan yang memaksa, ketertiban umum dan kesusilaan.

Para pihak diperbolehkan mengatur sendiri kepentingan mereka dalam perjanjian yang dibuat. Jika para pihak tidak mengatur sendiri sesuatu permasalahan, maka dalam hal permasalahan tersebut mereka tunduk pada ketentuan-ketentuan yang ada pada undang-undang.

Contoh dalam perjanjian jual beli, cukuplah untuk setuju tentang barang dan harganya. Tentang dimana barang harus diserahkan, siapa yang memikul biaya pengantaran barang, tentang bagaimana kalau barang itu musnah dalam perjalanan, soal-soal itu lazimnya tidak dipikirkan dan tidak diperjanjikan, mengenai hal-hal tersebut tunduk pada hukum dan Undang-undang.⁴²

Asas sistem terbuka dalam perjanjian mengandung suatu prinsip kebebasan membuat perjanjian, dalam KUH Perdata lazimnya disimpulkan dalam pasal 1338 ayat (1), yang berbunyi: “Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya”.

Sehingga dari pembahasan di atas secara umum, makna kata semua dalam ketentuan pasal 1338 ayat (1) KUH Perdata adalah: a), bebas dalam hal seseorang untuk membuat atau tidak membuat perjanjian. b), bebas dalam hal subjek, menentukan dengan siapa akan mengikatkan diri dalam perjanjian. c), bebas dalam hal menentukan bentuk perjanjian. d), bebas dalam hal menentukan isi dan syarat perjanjian. e), serta bebas dalam menentukan ketentuan-ketentuan hukum yang berlaku bagi perjanjian yang dibuatnya.⁴³

Dengan menekankan pada perkataan “semua” maka pasal tersebut seolah-olah berisikan suatu pernyataan yang berupa dan berisi apa saja dan perjanjian itu mengikat mereka yang membuatnya seperti suatu undang-undang.

⁴² Abdul im Barkatullah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce*, h. 83.

⁴³ *Ibid.*, h. 83.

Kedua, asas konsensualisme. Dalam hukum perjanjian berlaku asas yang dinamakan asas konsensualisme. Perkataan ini berasal dari "*consensus*" yang berarti sepakat. Asas konsensualisme merupakan dasarnya perjanjian dan perikatan yang dilahirkan sejak detik tercapainya kesepakatan. Dengan kata lain, perjanjian sudah sah apabila sudah sepakat mengenai hal-hal pokok dan tidaklah diperlukan sesuatu formalitas tertentu, kecuali untuk perjanjian yang memang oleh undang-undang dipersyaratkan suatu formalitas tertentu.

Asas konsensualisme tersebut lazimnya disimpulkan dari pasal 1320 KUH Perdata, yang berbunyi: "Perjanjian yang di buat secara sah diperlukan empat syarat " a). Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya; b), Kecakapan untuk membuat suatu perjanjian; c), Suatu hal tertentu; d), Suatu sebab yang halal.⁴⁴

Ketiga, asas iktikad baik. Hukum perjanjian mengenal pula asas iktikad baik yang terbagi 2 (dua), yaitu:⁴⁵ (1) Iktikad baik dalam pengertian subjektif yang merupakan sikap batin seseorang pada waktu melakukan hubungan hukum yang sah yakni kejujuran. Seseorang yang tahu bahwa dia telah mampu melakukan hubungan hukum adalah dirinya sendiri dan pihak lawan juga harus berhati-hati. Untuk mendeteksi kejujuran dalam perjanjian adalah perjanjian yang timbul dari kesepakatan yang diperoleh tidak kerana paksaan, penipuan, kekhilafan, dan penyalahgunaan keadaan. (2) Iktikad baik dalam pengertian objektif adalah kepatutan dari isi perjanjian itu sendiri. Hal ini yang dimaksud dengan iktikad baik pada pasal 1338 ayat 3 KUHPerdata: "*suatu perjanjian harus dilakukan dengan iktikad baik*". Asas iktikad baik ini menghendaki bahwa suatu perjanjian dilaksanakan secara jujur, yakni dengan mengindahkan norma-norma kepatutan dan kesusilaan. Asas ini adalah salah satu sendi terpenting dari hukum perjanjian.⁴⁶

Berdasarkan ketentuan Pasal 1320 KUH Perdata, untuk sahnya suatu perjanjian diperlukan syarat-syarat sebagai berikut: (a) Sepakat mereka yang mengikatkan diri/adanya kesepakatan para pihak. (b) Kecakapan untuk

⁴⁴ *Ibid.*, h. 85.

