

Persepsi Mahasiswa Teknik Elektro UPI dalam Transaksi Jual Beli di e-Commerce Indonesia dengan Perspektif Islam

Alfi Noviar Ilhami¹, Bagaskara Anandayutya², Zalfa Lubna Fahira³, Jenuri Jenuri⁴

^{1,2,3,4}Universitas Pendidikan Indonesia

alfinoviarilham@upi.edu¹, bagaskara.ayt@upi.edu², zalfalubna@upi.edu³, jenuri@upi.edu⁴

ABSTRACT

In the industrial era 4.0 where everyone is competing to adopt technology making them inseparable from our lives. Likewise, the trading or buying and selling sector has emerged where new buying and selling places have emerged that use technology using the internet network as the basis for their operations. This platform was then called e-commerce. The aim of this research is to find out what students' views are on buying and selling transactions in e-commerce based on an Islamic religious perspective. The method used is a descriptive method with a qualitative approach by collecting data from sources through interviews on WhatsApp. The students studied were students studying in the Electrical Engineering study program at the Indonesian Education University. The interview results showed that all interviewees used e-commerce as a platform for buying and selling online. The speakers also agreed that e-commerce platforms in Indonesia are in accordance with Islamic religious law, while those that do not comply with Shari'a are on the seller's side who sometimes still trade dishonestly. The source also said that the paylater payment method should be avoided because it contains elements of usury and can make our transactions haram. Thus, it can be concluded that buying and selling transactions in e-commerce are permissible as long as we follow the pillars and conditions of buying and selling in Islam and avoid transactions that contain elements of usury, gharar and fraud.

Keywords : *Islam's Economic, E-commerce, UPI's Electrical Engineering Student, Usury.*

ABSTRAK

Di era industri 4.0 dimana semua berlomba-lomba untuk mengadopsi teknologi menjadikan teknologi tak terpisahkan dari kehidupan kita. Begitu juga sektor perdagangan atau jual beli dimana muncul tempat berjual beli baru yang menggunakan teknologi dengan menggunakan jaringan internet sebagai dasar pengoperasiannya. Platform ini kemudian dinamakan sebagai *e-commerce*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apa pandangan mahasiswa terhadap transaksi jual beli di *e-commerce* yang berdasarkan perspektif agama Islam. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif dengan pengumpulan data dari narasumber melalui wawancara di Whatsapp. Mahasiswa yang diteliti merupakan mahasiswa yang sedang berkuliah di program studi Teknik Elektro Universitas Pendidikan Indonesia. Hasil wawancara menunjukkan bahwa semua narasumber yang diwawancara menggunakan *e-commerce* sebagai platform untuk berjual beli secara online. Para narasumber juga sepakat bahwa platform *e-commerce* di Indonesia sudah sesuai dengan syariat agama Islam, adapun yang tidak sesuai syariat ada di sisi penjual di mana kadang masih berdagang dengan tidak jujur. Narasumber juga mengatakan bahwa metode pembayaran *paylater* sebaiknya dihindari karena mengandung unsur riba dan bisa membuat transaksi kita menjadi haram. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa transaksi jual beli di *e-commerce* itu dibolehkan selagi kita tetap mengikuti rukun dan syarat jual beli dalam Islam serta menghindari transaksi yang mengandung unsur riba, gharar, dan penipuan.

Kata kunci: *Ekonomi Islam, E-commerce, Mahasiswa Teknik Elektro UPI, Riba.*

PENDAHULUAN

Dengan distribusi dan optimalisasi teknologi Internet yang meningkat belakangan ini Banyak metode baru yang dapat meningkatkan kinerja sistem ditemukan. Istilah seperti kecerdasan buatan dan pembelajaran mesin mungkin sering kita dengar. Dengan demikian, sistem e-commerce akan lebih baik, dan pengembangan smartphone yang kian canggih dan cepat mempengaruhi popularitas e-commerce.

