

TRANSAKSI *E-COMMERCE* DAN *AS-SALAM*
(Studi Perbandingan)



Oleh:
Haris Faulidi Asnawi
NIM.: 2011092

Pembimbing:
Prof. H. Akh. Minhaji, MA., Ph.D.

T E S I S

Diajukan kepada Program Pascasarjana
Magister Studi Islam Universitas Islam Indonesia
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna
Memperoleh Gelar Magister Studi Islam

JOGJAKARTA
2003



PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER STUDI ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
Jl. Demangan Baru No. 24 Lantai II, Jogjakarta.
Telp. (0274) 523637 Fax: 523637

PENGESAHAN

TESIS berjudul : **TRANSAKSI *E-COMMERCE* DAN *AS-SALAM***
(Studi Perbandingan)

Ditulis oleh : Haris Faulidi Asnawi

NIM. : 2011092

Konsentrasi : Ekonomi Islam

Telah dapat diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Magister Studi Islam.

Jogjakarta, 18 November 2003

Ketua Program,



Amir Mu'allim, MIS.



PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER STUDI ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
Jl. Demangan Baru No. 24 Lantai II, Jogjakarta.
Telp. (0274) 523637 Fax. 523637


TIM PENGUJI UJIAN TESIS

Nama : Haris Faulidi Asnawi
Tempat/tanggal lahir : Pantai Batung Hilir, 10 April 1979
NIM. : 2011092
Konsentrasi : Ekonomi Islam
Judul tesis : **TRANSAKSI E-COMMERCE DAN AS-SALAM
(Studi Perbandingan)**

Ketua : Drs. Yusdani, M.Ag. (..... ))

Sekretaris : Drs. H. Asmuni, MA. (..... ))

Pembimbing : Prof. H. Akh. Minhaji, MA., Ph.D. (..... ))

Penguji : Dr. H. Amir Mu'allim, MIS. (..... ))

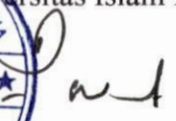
Dr. H. Edy Suandi Hamid, M.Ec. (..... ))

Diujikan di Jogjakarta pada tanggal 01 November 2003.

Pukul 09.00 s/d 10.00 WIB.

Hasil/Nilai : 3,58/A-

Mengetahui,
Direktur Program Pascasarjana
Universitas Islam Indonesia


Prof. Dr. H. Dahlan Thaib, SH., M.Si.





PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER STUDI ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
Jl. Demangan Baru No. 24 Lantai II, Jogjakarta.
Telp. (0274) 523637 Fax. 523637

NOTA DINAS

No. : 059/PS-MSI/ND/X/2003

TESIS berjudul : **TRANSAKSI E-COMMERCE DAN AS-SALAM**
(Studi Perbandingan)

Ditulis oleh : Haris Fauzidi Asnawi

NIM. : 2011092

Konsentrasi : Ekonomi Islam



Telah dapat diujikan di hadapan Dewan Penguji Tesis Magister Studi Islam (S-2) Universitas Islam Indonesia.

UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

Jogjakarta, 28 Oktober 2003

Ketua Program,



Dr. H. Amir Mu'allim, MIS.



PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER STUDI ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
Jl. Demangan Baru No. 24 Lantai II, Jogjakarta.
Telp. (0274) 523637 Fax. 523637

PERSETUJUAN

TESIS berjudul **TRANSAKSI E-COMMERCE DAN AS-SALAM (Studi Perbandingan)** yang ditulis oleh Haris Faulidi Asnawi telah dapat disetujui untuk diujikan di hadapan Tim Penguji Tesis Magister Studi Islam (S-2) Universitas Islam Indonesia.



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

Jogjakarta, 24 Oktober 2003
Pembimbing,

Prof. H. Akh. Minhaji, MA., Ph.D.

TRANSAKSI *E-COMMERCE* DAN *AS-SALAM*

(Studi Perbandingan)

Oleh: Haris Faulidi Asnawi

ABSTRAKSI

E-commerce merupakan bentuk perdagangan dengan menggunakan medium internet sebagai sarana bertransaksi. Pelaksanaan transaksi bisnis dalam *e-commerce*, secara sekilas hampir serupa dengan mekanisme transaksi *as-salam* - transaksi jual beli dengan penyerahan barang kemudian dan pembayaran dilakukan di muka - sebagai salah satu bentuk transaksi yang dibolehkan menurut Islam. Karena itu dalam penelitian ini dikaji sejauhmana persamaan dan perbedaan antara transaksi *e-commerce* melalui internet dengan transaksi *as-salam* dan bagaimana transaksi *e-commerce* di Indonesia.

Penelitian ini merupakan penelitian pustaka dengan menggunakan metode deskriptif komparatif. Dengan metode deskriptif dimaksudkan untuk menguraikan transaksi jual beli dalam *e-commerce* melalui internet dan transaksi *as-salam*. Dalam hal ini keduanya dipaparkan sebagaimana adanya, untuk memahami kedua transaksi tersebut secara komprehensif. Metode komparatif dimaksudkan untuk membandingkan transaksi *e-commerce* melalui internet dan transaksi perdagangan dalam Islam, yaitu transaksi *as-salam*.

Dari penelitian ini dapat dinyatakan adanya persamaan antara transaksi *e-commerce* melalui internet dan transaksi *as-salam*, yaitu a) adanya subyek transaksi, yaitu penjual dan pembeli; b) adanya pernyataan kesepakatan; dan c) pembayaran/harga dibayarkan segera/didahulukan. Selain itu juga terdapat perbedaan antara kedua transaksi tersebut, yaitu a) keharusan adanya pihak lain yang terlibat dalam transaksi *e-commerce* melalui internet sebagai pendukung selain penjual dan pembeli yang dapat dianggap sebagai saksi dan wakil dalam melakukan pembayaran, sedang dalam transaksi *as-salam* keberadaan saksi dan wakil bukan suatu keharusan; b) pernyataan kesepakatan dalam transaksi *online* dinyatakan melalui media elektronik dan internet, sedang dalam transaksi *as-salam* dapat dilakukan dengan berbagai cara yang dapat dipahami maksudnya; c) komoditi yang diperdagangkan dalam transaksi *e-commerce* melalui internet dapat berupa apa saja, sedang dalam transaksi *as-salam* harus komoditi yang legal untuk diperdagangkan menurut Islam; dan d) dalam transaksi *as-salam*, penyerahan komoditi harus ditangguhkan sampai batas waktu kemudian, sedang dalam transaksi *e-commerce* melalui internet, untuk komoditi digital diserahkan langsung setelah transaksi melalui internet, dan untuk komoditi non-digital tidak dapat diserahkan langsung namun dikirimkan melalui jasa kurir sesuai dengan kesepakatan spesifikasi komoditi, waktu dan tempat penyerahan. Walaupun secara pelaksanaan terdapat perbedaan di antara kedua transaksi tersebut namun pada dasarnya telah memenuhi prinsip perdagangan secara Islam, kecuali pada komoditi yang tidak dibenarkan untuk diperdagangkan menurut Islam. Di Indonesia, transaksi *e-commerce* dilaksanakan pada tingkatan jenis yang beragam, yang dapat dikategorikan ke dalam jenis transaksi *as-salam*, transaksi *al-istiṣnā'* dan transaksi jual beli biasa.

Kata kunci: transaksi, *e-commerce*, *as-salam*.

E-COMMERCE AND *AS-SALAM* TRANSACTION

(A Comparative Study)

By: Haris Faulidi Asnawi

ABSTRACT

E-commerce is a way of trading using the internet line as a medium to do some transactions. The business transaction activity in e-commerce, on a glance will be looked much alike with the *as-salam* transaction mechanism - selling and buying transaction through the way of pay the price first, purchased item(s) sent later - as one of many ways of transaction that is acceptable in Islam. That is why this research will analyze how far beyond the similarities and the differences between the e-commerce transaction through internet and the *as-salam* transaction, and how is the e-commerce transaction in Indonesia.

This research is based on library researching using the method of comparative description. With the description method, it is intended to explain the selling and buying transaction in e-commerce through the internet and *as-salam* transaction. In this case, both of the subjects are explained in the plain form, to understand both ways comprehensively. Comparative method is used to compare between the e-commerce through the internet and the Islamic trading transaction, the *as-salam* transaction.

From this research, the conclusion is that there are many similarities can be found on both ways of transactions; a) there are transaction subjects, such as the seller and the buyer; b) there is an agreement has been built between the transactions; and c) the transactions should be paid before the shipping. And the differences between the transactions are; a) an obligation in e-commerce transaction to provide another side as a peer or representative on doing the transaction and acts as the third party to support the seller and buyer for processing the financial payment, while in *as-salam* transaction, the present of a witness or a representative is not an obligation; b) the "letter of understanding" in online transaction is being made through the electronic media and internet way, while in *as-salam* transaction, could be established in many kind of ways that are acceptable and easy to understand; c) the traded commodity in e-commerce transaction could be anything that is possible, while in *as-salam* transaction, only legal items could be traded according to Islamic law; and d) in *as-salam* transaction, the shipping for the commodity should be postponed until then, while in e-commerce transaction, the digital item will be shipped soon after the transaction has done, and the non-digital item will be shipped by a courier service according to the agreement that has been made on the specific commodity, time, and shipping addressee. Although there are many differences on the process of making the transactions, but both ways are already acceptable in following the rule of Islamic trading, except for the merchandise that can not be acceptable according to the Islamic law. In Indonesia, e-commerce transaction has been used in many different levels, which can be categorized into the type of *as-salam* transaction, *al-istiṣnā'* transaction, and plain traditional trading transaction.

