

BAB II

KERANGKA TEORI

A. Kajian Teori

1. Definisi *E-commerce*

a. Pengertian *E-commerce*

E-commerce, atau perdagangan elektronik, merupakan sistem pembelian dan penjualan secara online di tingkat global. Dalam konteks ini, toko online adalah platform di internet tanpa fisiknya di dunia nyata, di mana pembeli dan penjual tidak berinteraksi langsung. Sebuah toko online hanya terdiri dari sebuah situs web yang menampilkan informasi tentang produk yang dijual beserta deskripsi dan cara pembelian. Belanja online, atau *e-commerce*, merupakan proses transaksi yang dilakukan melalui berbagai platform online seperti situs jual-beli atau jejaring sosial yang menawarkan barang atau jasa.¹ Ini mencakup proses memesan barang dari vendor, produsen, atau reseller melalui internet, diikuti dengan pembayaran melalui transfer bank, e-banking, atau COD (Cash on Delivery).

Secara etimologis, *E-commerce* atau Perdagangan Elektronik terdiri dari "Elektronik" dan "Commerce," yang menggambarkan perdagangan melalui media elektronik. Lebih luas lagi, ini mengacu pada proses bisnis seperti distribusi, pembelian, penjualan, dan layanan yang dilakukan secara elektronik melalui internet dan jaringan komputer lainnya. Dengan kata lain, *E-commerce* adalah pemanfaatan internet dalam berbagai kegiatan bisnis, termasuk pemasaran, promosi, hubungan masyarakat, transaksi pembayaran, pengiriman barang, dan masih banyak inovasi bisnis online yang terbuka seiring dengan kemajuan teknologi *e-commerce*.

E-commerce merujuk pada transaksi jual beli barang atau jasa antara berbagai entitas seperti perusahaan, rumah tangga, individu, pemerintah, dan organisasi swasta lainnya, yang dilakukan melalui computer dan jaringan internet. Meskipun barang atau jasa dipesan secara online, pembayaran dan pengiriman dapat dilakukan secara online maupun offline, tergantung pada preferensi pelanggan atau kebijakan penjual.²

¹ Dwi Suwiknyo, *BOS (Bisnis Online Syariah)*, (Yogyakarta: Trust Media, 2009), 1-2.

² Candra Ahmadi dan Dadang Hermawan, *E-Business dan E-Commerce*, (Yogyakarta : CV Andi Offset, 2017), 35-36.

E-commerce merupakan penerapan jaringan komunikasi atau komputer untuk menjalankan kegiatan bisnis. Ini adalah fenomena bisnis yang berkembang pesat, terutama karena kemajuan teknologi informasi, khususnya internet. Internet, sebagai jaringan komputer global yang besar, memiliki peran sentral dalam infrastruktur *e-commerce*. Perkembangan *e-commerce* telah membawa perubahan signifikan dalam aktivitas bisnis yang sebelumnya terbatas pada dunia fisik. Perubahan ini ditandai dengan berbagai upaya dari sektor bisnis yang awalnya beroperasi secara konvensional di dunia nyata, kemudian beralih ke ranah *virtual*.

Laudon memberikan definisi *e-commerce* sebagai "*Proses pembelian dan penjualan barang secara elektronik oleh konsumen dan dari perusahaan ke perusahaan melalui transaksi bisnis yang terkomputerisasi.*" Dalam definisi ini, terdapat tiga poin utama dalam *e-commerce*: Penjualan dan pembelian dilakukan secara elektronik melalui proses yang teratur.

- 1) Melibatkan konsumen atau perusahaan sebagai pelaku transaksi.
- 2) Melibatkan jaringan pengguna komputer yang terhubung secara online untuk melakukan transaksi bisnis.

Menurut David Baum, definisi standar yang disepakati untuk *e-commerce* adalah sebagai berikut: *E-commerce* adalah serangkaian teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dalam perdagangan barang, layanan, dan informasi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *e-commerce* adalah proses jual beli barang atau jasa antara dua belah pihak melalui internet dan berbagai mekanisme bisnis elektronik, dengan fokus pada transaksi bisnis individual yang menggunakan internet sebagai media pertukaran barang atau jasa, baik antara institusi maupun individu.

b. Jenis-jenis E-Commerce

E-commerce adalah proses jual beli yang terjadi melalui internet di mana pembeli dan penjual tidak bertatap muka, tetapi berinteraksi melalui media online. Ada berbagai jenis transaksi *e-commerce* yang diterapkan, dan di Indonesia, berbagai jenis *e-commerce* umumnya dapat dikelompokkan berdasarkan karakteristiknya sebagai berikut:

1. *Business to Business (B2B)*

Business to Business ditandai oleh hubungan antara mitra perdagangan yang sudah berjalan cukup lama dan saling mengenal satu sama lain, sehingga informasi hanya ditukar antara mereka. Pertukaran data dilakukan secara berkala dengan format yang telah disepakati bersama, dan tidak ada ketergantungan pada waktu yang diatur untuk mengirimkan data. Model yang umum digunakan adalah peer to peer, di mana kedua pihak bisnis dapat mendistribusikan kecerdasan pemrosesan.

2. *Business to Consumer*

Business to Consumer memiliki ciri terbuka untuk umum di mana informasi dapat diakses secara bebas oleh masyarakat umum. Layanan yang ditawarkan bersifat umum dan seringkali berbasis web karena web telah menjadi standar yang umum. Layanan tersebut disesuaikan dengan permintaan konsumen, dan produsen harus responsif terhadap permintaan tersebut. Pendekatan client-server sering digunakan dalam sistem ini.

