

---

Original Research Article

## **Pendekatan Komprehensif E-Commerce Prespektif Syariah**

**Muhammad Nizar\***

Universitas Yudharta, Pasuruan

Article history: Recieved February 2018; Accepted 26 March 2018; Published 30 April 2018

**HOW TO CITE:** Nizar Muhammad. (2018). Pendekatan Komprehensif E-Commerce Prespektif Syariah.

Perisai, Vol 2 (1), April 2018, 75-86. DOI Link: <http://doi.org/10.21070/perisai.v2i1.1486>

---

### **ABSTRACT**

*There is concern for customers who use e-commerce services especially Islamic communities in Indonesia, both from the perspective of security and shariah perspective. There are two problems arising from this online transaction, the first is the medium of internet network transactions, and the second medium of payment by credit card. This research will discuss and highlight some of the challenges related to the sustainability of services run by the government.*

**Keywords:** *e-commerce services, Sharia Principles, Credit cards*

### **ABSTRAK**

Ada kekhawatiran terhadap pelanggan yang menggunakan layanan *e-commerce* khususnya masyarakat Islam di Indonesia, baik dari prespektif keamanan dan prespektif syariah. Ada dua permasalahan yang timbul dari transaksi *online* ini, yang pertama yaitu media transaksi jaringan internet, dan yang kedua media pembayaran dengan menggunakan kartu kredit. Penelitian ini akan membahas dan menyoroti beberapa tantangan yang berhubungan dengan keberlanjutan layanan yang di jalankan oleh pemerintah.

**Kata Kunci:** *layanan e-commerce, Prinsip-Prinsip Syariah, kartu Kredit.*

### **Pendahuluan**

Kemajuan IT secara tidak langsung merubah pola pikir seseorang, khususnya masyarakat Islam dalam penggunaan media *online*(Jamhurul. 2012: 1). Layanan *online* ini

\*Correspondent e-mail address [muhammadnizar@yudharta.ac.id](mailto:muhammadnizar@yudharta.ac.id)

Peer reviewed under reponsibility of Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.

© 2017 Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, All right reserved, This is an open access article under the CC BY license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

memacu cara baru dalam menjalankan aktifitas sehari-hari, kehidupan seperti ini dikenal dengan *e life*, artinya kebutuhan di dunia ini sudah di pengaruhi oleh kebutuhan secara elektronik, dan dewasa ini sudah ramai dengan berbagai huruf yang diawali dengan “e”, seperti *e-commerce*, *e-library*, *e-goverment*, *e-medicine*, *e-biodiversity*, *e-laboratory*, dan masih banyak lagi yang berjenis elektronika (Anggawirya. 2003: 10).

Kemajuan sistem *online* menjadikan kemudahan dalam mengakses informasi, baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Di era revolusi industri 4.0 ini menuntut semua element masyarakat untuk bisa memanfaatkan layanan internet, sehingga aktivitas ekonomi seperti jual beli atau bisnis bisa dilaksanakan secara *online* (Syarif. 2003: 10). Data yang diakses dalam APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) pada tahun 2016 mencapai 69,4 persen dari pengguna internet di Indonesia, angka ini menunjukkan peningkatan yang berarti dibanding tahun 2015 (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. 2006: 3).

Hukum Islam telah menjelaskan secara terperinci terkait jual beli, yang merupakan kebutuhan wajar bagi seluruh umat manusia, karena Allah Swt telah menetapkan kebolehan terkait pelaksanaan jual beli.

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

*Orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya. (QS. Al-Baqarah: 275)*

Kegiatan jual beli di era digital yang paling populer adalah *e-commerce*, *e-commerce* merupakan jenis bisnis yang dijalankan antara pelaku bisnis dengan konsumen secara *online* (Jamhurul. 2001: 43). *e-commerce* dapat terjadi antara organisasi bisnis dengan konsumen

yang menggunakan internet untuk penjualan produk dan pelayanan untuk konsumsi. Penggunaan *e-commerce* telah mengalami peningkatan di Indonesia (Luciana. 2003: 30).