Keyword: transaction, e-commerce, *as-salam*.

SISTEM TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Sesuai dengan SKB Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan
Kebudayaan RI No. 158/1987 dan No. 0543 b/U/1987
tertanggal 22 Januari 1988

I. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	alif	-	tidak dilambangkan
ب	bā'	b	-
ت	tā'	t	-
ث	sā'	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	jīm	j	-
ح	ḥā'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	khā'	kh	-
د	dal	d	-
ذ	ḏal	ḏ	ze (dengan titik di atas)
ر	rā'	r	-
ز	zai	z	-
س	sīn	s	-
ش	syīn	sy	-
ص	ṣād	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍād	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭā'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓā'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	gain	g	-

ف	fā'	f	-
ق	qāf	q	-
ك	kāf	k	-
ل	lām	l	-
م	mīm	m	-
ن	nūn	n	-
و	wāw	w	-
ه	hā'	h	-
ء	hamzah	'	apostrof
ي	yā'	y	-

II. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* ditulis rangkap

متعددة	ditulis	<i>muta' addidah</i>
عدة	ditulis	<i>'iddah</i>

III. *Tā' Marbūṭah* di akhir kata

a. Bila dimatikan tulis *h*

حكمة	ditulis	<i>ḥikmah</i>
جزية	ditulis	<i>jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlukan kata-kata arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti zakat, salat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

b. Bila diikuti dengan kata sandang "*al*" serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan *h*

كرامة الأولياء	ditulis	<i>karāmah al-aulyā'</i>
----------------	---------	--------------------------

- c. Bila *ta' marbūṭah* hidup atau dengan harakat, fathah, kasrah dan ḍammah ditulis *t*

زكاة الفطر	ditulis	<i>zakāt al-ḥiṭr</i>
------------	---------	----------------------

IV. Vokal Pendek

ـَ	fathah	ditulis	a
ـِ	kasrah	ditulis	i
ـُ	ḍammah	ditulis	u

V. Vokal Panjang

1.	fathah + alif	ditulis	ā
	جاهلية	ditulis	<i>jāhiliyyah</i>
2.	fathah + yā' mati	ditulis	ā
	تسى	ditulis	<i>tansā</i>
3.	kasrah + yā' mati	ditulis	ī
	كرم	ditulis	<i>karīm</i>
4.	ḍammah + wāwu mati	ditulis	ū
	فروض	ditulis	<i>furūd</i>

VI. Vokal Rangkap

1.	fathah + yā' mati	ditulis	ai
	بينكم	ditulis	<i>bainakum</i>
2.	fathah + wāwu mati	ditulis	au
	قول	ditulis	<i>qaul</i>

VII. Vokal Pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أأنتم	ditulis	<i>a'antum</i>
لغن شكرتم	ditulis	<i>la'in syakartum</i>

VII. Kata Sandang Alif +Lam

a. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القرآن	ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	ditulis	<i>al-Qiyās</i>

b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf *l* (el)-nya.

السماء	ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشمس	ditulis	<i>asy-Syams</i>

VIII. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوى الفروض	ditulis	<i>ẓawī al-furūd</i>
أهل السنة	ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>

PERSEMBAHAN

*Karya ini kupersembahkan
bagi orang-orang yang mencintaiku
dan orang-orang yang aku cintai.*



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

M
O
T
O

*Airmata yang menetes di pipi sang perawan
tidaklah lebih indah dari goresan pena
di atas manuskrip.*

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, Allah telah memberikan pertolongan sehingga tesis yang berjudul: **"TRANSAKSI *E-COMMERCE* DAN *AS-SALAM* (Studi Perbandingan)"** dapat diselesaikan. Doa dan salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad Saw, keluarga, sahabat serta para pengikutnya.

Selanjutnya, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Prof. H. Akh. Minhaji, MA., Ph.D., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan banyak waktu untuk membimbing dan memberikan koreksi, arahan, petunjuk serta pemantapan dalam penulisan tesis ini.
2. Para guru besar dan dosen Program Pascasarjana Magister Studi Islam (S-2) Universitas Islam Indonesia yang dengan ketulusan dan keikhlasan memberikan ilmu, bimbingan, arahan dan pengalaman berharga kepada penulis selama masa pendidikan, semoga ilmu yang diberikan menjadi amal jariah.
3. Seluruh jajaran pengelola Program Pascasarjana Magister Studi Islam (S-2) Universitas Islam Indonesia.
4. Keluarga tercinta dan terkasih, ayahda Asnawi dan ibunda Muhibbah (almh) yang penuh kasih sayang mendidik dan membesarkan serta telah memberikan dukungan, baik moril maupun materil dalam perjalanan menuntut ilmu. Adik dan kakak-kakakku tersayang beserta keluarga dan para keponakanku tercinta

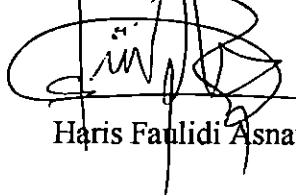
(Toni Ifana Saputra, Tajussamli, Magdalena, Nurwahyuni, Kiky, Fizrin, Dini, Luthfi, Icha, dan Najwa) yang selalu memberikan semangat dan dukungan serta juga tidak pernah berhenti menciptakan suasana riang gembira di mana pun penulis berada. *Kai'* dan *nini*, *uwa* dan *acil*, para sepupu serta para kerabat yang telah memberikan nasihat, motivasi dan doa untuk kesuksesan penulis.

5. Kawan-kawan yang selalu menyumbangkan senyum, saran, pikiran dan semangatnya kepada penulis yang tentu saja tidak bisa disebutkan satu persatu, diantaranya Saifullah MS, Mawardi, Muttaqin, Halim, Yulia, Yekti, Muhajir, mba' Grace, Fadil, Maria, Joe, Djosie, Wahyu (Kelik), Amin, kawan-kawan Kost'28 dan wisma Bengkeng.
6. Semua pihak yang telah memberikan bantuan berupa waktu, pikiran dan tenaga serta berbagai bantuan moril maupun materil lainnya.

Semoga dengan selesainya tesis ini tidak berarti selesai pula kesadaran penulis untuk terus belajar dan semoga dapat bermanfaat bagi yang lain, amin.

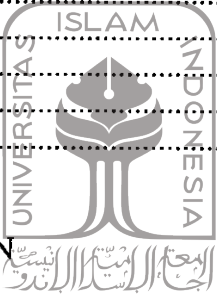
Jogjakarta, 23 Oktober 2003

Penulis,



Haris Faulidi Asnawi

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PENGESAHAN	ii
TIM PENGUJI	iii
NOTA DINAS	iv
PERSETUJUAN	v
ABSTRAKSI	vi
ABSTRACT	vii
TRANSLITERASI	viii
PERSEMBAHAN	xii
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
	
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Batasan Masalah	9
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	10
E. Telaah Pustaka	11
F. Metode Penelitian	13
G. Sistematika Pembahasan	16
 BAB II <i>E-COMMERCE</i>	
A. Definisi <i>e-Commerce</i>	18
B. Ruang Lingkup <i>e-Commerce</i>	23
C. Proses Bisnis dan Mekanisme Transaksi <i>e-Commerce</i>	29
1. Proses Transaksi <i>Online Orders</i>	33
2. Mekanisme Pembayaran <i>Online</i>	39
D. Sistem Keamanan <i>e-Commerce</i>	48
1. Kriptografi (<i>Cryptography</i>)	51

2. SSL (<i>Secure Sockets Layer</i>)	64
3. SET (<i>Secure Electronic Transaction</i>)	68
BAB III TRANSAKSI AS-SALAM	
A. Landasan Syariah Transaksi <i>as-Salam</i>	73
B. Ketentuan Transaksi <i>as-Salam</i>	76
C. Tempat Penyerahan <i>al-Muslam fih</i>	97
BAB IV ANALISIS KOMPARATIF	
A. Mekanisme Transaksi	100
B. Transaksi <i>e-Commerce</i> di Indonesia	120
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	130
B. Saran-Saran	133
DAFTAR PUSTAKA	135
DAFTAR ISTILAH	142
LAMPIRAN	148
INDEKS	149
RIWAYAT HIDUP	153

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 1	Jaminan Waktu pada RC4	66
Tabel 2	Persamaan dan Perbedaan	119



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1	<i>E-Commerce</i> dan Proses Bisnis 29
Gambar 2	<i>Online Orders</i> 37
Gambar 3	Proses <i>Encryption</i> dan <i>Decryption</i> 52
Gambar 4	Enkripsi Simetris 53
Gambar 5	Enkripsi Asimetris 55
Gambar 6	Fungsi <i>Hash</i> 57
Gambar 7	Tanda Tangan Digital 59
Gambar 8	Contoh <i>web</i> menggunakan SSL 65
Gambar 9	<i>Secure Sockets Layer</i> (SSL) 67
Gambar 10	<i>Secure Electronic Transaction</i> (SET) 70
Gambar 11	Tipe Transaksi <i>as-Salam</i> 97

UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Telah menjadi kehendak Allah bahwa manusia harus hidup bermasyarakat dan saling tolong menolong antara satu dengan yang lainnya. Sebagai makhluk sosial, manusia menerima dan memberikan andil dalam kehidupan orang lain. Saling berinteraksi untuk memenuhi kebutuhan hidup dan mencapai kemajuan dalam hidupnya. Untuk mencapai kemajuan dan tujuan hidup, diperlukan kerjasama yang baik antar sesama manusia.