⁴⁵ *Ibid.*

⁴⁶ *Ibid.*, h. 86.

membuat suatu perikatan. (c) Suatu hal tertentu/adanya objek tertentu. (d) Suatu sebab yang halal.

Dua syarat yang pertama adalah syarat subjektif karena merupakan syarat mengenai pihak-pihak yang mengadakan perjanjian. Sedangkan kedua syarat yang terakhir adalah syarat objektif karena merupakan syarat mengenai objek perjanjian.

Jika syarat subjektif tidak terpenuhi, perjanjian dapat dibatalkan atas permintaan pihak yang berhak atas suatu pembatalan. Namun apabila para pihak tidak ada yang keberatan, maka perjanjian tersebut dianggap sah. Jika syarat obyektif tidak terpenuhi, perjanjian dapat batal demi hukum yang berarti sejak semula dianggap tidak pernah diadakan perjanjian.

Transaksi *E-commerce* Perspektif Hukum Syari'ah

Orang yang terjun ke dunia usaha, berkewajiban mengetahui hal-hal yang dapat mengakibatkan jual beli itu sah atau fasid. Ini dimaksudkan agar mu'amalah berjalan sah dan segala sikap dan tindakannya jauh dari kerusakan yang tidak dibenarkan. Keterkaitan hal tersebut di antaranya adalah transaksi *al-Salam* dan Transaksi *E-commerce*. Transaksi (*akad*) merupakan unsur penting dalam suatu perikatan. Dalam Islam persoalan transaksi sangat tegas dalam penerapannya, dan ini membuktikan bahwa keberadaan transaksi tidak boleh dikesampingkan begitu saja dalam setiap bidang kehidupan manusia (umat Islam), karena begitu pentingnya transaksi dalam suatu perjanjian.⁴⁷

Secara umum dapat dilihat bahwa dalam perdagangan secara Islam menjelaskan adanya transaksi yang bersifat fisik, dengan menghadirkan benda tersebut sewaktu transaksi, atau tanpa menghadirkan benda yang dipesan, tetapi dengan ketentuan harus dinyatakan sifat benda secara konkret, baik diserahkan langsung atau diserahkan kemudian sampai batas waktu tertentu, seperti dalam transaksi *al-salam* dan transaksi *al-istisna'*.

Transaksi *al-salam* merupakan bentuk transaksi dengan sistem pembayaran secara tunai/disegerakan tetapi penyerahan barang ditangguhkan.

⁴⁷ Fathurrahman Djamil, "Hukum Perjanjian Syariah", dalam Mariam Darus Bradulzaman dkk, *Kompilasi Hukum Perikatan*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2001), h. 252.

Sedang transaksi *al-istisna'* merupakan bentuk transaksi dengan sistem pembayaran secara disegerakan atau secara ditangguhkan sesuai kesepakatan dan penyerahan barang ditangguhkan.⁴⁸

Transaksi *al-salam* disebut juga *al-salaf* seperti halnya model transaksi jual beli lainnya, telah ada bahkan sebelum kedatangan Nabi Muhammad SAW.⁴⁹ 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 hutang. 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.⁵⁰

Transaksi *al-salam* dibolehkan berdasarkan al-Qur'an dan al-Sunnah. Ibn 'Abbas berkata: "Saya bersaksi bahwa *salaf yang* dijamin untuk waktu tertentu, telah diharamkan oleh Allah dalam Kitab-Nya dan diijinkan-Nya".⁵¹ Kemudian dia membaca firman Allah dalam surat al-Baqarah ayat 282:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَيْتُمْ بَدِينِ الْإِسْلَامِ فَاسْتَأْذِنُوا

"*Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya.*"

Ketika Rasulullah tiba di Madinah, orang-orang sudah biasa melakukan pembayaran lebih dahulu (*salaf*) buat buah-buahan untuk jangka

⁴⁸ Muhammad Taufiq Ramadhan *Al-Buyu' al-Shai'ah*, cet. 1 (Beirut: Dar al-Fikr, 1998), h. 140 dan 166.