Belakangan ini terdapat perselisihan terkait penggunaan layanan *e-commerce* sehingga menimbulkan kekhawatiran dalam pandangan Islam tentang penggunaan layanan ini, karena di dalamnya terdapat beberapa hal yang bertentangan dengan syariah Islam. Dalam artikel ini penulis akan menjelaskan terkait *e-commerce* dalam pendekatan Islam yang meliputi keamanan, legalitas kontrak, *gharar* dan *riba*.

### **Tantangan Ekonomi Syariah**

Perdagangan atau *commerce* merupakan salah satu bagian dari Islam, bahkan Rasulullah Saw merupakan seorang pedagang sukses, untuk melakukan aktifitas perdagangan mereka sampai ke negara yang jauh dari tanah air mereka, yaitu negara Syam dan Syiria (P3EI. 2011: 97). Tidak hanya bisnis saja yang sampai ke berbagai negara, ternyata penyebaran Islam ke berbagai belahan duniapun juga melalui aktivitas bisnis (Hidayat. 2010: 51).

Islam mendorong umatnya untuk selalu giat berusaha, dalam hal ini berdagang umumnya, Rasulullah Saw juga terlibat dalam aktivitas bisnis sebelum beliau menjadi seorang Rasul, karena kesuksesan beliau dalam berbisnis, Allah menganugerahkan gelar kehormatan “dapat dipercaya”. Sebenarnya al-Qur'an tidak hanya menjelaskan terkait perilaku, perkawinan dan perceraian, kebersihan, tetapi juga menjelaskan aturan terperinci tentang perdagangan, bunga, hutang, kontrak, wasiat, politik, serta industri keuangan. Islam telah mengizinkan dan mendorong aktivitas bisnis, Islam juga memaparkan prinsip-prinsip dasar perilaku ekonomi sebagai konsumen, produsen, dan pemilik kekayaan (Nizar. 2017: 73).

Prinsip Islam dalam berbisnis berdasarkan pada kebebasan, dalam aktivitas ekonomi manusia bebas dalam mengimplementasikan kaidah-kaidah Islam, karena masalah ekonomi masuk dalam aspek muamalah, bukan ibadah (Rachmat. 2001: 13). Maka berlaku padanya kaidah umum, “*Semua boleh kecuali yang dilarang*”. Yang tidak boleh dilakukan Islam ialah *riba* dan ketidakadilan. Dalam aspek ini kebebasan manusia sesungguhnya tidak mutlak, tetapi kebebasan yang berkeadilan dan bertanggung jawab (Hendi. 2002: 41).

Oleh karena itu, Islam memberikan arti penting bagi sektor perdagangan sebagai sumber kekayaan, dan juga sebagai pengembangan negara dan *ummah* secara keseluruhan. Allah Swt berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ  
إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

*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. (QS. An-Nisa': 29)*

Aspek produksi dan distribusi pada hakikatnya adalah halal atau boleh, Islam juga mengenali kerahasiaan dan integritas sebagai bahasan penting untuk mengamankan transaksi yang dilakukan dalam berbisnis. Dari sini sangat banyak kekhawatiran pada mode transaksi yang ditawarkan oleh *e-commerce* berbasis internet, yang memungkinkan sistem tersebut memiliki manajemen data, khususnya data Perdagangan (*history my self*), dan aktivitas kita bisa di lacak dengan mudah. Tidak hanya itu di dalam transaksi ini juga masih banyak kegagalan karena pemesan barang belum mengetahui dengan pasti informasi terkait barang tersebut.

### **Transaksi Online**

Mengamankan transaksi *online* harus memenuhi dua persyaratan utama, pertama tentang perlindungan terkait data pribadi dan yang kedua tentang menjamin integritas transaksi. Kerahasiaan data pribadi meliputi privasi bisnis yang dijalankan, namun integritas kerahasiaan data sampai sekarang ini belum terjadi pembobolan (National Computer Security Center. 1987: 241). Untuk menjamin integritas dalam konteks komunikasi *online*, Stalling menyarankan bahwa data yang dikirim harus memastikan hal-hal berikut: (Stallings. 2003: 193)

#### 1. Mengoptimalisasi database dengan baik

Sebagai seorang penjual sebaiknya kita membuat daftar penjual mana yang sudah pernah menggunakan produk kita, bagaimana responnya, dan bagaimana tingkat kepuasannya. Ketika kepuasan itu terjadi maka loyalitas terhadap produk dan penjualan kita semakin meningkat.