Di antara sekian banyak aspek kerjasama, termasuk didalamnya aspek ekonomi. Ekonomi Islam bersifat dinamik menurut dimensi ruang dan waktu, karena Islam adalah *rahmah li al-'ālamīn*.² Islam mengatur sistem perekonomiannya dengan suatu metode yang unik.³ Islam memandang masalah ekonomi tidak dari sudut pandang kapitalis dan tidak juga dari sudut pandang sosialis, akan tetapi Islam membenarkan adanya hak individu tanpa merusak masyarakat. Konsep ekonomi Islam meletakkan aspek moral maupun material

¹ Hamzah Ya'qub, *Kode Etik Dagang Menurut Islam (Pola Pembinaan Hidup Dalam Berekonomi)*, cet. 1 (Bandung: Diponegoro, 1984), hal. 13-14.

² Tim Penyusun, *Ensiklopedi Islam Indonesia*, cet. 2 (Jakarta: Djambatan, 2002), I : 267.

³ Abū al-A'la al-Maudūdī, *Usus al-Iqtisād Bain al-Islām wa an-Nuzum al-Mu'āsirah*, cet. 3 (ttp: Ad-Dār as-Su'ūdiyyah li an-Nasyr, 1971), hal. 17-20.

kehidupan sebagai basis untuk membangun kekuatan ekonomi di atas nilai-nilai moral.⁴

Dengan demikian keunikan pendekatan Islam terletak pada sistem nilai, yang mewarnai tingkah laku ekonomi atau kehidupan, tercakupnya nilai-nilai dasar yang bersumber dari tauhid,⁵ di mana dalam kehidupan ekonomi penekanannya difokuskan pada dinamika vertikal dan horizontal.⁶

Aspek ekonomi amat penting peranannya dalam meningkatkan kesejahteraan hidup manusia. Allah telah menjadikan harta sebagai salah satu sebab tegaknya kemaslahatan manusia di dunia. Allah Swt juga telah menyebutkan bahwa perdagangan merupakan salah satu cara untuk mewujudkan kemaslahatan tersebut. Sebab, sesuatu yang dibutuhkan oleh setiap orang tidak bisa dengan mudah diwujudkan setiap saat dan mendapatkan sesuatu tersebut dengan kekerasan dan penindasan adalah tindakan yang tidak dibenarkan, maka harus ada sistem yang memungkinkan setiap orang untuk mendapatkan sesuatu

⁴ Afzalur Rahman, *Economic Doctrines of Islam, (Doktrin Ekonomi Islam)*, alih bahasa Soeroyo dan Nastangin. (Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf, 1995), I : 10-11. Lebih lanjut lihat Syed Nawab Haider Naqvi, *Ethics and Economics: An Islamic Synthesis*, (London: The Islamic Foundation, 1981), hal. 71-81; Muhammad Hisānien al-Baṭāḥ, *An-Nizām al-Iqtisādī fī al-Islām*, cet. 1 (tp: tnp, 1997), hal. 127-147; Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam: Suatu Pengantar*, cet. 1 (Yogyakarta: Ekonisia, 2002), hal. 69-100.

⁵ Mohammad Nejatullah Shiddiqi, *Muslim Economic Thinking; A Survey of Contemporary Literature (Pemikiran Ekonomi Islam; Suatu Penelitian Kepustakaan Masa Kini)*, alih bahasa A. M. Saefuddin. cet. 1 (Jakarta: Lembaga Islam untuk Penelitian dan Pengembangan Masyarakat (LIPPM), 1986), hal. xx; Yūsuf Al-Qaradāwī, *Daur al-Qiyām wa al-Akhlāq fī al-Iqtisād al-Islāmī (Norma dan Etika Ekonomi Islam)*, alih bahasa Zainal Arifin dan Dahlia Husin. Cet. 1 (Jakarta: Gema Insani Press, 1997), hal. 31-dst.

⁶ Dinamika vertikal ekonomi Islam adalah transendensi kepemilikan kekayaan yang diperoleh melalui bekerja sebagai realisasi kewajiban agama, sehingga setiap kegiatan ekonomi tidak terlepas dari dimensi moralitas dan mencari ridha Ilahi, sedang dinamika horizontal merupakan makna sosial dalam bekerja dan kemajuan kegiatan usaha. Musa Asy'arie, *Islam Etos Kerja Pemberdayaan Ekonomi Umat*, (Yogyakarta: Lembaga Studi Filsafat Islam, 1987), hal. 68.

yang ia butuhkan tanpa harus menggunakan kekerasan dan penindasan.⁷ Allah Swt telah berfirman:

يأيتها الذين آمنوا لاتأكلوا أموالكم بينكم بالباطل إلا أن تكون تجارة عن تراض منكم....

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perdagangan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu⁸

Perdagangan merupakan salah satu jenis usaha untuk mengembangkan hak milik yang dibenarkan oleh syariah. Pertukaran barang dengan barang secara langsung maupun menggunakan alat-alat pembayaran (mata uang), dapat terlaksana di suatu pasar atau toko melalui aktivitas perdagangan, pemasaran, perhubungan, angkutan dan sebagainya. Kegiatan tersebut dilaksanakan secara umum menurut kebutuhan atau dilaksanakan secara khusus dan menjadi profesi selaku pedagang yang berfungsi membeli, mengangkut dan menjual barang-barang kebutuhan masyarakat.⁹

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

⁷ Taqy ad-dīn an-Nabhānī, *An-Nizām al-Iqtisādī fī al-Islām*, cet. 4 (tpp: Ḥizbu at-Taḥrīr, 1990), hal. 78.

⁸ An-Nisā' (4) : 29.

⁹ Ya'qub, *Kode Etik Dagang.*, hal. 14.

bentuk transaksi dengan sistem pembayaran secara tunai/disegerakan tetapi penyerahan barang ditangguhkan. Sedang transaksi *al-istiṣnā'* merupakan bentuk transaksi dengan sistem pembayaran secara disegerakan atau ditangguhkan sesuai kesepakatan dan penyerahan barang ditangguhkan.¹⁰

Transaksi *as-salam*, seperti halnya model transaksi jual beli lainnya, telah ada bahkan sebelum kedatangan Nabi Muhammad Saw.¹¹ Hal ini merupakan suatu bentuk kelonggaran dalam bermuamalah dan memberikan kemudahan kepada manusia dalam berinteraksi dengan sesama, khususnya pada masalah pertukaran harta, seperti halnya jual beli dengan hutang. Dalam transaksi *as-salam* tercermin adanya saling tolong menolong yang dapat menguntungkan kedua belah pihak. Pihak pembeli dapat membeli barang dengan harga lebih murah, begitu pula pihak penjual memperoleh keuntungan dari penerimaan uang lebih cepat dari penyerahan barang. Dengan pembayaran itu berarti didapat tambahan modal yang berguna untuk mengelola dan mengembangkan usahanya.¹²

Sementara itu, pada saat ini dengan teknologi yang semakin canggih pada tiap-tiap bidang kehidupan manusia, segala usaha dan kegiatan manusia akan semakin terasa mudah, jika dibandingkan ketika teknologi yang digunakan hanya mengandalkan faktor keramahan alam. Melalui teknologi tersebut apa yang dulunya tidak mungkin, kini dapat terjadi dengan logis, seperti manusia sekarang

¹⁰ Muḥammad Taufiq Ramaḍān al-Būṭī, *Al-Buyū' asy-Syā'i'ah*, cet. 1 (Beirūt: Dār al-Fikr, 1998), hal. 140 dan 166.

¹¹ S. M. Hasanuz Zaman, "*Bay' Salam: Principles and Their Practical Applications*", dalam Sheikh Ghazali Sheikh Abod dkk (Ed.), *An Introduction to Islamic Finance*, (Kuala Lumpur: Quill Publishers, 1992), hal. 225.

¹² Ya'qub, *Kode Etik Dagang.*, hal. 234-235.

dapat terbang, masuk ke dasar laut yang terdalam sekalipun, atau dapat menghancurkan suatu kota dengan hanya hitungan menit,¹³ yang *notabene* menjadi tantangan agama untuk menjelaskan atau menjawab semua fenomena peradaban manusia tersebut.