⁴⁹ S. M. Hasanuz Zaman, "*Bay al-Salam: Principles and Their Practical Applications*", dalam Sheikh Ghazali Sheikh Abod dkk (Ed.), *An Introduction to Islamic Finance*, (Kuala Lumpur: Quill Publishers, 1992), h. 225.

⁵⁰ Hamzah Ya'qub, *Kode Etik Dagang ...*, h. 234-235.

⁵¹ Al-Qurtubi mengutip perkataan Ibn Abbas, menjelaskan bahwa ayat tersebut diturunkan berkaitan dengan *al-Salam*. Al-Qurtubi *Al-Jami' li'ahkam al-Qur'an*, cet. 2 (Kairo: Dar al-Sya'b, 1372H), III, h. 377; Lihat juga Muhammad ibn Idris al-Shafi'i, *Al-Umm*, cet. 2 (Beirut: Dar al-Ma'rifah, 1393H), III, h. 93-94.

waktu setahun atau dua tahun. Kemudian beliau bersabda:

من اسلف من شيء فليسلف في كيل معلوم الى اجل معلوم (رواه البخارى)

“Barangsiapa yang melakukan salaf, hendaklah melakukannya dengan takaran yang jelas dan timbangan yang jelas pula, sampai batas waktu tertentu.”⁵²

Pelaksanaan transaksi bisnis *e-commerce*, secara sekilas hampir serupa dengan transaksi *al-salam* dalam hal pembayaran dan penyerahan komoditi yang dijadikan sebagai obyek transaksi. Oleh karena itu, untuk menganalisis dengan jelas apakah transaksi dalam *e-commerce* melalui internet tersebut dapat disejajarkan dengan prinsip-prinsip transaksi yang ada dalam transaksi *al-salam* maka masing-masing dapat dicermati melalui pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi, proses pernyataan kesepakatan transaksi dan melalui obyek transaksi.

Dalam transaksi *e-commerce* melalui internet perintah pembayaran (*payment instruction*) melibatkan beberapa pihak selain dari pembeli (*cardholder*) dan penjual (*merchant*). Para pihak itu adalah *payment gateway*, *acquirer* dan *issuer*. Dalam transaksi *online* merupakan suatu keharusan adanya pihak-pihak lain yang terlibat. Karena transaksi *e-commerce* melalui media internet merupakan bentuk transaksi yang dilakukan oleh pihak-pihak yang dalam bertransaksi tidak saling bertemu *face-to-face* atau bahkan tidak saling mengenal, sebab mereka bertransaksi dalam dunia maya atau virtual. Oleh karena itu, untuk menjamin adanya kehandalan, kepercayaan, kerahasiaan, validitas dan keamanan, transaksi *e-commerce* dalam pelaksanaannya memerlukan layanan-layanan pendukung.

Dalam hal ini *payment gateway* dapat dianggap seperti saksi dalam transaksi yang melakukan otorisasi terhadap instruksi pembayaran dan memonitor proses transaksi *online*. *Payment gateway* ini diperlukan oleh *acquirer* untuk mendukung berlangsungnya proses otorisasi dan memonitor proses transaksi yang berlangsung. *Payment gateway* biasanya dioperasikan oleh *acquirer* atau bisa juga oleh pihak ketiga lain yang berfungsi untuk memproses

⁵² Al-Bukhari *Sahih al-Bukhari* cet. 3 (Beirut: Dar Ibn Kasir, 1987), II, h. 781; Imam Muslim, *Sahih Muslim*, (Beirut: Dar Ihya al-Turas al-Arabi t.t.), III, h. 226-1227.

instruksi pembayaran. *Payment gateway* dalam hal ini telah memperoleh sertifikat digital yang dikeluarkan dan dikelola oleh pihak ketiga yang terpercaya, yang dikenal dengan nama *Certi Ucation Authority (CA)*, seperti *Veri Sign, Mountain View, Thawte, i-Trust* dan sebagainya. Sertifikat digital ini dimiliki sebagai tanda bukti bahwa dia memiliki hak atau izin atas pelayanan transaksi elektronik.