Saat ini, e-commerce digunakan sebagai tempat transaksi dalam jaringan, meskipun pasarnya mencakup banyak orang. Bagaimana tidak? Adanya e-commerce membuka banyak potensi di pasar dan telah meningkatkan kegiatan jual-beli dengan mendekatkan penjual dan pembeli tanpa memperhatikan jarak, hanya membutuhkan akses ke internet saja. Dengan adanya fenomena ini, tentunya membuka lapangan pekerjaan baru, yaitu sistem distribusi untuk mengirimkan barangnya, tentu hal ini memiliki dampak positif terhadap perekonomian sekitar

Menurut (Zainul et al., 2004) mengemukakan bahwa “...*e-commerce has a similar definition with the conventional commerce, but some rules and 2 obligations must be aligned with the need of Islamic principles and permissible by Islam...*”. Yang mana ia mengatakan bahwa perdagangan konvensional dan perdagangan digital memiliki kemiripan, akan tetapi terdapat aturan-aturan yang harus ditetapkan dengan berlandaskan hukum-hukum Islam dan diizinkan dalam Islam.

TINJAUAN LITERATUR

A. Pengertian *E-commerce*

E-commerce, sebagai perdagangan yang berbasis teknologi canggih, telah mengubah cara perdagangan konvensional di mana konsumen dan bisnis berinteraksi satu sama lain secara langsung menjadi yang tidak langsung. E-commerce telah mengubah paradigma bisnis klasik dengan menumbuhkan model-model interaksi antara produsen dan konsumen di dunia virtual. Prinsip dasar perdagangan dengan sistem pembayaran konvensional yang kita kenal adalah perdagangan di mana penjual dan pembeli bertemu secara langsung. Namun, konsep telemarketing, yaitu perdagangan jarak jauh melalui media internet, tidak lagi memerlukan pertemuan langsung antar pelaku bisnis. Sistem perdagangan yang digunakan dalam e-commerce dimaksudkan untuk memungkinkan penandatanganan elektronik. Penandatanganan elektronik ini dibuat mulai dari saat pembelian, pemeriksaan dan pengiriman. Karena itu, ketersediaan informasi yang benar dan akurat mengenai konsumen dan perusahaan dalam *e-commerce* merupakan suatu prasyarat mutlak. Menurut Sodikin, sistem *e-commerce* telah dibangun dengan berbagai metode yang meliputi sistem distribusi barang dan jasa, sistem pembayaran, dan penerapan sistem informasi. Aspek keamanan menjadi prioritas semua pengelola *e-commerce*. Kriptografi merupakan ilmu yang berhubungan sandi-sandi yang mencakup. Enkripsi (*plaintext*) menjadi (*ciphertext*) dan deskripsi (*ciphertext*) menjadi (*plaintext*). Ketiga hal itu berkaitan dengan metode yang saat ini marak digunakan dalam menganalisis Sistem keamanan E-Commerce. Metode AES (*Advanced Encryption Standard*) merupakan algoritma standar enkripsi kunci simetri yang dapat mengenkripsi dan mendeskripsi.

Ecommerce memiliki berbagai macam jenisnya. Jenis-jenis e-commerce ini memiliki lebih banyak pihak baik sebagai produsen maupun konsumen. Adapun jenis tersebut diantaranya yaitu :

1. *Business-to-Business (B2B)*

Transaksi bisnis ke bisnis (B2B) adalah transaksi antara bisnis yang satu dengan bisnis lainnya, baik secara elektronik maupun fisik. Konsumen dari penjualan barang dan jasa ini bukan konsumen individu, tetapi grup atau kelompok yang menjalankan bisnis. Bisnis-ke-bisnis membutuhkan banyak biaya karena volume kebutuhan barang dan jasa yang tinggi.

2. *Business-to-Consumers (B2C)*

Belanja antara produsen dan konsumen (B2C) adalah proses transaksi antara produsen dan konsumen akhir. Business-to-Consumers (B2C) mirip dengan toko ritel biasa yang memiliki gudang untuk stok barang dan produk eceran untuk dijual. Yang membedakannya dari toko ritel biasa adalah proses transaksi dilakukan secara online, yang membuatnya lebih mudah dan dinamis, yang memungkinkannya berkembang dengan sangat cepat..

3. *Consumer-to-Consumer (C2C)*

Transaksi konsumen ke konsumen (C2C) adalah transaksi barang atau jasa antara konsumen dan penyedia. Di dalam model pasar, konsumen sebagai penyedia barang dan jasa membutuhkan platform sebagai wadah transaksi. Penjual di platform tersebut dapat bertindak sebagai konsumen dan memposting berbagai barang untuk dibeli oleh pelanggan lainnya. Tokopedia, Bukalapak, Shopee, dan lainnya adalah platform konsumen ke konsumen (C2C).