Perkembangan teknologi elektronik yang berlangsung sangat pesat akhir-akhir ini telah mempengaruhi hampir seluruh aspek kehidupan dan kegiatan masyarakat. Canggihnya teknologi modern saat ini dan terbukanya jaringan informasi global yang serba transparan, yang menurut Toffler¹⁴ adalah gejala masyarakat gelombang ketiga, telah ditandai dengan munculnya internet,¹⁵ yakni sebuah teknologi yang memungkinkan adanya transformasi secara cepat ke seluruh jaringan dunia melalui dunia maya. Dengan teknologi internet, *human action* (perilaku manusia), *human interaction* (interaksi antar manusia), *human relation* (hubungan kemanusiaan) mengalami perubahan yang cukup signifikan. Jaringan komunikasi global telah menciptakan tantangan-tantangan terhadap cara pengaturan transaksi-transaksi sosial dan ekonomi.

Internet yang merupakan implementasi *Transmission Control Protocol/Internet Protocol* (TCP/IP) telah memberikan kemudahan dalam berkomunikasi secara global tanpa batasan geografis antar negara. Komunikasi

¹³ The Liang Gie, *Pengantar Filsafat Teknologi*, cet. 1 (Yogyakarta: Andi, 1996), hal. ii.

¹⁴ Alvin Toffler, *The Third Wave*, (Toronto: Bantam Books, 1982), hal. 155-204.

¹⁵ Internet (*International Network*) adalah sebuah jaringan komputer yang sangat besar terdiri dari jaringan-jaringan kecil yang saling terhubung yang menjangkau seluruh dunia. Di Indonesia, jaringan internet mulai dikembangkan pada tahun 1983 di Universitas Indonesia, yakni UINet oleh Dr. Joseph F. P. Luhukay yang ketika itu baru saja menamatkan program doktor Filosofi Ilmu Komputer di Amerika Serikat. Lihat Budi Sutedjo Dharma Oetomo, *Perspektif e-Business: Tinjauan Teknis, Manajerial dan Strategi*, (Yogyakarta: Andi, 2001), hal. 10.

tersebut dapat meliputi komunikasi antar pribadi dengan menggunakan e-mail atau tayangan informasi bebas baca yang disebut sebagai *World Wide Web* disingkat WWW atau lebih singkat *Web*.¹⁶

Internet merupakan suatu penemuan yang pada awalnya berfungsi sebagai alat pertukaran data ilmiah dan akademik, kini telah berubah menjadi perlengkapan hidup sehari-hari dan dapat diakses dari berbagai belahan dunia.¹⁷ Teknologi internet mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap perekonomian dunia. Internet membawa perekonomian dunia memasuki babak baru yang lebih populer dengan istilah *digital economics* atau ekonomi digital.¹⁸ Keberadaannya ditandai dengan semakin maraknya kegiatan perekonomian yang memanfaatkan internet sebagai media komunikasi, kolaborasi, dan kooperasi. Perdagangan misalnya, semakin banyak mengandalkan perdagangan elektronik/*electronic commerce* (*e-commerce*) sebagai media transaksi, dan diperkirakan, pada tahun 2003 lebih dari 95 persen dari seluruh kegiatan di internet merupakan kegiatan perdagangan.¹⁹

¹⁶ Tri Kuntoro Priyambodo, "*Menjadi Entrepreneur dari e-Commerce*", makalah disampaikan pada Road Show Seminar Sukses Bisnis Melalui *e-Commerce*, diselenggarakan oleh Kanwil Deperindag DIY, Yogyakarta, 23 Maret 2000, hal. 1.

¹⁷ Hata, "*Beberapa Aspek Pengaturan International e-Commerce serta Dampaknya Bagi Hukum Nasional*", makalah disampaikan pada Seminar Nasional *Cyberlaw*, diselenggarakan oleh Sekolah Tinggi Hukum Bandung, Bandung, 9 April 2001, hal. 1.

¹⁸ Ekonomi digital didefinisikan Amir Hartman sebagai "*the virtual arena in which business actually is conducted, value is created and exchanged, transactions occur, and one-to-one relationship mature by using any internet initiative as medium of exchange.*" Lihat Richardus Eko Indrajit, *E-Commerce: Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2001), hal. 33.

¹⁹ <http://www.kompas.com/kompas-cetak/0007/05/ekonomi/volu28.htm> accessed Juni 16, 2003.

E-commerce seringkali diartikan sebagai jual beli barang dan jasa melalui media elektronik, khususnya melalui internet. Salah satu contoh adalah penjualan produk secara *online* melalui internet seperti yang dilakukan *WebStore Kompas Cyber Media*. Dalam bisnis ini, dukungan dan pelayanan terhadap konsumen menggunakan *e-mail* sebagai alat bantu, mengirimkan kontrak melalui mail dan sebagainya. Sebenarnya ada banyak definisi mengenai *e-commerce*. Tetapi yang pasti, setiap kali masyarakat berbicara tentang *e-commerce*, mereka biasanya memahaminya sebagai bisnis yang berhubungan dengan internet.²⁰

Perkembangan *e-commerce* tidak terlepas dari laju pertumbuhan internet karena *e-commerce* berjalan di atas jaringan internet. Pertumbuhan pengguna internet yang sedemikian pesatnya merupakan suatu kenyataan yang membuat internet menjadi salah satu media yang efektif bagi perusahaan maupun perorangan untuk memperkenalkan dan menjual produk/jasa mereka ke calon pembeli/konsumen dari seluruh dunia.²¹ Hadirnya *e-commerce* memungkinkan terciptanya persaingan yang sehat antara perusahaan kecil, menengah dan besar dalam merebut pangsa pasar.

Sebagai suatu perdagangan yang berbasis teknologi canggih, *e-commerce* telah mereformasi perdagangan konvensional di mana interaksi antara konsumen dan perusahaan yang sebelumnya dilakukan secara langsung menjadi interaksi

²⁰ <http://www.kompas.com/kcm/news/0002/17/artikel%5F1.htm> accessed Juni 16, 2003.

²¹ Farizal F. Kamal, *Cyberbusiness*, cet. 3 (Jakarta: Elex Media Komputindo, 1999), hal. 1.

yang tidak langsung.²² *E-commerce* telah merubah paradigma bisnis klasik dengan menumbuhkan model-model interaksi antara produsen dan konsumen di dunia virtual. Prinsip perdagangan dengan sistem pembayaran klasik yang kita kenal adalah perdagangan di mana penjual dan pembeli bertemu secara fisik atau secara langsung kini berubah menjadi konsep telemarketing yakni perdagangan jarak jauh dengan menggunakan media internet di mana suatu perdagangan tidak lagi membutuhkan pertemuan antar para pelaku bisnis. Sistem perdagangan yang dipakai dalam *e-commerce* ini dirancang untuk menandatangani secara elektronik. Penandatanganan elektronik ini dirancang mulai dari saat pembelian, pemeriksaan dan pengiriman.²³ Karena itu, ketersediaan informasi yang benar dan akurat mengenai konsumen dan perusahaan dalam *e-commerce* merupakan suatu prasyarat mutlak.

Dari uraian di atas, dapat diperhatikan bahwa perkembangan teknologi informasi, sadar atau tidak telah memberikan dampak terhadap perkembangan hukum, ekonomi, sosial, budaya dan politik. Hal ini merupakan tantangan sekaligus peluang yang harus dihadapi pada awal abad ke 21. Khususnya di bidang perekonomian, perkembangan teknologi informasi telah melahirkan model transaksi baru dalam dunia perdagangan.

Berangkat dari kenyataan bahwa Islam dengan doktrinnya yang penuh dinamika tidak mengabaikan aspek ekonomi, dan transaksi *e-commerce*

²² Atip Latifulhayat, "Perlindungan Data Pribadi dalam Perdagangan Secara Elektronik (*e-Commerce*)", *Jurnal Hukum Bisnis*, Vol. 18 (Maret, 2002), hal. 23.

²³ Freddy Haris, *Aspek Hukum Transaksi Secara Elektronik Di Pasar Modal*, (Jakarta: tnp, 2000), hal. 7.

merupakan suatu model transaksi baru, yang berkembang sangat pesat, bagi perkembangan teknologi informasi baik di negara-negara maju maupun di negara-negara berkembang seperti Indonesia, dan juga kini menjadi trend modern, di satu sisi memberikan keuntungan sedangkan di lain pihak juga memiliki kelemahan-kelemahan, serta pelaksanaan transaksi bisnis dalam *e-commerce*, secara sekilas hampir serupa dengan mekanisme transaksi *as-salam* dalam hal pembayaran dan penyerahan komoditi yang dijadikan sebagai obyek transaksi, maka penulis tertarik melakukan penelitian terhadap transaksi *e-commerce* melalui internet dan membandingkan transaksi tersebut dengan transaksi *as-salam* sebagai salah satu bentuk transaksi yang ada dan dibenarkan secara Islam.



B. Rumusan Masalah

Dari uraian terdahulu, penulis merumuskan permasalahan yang perlu dibahas dan menjadi kegelisahan akademik penulis, sebagai berikut:

1. Sejauhmana persamaan dan perbedaan antara transaksi *e-commerce* melalui internet dengan transaksi *as-salam* (transaksi jual beli dengan penyerahan barang kemudian dan pembayaran dilakukan di muka)?
2. Bagaimana transaksi *e-commerce* di Indonesia?