Selain *payment gateway*, adanya *acquirer* dan *issuer* juga merupakan suatu keharusan. *Acquirer* adalah sebuah institusi finansial dalam hal ini bank yang dipercaya oleh *merchant* untuk memproses dan menerima pembayaran⁵³ secara *online* dari pihak *consumer*. Dan *issuer* merupakan suatu institusi finansial atau bank yang mengeluarkan kartu bank (kartu kredit maupun kartu debit) yang dipercaya oleh *consumer* untuk melakukan pembayaran dalam transaksi *online*. Masing-masing dari *acquirer* dan *issuer* merupakan wakil dari *merchant* dan *consumer* dalam melakukan pembayaran secara *online*.

Pada transaksi *al-salam* keberadaan saksi dan wakil bukan suatu keharusan tapi apabila diperlukan hal itu tidak akan merusak atau membatalkan transaksi, bahkan untuk keberadaan saksi sangat dianjurkan dalam transaksi *al-salam*. Karena dikhawatirkan adanya perselisihan dikemudian hari, baik disengaja oleh salah satu pihak maupun karena lupa. Juga setiap transaksi akan selalu terkait dengan keadaan dan kondisi yang melingkupinya. Pada transaksi yang dilakukan dalam bentuk yang lebih formal terikat dan mengandung risiko tinggi, demi kemaslahatan (kebaikan) diantara pihak-pihak yang terlibat sangat dianjurkan adanya administrasi dan saksi apabila melakukan suatu transaksi. Dalam permasalahan *e-commerce*, fiqh memandang bahwa transaksi bisnis di dunia maya diperbolehkan karena mashlahah. Mashlahah adalah mengambil manfaat dan menolak kemudaratan dalam rangka memelihara tujuan syara'. Bila *e-commerce* dipandang seperti layaknya perdagangan dalam Islam, maka dapat dianalogikan bahwa pertama penjualnya adalah *merchant (Internet Service Provider* atau ISP), sedangkan

⁵³ Lihat Muhammad Aulia Adnan, "Aspek Hukum Protokol Pembayaran VisaMaster Card Secure Electronic Transaction (SET)", *Skripsi* (Depok: Universitas Indonesia, 1999), 54.

pembelinya akrab dipanggil *customer*. Kedua, obyek adalah barang dan jasa yang ditawarkan (adanya pemesanan seperti *al-salam*) dengan berbagai informasi, profile, mencantumkan harga, terlibat gambar barang, serta resminya perusahaan. Dan ketiga, *Sighat* (ijab-qabul) dilakukan dengan *payment gateway* yaitu sistem/software pendukung (otoritas dan monitor) bagi *acquirer*, serta berguna untuk *service online*.

Beberapa Pendapat Tentang Hukum *E-commerce*

Beberapa pendapat yang membolehkan transaksi *e-commerce* adalah sebagai berikut: Menurut Setiawan Budi Utomo, dalam *Fiqh Aktual Jawaban Tuntas Masalah Kontemporer* menyatakan bahwa *e-commerce* menurut kacamata fiqh kontemporer sebenarnya merupakan alat, media, metode teknis ataupun sarana (*wasilah*) yang dalam kaidah shari'ah bersifat fleksibel, dinamis, dan variable. Hal ini termasuk dalam kategori persoalan teknis keduniaan yang Rasulullah SAW pasrahkan sepenuhnya selama dalam koridor shari'ah kepada umat Islam untuk menguasai dan memanfaatkannya demi kemakmuran bersama.

Namun dalam hal ini ada yang tidak boleh berubah atau bersifat konstan dan prinsipil, yakni prinsip-prinsip shari'ah dalam mu'ammalah tersebut tidak boleh dilanggar dalam mengikuti perkembangan. Dijelaskan dalam kaidah fiqh sebagaimana dikemukakan oleh Wahbah al-Zuhaili dalam *al-Fiqh al-Islami wa adillatuhu* (IV/199) bahwa prinsip dasar dalam transaksi muammalah adalah boleh selama tidak dilarang oleh shari'ah atau bertentangan dengan dalil (nash) syari'ah.