4. *Consumer-to-Business (C2B)*

Consumer-to-Business (C2B) transaksi jual beli produk atau jasa dilakukan dari konsumen kepada perusahaan. C2B ini individu menawarkan produk atau jasa terhadap perusahaan yang membutuhkan dan siap untuk membelinya.

5. *Business-to-Administration (B2A)*

Business-to-Administration (B2A) atau yang bisa dikenal sebagai Business-to-Government (B2G) adalah jenis e-commerce yang menjual produk atau jasa kepada lembaga pemerintah. Pihak bisnis akan menawarkan berbagai jenis produk yang dibutuhkan untuk operasionalisasi dan proyek pemerintah. Dan transaksi jenis ini dilakukan dengan mengajukan tender.

6. *Consumer-to-Administration (C2A)*

Consumer-to-Administration (C2A) atau Consumer-to-Government (C2G) yang merupakan proses transaksi elektronik yang dilakukan oleh individu kepada lembaga pemerintah. Sebagai contoh adalah pembayaran pajak, iuran BPJS dan lain sebagainya dari individu kepada pemerintah.

7. *Online-to-Offline (O2O)*

Online-to-Offline adalah jenis bisnis baru di mana produsen menggunakan dua saluran baik itu Online maupun Offline. Pihak produsen akan melakukan promosi, menemukan konsumen, menarik konsumen serta meningkatkan

kesadaran mereka terhadap produk dan layanan melalui jaringan Online, yang kemudian diteruskan dengan melakukan pembelian di toko Offline. Selain itu, jenis O2O juga berhubungan dengan aktivitas pemesanan secara online dan melakukan pengambilan barang di toko Offline. Jenis ini banyak digunakan pada sektor transportasi seperti Gojek dan Grab serta akomodasi seperti Airbnb, Airy, dan lain sebagainya.

B. Manfaat *E-commerce*

Manfaat yang dapat diperoleh dari e-commerce bagi organisasi menurut Suyanto (2003:50) adalah :

1. *Marketplace* diperluas hingga ke pasar nasional dan internasional.
2. Pembuatan, pemrosesan, pendistribusian, penyimpanan dan pencarian informasi yang menggunakan kertas yang lebih hemat dari segi biaya
3. Pengurangan *inventory* dan *overhead* dengan menyederhanakan supply chain dan management tipe “pull”.
4. Mengurangi waktu antara outlay modal dan penerimaan produk dan jasa.
5. Mendukung upaya-upaya business process reengineering.
6. Memperkecil biaya telekomunikasi
7. Akses informasi lebih cepat.

Selain mempunyai manfaat bagi perusahaan, menurut Suyanto (2003:51) e-commerce juga mempunyai manfaat bagi konsumen, yaitu :

1. Memungkinkan pelanggan melakukan pembelian atau transaksi lainnya 24 jam sehari, sepanjang tahun, dari hampir semua lokasi menggunakan perangkat Wi-Fi.
2. Memberikan lebih banyak pilihan kepada pelanggan.
3. Pengiriman menjadi sangat cepat.
4. Informasi yang diterima pelanggan relevan dan detail dalam hitungan detik.
5. Memberi tempat bagi para pelanggan lain di Electronic community dan bertukar pikiran serta pengalaman.
6. Memudahkan persaingan yang ada pada akhirnya akan menghasilkan diskon secara substansial.

Menurut Suyanto (2003:52) selain manfaat terhadap organisasi, konsumen e-commerce juga mempunyai manfaat bagi masyarakat, antara lain :

1. Memungkinkan orang untuk bekerja di dalam rumah dan tidak harus keluar rumah untuk berbelanja. Ini berakibat menurunkan arus kepadatan lalu lintas di jalan serta mengurangi polusi udara.
2. Memungkinkan sejumlah barang dagangan dijual dengan harga lebih rendah.
3. Memungkinkan orang di negara-negara dunia ketiga dan wilayah pedesaan untuk menikmati aneka produk dan jasa yang akan susah mereka dapatkan tanpa e-commerce.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif membuat proses dan makna penelitian lebih ditentukan dengan landasan teori yang digunakan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta di lapangan. Penelitian deskriptif adalah pendekatan yang bertujuan untuk menggambarkan hasil penelitian dan memberikan gambaran tentang fenomena yang diteliti.

Pertanyaan deskriptif kualitatif biasanya mengandung pertanyaan tentang apa, siapa, dimana, dan bagaimana peristiwa yang dialami narasumber terkait dengan fenomena yang diteliti. Metode deskriptif kualitatif didasarkan pada kejadian atau fenomena yang benar-benar terjadi pada objek, dan hasil pengamatan atau data yang diperoleh dikomunikasikan dalam bentuk kata-kata, pernyataan, atau gagasan.