C. Batasan Masalah

Istilah *e-commerce* telah muncul sejak lama, yakni sejak dipakainya alat-alat dan media elektronik seperti fax, teleks dan lain-lain. Secara umum, *e-commerce* merupakan segala bentuk transaksi perdagangan atau perniagaan

barang dan jasa (*trade of goods and service*) dengan menggunakan media elektronik. Namun istilah ini muncul menjadi sesuatu yang fenomenal, dikenal luas dan memunculkan perdebatan-perdebatan aktual dan tekstual dalam berbagai bidang seperti ekonomi, sosial, budaya dan hukum, baik secara nasional maupun internasional, sejak menjamurnya pemakaian internet dalam kehidupan manusia dan bahkan sudah menjadi bagian dari kehidupan manusia, tidak satupun kekuatan yang memasukkan perubahan elektronis sebaik yang telah dilakukan oleh internet. Sehingga media internet saat ini paling populer digunakan oleh banyak orang dan merupakan hal yang bisa dikategorikan sebagai hal yang sedikit *booming*. Maka dalam permasalahan ini penulis hanya memfokuskan pada transaksi jual beli yang dilaksanakan melalui media internet dan dikomparasikan dengan transaksi *as-salam* yang ada dalam fiqh muamalah, yaitu transaksi jual beli dengan penyerahan barang kemudian dan pembayaran dilakukan di muka. Kemudian juga dipaparkan secara detail persamaan dan perbedaannya di antara keduanya. Di samping itu sebagai suatu contoh praktek *e-commerce* tersebut secara nyata, dipaparkan pula jenis-jenis transaksi perdagangan ini di Indonesia.

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Penelitian ini bertujuan mengkaji transaksi *e-commerce* melalui internet dan transaksi *as-salam* yang ada dalam fiqh muamalah serta membandingkan antara kedua transaksi tersebut untuk mengetahui persamaan dan perbedaan. Dan juga untuk mengkaji tentang pelaksanaan dan jenis-jenis transaksi *e-commerce* yang ada di Indonesia sebagai suatu contoh praktek perdagangan tersebut.

Adapun manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan kontribusi tentang transaksi *e-commerce* melalui internet, yang merupakan sebuah model transaksi baru dalam dunia bisnis dan diharapkan juga dapat memberikan pengetahuan dan wawasan mengenai keabsahan transaksi tersebut sesuai dengan Islam. Di samping itu, diharapkan untuk dapat mengembangkan ilmu dan menerapkan nilai-nilai Islam dalam kehidupan bermasyarakat, sehingga dapat memberikan peluang baru dalam kegiatan bisnis modern yang Islami.

E. Telaah Pustaka

Pembahasan mengenai *e-commerce* telah dibahas dalam berbagai bentuk, seperti makalah-makalah yang diseminarkan, buku-buku maupun artikel akademik dalam jurnal-jurnal. Akan tetapi, sejauh pengetahuan penulis, belum terdapat penelitian yang secara khusus membahas tentang transaksi *e-commerce* melalui internet yang secara langsung membandingkannya dengan transaksi *as-salam* (transaksi jual beli dengan penyerahan barang kemudian dan pembayaran dilakukan di muka).

Di Indonesia, kajian-kajian mengenai *e-commerce* pada umumnya mengarah kepada pembahasan masalah teknologi pengembangan infrastruktur dan masalah teknis bisnis internet serta masalah hukum (hukum positif yang berlaku di Indonesia). Demikian juga dalam upaya mencari solusi hukum dan membentuk UU tentang *cyber* sudah dilakukan kajian secara terstruktur.

M. Sanusi Arsyad, dalam tesisnya yang berjudul "Transaksi Bisnis dalam *Electronic Commerce (e-Commerce)*: Studi Tentang Permasalahan-Permasalahan Hukum dan Solusinya", membagi permasalahan hukum *e-commerce* kepada permasalahan yang bersifat substantif dan permasalahan yang bersifat prosedural setelah sebelumnya membahas tentang keabsahan transaksi bisnis dalam *e-commerce* perspektif hukum kontrak yang berlaku di Indonesia. Fokus pembahasan dalam tesis tersebut adalah menemukan permasalahan-permasalahan hukum yang muncul dengan lahirnya *e-commerce* dan kemudian mencari solusi untuk memecahkan permasalahan-permasalahan tersebut.

Dari hasil penelitiannya ia menyimpulkan bahwa kepastian dan ketegasan hukum merupakan suatu keniscayaan atau keharusan dalam pengaturan *e-commerce*. Sementara itu, untuk masalah-masalah yang sifatnya teknis, secara singkat dapat dikatakan bahwa solusinya adalah dengan cara membuat suatu software atau program yang mendukung terbangunnya suatu sistem jaringan yang aman, efektif dan efisien.

Selain tesis di atas terdapat juga empat penelitian yaitu 4 tesis dan 1 skripsi yang membahas masalah-masalah hukum dalam dunia internet dan *e-commerce*, yaitu: "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pengguna Jasa *e-Commerce* (di Yogyakarta)" yang ditulis oleh Hanif Nur Widhiyanti; "Perlindungan Hukum Terhadap Nasabah dalam Transaksi Pembayaran *e-Banking* (Studi Atas Sistem Pembayaran Internet Berbasis SET)" yang ditulis oleh Budi Agus Riswandi; "Kekuatan Hukum *Digital Signature* Berbasis RSA dalam Transaksi *Electronic Commerce*" yang ditulis oleh Erwin; "Tinjauan Hukum

Bisnis *e-Commerce* www.sanur.co.id" yang ditulis oleh Abdul Halim Barkatullah; dan "Aspek Hukum Protokol Pembayaran Visa/MasterCard *Secure Electronic Transaction* (SET)" yang ditulis oleh Muhammad Aulia Adnan. Sedangkan pembahasan mengenai "Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Melalui *e-Commerce* (Tinjauan Hukum Islam)" telah dilakukan penelitiannya oleh Nur Azizatil Ajibah.

Terhadap permasalahan teknik yang berkaitan dengan teknologi infrastruktur untuk pengembangan *e-commerce* terdapat beberapa penelitian di antaranya skripsi yang ditulis oleh Dwinanda Prayudi dengan judul "Analisa Protokol Pembayaran Antara *Cardholder* dan *Merchant* Pada Protokol *Secure Electronic Transaction* Serta Implementasi *Object Library* Pendukungnya"; dan I. Arif Priharsanta dengan judul "Implementasi Prototipe Proses Otorisasi Kartu Pembayaran Antara *Merchant* Dan *Payment Gateway* Pada Protokol *Secure Electronic Transaction*".

Penulis dalam hal ini melanjutkan penelitian-penelitian terdahulu dengan mengkaji lebih mendalam dan memfokuskan pada pelaksanaan transaksi jual beli dalam *e-commerce* melalui internet dan membandingkannya dengan transaksi *as-salam*.

F. Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian pustaka (*library research*) yang diperoleh melalui sumber literatur, yaitu kajian literatur melalui riset kepustakaan. Penelitian ini diorientasikan untuk mengungkapkan transaksi jual beli yang

tumbuh dan berkembang melalui media internet dan membandingkannya dengan transaksi *as-salam*.

Menurut Cooper dan Emory, penelitian terdiri dari empat kategori desain penelitian yaitu pelaporan (*reporting*), gambaran (*description*), penjelasan (*explanation*) dan ramalan (*prediction*).²⁴ Penelitian ini menggunakan desain penelitian dengan kategori deskriptif, yaitu dengan menguraikan transaksi jual beli dalam *e-commerce* melalui internet, yang kemudian dianalisis secara komparatif dengan transaksi *as-salam*. Dengan metode deskriptif dimaksudkan untuk menguraikan transaksi jual beli dalam *e-commerce* melalui internet dan transaksi *as-salam* sebagai salah satu bentuk transaksi jual beli yang dibolehkan dalam Islam. Dalam hal ini keduanya dipaparkan sebagaimana adanya, untuk memahami kedua transaksi tersebut secara komprehensif. Metode komparatif dimaksudkan untuk membandingkan transaksi *e-commerce* melalui internet dan transaksi perdagangan dalam Islam, yaitu transaksi *as-salam*. Dengan demikian dapat diketahui ada atau tidaknya perbedaan kedua model transaksi tersebut.

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik dokumentasi. Sedangkan jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari literatur-literatur dengan rincian sebagai berikut:

1. Literatur Utama

Literatur utama diperoleh dari buku-buku yang berkaitan langsung dengan objek penelitian, seperti *Understanding Electronic Commerce* karya David

²⁴ Dikutip oleh Winarno Surachmad, *Pengantar Penelitian Deskriptif*, (Bandung: ttp, 1989), hal. 139.