3. *Customer to Consumer (C2C)*

Dalam model C2C, seorang konsumen dapat menjual barang langsung kepada konsumen lain, yang juga dikenal sebagai individu yang melakukan jual-beli produk dan jasa antara satu sama lain. Sebagai contoh, seseorang dapat menjual properti, mobil, dan lainnya melalui iklan baris di situs seperti www.classified2000.com. Selain itu, mengiklankan jasa pribadi atau penjualan pengetahuan dan keahlian juga merupakan contoh dari C2C. Ada juga situs lelang yang memungkinkan individu untuk memasukkan barang mereka ke dalam proses lelang. Selain itu, banyak orang menggunakan intranet dan jaringan organisasi mereka untuk memasarkan barang atau menawarkan berbagai jasa. Contoh yang terkenal dari model ini adalah eBay.com, sebuah platform lelang online yang populer.

4. *Customer to Business (B2C)*

Model bisnis Customer to Business melibatkan konsumen (individu) dalam penciptaan nilai, yang kemudian dikonsumsi oleh perusahaan. Sebagai contoh, ketika seorang konsumen memberikan ulasan atau memberikan ide untuk pengembangan produk baru, mereka menciptakan nilai bagi perusahaan jika perusahaan mengadopsi masukan tersebut. Sebagai ilustrasi, Priceline.com adalah platform di mana

seseorang dapat menjual barang kepada perusahaan. Dalam model ini, internet dapat digunakan sebagai alat untuk melakukan negosiasi.

c. Karakteristik *E-commerce*

Transaksi dalam *e-commerce* memiliki karakteristik khusus yang berbeda dengan transaksi konvensional, yaitu:

a) Memperluas Pasar

E-commerce memungkinkan perluasan pasar karena tidak terbatas oleh lokasi seperti dalam sistem bisnis tradisional. Karena *E-commerce* menggunakan pemasaran melalui beberapa toko online yang dapat menjangkau ke mana saja.

b) Biaya Terkendali

Perusahaan dapat melakukan transaksi dengan konsumen dari berbagai lokasi tanpa kehadiran fisik, misalnya dengan cara melakukan pembayaran melalui ATM, Indomart, Alfamart, atau menggunakan aplikasi pembayaran online dengan menggunakan aplikasi Dana, Ovo, Gopay, dan lain sebagainya sehingga biaya dapat lebih terkendali.

c) Efisien

Melalui sistem tanpa kertas, distribusi elektronik memungkinkan penghematan waktu, biaya kertas, dan pengiriman. Karena semua pembelian sudah bisa dilakukan dengan cara online.

d) Efektif

Konsumen dapat dengan cepat mengakses informasi dan melakukan transaksi kapan pun diperlukan. Hanya dengan menggunakan Handphone tanpa harus datang ke tempat transaksi secara langsung.

e) Cash Flow Terjamin

Dengan sistem *e-commerce*, arus kas perusahaan menjadi lebih terjamin karena pembayaran diterima sebelum barang dikirim, sehingga modal dapat lebih efisien.

d. Manfaat *E-Commerce*

Berikut ini akan diuraikan beberapa keuntungan dari penggunaan *e-commerce* dalam konteks bisnis:

1. Manfaat *E-Commerce* Dalam Dunia Bisnis :

Manfaat yang diperoleh oleh suatu perusahaan dalam menggunakan *e-commerce* adalah sebagai berikut:

- a) Dapat meningkatkan *market exposur* (pangsa pasar)
Transaksi online memungkinkan individu di seluruh dunia untuk membeli produk yang ditawarkan melalui internet tanpa batasan geografis atau waktu.
 - b) Menurunkan biaya oprasional (*operating cost*)
Transaksi *e-commerce* adalah proses transaksi yang sebagian besar dilakukan secara digital melalui program komputer, sehingga biaya-biaya seperti sewa showroom, gaji karyawan berlebihan, dan lainnya dapat dihindari.
 - c) Melebarkan jangkauan (*global reach*)
Transaksi online dapat diakses oleh siapa pun di seluruh dunia tanpa terbatas oleh tempat dan waktu, karena aksesnya hanya memerlukan penggunaan komputer
 - d) Meningkatkan *customer loyalty*
Ini disebabkan oleh ketersediaan informasi lengkap dalam sistem transaksi *e-commerce* yang dapat diakses kapan pun. Selain itu, pembelian dapat dilakukan kapan saja, bahkan konsumen dapat memilih produk yang diinginkan sendiri.
 - e) Meningkatkan *supply management*
Transaksi *e-commerce* menghasilkan efisiensi biaya operasional perusahaan, terutama dalam hal jumlah karyawan dan stok barang yang diperlukan. Untuk meningkatkan efisiensi biaya tersebut, diperlukan peningkatan dalam sistem manajemen persediaan yang efisien.
2. Manfaat *E-Commerce* Untuk Pelanggan
- E-commerce* memfasilitasi pelanggan untuk berbelanja atau melakukan transaksi kapan pun mereka mau, selama 24 jam sehari, dari hampir setiap lokasi di mana mereka berada. Pelanggan juga dapat membandingkan harga dengan perusahaan lain. Ketika berbelanja secara online, pelanggan tidak perlu mengantri untuk mendapatkan barang yang mereka inginkan atau ingin dibeli. Secara singkat, manfaat *e-commerce* adalah sebagai berikut:
- a) Bagi Konsumen : Harga lebih terjangkau dan kemudahan berbelanja di satu lokasi tanpa perlu berpindah tempat.
 - b) Bagi Pengelola : Efektif, tanpa kesalahan, dan tepat waktu.

e. Ancaman Menggunakan *E-commerce*

Ada beberapa jenis ancaman yang mungkin timbul dalam *e-commerce*

1. *Planting*

Memasukkan sesuatu ke dalam sistem yang saat ini dianggap legal, namun mungkin tidak legal di masa depan.