Oleh karena itu, hukum transaksi *e-commerce* adalah boleh berdasarkan pripsip masalah karena kebutuhan manusia akan kemajuan teknologi serta menghindari penyimpangan dan kerusakan.⁵⁴

Menurut Nasrun Haroen, dalam *Fiqh Muamalah* mengatakan. Landasan syari'ah tentang *e-commerce* dijelaskan sebagai berikut: al-Qur'an surat *al-Nisa'* (4) ayat 29:

⁵⁴ Setiawan Budi Utomo, *Fiqh Aktual Jawaban Tuntas Masalah Kontemporer*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2003), h. 71.

يأَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً أِنْ تَرَضْتُمْ بَيْنَكُمْ
“*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.*”.

Ayat ini merujuk pada perniagaan atau transaksi dalam muamalah secara batil. Secara batil dalam konteks ini memiliki arti yang sangat luas, diantaranya melakukan transaksi ekonomi yang bertentangan dengan syara’, seperti halnya bertransaksi berbasis riba (bunga), transaksi yang bersifat spekulatif (maisir, judi) ataupun transaksi yang mengandung unsur gharar (penipuan). Ayat ini juga memberi pemahaman bahwa upaya untuk mendapatkan harta tersebut harus dilakukan dengan adanya kerelaan semua pihak.⁵⁵

Surat *al-Baqarah* ayat 275:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

“*Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba*”.

Ayat ini merujuk pada kehalalan jual beli dan keharaman riba, Allah adalah Dzat yang Maha Mengetahui atas hakikat persoalan kehidupan. Jika dalam suatu perkara terdapat kemaslahatan dan manfaat, maka akan Allah perintahkan untuk melaksanakannya, dan sebaliknya, jika di dalamnya terdapat kerusakan dan kemadharatan, maka akan Allah cegah dan larang untuk melakukannya.⁵⁶

Hadis Nabi di antaranya adalah Nabi ditanya tentang mata pencaharian yang paling baik, beliau menjawab, “seseorang bekerja dengan tangannya dan setiap jual beli yang mabrur”. (HR. Bajjar, Hakim menyahihkannya dari Rifa’ah Ibn Rail’) Maksud mabrur dalam hadis di atas adalah jual beli yang terhindar dari usaha tipu menipu dan merugikan orang lain. Juga diterangkan dalam hadis lain:

⁵⁵ Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fiqh Muamalah*, h. 70

⁵⁶ *Ibid.*, h. 71.

“Jual beli harus dipastikan harus saling meridhai”. (HR: Baihaqi dan Ibnu Majjah).⁵⁷

Hadis ini memberikan prasyarat bahwa akad jual beli harus dilakukan dengan adanya kerelaan masing-masing pihak ketika melakukan transaksi. Segala ketentuan yang terdapat dalam jual beli, harus terdapat persetujuan dan kerelaan antara pihak nasabah dan bank, tidak bisa ditentukan secara sepihak.

Ijma’; ulama’ telah sepakat bahwa jual beli diperbolehkan dengan alasan bahwa manusia tidak akan mampu mencukupi kebutuhan dirinya, tanpa bantuan orang lain. Namun demikian, bantuan atau barang milik orang lain yang dibutuhkannya itu, harus diganti dengan barang lainnya yang sesuai.⁵⁸

Berdasarkan atas dalil-dalil yang diungkapkan, jelas sekali bahwa praktek akad/kontrak jual beli mendapatkan pengakuan dan legalitas dari syara’, dan sah untuk dilaksanakan dan bahkan dioperasionalkan dalam kehidupan manusia⁵⁹ Pada dasarnya pernyataan kesepakatan pada transaksi *e-commerce* sama dengan pernyataan kesepakatan sebagaimana transaksi dalam perikatan Islam, pernyataan kesepakatan dapat dilakukan dengan berbagai cara dan melalui berbagai media, namun substansinya adalah pernyataan tersebut dapat dipahami maksudnya oleh kedua pihak yang melakukan transaksi, sehingga dapat dijadikan manifestasi dari kerelaan kedua pihak.

Pada dasarnya obyek yang dijadikan komoditi dalam transaksi *e-commerce* tidak berbeda dengan transaksi yang digariskan dalam hukum perikatan Islam sejauh obyek transaksi tersebut berupa komoditi yang halal, mempunyai nilai dan manfaat bagi manusia dan memiliki kejelasan baik bentuk fungsi dan keadaannya serta dapat diserahkan pada waktu dan tempat yang disepakati.