Kosiur, Washington, 1997; *Framework e-Commerce* karya Rieyke Ustadiyanto, yang diterbitkan oleh Andi, Yogyakarta, 2001; Soon-Yong Choi, dkk, *The Economics of Electronic Commerce*, Indiana, 1997; Tim Litbang Wahana Komputer, *Apa dan Bagaimana e-Commerce*, Yogyakarta, 2001; Onno W. Purbo dan Aang Arif Wahyudi, *Mengenal e-Commerce*, Jakarta, 2001; Richardus Eko Indrajit, *E-Commerce: Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya*, Jakarta, 2001; Muḥammad ibn Idrīs asy-Syāfi‘ī, *Al-Um*, Beirut, 1393H; ‘Alā ad-Dīn al-Kāsānī, *Badāi‘ as-Sanāi‘*, Beirut, 1982; An-Nawāwī, *Rauḍah at-Ṭālibīn*, Beirut, 1405H; Maṣṣūr ibn Yūnus ibn Idrīs al-Bahūtī, *Kasysyāf al-Qinā‘*, Beirut, 1402H; Ibn Rusyd, *Bidāyah al-Mujtahid wa Nihāyah al-Muqtaṣid*, Wahbah az-Zuhayli, *Al-Fiqh al-Islāmī wa Adillatuh*, Damaskus, 1989.

2. Literatur Pendukung

Yaitu diperoleh dari kajian-kajian sumber yang dapat digunakan sebagai dasar penunjang dalam menganalisis masalah-masalah yang berkaitan dengan tesis ini. Data pendukung ini diperoleh melalui buku-buku, makalah, jurnal dan literatur lain yang berkaitan dengan penelitian ini, seperti: Ahmad Azhar Basyir dalam bukunya yang berjudul *Asas-Asas Hukum Muamalat (Hukum Perdata Islam)*, Yogyakarta, 2000; Hamzah Ya'qub, *Kode Etik Dagang Menurut Islam (Pola Pembinaan Hidup Dalam Berekonomi)*, Bandung, 1984; Mariam Darus Badruzaman dkk, *Kompilasi Hukum Perikatan*, Bandung, 2001. Dan masih banyak lagi buku-buku yang berkaitan dengan penulisan tesis ini.

G. Sistematika Pembahasan

Pembahasan dalam penelitian ini akan diurut secara sistematis dalam beberapa bab, di mana keseluruhan bab yang ada dirancang dengan baik sehingga menggambarkan secara utuh alur pemikiran dan seluruh proses penelitian.

Bab pertama, merupakan pendahuluan, yang memberikan gambaran secara umum dan komprehensif tentang berbagai aspek yang mendasari tulisan ini. Dari sini pembaca dapat memahami latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, telaah pustaka, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

Selanjutnya pada bab kedua akan diuraikan tentang transaksi *e-commerce* dan permasalahannya. Pada bagian ini akan dijelaskan tentang *e-commerce* yang meliputi definisi, ruang lingkup, proses bisnis dan mekanisme transaksi *e-commerce*, mekanisme pembayaran dan sistem keamanan dalam transaksi *e-commerce*. Hal ini dimaksudkan sebagai pengetahuan dasar dalam penelusuran data yang berkenaan dengan penelitian yang dibahas.

Pada bab tiga dimuat uraian mengenai transaksi *as-salam* secara umum yang terdiri dari pengertian dan landasan syariah transaksi *as-salam*, unsur-unsur dan ketentuan-ketentuan transaksi *as-salam* serta tempat penyerahan komoditi yang dijadikan sebagai obyek transaksi *as-salam*. Pembahasan ini diperlukan sebagai instrumen pembandingan dari pokok pembahasan yang dilakukan dalam penelitian ini dan juga berfungsi untuk memberikan pemahaman mengenai salah satu model transaksi perdagangan dalam Islam.

Setelah pemaparan kedua sistem transaksi tersebut selanjutnya pada bab keempat dijelaskan perbandingan transaksi *e-commerce* dan transaksi *as-salam*, kemudian mengetahui persamaan dan perbedaan atas kedua transaksi tersebut, dan memaparkan praktek transaksi *e-commerce* yang dilakukan di Indonesia yang dimaksudkan sebagai suatu contoh praktek perdagangan tersebut secara nyata.

Pada bab terakhir, yaitu bab lima, berupa kesimpulan dan saran. Bagian ini menyajikan kesimpulan dan saran berdasarkan analisis dan pembahasan di atas.



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

BAB II

E-COMMERCE

A. Definisi *e-Commerce*

Gedung Putih pada bulan Juli tahun 1997 mendeklarasikan terjadinya sebuah revolusi industri baru yang akan berdampak pada stabilitas ekonomi global. Revolusi ini sejalan dengan fenomena maraknya bisnis secara elektronik/digital yang menggunakan internet sebagai medium transaksi.¹

Teknologi merubah banyak aspek bisnis dan aktivitas pasar. Dalam bisnis perdagangan misalnya, kemajuan teknologi telah melahirkan metode bertransaksi yang dikenal dengan istilah *e-commerce* (*electronic commerce*). Secara lebih luas, *e-commerce* merupakan penggunaan alat-alat elektronik dan teknologi untuk melakukan perdagangan, meliputi interaksi *business-to-business*, dan *business-to-consumer*.² *E-commerce* menggambarkan cakupan yang luas mengenai teknologi, proses, dan praktek yang dapat melakukan transaksi bisnis tanpa menggunakan kertas sebagai sarana mekanisme transaksi. Hal ini bisa dilakukan dengan berbagai cara seperti melalui *e-mail* atau bisa juga melalui *World Wide Web*.³

¹ Indrajit, *E-Commerce*, hal. 1.

² Soon-Yong Choi dkk, *The Economics of Electronic Commerce*, (Indiana: Macmillan Technical Publishing, 1997), hal. 13.

³ Onno W. Purbo dan Aang Arif Wahyudi, *Mengenal e-Commerce*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2001), hal. 1-2.

E-commerce merupakan kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (*consumers*), manufaktur (*manufactures*), *service providers* dan pedagang perantara (*intermediaries*) dengan menggunakan jaringan komputer (*computer networks*) yaitu internet. Penggunaan sarana internet merupakan suatu kemajuan teknologi yang dapat dikatakan menunjang secara keseluruhan spektrum kegiatan komersial.⁴

Ada banyak definisi untuk *e-commerce*, tapi umumnya, *e-commerce* merujuk pada semua bentuk transaksi komersial yang menyangkut organisasi dan individu yang didasarkan pada pemrosesan dan transmisi data yang digitalisasikan, termasuk teks, suara dan gambar. Termasuk juga pengaruh bahwa pertukaran informasi komersial secara elektronik yang mungkin terjadi antara institusi pendukungnya dan aktivitas komersial pemerintah. Ini termasuk antara lain manajemen organisasi, negosiasi dan kontrak komersial, legal dan kerangka regulasi, penyusunan perjanjian keuangan, dan pajak satu sama lain.⁵

Sulit untuk mendefinisikan secara pasti apa itu *e-commerce*, tergantung pada perspektif atau kacamata yang memanfaatkannya. Secara umum menurut David Baum, yang dikutip oleh Onno W. Purbo dan Aang Arif Wahyudi,⁶ "*E-commerce is a dynamic set of technologies, applications, and business process that link enterprises, consumers, and communities through electronic transactions and the electronic exchange of goods, services, and information*". *E-commerce*

⁴ Sutan Remy Sjadeini, "*E-Commerce dalam Perspektif Hukum*", *Jurnal Keadilan*, Vol. 1, No. 3 (September, 2001), hal. 15.

⁵ <http://www.capella.co.id/e-commerce/info.html> accessed Juni 10, 2003.

⁶ Onno W. Purbo dan Aang Arif Wahyudi, *Mengenal e-Commerce*.

merupakan satu set dinamis teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, jasa, dan informasi yang dilakukan secara elektronik.

Association for Electronic Commerce secara sederhana mendefinisikan *e-commerce* sebagai mekanisme bisnis secara elektronik. CommerceNet, sebuah konsorsium industri, memberikan definisi yang lebih lengkap, yaitu penggunaan jaringan komputer sebagai sarana penciptaan relasi bisnis. Tidak puas dengan definisi tersebut, CommerceNet menambahkan bahwa di dalam *e-commerce* terjadi proses pembelian dan penjualan jasa atau produk antara dua belah pihak melalui internet atau pertukaran dan distribusi informasi antar dua pihak di dalam satu perusahaan dengan menggunakan intranet. Sementara Amir Hartman dalam bukunya *Net Ready: Strategies for Success in the e-Economy* secara lebih terperinci lagi mendefinisikan *e-commerce* sebagai suatu jenis dari mekanisme bisnis secara elektronik yang memfokuskan diri pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet sebagai medium pertukaran barang atau jasa baik antara dua institusi (*business-to-business*) maupun antar institusi dan konsumen langsung (*business-to-consumer*).⁷

Menurut ECEG-Australia (*Electronic Commerce Expert Group*)⁸ “*Electronic Commerce is a broad concept that covers any commercial*

⁷ Dikutip oleh Indrajit dalam Indrajit, *E-Commerce*.

⁸ <http://www.law.gov.au/aghome/advisory/eceg/single.htm> accessed Mei 30, 2003.

transaction that is effected via electronic means and would include such means as facsimile, telex, EDI, internet and the telephone."