#### 2. Transaksi keuangan harus jelas dan transparansi, serta dilengkapi dengan bukti-bukti.

Menjual secara *online* tidaklah sama dengan menjual secara *offline*, dengan sistem *online* pembeli harus bisa mentransformasi informasi terkait apa yang mereka beli, jangan sampai menimbulkan *uncomplated informatin*, sehingga menimbulkan *gharar* di dalamnya, karena *gharar* merupakan suatu hal yang dilarang dalam agama Islam.

3. *History* kunjungan harus tetap diperhatikan.

*History* merupakan riwayat transaksi dalam berbisnis, sistem *online* atau internet memerlukan cadangan database yang akurat dan dapat disimpan, karena media internet merupakan salah satu media yang rentan terhadap serangan virus, atau pembobolan oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab, seperti baru-baru ini pembobolan ATM, pengurasan saldo nasabah bank, penipuan.

4. Harus terdapat *job discription* dalam organisasi bisnis tersebut.

Jika bisnis kita sangat besar, maka harus ada beberapa job yang harus kita bentuk, job tersebut kita bentuk sesuai dengan kebutuhan, semisal akuntan, yang bertugas menghitung siklus akuntansi bisnis, kurir yang bertugas mengirimkan barang, admin yang bertugas mengatur administrasi barang atau kantor, jangan sampai pekerjaan di sektor ini justru amburadul, sehingga menimbulkan kelonggaran dalam berbisnis, semisal korupsi, barang tidak terkirim, saldo kosong atau tidak sampai ke penjual.

Sebuah bisnis harus memiliki mekanisme terkait bagaimana barang itu masuk dan keluar, untuk mengirim suatu barang haruslah memiliki bukti yang dapat dipertanggung jawabkan, semisal jika pelanggan telah melakukan pembayaran *online*, kemudian penjual tidak menerima pembayaran tersebut, karena data yang di miliki salah, maka penjual harus memiliki alternatif pembayaran.

Perusahaan kartu kredit menyadari bahwa sebagian besar transaksi melalui internet hanya membutuhkan beberapa informasi seperti nama dan alamat. Visa dan MasterCard telah merancang protokol yang disebut SET (Secure Electronic Transaksi) dengan partisipasi dari perusahaan teknologi terkemuka, termasuk Microsoft, IBM, Netscape, RSA, dan VeriSign. Ketika spesifikasi yang dikembangkan terbuka dan gratis, siapa pun dapat menggunakannya atau mengembangkan perangkat lunak SET untuk membeli atau menjual secara online.

SET memiliki tugas menjaga kerahasiaan database pelanggan, diantaranya:

1. **Enkripsi** adalah proses mengamankan sebuah informasi dengan membuat informasi tersebut tidak dapat dibaca tanpa bantuan pengetahuan khusus.
2. **Legalitas Transaksi *online*: Perspektif Syariah.** Hukum Islam menyangkut kaidah-kaidah yang didasarkan pada wahyu Allah Swt, Hukum Islam bukan saja sebuah teori, namun sebuah aturan-aturan untuk diterapkan di dalam kehidupan manusia. Karena banyak ditemui permasalahan, umumnya dalam bidang agama yang sering membuat pemikiran kaum Muslim yang cenderung kepada perbedaan. Untuk itulah diperlukan sumber hukum Islam sebagai solusinya.(Alzaagy. 2007: 27)

3. **Menentukan tempat transaksi.** Sebuah otorisasi *database* seharusnya tersimpan di dalam jaringan, sehingga memungkinkan apakah orang yang memesan barang benar-benar ada dan tidak ada unsur menipu, sebelum transaksi bisnis itu dijalankan, seharusnya keduanya berkomunikasi dengan alat komunikasi yang lazim, jika keduanya sepakat, maka barang yang dipesan bisa di distribusikan.
4. **Tanda Pengesahan.** Di era digital ini tidak menuntut kemungkinan seseorang memalsukan bisnis kita, maka dibutuhkan sebuah legalitas yang menandai bahwa itu benar-benar produk kita. Di Malaysia tanda tangan digital sebuah alternatif, bahwa transaksi yang terjadi benar-benar dari toko yang kita pesan, dan sebagai bentuk dari penolakan ketidak pastian.