2. *System Penetration*

Orang yang tidak memiliki hak akses ke sistem komputer dapat dengan sengaja atau tanpa izin melakukan kegiatan apapun sesuai keinginannya.

3. *Comunications Monitoring*

Seseorang dapat memantau semua informasi rahasia dengan melakukan pemantauan sederhana terhadap komunikasi di suatu jaringan.

4. *Comunications Tampering*

Tindakan yang merusak kerahasiaan informasi tanpa melakukan penetrasi, seperti mengubah informasi transaksi di tengah perjalanan atau membuat server palsu untuk menipu banyak orang agar memberikan informasi rahasia mereka secara sukarela.

f. Hambatan Implementasi *E-commerce*

Hambatan dalam implementasi *e-commerce* disebabkan oleh kurangnya kepercayaan masyarakat terhadap situs-situs belanja online, karena masih banyaknya kasus penipuan yang terjadi. Selain itu, dalam *e-commerce* umumnya harga tidak dapat ditawar, berbeda dengan pasar tradisional yang memungkinkan proses tawar-menawar. Kurangnya jumlah tenaga kerja yang memahami dan menguasai konsep dan implementasi teknologi *e-commerce* juga menjadi hambatan. Selain itu, layanan pengiriman pos memerlukan peningkatan agar proses pengiriman barang menjadi lebih cepat dan efisien bagi pembeli atau konsumen.

2. Definisi Jual Beli

a. Pengertian Jual Beli

Dalam etimologi, penjualan dalam bahasa Arab dikenal sebagai "*ba'i*", merujuk pada transaksi antara penjual dan pembeli terhadap barang dengan harga yang disepakati. Istilah ini mencerminkan pertukaran barang dengan harga tertentu.

Sebagai sinonim, kata "*al-tijarah*" digunakan untuk merujuk pada perdagangan.³

Dalam terminologi, terdapat beberapa pandangan yang berbeda:

- 1) Ulama Hanafiah mendefinisikan jual beli sebagai "pertukaran harta dengan harta lainnya berdasarkan cara yang diizinkan".
- 2) Imam Nawawi mengartikan jual beli sebagai "pertukaran harta dengan harta lainnya untuk kepemilikan".
- 3) Ibnu Qudamah memandang jual beli sebagai "pertukaran harta dengan harta lainnya untuk saling memiliki".

Menurut pandangan ulama Hanafiyah, jual beli merupakan pertukaran harta dengan harta melalui metode tertentu seperti ijab dan qabul, atau dengan memberikan barang dan menetapkan harga di antara penjual dan pembeli. Hasbi Ash-Shiddiqie menganggap jual beli sebagai suatu akad yang melibatkan pertukaran kepemilikan yang tetap. Dalam istilah fiqh, hal ini dikenal sebagai *al-ba'i* yang mengindikasikan pemberian hak milik atas barang atau harta kepada pihak lain dengan menggunakan uang sebagai alat tukar. Jual beli adalah proses pertukaran barang dengan barang lainnya melalui suatu akad tertentu. Sesuai dengan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, *ba'i* adalah jual beli antara barang dan barang, atau pertukaran antara barang dengan barang.⁴

Berdasarkan pengertian-pengertian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa jual beli adalah kesepakatan untuk menukar barang dengan barang, atau barang dengan uang, di mana hak milik dari satu pihak dialihkan kepada pihak lain dengan saling rela, sesuai dengan ketentuan yang diizinkan oleh hukum Islam.⁵

Jual beli adalah pertukaran antara berbagai jenis, baik itu barang dengan barang, barang dengan uang, atau pun uang dengan uang. Ini adalah sebuah transaksi yang telah diatur dalam hukum syariat, yang berarti bahwa ia diizinkan. Kehalalan jual beli ini dapat ditemukan dalam Al-Qur'an serta hadis Nabi.⁶

³ Zainudin Ali, *Hukum Perdata Islam di Indonesia*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2007), 143

⁴ Mardani. *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2015), 167.

⁵ Khumedi Ja'far, *Hukum Perdata Islam di Indonesia...*, 103.

⁶ Amir Syarifuddin, *Garis-garis Besar Fiqih* (Bogor: Kencana, 2010), 191.

b. Dasar Hukum Jual Beli

Jual beli sebagai bagian dari mu'amalah memiliki dasar hukum yang sangat jelas, berasal baik dari Al-Qur'an, As-Sunnah, dan juga telah menjadi kesepakatan ulama serta umat Islam secara umum. Lebih dari sekadar sebuah transaksi, jual beli menjadi sarana untuk saling membantu sesama manusia.

1) Dasar dalam Al-Qur'an

a) Surat Al-Baqarah ayat 282 :

وَأَشْهِدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ

Artinya: *"Dan persaksikanlah apabila kamu berjual beli"*.

b) Surat Al-Baqarah ayat 198:

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ ۚ

Artinya: *"Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezeki hasil perniagaan) dari Tuhanmu"*.

c) Surat An-Nisa ayat 29 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءٰمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بَا بَاطِلٍ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

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"*.

Ayat tersebut menegaskan bahwa dalam kehidupan, terdapat konsekuensi berdasarkan iman dan perilaku. Allah memerintahkan mereka untuk menjauhi segala bentuk perolehan harta yang tidak sah, termasuk segala metode yang dilarang atau tidak diizinkan oleh-Nya. Ini mencakup larangan terhadap tindakan menipu, memberi suap, berjudi, menimbun barang-barang kebutuhan pokok untuk menaikkan harga, dan yang paling terkutuk adalah riba.