Berdasarkan pengertian dari ECEG-Australia, *e-commerce* meliputi transaksi perdagangan melalui media elektronik. Dalam arti kata tidak hanya media internet yang dimaksudkan, tetapi juga meliputi semua transaksi perdagangan melalui media elektronik lainnya, seperti facsimile, telex, EDI dan telepon.

Julian Ding dalam bukunya *E-Commerce: Law and Office* mendefinisikan *e-commerce* sebagai berikut:⁹

Electronic commerce or e-commerce as it is also known is a commercial transaction between a vendor and purchaser or parties in similar contractual relationship for the supply of goods, services or acquisition of "rights". This commercial transaction is executed or entered into electronic medium (or digital medium) where the physical presence of parties is not required, and medium exist in a public network or system as opposed to private network (closed system). The public network system must considered on open system (e.g the internet or world wide web). The transaction concluded regardless of national boundaries or local requirement.

Dalam pengertian ini *e-commerce* merupakan suatu transaksi komersial yang dilakukan antara penjual dan pembeli atau dengan pihak lain dalam hubungan perjanjian yang sama untuk mengirimkan sejumlah barang, pelayanan, atau peralihan hak. Transaksi komersial ini terdapat di dalam media elektronik (media digital) yang secara fisik tidak memerlukan pertemuan para pihak dan keberadaan media ini dalam *public network* atas sistem yang berlawanan dengan *private*

⁹ Julian Ding, *E-Commerce: Law and Office*, (Malaysia: Sweet and Maxwell Asia, 1999), hal. 25.

network (sistem tertutup). Dan sistem *the public network* ini harus mempertimbangkan sistem terbuka.

Ding menjelaskan bahwa *e-commerce* sebagai suatu konsep tidak didefinisikan. *E-commerce* memiliki arti yang berbeda bagi orang yang berbeda. Hal ini seperti kita mendefinisikan seekor gajah, yaitu tergantung di bagian mana dari gajah itu kita bergantung, maka akan berbeda pula definisi yang dapat diberikan.¹⁰

Kosiur mengemukakan bahwa *e-commerce* bukan hanya sebuah mekanisme penjualan barang atau jasa melalui medium internet, tetapi lebih pada transformasi bisnis yang mengubah cara-cara perusahaan dalam melakukan aktivitas usahanya sehari-hari.¹¹

Beberapa kalangan akademisi sepakat mendefinisikan *e-commerce* sebagai salah satu cara memperbaiki kinerja dan mekanisme pertukaran barang, jasa, informasi, dan pengetahuan dengan memanfaatkan teknologi berbasis jaringan peralatan digital.¹²

Dari berbagai definisi yang ditawarkan dan dipergunakan oleh berbagai kalangan, terdapat kesamaan dari masing-masing definisi tersebut. Kesamaan tersebut memperlihatkan bahwa *e-commerce* memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Terjadinya transaksi antara dua belah pihak;

¹⁰ *Ibid.*

¹¹ David Kosiur, *Understanding Electronic Commerce*, (Washington: Microsoft Press, 1997), hal. 2-4.

¹² Indrajit, *E-Commerce.*, hal. 1-2.

2. Adanya pertukaran barang, jasa, atau informasi; dan
3. Internet merupakan medium utama dalam proses atau mekanisme perdagangan tersebut.

Dari karakteristik tersebut terlihat jelas bahwa pada dasarnya *e-commerce* merupakan dampak dari perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi. Secara signifikan mengubah cara manusia melakukan interaksi dengan lingkungannya, yang dalam hal ini terkait dengan mekanisme dagang.

B. Ruang Lingkup *e-Commerce*

E-commerce sebagai suatu cara untuk melakukan aktivitas perekonomian dengan infrastruktur internet memiliki jangkauan penerapan yang sangat luas. Seperti halnya internet, di mana siapapun dapat melakukan aktivitas apapun termasuk aktivitas ekonomi, *e-commerce* memiliki segmentasi penerapan yang luas. Secara garis besar, *e-commerce* saat ini diterapkan untuk melaksanakan aktivitas ekonomi *business-to-business*, *business-to-consumer*, dan *consumer-to-consumer*.¹³

1. *Business-to-business*

Business-to-business merupakan sistem komunikasi bisnis *online* antar pelaku bisnis atau dengan kata lain transaksi secara elektronik antar perusahaan (dalam hal ini pelaku bisnis) dan dalam kapasitas atau volume produk yang besar.

¹³ Pangih P. Dwi Atmojo, *Internet Untuk Bisnis I*, (Jogjakarta: Dirkomnet Training, 2002), hal. 6.

Para pengamat *e-commerce* mengakui bahwa akibat terpenting dengan adanya sistem komersial yang berbasis *web* tampak pada aspek *business-to-business*.¹⁴ Aktivitas *e-commerce* dalam ruang lingkup ini ditujukan untuk menunjang kegiatan para pelaku bisnis itu sendiri.

Dalam suatu rangkaian distribusi, kehadiran internet dapat menghubungkan semua aktivitas bisnis dengan bisnis lainnya, tidak peduli di mana ia berada atau posisinya dalam rangkaian distribusi. Kemampuannya ini, secara langsung maupun tidak langsung, sebenarnya dapat mengancam lapisan penghubung tradisional seperti *wholesaler* atau *broker*. Fasilitas yang disediakan internet memberikan sarana bagi bisnis untuk berhubungan langsung dengan para pemasok dan karenanya dapat menghapuskan peranan perantara seperti *broker*.

Kendati demikian, terlepas dari di mana posisi suatu organisasi atau perusahaan dalam rangkaian pemasokan, terdapat peluang-peluang yang dapat digali oleh siapa saja untuk memanfaatkan internet semaksimal mungkin guna mencapai kompetitifitas bisnis yang sebelumnya tidak dapat dicapai, yaitu memberikan informasi. Sebagai misal, suatu perusahaan distribusi obat-obatan, McKesson, menggeser posisi bisnisnya dari distributor menjadi suatu *value added provider* dalam industri kesehatan. Produk utamanya adalah informasi, bukan lagi obat-obatan. Ini dikarenakan pemanfaatan McKesson atas database informasi yang dimilikinya baik dalam penjualan dan unit untuk farmasi. Paket-paket informasi tersebut diberikan untuk memperbaiki kinerja finansial farmasi.¹⁵

¹⁴ Onno W. Purbo dan Aang Arif Wahyudi, *Mengenal e-Commerce.*, hal. 57.

¹⁵ <http://www.capella.co.id/e-commerce/info4.html> accessed Juni 10, 2003.

Karakteristik dari *business-to-business* antara lain:¹⁶

- a. *Trading partners* yang sudah saling mengetahui dan antara mereka sudah terjalin hubungan yang berlangsung cukup lama. Pertukaran informasi hanya berlangsung di antara mereka dan karena sudah sangat mengenal, maka pertukaran informasi dilakukan atas dasar kebutuhan dan kepercayaan.
- b. Pertukaran yang dilakukan secara berulang-ulang dan berkala dengan format data yang telah disepakati. Jadi *service* yang digunakan antar kedua sistem tersebut sama dan menggunakan standar yang sama pula.
- c. Salah satu pelaku tidak harus menunggu *partner* mereka lainnya untuk mengirimkan data.
- d. Model yang umum digunakan adalah *peer-to-peer* dimana *processing intelligence* dapat didistribusikan di kedua pelaku bisnis.

2. *Business-to-consumer*

Business-to-consumer dalam *e-commerce* merupakan suatu transaksi bisnis secara elektronik yang dilakukan pelaku usaha dan pihak konsumen untuk memenuhi suatu kebutuhan tertentu dan pada saat tertentu.¹⁷ Banyak cara yang digunakan untuk melakukan pendekatan dengan pihak konsumen, antara lain

¹⁶ Onno W. Purbo dan Aang Arif Wahyudi, *Mengenal e-Commerce.*, hal. 5.

¹⁷ Jay MS, "*Peranan e-Commerce dalam Sektor Ekonomi & Industry*", makalah disampaikan pada Seminar Sehari Aplikasi Internet di Era Millenium Ketiga, Jakarta, 2000, hal. 7.

dengan mekanisme toko *online* (*electronic shopping mall*) atau bisa juga dengan menggunakan konsep *portal* seperti yang sedang meledak di Indonesia saat ini.¹⁸

Electronic shopping mall memanfaatkan *website* untuk menjajakan produk dan jasa pelayanan. Para penjual menyediakan semacam *storefront* yang berisikan katalog produk dan pelayanan yang diberikan. Dan para pembeli bisa melihat-lihat barang apa saja yang akan dia beli. Contoh situs yang menggunakan mekanisme ini adalah Amazon (<http://www.amazon.com>), NetMarket (<http://www.netmarket.com>), dan Sanur (<http://www.sanur.co.id>).

Konsep *portal* agak sedikit berbeda dengan konsep toko *online*. Konsep *portal* menyediakan berbagai macam pelayanan di dalam *website*-nya, baik itu sistem belanja *online*, fasilitas *e-mail* gratis, *search engine*, berita, ramalan bintang, dan sebagainya. Di Indonesia banyak terdapat contoh yang menggunakan konsep ini, seperti <http://www.detik.com>, <http://www.catcha.co.id>, dan sebagainya.