### ***E-Commerce***

Menurut Triton *E Commerce* adalah suatu proses pembelian dan menjual produk-produk secara elektronik oleh konsumen atau dari perusahaan ke perusahaan dengan menggunakan media komputer sebagai perantara transaksi bisnis (Triton. 2006: 26). Hidayat (2008:133) mengemukakan ada beberapa kelebihan yang dimiliki oleh *e commerce*, beberapa hal tersebut sebagai berikut:

1. Produk, banyak jenis produk yang bisa di pasarkan dan dijual melalui internet seperti mobil, pakaian, TV.
2. Tempat menjual produk, tempat menjual adalah internet dan harus memiliki domain dan hosting.
3. Tempat menerima pesanan dengan menggunakan email, telpon, sms, wa.
4. Cara pembayaran, credit card, paypal, tunai.
5. Metode pengiriman bisa menggunakan layanan JNE, JNT
6. Customer Servive, email, CP, chat.

Triton juga membagi *e-Commerce* menjadi 5 penggolongan:

1. *Business to Consumer (B2C)*.
2. *Business to Business (B2B)*.
3. *Consumer to Consumer (C2C)*.
4. *Peer to Peer (P2P)*.
5. *Mobile Commerce (M-Commerce)*

*E-Commerce* dalam hal ini adalah *Business to Business* (B2B), yang mencakup jual beli, pemasaran kepada individu pembeli dengan media internet melalui penyedia layanan *e-Commerce*. Di Indonesia mekanisme perdagangan *e-Commerce* dijelaskan melalui rantai nilai dalam *e-Commerce* sebagai berikut (Sanusi. 2001: 65)

1. *E-Products* dan *E-Service*.
2. *E-Procurement*.
3. *E-Marketing*.
4. *E-Contracting*.
5. *E-Distribution*.
6. *E-Payment*.
7. *E-Customer Relationship Management*.

Di Indonesia penggunaan *e-Commerce* sudah lebih prosedural dibandingkan di negara lain, kekhawatiran di negara lain, terjadi di karenakan, kekhawatiran data penjualan terpublikasi, sistem pembayaran yang gagal, barang yang tidak sesuai dengan kriteria (Kharofa. 2000: 259). Namun hal ini bertolak belaka dengan sistem *e-Commerce* di Indonesia yang memiliki 7 tahapan untuk melakukan aktifitas perdagangan *online*. Namun yang harus ditekankan adalah informasi anatar kedua belah pihak jangan sampai gagal faham.

### **Pembayaran Menggunakan Kartu Kredit Berdasarkan Prinsip Islam**

Kartu kredit merupakan mode pembayaran penting dalam transaksi hari ini, bahwa di Indonesia pemerintah menggalakkan GNNT (Gerakan Nasional Non Tunai) sebagai salah satu solusi mengurangi uang beredar di masyarakat, karena biaya untuk mencetak uang sangat mahal, dan terkadang tidak sesuai dengan nominalnya. Kegiatan non tunai ini merupakan salah satu pilar penting konsumerisme. Masyarakat menganggap bahwa uang kertas merupakan uang yang praktis, yang mudah di bawa ke mana-mana, dan sistem pembayarannya pun mudah (Kharofa. 2000: 268). Memang sebenarnya kartu kredit merupakan lambang status seseorang, melambangkan seseorang memiliki uang atau nominal yang banyak, (Mansor. 2005:101) keberadaan perusahaan kartu kredit pun semakin canggih, bahkan tidak jarang kartu mahasiswa pun menggunakan ATM, Mandiri syariah yang menciptakan *e-branding*, kartu tanda pegawai yang menggunakan fasilitas *e money*, serta HP dengan fitur kecanggihan NFC (*Near Field Communication*).

Menurut data statistik Bank Indonesia sejak tahun 2009 sampai 2017 jumlah pengguna kartu kredit terus mengalami kenaikan, dan pada tahun 2018 justru mengalami penurunan.