Kaidah-kaidah *Usuliyah* dan *Fiqhiyah* Hukum Islam bersifat dinamis dan elastis. Faktor pendukungnya ada pada dasar pembentukan hukum Islam

⁵⁷ Jalaluddin al-Suyuthi, *Jami 'al-Ahadith*, Maktabah Shamilah.

⁵⁸ *Ibid.*, h. 75.

⁵⁹ Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fiqh Muamalah*, h. 73.

itu sendiri yaitu syari'ah Islamiah.⁶⁰ Maka jika muamalah ini dihubungkan dengan kaidah ushuliyah adalah sebagai berikut:

الاصل في الاشياء الاباحة حتى يدل الدليل على التحريم

“*Hukum asal dari segala sesuatu itu boleh hingga ada suatu dalil yang melarang*”.

Kaidah ini berdasarkan *istishab*. Sedangkan ahli kaidah fiqh berdasarkan penelitiannya terhadap materi-materi fiqh dan pembedangan fiqh mempersempit ruang lingkup kaidah tersebut menjadi:

الاصل في المعاملة الاباحة الا ان يدل دليل على تحريمها

“*Hukum asal dalam semua bentuk muammalah adalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya*”

Dijelaskan dalam kaidah *fihiyyah*, bahwa transaksi jual beli pada prinsipnya adalah dibolehkan selama tidak ada dalil yang mengharamkan. Maksud kaidah ini adalah bahwa setiap muamalah dan transaksi, pada dasarnya boleh, seperti jual beli, sewa menyewa, gadai, kerja sama, perwakilan, dan lain-lain, kecuali yang tegas-tegas diharamkan seperti mengakibatkan kemudaratan, tipuan, judi, dan riba.⁶¹ Diperjelas juga bahwa transaksi ini mempunyai dasar masalah mursalah, yaitu cara menemukan hukum sesuatu hal yang tidak terdapat ketentuannya baik dalam al-Qur'an maupun al-Hadith berdasarkan pertimbangan kemaslahatan masyarakat atau kepentingan umum.

الحكم يدور مع علته وجود اكان وعدمه

“*Penetapan suatu hukum itu berputar/berproses bersama illatnya, baik adanya ataupun tidak*”

Dari kedua kaidah di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa ketentuan nilai suatu hukum, itu dilihat dari manifestasi suatu hal yang melatar belakangi terjadinya suatu peristiwa hukum. Untuk mengetahui ketentuan tersebut bisa dilihat pada tabel berikut ini, yaitu transaksi yang sudah berkembang dalam

⁶⁰ Miftahul Arifin dan Fais Haq, *Ushul Fiqh: Kaidah-kaidah Penerapan Hukum Islam*, (Surabaya: Citra Media, 1997), h. 297.

⁶¹ A. Djazuli, *Kaidah-kaidah Fikih...*, h. 130.

Islam, tentang *al-salam* dengan transaksi *e-commerce*.

No	Transaksi	Al-Salam	E-commerce
1	Penjual/ <i>Ba'i</i>	Muslim Ilaih	Merchant/Seller
2	Pembeli/ <i>Mustari</i>	<i>Rabb al-Salam</i> / Muslim	Cardholder/Consumer/ Buyer
3	Obyek/Barang/ Ma'qud Alaih	Muslim fih	Comodity
4	Pernyataan/ Sighat	Ijab Qabul	Agreement
5	Nilai tukar	Ra'su al-Mal	Price/ money
6	Perwakilan	Wakil	Payment Gateway

Dalam tabel di atas dijelaskan bahwa antara transaksi *al-salam* dengan *e-commerce* terdapat penganalogian/pengqiasan yaitu: a), dalam pernyataan keduanya mengharuskan adanya kesepakatan, b), dalam pembayaran, kedua sistem pembayarannya didahulukan, c), saat transaksi, keduanya melibatkan adanya saksi/pihak ketiga, yakni pada transaksi *e-commerce* adalah *payment gateway*, dan dalam *al-salam* adalah wakil sekaligus jadi saksi walaupun bukan suatu keharusan tetapi sangat dianjurkan.