Pada penelitian ini, pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara dengan mahasiswa yang aktif menggunakan media sosial WhatsApp. Pertanyaan dikirim ke narasumber melalui ruang percakapan pribadi WhatsApp, dan narasumber menjawab pertanyaan secara langsung dengan pendapat, ide, atau pernyataan mereka. Narasumber merupakan mahasiswa aktif yang sudah pernah menggunakan atau terlibat dengan *e-commerce* sebelumnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Urgensi Islam dalam Transaksi *E-commerce*

Sejak zaman dahulu, Islam sangat mementingkan perdagangan sebagai sumber utama perekonomian, bahkan Rasulullah SAW juga seorang pedagang. Allah SWT telah menghalalkan praktik jual beli yang sesuai dengan ketentuan dan syariat-Nya. Sebagaimana telah dijelaskan dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 275 dan An-Nisa ayat 29. Dijelaskan pula pada hadits riwayat muslim bahwasannya Rasulullah SAW bersabda *“Emas ditukar dengan emas, perak dengan perak, gandum dengan gandum, kurma dengan kurma, garam dengan garam, sama beratnya dan langsung diserahkan. Jika berlainan jenis, maka juallah sesuka kalian namun harus langsung diserahkan atau secara kontan”* (HR. Muslim: 2970).

Pada era industri 4.0 banyak sektor yang mengadopsi teknologi untuk mempermudah kegiatan manusia sehari-hari, salah satunya adalah di sektor jual beli hingga terlahirlah konsep *e-commerce*. Pada dasarnya Islam tidak melarang pengadopsian teknologi malah menggalakkan perubahan dengan mengimplementasikan ilmu yang dipelajari, hal ini pasti dibolehkan dengan tetap memperhatikan batasan-batasannya. Indonesia sebagai negara yang mayoritas masyarakatnya beragama Islam harus siap mengadopsi *e-commerce* ini dengan syarat sesuai syariat Islam. Berdasarkan hasil wawancara, semua narasumber sering bertransaksi di *e-commerce* dan platform jual beli *online* atau *e-commerce* yang paling sering digunakan adalah Tokopedia, Shopee, TikTok Shop, dan Lazada. Ini menunjukkan bahwa mayoritas dari kita telah mengadopsi penggunaan teknologi sebagai wadah untuk berjual beli.

Walaupun kegiatan jual beli klasik atau modern dihalalkan oleh Allah SWT, bukan berarti kegiatan ini tidak ada syarat-syaratnya, sesuai dengan sabda Rasulullah SAW,

“Sesungguhnya para pedagang itu adalah kaum yang fajir (suka berbuat maksiat), para sahabat heran dan bertanya, “Bukankah Allah telah menghalalkan praktik jual beli, wahai Rasulullah?”. Maka beliau menjawab, “Benar, namun para pedagang itu tatkala menjajakan barang dagangannya, mereka bercerita tentang dagangannya kemudian berdusta, mereka bersumpah palsu dan melakukan perbuatan-perbuatan keji.” (Musnad Imam Ahmad 31/110, dinukil dari Maktabah Asy-Syamilah).

Narasumber yang diwawancara mempunyai beberapa cara tentang bagaimana mereka berusaha untuk menjaga transaksi mereka di *e-commerce* tetap berlangsung halal. Narasumber (NAP, MHF, dan WRP) berpendapat bahwa mereka memastikan transaksi mereka halal dengan menggunakan metode pembayaran yang tidak mengandung unsur riba seperti *pay later* atau kredit cicilan. Sementara itu, narasumber (SSNRS, MHF, dan HS) menyatakan bahwa barang yang mereka beli harus sesuai dengan foto di etalase dan spesifikasinya sesuai dengan yang tertulis di deskripsi produk. Narasumber (HS) juga memilih *e-commerce* yang mengenakan biaya admin ringan sehingga tidak memberatkan penjual maupun pembeli.