Untuk jumlah transaksi kartu kredit, misalnya, mengalami penurunan 1,2 persen menjadi 25,1 juta transaksi. Sedangkan untuk nominal transaksi juga turun 2,4 persen menjadi Rp 21,6 triliun. Padahal pada periode sama 2017 jumlah dan nominal transaksi masih naik masing-masing 5,1 persen. Dalam seminar Bank Indonesia dikemukakan bahwa Indonesia memiliki peluang yang sangat besar dalam penggunaan kartu kredit. Dengan jumlah penduduk 250 juta, penggunaan kartu kredit baru mencapai 17 juta atau kurang dari 10 persen (Statistik Bank Indonesia).

Kartu kredit yang beredar di Indonesia memiliki dua jenis, yang pertama sistem konvensional dan yang kedua adalah sistem syariah, meskipun kartu ini sama, namun terdapat beberapa perbedaan dalam hal, prinsip, biaya dan administrasi. Misalnya kartu kredit konvensional menerapkan prinsip bunga, namun biaya administrasinya cukup murah dan fasilitasnya sangat memuaskan.

Kartu kredit merupakan kartu yang diterbitkan oleh bank atau perusahaan tertentu yang dapat dijadikan sebagai alat pembayaran (Dahlan. 2007: 339). Sedangkan *Shariah Card* adalah kartu yang berfungsi seperti kartu kredit yang hubungan hukum (berdasarkan sistem yang sudah ada) antara para pihak berdasarkan prinsip syariah (Fatwa DSN MUI No.54/DSN-MUI/X/2006, *tentang Syariah Card*). Sedangkan kartu kredit didefinisikan dengan kartu yang dikeluarkan oleh bank untuk memungkinkan pembawanya membeli barang-barang yang dibutuhkan secara hutang (Dahlan. 2007: 380).

Konsep kartu kredit yaitu suatu alat identifikasi pribadi yang dimaksudkan untuk menunda pembayaran terhadap transaksi jual beli barang dan jasa. Namun dalam praktiknya terdapat beberapa prosedur yang cukup lengkap. Di beberapa Negara, perusahaan harus tunduk pada undang-undang yang mengaturnya. Bahkan di Inggris contohnya, perusahaan kartu diatur dengan *Consumers Credit Act 1974*. Oleh karena itu perusahaan harus mengikuti aturan-aturan di samping ketentuan perbankan dan kontrak perjanjian secara umum (Dahlan. 2007: 639).

Untuk menjadi anggota atau pemegang kartu persyaratan utamanya adalah harus memenuhi ketentuan minimum jumlah penghasilan per tahunnya. Pemegang kartu diharuskan membayar uang pangkal dan iuran tahunan yang besarnya tergantung dari jenis kartu. *Gold Card* lebih mahal daripada *regular* atau *Classic Card*. Selanjutnya, pemegang kartu dapat menggunakan kartunya setiap melakukan transaksi kepada semua pedagang atau *merchant* (*service establishment*) yang menerima merek kartu yang dimiliki. *Merchant* biasanya mengenakan *charge* (antara 2%-3%) yang dibebankan kepada pemegang kartu yang ditambahkan kejumlah nilai transaksi. *Merchant* kemudian melakukan penagihan seluruh

transaksi jual beli yang dibayar dengan menggunakan kartu kepada pihak *issuer* (perusahaan kartu). Apabila semua slip penjualan (*voucher*) dianggap sah, maka *issuer* akan membayar seluruh tagihan yang diajukan *merchant* setelah dikurangi discount (komisi) yang besarnya sesuai dengan yang telah diperjanjikan terlebih dahulu (3%-5%). Selanjutnya apabila kartu yang digunakan adalah *charge card* maka pemegang kartu harus membayar lunas seluruh tagihan pada saat jatuh tempo. Sedangkan apabila menggunakan kartu kredit maka pemegang kartu membayar sejumlah minimum tertentu (*minimum payment*) dari total tagihan termasuk bunga. Pembayaran minimum ditetapkan oleh *issuer* dan tergantung jenis kartu, *gold* atau *regular/ classic card* (Dahlan. 2007: 641).