Dengan demikian analisa hukum Islam memandang adanya transaksi bisnis secara *virtual* atau melalui media maya, dalam hal ini *e-commerce* adalah dibolehkan selama memenuhi persyaratan dan tidak melanggar syari'at Islam.

Penutup

Dalam perspektif hukum Islam. Fiqh memandang bahwa transaksi bisnis di dunia maya (*e-commerce*) diperbolehkan karena mashlahah. Mashlahah adalah mengambil manfaat dan menolak kemudharatan dalam rangka memelihara tujuan syara'. transaksi ini pada dasarnya hampir sama dengan transaksi *al-salam*, baik dalam hal pembayaran dan penyerahan atau

pengiriman barang.

Persamaan ini disejajarkan sebagai berikut, dalam *Al-salam* ada *muslam ilaih, rabb al-salam, ijab qabul ra 'su al-mal* dan *wakil* sedang dalam *e-commerce* ada *merchant/seller, cardholder/consumer, commodity, agreement, price/money, payment gateway*. Transaksi melalui media maya (*cyberspace*) atau *e-commerce* diperbolehkan menurut Islam selama tidak mengandung unsur-unsur yang dapat merusaknya seperti kezhaliman, penipuan, kecurangan, mengandung riba, perkara yang diharamkan dan yang sejenisnya serta memenuhi rukun dan syarat jual beli.

Perspektif hukum perdata. Transaksi *e-commerce* dikatakan sah bila memenuhi beberapa syarat. Sebagaimana dikatakan dalam pasal 1320 yaitu adanya kesepakatan, kecakapan, nilai yang dipertukarkan, dan suatu obyek yang halal. Tentang kesepakatan dijelaskan pasal 1458, yang berbunyi “Jual beli itu dianggap telah terjadi antara kedua belah pihak, seketika setelahnya orang-orang ini mencapai sepakat tentang kebendaan tersebut dan harganya, meskipun kebendaan itu belum diserahkan, maupun harganya belum dibayar”. Tentang kecakapan dijelaskan pasal 1329: “setiap orang adalah cakap untuk membuat perikatan-perikatan, jika ia oleh undang-undang tidak dinyatakan tidak cakap”. Tentang nilai yang dipertukarkan dijelaskan pasal 1234: bahwa tiap-tiap perikatan adalah untuk memberikan sesuatu, berbuat sesuatu, atau tidak berbuat sesuatu, dan adanya suatu objek yang halal dijelaskan pasal 1333: suatu perjanjian harus mempunyai sebagai pokok suatu barang yang paling sedikit ditentukan jenisnya, juga pasal 1337 KUH Perdata disebutkan bahwa yang termasuk dalam sebab yang terlarang adalah yang dilarang oleh undang-undang atau berlawanan dengan kesusilaan dan ketertiban umum.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Wahid dan Muhammad Labib, *Kejahatan Mayantara*, Bandung: PT Refika Aditama, 2005.
- Adnan, Muhammad Aulia, “Aspek Hukum Protokol Pembayaran Visa/MasterCard Secure Electronic Transaction (SET)”, Skripsi *Depok: Universitas Indonesia*, 1999.
- Arifin, Miftahul dan Fais Haq, *Ushul Fiqh: Kaidah-kaidah Penerapan Hukum Islam*, Surabaya: Citra Media, 1997.
- Atmojo, Panggih P. Dwi, *Internet Untuk Bisnis I*, Jogjakarta: Dirkomnet Training, 2002.
- Barkatullah, Abdul Halim, dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*, Yogyakarta: Pustaka Setia, 2006.
- Barkatullah, Abdul Halim dan Syahrída, *Sengketa Transaksi E-Commerce Intemasional* Banjarmasin: FH Unlam Press, 2010.
- al-Bathah, Muhammad Hisanien, *An-Nizham al-Iqtishad f al-Islam*, cet. 1 t.tp.: t.p., 1997.
- Brotodihardjo, R. Santoso, *Pengantar Ilmu Hukum Pajak*, Jakarta: IND-HILL-CO, 1996.
- al-Bukhari *Sahih al-Bukhari*, cet. 3, Beirut: Dar Ibn Kasir, 1987.
- Djamil, Fathurrahman, “*Hukum Perjanjian Syariah*”, dalam Mariam Darus Badruzaman dkk, *Kompilasi Hukum Perikatan*, cet. 1, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2001.
- Echols, John M. dan Hassan Shadily, *Kamus Inggris Indonesia*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003.
- Fuady, Munir, *Hukum Kontrak (dari Sudut Pandang Hukum Bisnis)*, Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2001.
- Gie, The Liang, *Pengantar Filsafat Teknologi*, cet. 1, Yogyakarta: Andi, 1996.
- Haris, Freddy, *Aspek Hukum Transaksi Secara Elektronik di Pasar Modal*, Jakarta: t.p., 2000.
- <http://api.dailysocial.net/en/wp-content/uploads/2012/08/eCommerce-in-Indonesia.pdf>, diakses tanggal 5 November 2016.
- Imam Muslim, *Sahih Muslim*, Beirut: Dar Ihya al-Turas al-Arabi t.t.
- Indrajit, Richardus Eko, *E-Commerce; Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya*, Jakarta: PT Elex Komputindo, 2001.