2) Dasar dalam AS-Sunnah Hadist Riwayat Bukhari Muslim

حَدَّثَنَا إِبْرَاهِيمُ بْنُ مُوسَى أَبُو إِسْحَاقَ عَنْ أَبِي إِسْحَاقَ عَنْ خَالِدِ بْنِ مَعْدَانَ عَنْ الْمُقْدَامِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ رَسُوَالَهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : مَا أَكَلَ أَحَدٌ طَعَاً مَّا فَطَخَ حَيْرَإِمْنٌ أَنْ يَأْكُلَ مِنْ عَمَلٍ يَدِهِ وَإِنَّ نَبِيَّ اللَّهِ دَعَا إِلَيْهِ السَّلَامَ كَانَ يَأْكُلُ مِنْ عَمَلٍ يَدِهِ. (رواه البخاري ومسلم)

Artinya: “*Dalam cerita Ibrahim Bin Musa, yang mengabarkan ‘Isa dari Tsaur, dari Kholidi bin Ma’dan, dari Miqdam r.a., Rasulullah Saw, berkata: “Tidak ada makanan yang dimakan seseorang yang lebih baik daripada makanan yang diperoleh dari hasil usahanya sendiri. Sesungguhnya Nabi Allah Daud a.s. makan dari hasil usaha tangan beliau sendiri”. (Diriwayatkan oleh Imam Bukhari dan Imam Muslim).*”⁷

3) Dasar Hukum Ijma’

Ijma' adalah sumber hukum Islam yang diakui ketiga setelah Al-Qur'an dan Sunnah. Para ulama telah bersepakat bahwa jual beli diperbolehkan karena manusia tidak dapat memenuhi semua kebutuhan mereka tanpa bantuan dari orang lain. Dalam transaksi ini, kebutuhan yang dipenuhi oleh orang lain harus digantikan dengan barang atau layanan yang sesuai.⁸

Para ahli ushul merumuskan suatu prinsip fiqh yang menyatakan bahwa dalam bidang muamalah, tindakan tersebut dianggap sah (boleh dilakukan) kecuali jika ada dalil yang secara spesifik melarangnya.

Berdasarkan dasar hukum tersebut, jual beli dianggap sebagai hal yang mubah, yang berarti bahwa itu diperbolehkan selama mematuhi aturan yang berlaku dalam jual beli. Oleh karena itu, praktik jual beli yang telah dilakukan oleh manusia sejak zaman Rasulullah SAW hingga saat ini menunjukkan kesepakatan umat Islam untuk menjadikan jual beli sebagai bagian dari syariat.⁹

⁷ Muhammad bin Isma'il Al-Ju'fi, Shahih Al-Bukhari, Juz III, No. 2072 (Damaskus: Dar Thauq Al-Najah, 1442 H), 57.

⁸ Fathurohman Djamil, *Hukum Ekonomi Islam*..., 127.

⁹ Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah Jilid 12*, (Bandung: Alma'arif, 1997), 45.

Para ulama fiqih telah sepakat dari dahulu hingga sekarang bahwa :

ألاَّ صل في المعاملات إلا باحة الا ان يدل الدليل علي تحريمها

Artinya : *“Pada dasarnya semua bentuk muamalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya.”*

Prinsip yang telah dijelaskan sebelumnya dapat menjadi dasar atau argumen dalam menentukan hukum terkait berbagai masalah keuangan syariah. Berdasarkan prinsip tersebut, jual beli dianggap sebagai hal yang mubah, yang berarti diizinkan selama mematuhi ketentuan yang telah ditetapkan sesuai dengan syariat Islam.

Kebutuhan manusia untuk melakukan transaksi jual beli sangatlah penting, karena melalui transaksi tersebut seseorang bisa mendapatkan barang yang diinginkan dari orang lain tanpa melanggar prinsip-prinsip syariat. Oleh karena itu, praktik jual beli yang dilakukan manusia sejak zaman Rasulullah saw hingga sekarang menunjukkan kesepakatan umat Islam untuk menjadikan jual beli sebagai bagian dari syariat.

Agama Islam melindungi hak kepemilikan harta manusia dan menetapkan aturan yang diatur untuk memperoleh harta milik orang lain. Dalam Islam, prinsip perdagangan diatur melalui kesepakatan antara penjual dan pembeli. Prinsip-prinsip muamalah yang dipegang teguh adalah sebagai berikut:

1. Prinsip Kerelaan, mengharuskan bahwa setiap transaksi dilakukan dengan persetujuan dari kedua belah pihak.
2. Prinsip Manfaat, yang menekankan pentingnya transaksi tersebut memberikan manfaat yang adil dan seimbang bagi kedua belah pihak.
3. Prinsip Tolong-menolong, yang menggarisbawahi pentingnya saling membantu dan mendukung dalam transaksi ekonomi.
4. Prinsip Tidak Terlarang, yang menghindari segala bentuk transaksi yang bertentangan dengan prinsip-prinsip moral dan hukum Islam.

c. Rukun dan Syarat Jual Beli

Rukun Jual Beli terdiri dari tiga elemen utama :

- a) Para pihak yang terlibat dalam transaksi, yaitu penjual dan pembeli.
- b) Objek transaksi, yang meliputi barang yang diperjualbelikan dan harganya.
- c) Akad transaksi, yang meliputi semua tindakan dari kedua belah pihak yang menunjukkan bahwa mereka sedang melakukan transaksi, baik melalui kata-kata maupun perbuatan.¹⁰

d. Syarat Jual Beli

Berikut merupakan syarat-syarat jual beli yang di kemukakan oleh para ulama :