Hukum kartu kredit adalah haram, dalil keharamannya dikembalikan pada dalil tentang riba. Seperti yang tertuang dalam al-Qur'an al-Baqarah: 278.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ

*Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa Riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman. (QS. al-Baqarah: 278)*

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ (١٣٠) وَاتَّقُوا النَّارَ الَّتِي أُعِدَّتْ  
لِلْكَافِرِينَ (١٣١) وَأَطِيعُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ (١٣٢)

*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan Riba dengan berlipat gandadan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan. Dan peliharalah dirimu dari api neraka, yang disediakan untuk orang-orang yang kafir. Dan taatilah Allah dan rasul, supaya kamu diberi rahmat. (QS. al-Imran: 130-132)*

Transaksi menggunakan kartu kredit merupakan bentuk *dain* (hutang) dari pengguna kartu kepada pihak bank, yang disertai dengan bunga dan denda. Adanya *punishment* (*penalty* atau denda) dalam kartu kredit merupakan kesepakatan antara dua pihak yang melakukan akad atas sejumlah kompensasi tertentu, pada saat mangkir dari komitmen awal. Syarat *punishment* faktanya adalah denda terhadap orang yang tidak memenuhi komitmen tersebut. Kedua pihak yang melakukan akad bisa memprediksi *dharar* (kerugian) terlebih dahulu. Uang yang dideskripsikan dalam tanggungan statusnya adalah utang. Adanya syarat denda atas utang merupakan riba.

Ibnu Taimiyah berkata, para ulama sepakat bahwa pemberi utang, jika mensyaratkan adanya tambahan atas utang yang diberikan, maka syarat itu haram. Ibn Qudamah mengatakan, setiap utang yang di dalamnya mensyaratkan adanya tambahan maka syarat itu haram, dan tidak ada satu pun perbedaan pendapat (Hafidz. 2010: 132).

### ***Gharar***

Secara harfiah *gharar* berarti penipuan, yang sering dikaitkan dengan risiko dan tidak pastian. Untuk menghindari *gharar*, kedua belah pihak harus memiliki pengetahuan yang cukup tentang informasi yang ingin mereka laksanakan, keberadaan obyek, kualitas dan kuantitasnya, dan cara pengirimannya. Diriwayatkan dalam sebuah hadits bahwa Rasulullah SAW melarang melakukan *gharar*, sementara itu Ibu Taimiyah menjelaskan bahwa penjualan *gharar* merupakan penjualan yang ikut mengambil bagian dari risiko, dan melanggar hak milik orang lain (Rachmat: 44).

Secara tradisional *gharar* digunakan menggambarkan dua jenis transaksi, pertama penjualan yang tidak terlihat seperti penjualan tanaman yang belum dewasa, atau penjualan ikan di kolam, kedua penjualan yang tidak ada yang merupakan objek penjualan tidak ada pada saat kontrak. Ahli hukum Islam dalam menentukan validitas transaksi yang terkait dengan *gharar*, Imam Hanafi berpendapat bahwa mengetahui tentang informasi produk yang ingin dia dapatkan menjadi persyaratan mutlak, sedangkan Imam Syafi'i berpendapat sama seperti Imam Hanafi, namun ketika melakukan pembayaran, pembeli harus benar-benar faham dengan barang yang akan mereka beli (Nizar. 2018: 23).

Anonimitas pengguna internet merupakan transaksi yang memiliki kompleksitas dengan *gharar*, barang yang mereka lihat masih belum tentu mereka mengetahui, apakah barang tersebut benar-benar ada atau justru menipu. Dalam transaksi online ada tiga masalah yang berkaitan dengan *gharar*, yaitu produk atau layanan, ketidak pastian akan harga, dan prosedur pengiriman.

Etika bisnis dalam perdagangan Islam seorang penjual haruslah mendefinisikan produk dengan jelas, misalnya gambar produk harus ditampilkan dengan jelas secara rinci, dan bagaimana pengiriman serta pembayarannya, kedua belah pihak antara penjual dan pembeli harus dapat menukarkan pesan untuk mencapai kesesuaian dalam perjanjian yang mengikat mereka bersama.