- al-Maududi, Abu al-A'la, *Usus al-Iqtishad Bain al-Islam wa an-Nuzhum al-Mu'ashirah*, cet. 3 t.tp.: al-Dar as-Su'udiyah li an-Nasyr, 1971.
- Priyambodo, Tri Kuntoro, "Menjadi Enterpreneur dari E-Commerce", Makalah disampaikan pada Road Show Seminar Sukses Bisnis Melalui *E-Commerce*, diselenggarakan oleh Kanwil Deperindag DIY, Yogyakarta: 23 Maret 2000.
- Putra, Gia, *Mengimplementasikan Electronic ecommerce di Indonesia*, Yogyakarta: UMY 2007.
- al-Qurtubi, *Al-Jami'li'ahkam al-Qur'an*, cet. 2 Kairo: Dar al-Sya'b, 1372 H.
- Raharjo, Budi. "*E-comerce Indonesia, Peluang dan Tantangan*". Universitas Widyatama 2003.
- Rahman, Fazlur, *Economic Doctrines of Islam, (Doktrin Ekonomi Islam), alih bahasa Soeroyo dan Nastangin*, Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf, 1995.
- Ramadhan, Muhammad Taufiq, *Al-Buyu'al-Shai'ah*, cet. 1, Beirut: Dar al-Fikr, 1998.
- Rao, Leena, *JP Morgan: Global E-Commerce Revenue to Grow By 19 Percent in 2011 to \$680B*. <http://techcrunch.com/2011/01/03/j-p-morgan-global-e-commerce-revenue-to-grow-by-19-percent-in-2011-to-680b/>, diakses 5 November 2016.
- Soemitro, Rochmat. *Dasar-dasar Hukum Pajak dan Pajak Pendapatan*, Jakarta: PT Eresco 1977.
- Suandy, Erly. *Hukum Pajak*, Jakarta: Salemba Empat 2011.
- Sudarsono, Heri, *Konsep Ekonomi Islam: Suatu Pengantar*, Yogyakarta: Ekonisia, 2002.
- Sulton, *PMK 16/PMK.03/2013 Makin Meneguhkan DJP*. <http://www.pajak.go.id/content/article/pmk-16pmk032013-makin-meneguhkan-djp>, diakses 5 November 2016.
- al-Syafi'i, Muhammad ibn Idri, *Al-Umm*, cet. 2, Beirut: Dar al-Ma'rifah, 1393H.
- Tofler, Alvin, *The Third Wave*, Toronto: Bantam Books, 1982.
- Ustadiyanto, Rkiyeke, *Framework E-Commerce*, cet I, Yogyakarta: Andi, 2001.
- Utomo, Setiawan Budi, *Fiqh Aktual Jawaban Tuntas Masalah Kontemporer*, Jakarta: Gema Insani Press, 2003.
- Ya'qub, Hamzah, *Kode Etik Dagang Menurut Islam (Pola Pembinaan Hidup Dalam Berekonomi)*, Bandung: Diponegoro, 1984.

Zaman, S. M. Hasanuz, "*Bay al-Salam: Principles and Their Practical Applications*", dalam Sheikh Ghazali Sheikh Abod dkk (Ed.), *An Introduction to Islamic Finance*, Kuala Lumpur: Quill Publishers, 1992.