1. Persyaratan yang terkait dengan pihak-pihak yang melakukan akad (aqidain), yang dapat mencakup penjual dan pembeli
2. Para pihak harus memiliki kapasitas dan kejelasan pikiran, sehingga akad dianggap tidak sah jika dilakukan oleh seseorang yang mabuk, mengalami gangguan mental, atau oleh seorang anak kecil, kecuali jika ada izin dari wali mereka sesuai dengan kesepakatan mayoritas ulama.
3. Tidak ada unsur paksaan dalam pelaksanaan akad, karena kesepakatan sukarela adalah syarat yang harus dipenuhi dalam rukun jual beli. Jika terjadi paksaan, akad tersebut dianggap tidak sah dan batal menurut mayoritas ulama. Namun, ulama Hanafiyah berpendapat bahwa akad tetap sah jika dilakukan dalam keadaan terpaksa dengan izin, tetapi jika tidak ada izin, maka akad tersebut tidak sah.

Syarat-syarat yang terkait dengan ijab dan qabul adalah sebagai berikut:

- a. Pihak yang mengucapkan ijab dan qabul harus telah mencapai usia baligh dan memiliki akal sehat (menurut mayoritas ulama) atau setidaknya memiliki akal sehat (menurut ulama mazhab Hanafiyah).¹¹
- b. Ijab dan qabul harus dinyatakan dengan kata-kata yang menunjukkan kesepakatan jual beli seperti yang biasa digunakan dalam masyarakat. Misalnya, penjual mengatakan, "Saya menjual pensil ini kepada Anda seharga Rp. 15.000,-", lalu pembeli menjawab, "Saya membeli pensil ini seharga Rp.

¹⁰ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*..., 102.

¹¹ Nasrun Haroen, *fiqh muamalah* (jakarta: Gaya Media Pratama, 2007), 115.

15.000,-". Jika ijab dan qabul tidak sesuai, maka akad jual beli tersebut dianggap tidak sah.

- c. Terdapat kesepakatan yang mengenai aspek-aspek tertentu terkait dengan barang (objek) jual beli, seperti sifat, jenis, harga, dan metode pembayaran (kontan atau tidaknya).¹²

Dengan perkembangan zaman yang semakin modern, konsep ijab dan qabul mengalami perubahan dan tidak lagi terbatas pada ekspresi verbal saja. Misalnya, ketika pembeli mengambil barang dan membayarnya di kasir seperti yang sering terjadi di pasar swalayan. Dalam pandangan fiqh Islam, praktik semacam ini dikenal sebagai bai' al-mu'athah, di mana penjual dan pembeli menukar barang tanpa perlu ijab dan qabul secara verbal, tetapi melalui tindakan, atau mungkin hanya ada ijab tanpa qabul, atau sebaliknya.¹³

Persyaratan yang berkaitan dengan objek akad atau benda yang akan diadakan menurut pandangan empat ulama mazhab:

1. Pandangan mazhab Malikiyah

Mazhab ini mensyaratkan bahwa objek atau barang yang diadakan harus memenuhi lima syarat yaitu:

- a. Barang tersebut harus suci.
- b. Barang tersebut dapat diterima secara langsung.
- c. Barang tersebut harus bermanfaat menurut syarak.
- d. Barang yang diperjualbelikan bukan barang haram.
- e. Barang (objek) dan harga harus diketahui oleh penjual dan pembeli.¹⁴

2. Pandangan mazhab Hanabilah

Mazhab ini mensyaratkan objek atau barang yang di akadkan kedalam tuju macam yaitu :

- a. Terdapat keridhaan antara penjual dan pembeli.
- b. Pihak-pihak yang berakad harus merupakan orang yang diperbolehkan membelanjakan hartanya.
- c. Harta (objek) yang diperjualbelikan bukan milik orang lain.
- d. Harta (objek) yang diperjualbelikan diperoleh sesuai dengan syarak.
- e. Harta (objek) yang diperjualbelikan tidak samar (baik wujud maupun sifatnya dapat diketahui).

¹² Ramadhan Hafizd Abd Al-Rahman, *Al-Buyu Al-Dharrah* (Kairo: Dar al-Salam, 2006), 20.

¹³Nasrun Haroen, *fiqh muamalah, cet 2*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007), 177.

¹⁴ Enang Hidayat, *fiqh Jual Beli* (Bandung, PT Remaja Rosdakarya, 2015), 18.

- f. Harta (objek) yang diperjualbelikan dapat diserahkan saat akad berlangsung.
 - g. Harga dari harta (objek) yang diperjualbelikan sudah diketahui oleh kedua belah pihak (penjual dan pembeli).
3. Pandangan mazhab Hanafiyah
- Mazhab ini mensyaratkan objek atau barang yang di akadkan kedalam empat macam yaitu :
- a. Harta (objek) tersebut ada pada saat akad dilangsungkan.
 - b. Harta (objek) tersebut dapat dimanfaatkan menurut kebiasaan.
 - c. Harta (objek) tersebut memiliki nilai.
 - d. Harta (objek) tersebut terjaga atau terpelihara oleh pemiliknya.
4. Pandangan mazhab Syafi'iyah
- Ditinjau dari hukum Ulama syafi'iyah mensyaratkan objek atau barang yang di akadkan kedalam empat macam yaitu :
- a. Harta (objek) yang diperjualbelikan tidak boleh samar (baik wujud maupun sifatnya harus dapat diketahui).
 - b. Harta (objek) yang diperjualbelikan harus dapat dimanfaatkan.
 - c. Harta (objek) yang diperjualbelikan tidak boleh milik orang lain.¹⁵

e. Hukum dan Sifat Jual Beli

Mayoritas ulama membagi jual beli menjadi dua jenis: jual beli yang sah (shahih) dan jual beli yang tidak sah. Jual beli yang sah adalah yang memenuhi semua ketentuan syariat, termasuk rukun dan syaratnya. Sebaliknya, jual beli yang tidak sah adalah yang tidak memenuhi salah satu syarat atau rukun tersebut, sehingga dianggap rusak (fasid) atau batal (bathil). Dengan kata lain, menurut mayoritas ulama, istilah rusak dan batal memiliki makna yang sama dalam konteks ini.¹⁶