## Kesimpulan

Dari paparan artikel di atas, sudah menjawab terkait kekhawatiran umat muslim tentang hukum yang berkaitan dengan transaksi *online*, yang rumornya terdapat *gharar*, *riba* dan isu-isu yang terkait ekonomi syariah Syariah terutama di Indonesia. dari pembahasan di atas, bahwa penggunaan kartu kredit memang di haramkan perspektif prinsip-prinsip syariah, karena terdapat unsur *riba* di dalamnya. sedangkan penggunaan layanan *e-commerce* di Indonesia dibolehkan selagi antara kedua belah pihak saling paham. Artikel ini juga untuk memberikan panduan umum tentang pengguna *e-commerce* dalam menjalankan bisnisnya.

## Referensi

- Abdurrahman, Hafidz, *Hukum Islam Seputar Kartu Kredit, Tinjauan Syariat Islam Seputar kartu kredit*, Bogor: Al Azhar press, 2011.
- Al-Qur'an, *Mushaf ar Razzaq*, Jakarta: Mikraj Khasanah Ilmu, 2011.
- Alzaagy, A, *The Islamic Concept of Meeting Place and its Application in Ecommerce*, Masaryk: University Journal of Law and Technology, 2007.
- Anggawirya, Erhans, *Internet Sekarang Belajar Sekarang Lancar*, Jakarta: Ercontara Rajawali, 2003.
- Fatwa DSN MUI No.54/DSN-MUI/X/2006, *tentang Syariah Card*.
- Hidayat, Mohamad, *The Sharia Economic, Pengantar Ekonomi Syariah*, Jakarta: Zikrul Hakim, 2010.
- Hidayat, Taufik, *Panduan Membuat Toko Online dengan OS Commerce*, Jakarta: Mediakita, 2008.
- Hidayatullah, Syarif, *Islam Virtual*, Jakarta: Miftah, 2003.
- Kharofa, A. E., *Transactions in Islamic Law*, Kuala Lumpur: A.S. Noordeen, 2000.
- Mansor N, *Islamic credit card: Are demographic factors a good indicator? In Prosiding Seminar Ekonomi dan Keuangan Islam*, Sintok: UUM, 2005.
- National Computer Security Center. *Trusted network interpretation, NCSC-TG-05-VER1*, Gaithersburg: MD Author, 1987.
- Nizar, Muhammad, *Prinsip-Prinsip Ekonomi Syariah*, Pasuruan: FAI UYP, 2018.
- P3EI, *Ekonomi Islam*, Jakarta: Rajawali Press, 2011.
- Rachmat Syafe'i, *Fiqih Muamalah*, Bandung: Pustaka Setia, 2001.
- Sanusi, M. Arsyad, *E-Commerce Hukum dan Solusinya*, Jakarta: Mizan Grafik Sarana, 2001.
- Siamat, Dahlan, *Manajemen Lembaga Keuangan*, Jakarta: FE UI, 2007.

Spica, Luciana, dan Robahi, Lidia, *Penerapan E-Commerce sebagai upaya meningkatkan persaingan bisnis perusahaan*, Surabaya: STIE Perbanas, 2005.

Stallings, W., *Cryptography and Network Security*, New Jersey: Prentice Hall, 2003.

Suhendi, Hendi, *Fiqh Muamalah: Membahas Ekonomi Islam*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002.

Triton, PB, *Mengenal E-Commerce dan Bisnis di Dunia Cyber*, Yogyakarta: Argo Publisher, 2006.

Umami, Jumhurul, *Kitab Suci E-Commerce dengan WordPress*, 3. Lihat juga: Budi Sutedjo, *Perspektif e-Business*, Yogyakarta: Andi Offset, 2001.

Umami, Jumhurul, *Kitab Suci E-Commerce dengan WordPress*, Yogyakarta: LintangBooks, 2012.

#### **Internet**

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, *Statistik Penggunaan Layanan Internet di Indonesia 2016*, diakses di [www.apjii.or.id](http://www.apjii.or.id). (3 Maret 2018).

Data Statistik Bank Indonesia, *Statistik Penggunaan Kartu Kredit di Indonesia*. dalam website Bank Indonesia di <https://www.bi.go.id/id/statistik>, (diakses 1 April 2018)