Hal yang disampaikan oleh narasumber sesuai dengan ajaran Al-Quran dan Hadits yang berisikan syarat-syarat dan rukun-rukun yang harus dipatuhi dalam kegiatan jual beli. Berikut adalah beberapa syarat dan rukun dalam jual beli di agama Islam:

Syarat jual beli antara lain :

1. Penjual dan pembeli melakukan transaksi dengan sadar dan ridha.
2. Pelaku jual beli adalah orang yang diperbolehkan untuk bertransaksi, pembeli dan penjual, harus sudah dewasa, cakap, dan dalam kondisi sadar saat melakukan transaksi.
3. Barang yang diperjualbelikan adalah harta yang bermanfaat dan mubah.
4. Barang yang diperjual-belikan haruslah berupa al-maal, dan al-maal adalah segala sesuatu yang memiliki manfaat dan mubah.
5. Barang yang diperjual-belikan dimiliki sepenuhnya oleh penjual dan diizinkan untuk dijual.
6. Barang yang diperjualbelikan harus bisa diserahkan.
7. Barang yang diperjualbelikan harus jelas dan tidak samar. Barang yang dijual harus bisa dilihat atau jelas sifat-sifatnya.
8. Harga barang yang diperjualbelikan harus jelas.

Sementara itu, rukun jual beli diantaranya adalah :

1. *‘Aqid* (Pihak yang bertransaksi). Dalam transaksi jual beli, penjual dan pembeli harus ada dan hadir. Jika salah satu pihak tidak ada, maka transaksi jual beli tidak sah.
2. *Ma’qud ‘alaih* (Barang atau objek yang diperjual-belikan). Transaksi jual beli dapat dikatakan sah apabila barang/ jasa yang diperjualbelikan itu ada dan dapat dipahami oleh kedua pihak.
3. *Mahal al-‘aqdi* (shighat atau pernyataan jual beli). Shighat adalah ucapan atau perbuatan yang menunjukkan adanya maksud dari kedua belah pihak untuk melakukan jual beli. Shighat dibagi menjadi dua yaitu shighah qauliyah (ucapan) dan

shighah fi'liyah (perbuatan). Ijab adalah ucapan penjual, dan qabul adalah ucapan pembeli.

B. Perspektif Islam di dalam *E-commerce*

Dalam praktiknya, transaksi jual beli *e-commerce* (moderen) hampir sama dengan transaksi jual beli konvensional, tetapi ada beberapa kekurangan yang membuat orang khawatir akan hukumnya. Salah satu kekurangannya adalah tidak adanya akad langsung (ijab qabul), ketidakpastian (gharar), kemungkinan penipuan, dan penjualan barang yang bukan hak milik.

Seperti yang disebutkan sebelumnya, Islam tidak hanya menghalalkan jual beli tetapi juga menganjurkan umat muslim untuk melakukan transaksi jual beli yang jujur dan menguntungkan kedua belah pihak. Tidak ada larangan dalam Islam untuk transaksi menggunakan *e-commerce* selama transaksi tersebut memenuhi syarat-syarat dan rukun-rukun yang telah disebutkan di atas.

Narasumber yang diwawancara sepakat bahwa platform *e-commerce* di Indonesia yang mereka gunakan sudah sesuai dengan syariat Islam. Menurut narasumber (WRP) secara keseluruhan platform *e-commerce* yang digunakan di Indonesia sudah sesuai dengan syariat Islam walaupun memang beberapa platform masih menawarkan pembayaran yang mengandung unsur riba tetapi hal itu merupakan pilihan opsional yang masih bisa dihindari. Adapun menurut beberapa narasumber lain, hal yang melanggar hukum Islam di transaksi *e-commerce* terletak di sisi penjual dimana kadang ada penjual tidak jujur yang mengirim barang tidak sesuai klaim di deskripsi. Lebih parahnya lagi ada yang mengirim barang yang berbeda seperti ketika memesan gawai tetapi yang datang adalah batu. Hal ini jelas melanggar hukum Islam dan membuat transaksi jual beli di *e-commerce* menjadi haram.

Hal di atas bisa dicegah dengan memastikan beberapa hal, contohnya penjual harus memaparkan gambar produk yang akan dijual secara eksplisit dan tidak dimanipulasi, spesifikasi produk yang rinci dan tidak dimanipulasi, harga yang jelas dan tidak dapat diubah, metode pengiriman yang tidak dimanipulasi, dan metode pembayaran yang jelas. Karena transaksi *e-commerce* tidak memiliki transaksi langsung antara penjual dan pembeli, mereka bisa berkomunikasi satu sama lain melalui fitur chat di aplikasi atau melalui media sosial untuk menyebutkan akad atau menanyakan tentang barang yang ingin dibeli. Pihak *e-commerce* juga bisa menengahi penjual yang tidak jujur dengan memberi garansi uang kembali jika barang tidak sesuai kepada pembeli.