Ulama Hanafiyah mengkategorikan hukum dan sifat jual beli menjadi sah, batal, dan rusak. Perbedaan pandangan antara mayoritas ulama dan ulama Hanafiyah muncul dari situasi di mana jual beli atau akad tidak memenuhi ketentuan syariat. Mayoritas ulama berpendapat bahwa akad atau jual beli yang tidak sesuai dengan ketentuan syariat harus ditolak atau tidak

¹⁵ *Ibid*, 19-21.

¹⁶ Rachmat Syafei, *Fiqh Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2001), 91.

dianggap, baik dalam konteks mu'amalah maupun ibadah. Namun, menurut ulama Hanafiyah, dalam masalah mu'amalah, terkadang ada manfaat atau kemaslahatan yang tidak bertentangan dengan ketentuan syariat, sehingga dapat dianggap sah meskipun tidak sepenuhnya sesuai dengan ketentuan syariat.

Menurut Prof. Dr. Abdul Aziz Muhammad Azam dalam bukunya "Fiqh Muamalat", hukum jual beli bisa dibagi menjadi lima kategori. Jual beli bisa menjadi wajib dalam situasi mendesak, disarankan saat harga tinggi, dan tidak disarankan misalnya dalam menjual mushaf. Imam Al-Ghazali menambahkan bahwa jual beli juga bisa menjadi haram, misalnya ketika menjual anggur kepada pembuat arak, atau kurma basah kepada produsen minuman keras, bahkan jika pembelinya adalah non-Muslim. Selain dari contoh-contoh tersebut, jual beli dianggap boleh.

f. Macam-macam Jual Beli

Secara umum dalam Islam, terdapat beberapa bentuk dan jenis jual beli, yang secara globalnya dapat dibagi menjadi dua kategori besar, yaitu:

1) Jual beli shahih.

Jual beli yang sah adalah ketika transaksi tersebut sesuai dengan ketentuan syariat, memenuhi semua rukun dan syarat yang telah ditetapkan, merupakan kepemilikan sah, dan tidak tergantung pada hak khiyar. Jual beli yang telah memenuhi semua rukun dan syarat tersebut dianggap sah atau diperbolehkan dalam Agama Islam, selama tidak ada unsur-unsur yang dapat membatalkan kebolehan atau kesahannya. Faktor-faktor yang dapat menggugurkan kebolehan atau kesahan jual beli secara umum adalah sebagai berikut:

- Melukai perasaan penjual.
- Membatasi pergerakan pasar.
- Menggangu ketentuan yang umum.¹⁷

2) Jual beli yang batal atau fasid.

Batal merujuk pada ketidakwujudan pengaruh amal atas suatu perbuatan di dunia karena tidak memenuhi perintah syariat dengan meninggalkan syarat dan rukun yang merupakan inti dari perbuatan tersebut. Jual beli yang dinyatakan batal terjadi ketika salah satu dari rukun atau syaratnya tidak terpenuhi, atau ketika jual beli tersebut pada

¹⁷ Ahmad Wardi Muslich, *fiqh muamalah*. Amzah, Jakarta, 2010, Cet Ke-1, 202.

prinsipnya tidak disyaratkan, seperti saat dilakukan oleh anak kecil, orang yang tidak berpikiran sehat, atau ketika barang yang diperdagangkan adalah barang-barang yang diharamkan oleh syariat seperti bangkai, darah, babi, dan minuman keras. Terdapat berbagai macam dan jenis jual beli yang dinyatakan batal, antara lain.¹⁸

- a. Menjual buah sebelum muncul di pohonnya.
- b. Menawarkan barang yang tidak dapat diserahkan kepada pembeli.

Jual beli yang melibatkan tindakan penipuan, yang disebut jual beli yang batal, merujuk pada transaksi di mana salah satu atau seluruh rukunnya tidak terpenuhi, atau pada dasarnya tidak disyariatkan. Contohnya adalah jual beli barang yang sebenarnya tidak ada, yang dikenal sebagai Bai' al ma'mun. Menurut Ibn Taimiyah dan Ibn Qayyim, jual beli yang melibatkan barang yang sebenarnya tidak ada pada saat akad berlangsung diperbolehkan, asalkan barang tersebut benar-benar ada menurut kebiasaan dan dapat diserahkan setelah akad dilakukan. Larangan dalam Al-Qur'an dan Sunnah bukanlah terkait dengan menjual barang yang tidak ada secara fisik, tetapi dengan jual beli yang mengandung unsur gharar, yaitu ketidakpastian yang signifikan dalam transaksi.

Contoh lain dari jual beli batil adalah transaksi melempar, di mana seseorang mengatakan "aku lempar apa yang ada padaku dan engkau lempar yang ada padamu," dan keduanya kemudian membeli barang dari yang lain tanpa mengetahui jumlah barang yang akan diterima. Selain itu, menjual barang yang tidak dapat diserahkan kepada pembeli juga dianggap tidak sah, seperti menjual hewan yang masih dalam kandungan. Ulama fikih sepakat bahwa jenis jual beli ini tidak sah.

g. Unsur-unsur *Gharar* Dalam Jual Beli

1) Definisi *Gharar*

Gharar adalah suatu kondisi ketidakpastian, tipuan, atau tindakan yang bertujuan untuk merugikan pihak lain. Ulama fiqh telah mengemukakan berbagai definisi gharar:

¹⁸ Ibid, 204

- a. Menurut Imam Al-Qarafi, gharar adalah suatu akad yang tidak jelas, apakah akad tersebut akan terlaksana atau tidak, seperti melakukan jual beli ikan di dalam air.
- b. Ibnu Qayyim Al-Jauziyah menyatakan bahwa gharar adalah objek akad yang tidak dapat diserahkan, apakah objek itu benar-benar ada atau tidak, seperti menjual sapi yang sedang lepas.

2) Jenis-jenis Jual Beli *Gharar*

Menurut ulama fikih, jual beli *gharar* yang dilarang mencakup:

- a. Penjual tidak memiliki kemampuan untuk menyerahkan objek akad saat akad berlangsung, baik objek akad itu sudah ada atau belum ada.
- b. Penjual menjual sesuatu yang belum berada di bawah kekuasaannya. Jika barang yang telah dibeli dari orang lain belum diserahkan kepada pembeli, maka pembeli tidak boleh menjual barang tersebut kepada pihak lain.
- c. Tidak ada kepastian tentang jenis pembayaran atau jenis barang yang dijual. Wabah Zulaili berpendapat bahwa ketidakpastian ini merupakan bentuk gharar yang paling dilarang.
- d. Tidak ada kepastian tentang sifat-sifat khusus dari barang yang dijual.
- e. Tidak ada kepastian tentang jumlah harga yang harus dibayar.
- f. Tidak ada kejelasan dalam bentuk transaksi, di mana terdapat dua jenis atau lebih yang berbeda dalam satu objek akad tanpa menegaskan bentuk transaksi yang dipilih saat akad terjadi.
- g. Tidak ada kepastian objek akad, karena terdapat dua objek akad yang berbeda dalam satu transaksi. h. Kondisi objek akad tidak dapat dijamin kesesuaiannya dengan yang ditentukan dalam transaksi.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini merupakan perluasan dari studi sebelumnya yang telah dilaksanakan. Salah satu penelitian sebelumnya adalah sebagai berikut:

1. Salah satu penelitian terdahulu yang relevan dilakukan oleh Mohamad Raqib Qomarudin pada tahun 2019 dengan judul "Tinjauan Hukum Islam dan Perdata Terhadap Jual Beli Mytery box" yang dipublikasikan di situs www.Bukalapak.com. Penelitian

tersebut bertujuan untuk menganalisis praktik jual beli sistem *Mystery Box* di situs tersebut serta pandangan hukum Islam dan hukum Perdata terhadap praktik tersebut. Menurut penelitian tersebut, hukum Islam memperbolehkan jual beli sistem *Mystery Box* asalkan jenis barang yang dijual dijelaskan, meskipun identitasnya tidak diketahui. Namun, hukum Perdata menegaskan bahwa praktik jual beli tersebut tidak memenuhi syarat perjanjian yang ada dalam pasal 1320 KUH Perdata, khususnya terkait dengan "sebab yang halal". Hal ini disebabkan aturan Bukalapak yang melarang penjual untuk menolak komplain dan pengembalian barang oleh pembeli, yang bertentangan dengan pasal 1337 KUH Perdata. Sebagai hasilnya, transaksi jual beli sistem *Mystery Box* di situs Bukalapak dianggap batal demi hukum. Dengan demikian, penelitian yang akan dilakukan nantinya akan menyoroti perbedaan yang signifikan namun tetap menjaga keterkaitan dengan teori dan faktor pendukung yang relevan.¹⁹

2. Penelitian Wireksa Mulyadi pada tahun 2020 dengan judul "Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Jual Beli *Mystery Box* di Online Shop Tokopedia" merupakan upaya untuk memahami praktik jual beli *Mystery Box* di platform online Tokopedia serta dampaknya menurut hukum ekonomi syariah. Tujuan utamanya adalah untuk mengevaluasi proses jual beli *Mystery Box* tersebut berdasarkan prinsip-prinsip ekonomi syariah dan untuk mengidentifikasi manfaat serta mudarat dari praktik tersebut. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelaksanaan jual beli *Mystery Box* di Tokopedia serupa dengan jual beli online pada umumnya, yang melibatkan sistem pemesanan dan pembayaran di muka. Namun, dari perspektif hukum ekonomi syariah, praktik ini belum sepenuhnya memenuhi syarat atau ketentuan ba'i al-salam yang diatur dalam teori fiqh muamalah. Hal ini disebabkan karena objek jual beli *Mystery Box* tidak diketahui secara spesifik, dan ketidakjelasan mengenai barang yang akan diterima. Selain itu, praktik jual beli ini juga memiliki dampak negatif bagi pembeli, terutama karena sering kali terjadi perselisihan yang disebabkan oleh harga *Mystery Box* yang terlalu tinggi, yang masuk dalam

¹⁹ Mohamad Rokib Qomarudin, "Tinjauan Hukum Islam dan Perdata Terhadap Jual Beli *Mystery box* di Situs www.Bukalapak.com " (On-Line) tersedia di: https://digilib.uinsby.ac.id/36013/2/Mohamad%20Rokib%20Qamarudin_C92215121.pdf

kategori gharar al-katsir, sehingga mengakibatkan batalnya kontrak jual beli tersebut.²⁰