C. Transaksi Jual Beli di *E-commerce*

Menurut respon dari narasumber, ketika melakukan pembayaran untuk transaksi mereka memilih opsi pembayaran transfer ke bank tujuan karena praktis. Selain itu, narasumber (WRP) menggunakan opsi *e-wallet* Shopeepay agar tidak perlu pindah aplikasi. Narasumber (MHF dan HS) juga turut menggunakan metode bayar offline atau ke mitra jika mereka sedang memegang uang tunai. Metode pembayaran *Cash On Delivery (COD)* dipakai oleh narasumber (NAP) kadang kala, metode pembayaran ini adalah dengan membayar barang ketika sudah sampai di tujuan. Secara dasar, metode yang telah disebutkan oleh para

narasumber tadi tertuang di hukum Islam mengenai jenis-jenis kontrak/akad dalam transaksi jual beli, antara lain:

1. *Bai' As-Salam*, merupakan suatu jenis transaksi jual beli dimana pembayaran dibayar lunas sedangkan barangnya diserahkan kemudian. Disebut *As-Salam* karena bermakna penyerahan, dimana pembayaran disegerakan sedangkan penyerahan barang ditangguhkan.
2. *Bai' Al-Istisna*, merupakan suatu jenis transaksi jual beli dimana pembeli memesan sebuah barang yang belum ada atau tersedia wujudnya dan akan membayar ketika barang tersebut sudah tersedia. Perbedaan dengan *Bai' As-Salam* yaitu pembayarannya, *Bai' As-Salam* mengharuskan pembeli untuk menyegerakan pembayaran sedangkan *Bai' Al-Istisna* tidak mengharuskan membayar langsung tergantung kesepakatan kedua pihak.
3. *Bai' Al-Muajjal*, merupakan suatu jenis transaksi jual beli dimana pembeli dan penjual sudah sepakat untuk menangguhkan pembayaran atau mencicil pembayaran.

Berdasarkan paparan diatas, kita dapat mengetahui bahwa e-commerce menggunakan ketiga transaksi diatas, namun respon para narasumber menunjukkan bahwa mereka lebih sering menggunakan kontrak/akad *Bai' As-Salam* dimana pembeli dan penjual telah sepakat dengan harga maka pembeli akan segera membayar harga barang tersebut dan kemudian setelah penjual mengkonfirmasi pembayaran sudah lunas maka barang akan dikirim menuju pembeli. Namun tidak menutup kemungkinan e-commerce juga menggunakan transaksi *Bai' Al-Istisna* dan *Bai' Al-Muajjal*, karena metode pembayaran pada e-commerce saat ini sudah sangat fleksibel sehingga memungkinkan untuk melakukan transaksi *Bai' Al-Istisna* dimana pembeli memesan suatu barang yang belum tersedia tetapi ketika barang sudah tersedia maka penjual akan segera mengirimkan barangnya, sering juga kita sebut sebagai transaksi pre-order. Kemudian pembeli juga dapat menangguhkan pembayaran pesanan pada e-commerce sesuai dengan kesepakatan kedua pihak (*Bai' Al-Muajjal*) contohnya seperti metode *Cash On Delivery (COD)* yang dipakai oleh narasumber (NAP). Tetapi perlu diketahui bahwa pembayaran pada e-commerce sebaiknya menghindari penggunaan kartu kredit atau *paylater* karena mengandung unsur riba'. Semua narasumber sepakat bahwa sarana pembayaran *paylater* harus dihindari karena mengandung bunga yang termasuk pada riba. Selain unsur riba, narasumber (NAP) juga mengatakan bahwa menggunakan *paylater* jatuhnya lebih mahal karena bunga yang dikenakan banyak sehingga memberatkan pengguna.