3. Penelitian yang dilakukan oleh Angga Dwi Arima pada tahun 2020 dengan judul "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Online yang Mencantumkan Gambar Palsu" bertujuan untuk mengidentifikasi motif dari pemilik toko online yang mencantumkan gambar palsu serta untuk menganalisis perspektif hukum Islam terhadap praktik tersebut. Rumusan masalah dalam penelitian ini mencakup pertanyaan mengenai alasan di balik penggunaan gambar palsu oleh pemilik toko online dan bagaimana pandangan hukum Islam terhadap praktek jual beli online yang melibatkan gambar palsu. Selanjutnya, untuk memastikan bahwa proses jual beli online di masa depan dapat sesuai dengan perkembangan zaman, penelitian ini menyarankan perlunya pembaruan teori dan hukum. Hal ini dapat dicapai melalui penyuluhan tentang hukum bermuamalah, khususnya dalam konteks jual beli salam (pesanan). Dengan demikian, penelitian yang akan dilakukan oleh penulis diharapkan akan membawa perbedaan yang signifikan namun tetap terkait dengan teori dan dukungan pendukung lainnya.²¹
4. Penelitian yang dilakukan oleh Fitri Yanti pada tahun 2019 dengan judul "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Dengan Model Periklanan di Shopee" bertujuan untuk mengeksplorasi proses jual beli dengan menggunakan model periklanan di platform Shopee serta untuk menganalisis perspektif hukum Islam terhadap praktik tersebut. Fokus penelitian ini adalah pada bagaimana proses jual beli dengan model periklanan di Shopee berlangsung dan bagaimana hukum Islam memandangnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses jual beli dengan model periklanan di Shopee mengikuti prosedur dan ketentuan yang telah ditetapkan oleh platform tersebut. Mulai dari pendaftaran, pemenuhan persyaratan, hingga proses jual beli dengan pembeli dapat melakukan pembelian barang yang diinginkan dan melakukan pembayaran melalui transfer atau pembayaran setelah barang diterima melalui jasa pengiriman yang tersedia. Shopee juga melakukan verifikasi dan konfirmasi secara otomatis setelah transaksi selesai, termasuk pengiriman nomor resi

²⁰ Wireksa Mulyadi, "Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Jual Beli *Mystery box* di *Online shop* Tokopedia", (On-Line), tersedia di : <http://digilib.uinsgd.ac.id/id/eprint/31719>.

²¹ Angga Dwi Arima, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli *Online* yang Mencantumkan Gambar Palsu", (On-Line), terdapat di : <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/14753/>

dan status pengiriman barang kepada pelanggan melalui pesan teks atau email. Dengan demikian, penelitian yang akan dilakukan oleh penulis diharapkan akan menghadirkan perbedaan yang jelas namun tetap terkait dengan teori dan faktor pendukung lainnya.²²

5. Skripsi yang ditulis oleh Laela Sa'adah dengan judul "Investigasi Jual Beli Online dalam Tinjauan Menurut Perspektif Ekonomi Islam" membahas tentang penelusuran jual beli online dengan perspektif ekonomi Islam. Penelitian ini melibatkan eksplorasi yang mencakup pemeriksaan audit, aspek keuangan Islam, perdagangan online, dan perdagangan online di platform svhentt (sistem online) serta untuk mengeksplorasi konsekuensi perdagangan di platform svhentt setelah penerapan kerangka kerja non-line. Eksplorasi ini menggunakan teknik subjektif yang jelas, dengan jenis penelitian lapangan (field research), dan menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jual beli online diizinkan dalam konteks ekonomi Islam karena akad jual beli dengan salam memiliki konteks dan metode yang serupa. Sedangkan dalam transaksi berbasis svhentt, yaitu dengan melakukan pemesanan dan pembayaran pada saat pengiriman barang, memudahkan proses jual beli dengan cara yang lebih efisien. Hal ini memungkinkan relasi jual beli berdasarkan penggunaan svhentt (sistem online) menjadi lebih mudah dalam pemasaran, hanya dengan mengunggah foto produk secara online, dan barang akan dikirimkan ke berbagai daerah. Dengan demikian, penelitian yang akan dilakukan oleh penulis diharapkan akan membawa perbedaan yang jelas namun tetap terkait dengan teori dan faktor pendukung lainnya.²³

C. Kerangka Berfikir

Kerangka teori yang telah disajikan oleh peneliti sebelumnya telah secara rinci membahas topik penelitian mulai dari judul. Selanjutnya, peneliti akan menguraikan beberapa dasar teori untuk mencapai tujuan penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan praktik jual beli *Mystery Box* di platform Tokopedia dari sudut pandang Hukum Ekonomi Syariah, dengan memanfaatkan internet sebagai alat bantu bisnis yang dianjurkan dalam Islam. Penelitian ini menyoroti bahwa jual beli *Mystery Box* dapat menarik minat pembeli untuk

²² Fitri Yanti, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Dengan Model Periklanan di Shopee", (On-Line), tersedia di : <http://eprints.walisongo.ac.id/10920/>.

²³ Laela Sa'adah, "Analisis Jual Beli Online di Tinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam" (Skripsi: Institute Bunga Bangsa, 2018), 1

membeli barang, tetapi juga sering kali menyebabkan kekecewaan karena ketidaksesuaian barang dengan harapan pembeli. Oleh karena itu, diharapkan pembeli lebih teliti dalam memastikan kebenaran barang yang akan dibeli dan lebih waspada terhadap aspek kehalalan dalam bisnis.