Sebagaimana yang telah dinyatakan di Al-Quran dan Hadits dimana Islam melarang transaksi jual beli yang mengandung unsur-unsur sebagai berikut :

1. Riba', merupakan penetapan bunga atau melebihi jumlah pinjaman saat pengembalian berdasarkan persentase dari pinjaman pokok yang dibebankan kepada peminjam. Allah SWT berfirman pada Al-Quran surat Ali-Imran ayat 130 :

۱۳۰ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kepada Allah agar kamu beruntung.” (Q.S. Ali-Imran:130)

2. Gharar, merupakan ketidakpastian dalam transaksi yang diakibatkan oleh tidak terpenuhinya ketentuan syariah dalam transaksi tersebut.
3. Penipuan, merupakan kebohongan yang dibuat untuk keuntungan pribadi yang merugikan orang lain.
4. Paksaan, merupakan suatu tindakan yang tidak menyenangkan untuk suatu hal yang tidak disetujui oleh orang tersebut.
5. Maisir, merupakan kegiatan bertaruh atau suatu cara untuk memperoleh sesuatu atau keuntungan dengan sangat mudah tanpa bekerja keras dengan menggunakan peluang.
6. Haram, merupakan segala sesuatu yang dilarang oleh Allah SWT. Baik itu tindakan atau barang yang tidak diperbolehkan dalam Islam.

KESIMPULAN DAN SARAN

E-Commerce atau perdagangan digital merupakan fenomena yang telah mengubah cara konsumen dan bisnis berinteraksi satu dengan yang lainnya, menjadikannya lebih mudah, cepat, dan praktis. *E-Commerce* telah membuka banyak peluang di pasar dan telah meningkatkan kegiatan jual-beli tanpa memperhatikan jarak fisik. Hal ini juga menciptakan lapangan pekerjaan baru dalam hal sistem distribusi barang.

Dalam praktiknya, sebagai umat muslim kita harus memastikan bahwa *E-Commerce* sudah mematuhi prinsip-prinsip syariah Islam, termasuk dalam hal transparansi, kejujuran, dan ketepatan waktu dalam pengiriman barang atau jasa. Hal ini dilakukan untuk menghindari masalah-masalah seperti riba, ketidakpastian, penipuan, paksaan, dan praktik-praktik haram lainnya. Sebagai umat muslim, sangatlah penting untuk menggunakan *E-Commerce* dengan bijak yaitu dengan menghindari penggunaan metode pembayaran yang melibatkan riba, seperti kartu kredit atau paylater. Dengan demikian, *E-Commerce* dapat berkembang dan memberikan manfaat kepada masyarakat dengan tetap mematuhi nilai-nilai Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Zainul, N., Osman, F., & Mazlan, S. H. (2004). E-Commerce from an Islamic perspective. *Electronic Commerce Research and Applications*, 3(3), 280-293.
<https://doi.org/10.1016/j.eelerap.2004.01.002>
- Suyanto, M. (2003). *Strategi periklanan pada e-commerce perusahaan top dunia*. Penerbit Andi.
- Iswandi, A. (2021). Review E-Commerce dalam Perspektif Bisnis Syariah. *Al-Tasyree: Jurnal Bisnis, Keuangan dan Ekonomi Syariah*, 1(01), 9-20.
<https://journal.ptiq.ac.id/index.php/altasyree/article/view/167>
- Kurniawati, A. D. (2019). Transaksi E-Commerce dalam Perspektif Islam. *El-Barka: Journal of Islamic Economics and Business*, 2(1), 90.
<https://doi.org/10.21154/ELBARKA.V2I1.1662>

As-Syirkah: Islamic Economics & Finacial Journal

Volume 3 Nomor 2 (2024) 598 – 607 E-ISSN 2962-1585

DOI: 10.56672/assyirkah.v3i2.228

WAWANCARA

YAK (Mahasiswa), wawancara oleh Alfi Noviar Ilhami, 03 November 2023, Universitas Pendidikan Indonesia

SSNRS (Mahasiswa), wawancara oleh Zalfa Lubna Fahira, 03 November 2023, Universitas Pendidikan Indonesia. Tanggal

NAP (Mahasiswa), wawancara oleh Bagaskara Anandayutya, 04 November 2023, Universitas Pendidikan Indonesia. Tanggal

RSG (Mahasiswa), wawancara oleh Bagaskara Anandayutya, 04 November 2023, Universitas Pendidikan Indonesia. Tanggal

HS (Mahasiswa), wawancara oleh Bagaskara Anandayutya, 04 November 2023, Universitas Pendidikan Indonesia. Tanggal

MHF (Mahasiswa), wawancara oleh Alfi Noviar Ilhami, 05 November 2023, Universitas Pendidikan Indonesia. Tanggal

WRP (Mahasiswa), wawancara oleh Zalfa Lubna Fahira, 05 November 2023, Universitas Pendidikan Indonesia. Tanggal