Segmentasi ini membawa keuntungan bagi pelaku usaha. Para pelaku usaha memiliki suatu lahan baru yang mempunyai potensi yang sangat besar untuk mendapatkan pendapatan yang lebih besar, dibandingkan dengan metode pemasaran secara konvensional. Melebarkan jangkauan pemasaran sehingga pelaku usaha dapat dihubungi oleh pelanggan dari seluruh dunia, merupakan keuntungan yang didapat dengan waktu operasional pemasaran yang tidak terbatas, yakni dilakukan selama 24 jam *nonstop* setiap hari dalam 7 hari seminggu. Selain hari operasional, biaya operasional para pelaku usaha pun

¹⁸ Onno W. Purbo dan Aang Arif Wahyudi, *Mengenal e-Commerce.*, hal. 59-60.

menjadi sangat hemat karena tidak diperlukan ruang pameran (*show room*), staff operasional dalam jumlah besar maupun ruangan atau gudang yang besar.

Konsumen juga memiliki keuntungan-keuntungan dengan segmentasi ini. Diantaranya pembeli tidak perlu meluangkan waktu khusus untuk berbelanja ke luar rumah cukup dengan membuka situs *e-commerce* yang diinginkan kapan saja selama 24 jam *nonstop* setiap hari dengan pilihan yang sangat beragam sesuai dengan keinginan produk barang atau jasa sekaligus dapat membandingkan produk yang ditawarkan dengan produk yang diperoleh di pasar tradisional. Yang paling penting adalah kemudahan tanpa perlu waktu yang banyak untuk bisa berbelanja melalui internet, cukup dengan duduk di depan komputer yang terhubung dengan internet dan mengikuti persyaratan-persyaratan yang telah ditetapkan masing-masing situs yang menawarkan produknya.

Karakteristik dari *e-commerce* jenis *business-to-consumer* diantaranya adalah:¹⁹

- a. Terbuka untuk umum, di mana informasi disebarluaskan secara umum.
- b. *Service* yang dilakukan juga bersifat umum, sehingga mekanismenya dapat digunakan oleh orang banyak. Sebagai contoh, karena sistem *web* telah umum dikalangan masyarakat maka sistem yang digunakan sistem *web* pula.
- c. *Service* yang diberikan adalah berdasarkan permintaan. Konsumen berinisiatif sedangkan produsen harus siap merespon terhadap inisiatif konsumen tersebut.

¹⁹ *Ibid.*, hal. 5.

- d. Sering dilakukan sistem pendekatan *client-server*, di mana konsumen di pihak *client* menggunakan sistem yang minimal (berbasis *web*) dan penyedia barang/jasa (*business procedure*) berada pada pihak *server*.

3. *Consumer-to-consumer*

Consumer-to-consumer merupakan transaksi bisnis secara elektronik yang dilakukan antar konsumen untuk memenuhi suatu kebutuhan tertentu dan pada saat tertentu pula. Segmentasi *consumer-to-consumer* ini sifatnya lebih khusus karena transaksi dilakukan oleh konsumen ke konsumen yang memerlukan transaksi.²⁰ Contohnya adalah individu menjual yang diklasifikasikan ada (<http://www.clasified2000.com>) kepemilikan kediaman (*residential property*), mobil, dan lain sebagainya.

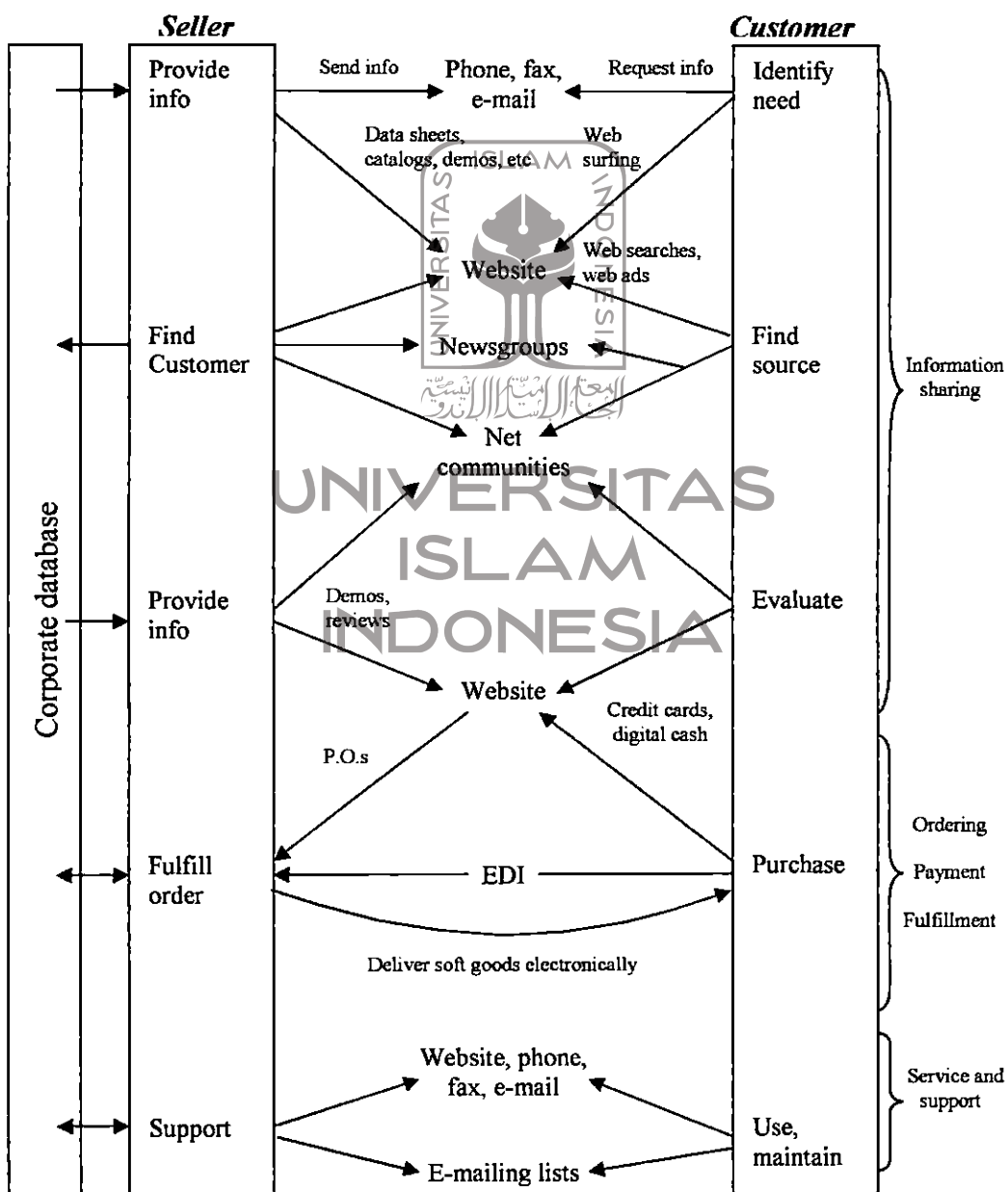
Internet telah dijadikan sebagai sarana tukar menukar informasi tentang produk baik mengenai harga, kualitas dan pelayanannya. Selain itu antar konsumen juga dapat membentuk komunitas pengguna/penggemar produk tersebut. Dalam membentuk komunitas mereka biasanya menggunakan sarana *mailing list*, *chatting*, atau membangun sebuah situs. Ketidakpuasan konsumen dalam mengkonsumsi suatu produk dapat segera tersebar luas melalui komunitas-komunitas tersebut. Internet telah menjadikan konsumen memiliki posisi tawar yang tinggi terhadap perusahaan, dengan demikian menuntut pelayanan perusahaan menjadi lebih baik.

²⁰ Atmojo, *Internet.*, hal. 7.

C. Proses Bisnis dan Mekanisme Transaksi e-Commerce

Seperti halnya aktivitas bisnis konvensional, sistem *e-commerce* juga melalui tahapan-tahapan aktivitas tertentu yang biasa diistilahkan dengan proses bisnis.

Gambar 1
E-Commerce dan Proses Bisnis



Sumber: Kosiur, *Understanding Electronic Commerce*, hal. 11.

Pada gambar di atas terlihat bahwa perusahaan, sekelompok orang atau individu yang ingin menawarkan produk atau jasanya, dapat melalui rangkaian bisnis dengan menggunakan internet sebagai media berkomunikasi.²¹ Dengan bermodalkan sebuah *website* atau *homepage*, penjual (*seller*) dapat memberikan berbagai informasi sehubungan dengan profil usaha dan produk atau jasa yang ditawarkan. Di sisi konsumen sebagai calon pembeli (*buyer*), internet menyediakan akses secara luas dan bebas terhadap semua perusahaan yang telah mendaftarkan diri di dunia maya. Pertukaran informasi dalam arena ini dapat dilakukan secara satu arah maupun interaktif melalui beragam produk elektronik, seperti komputer, telepon, faksimile dan televisi.

Proses bisnis pertama di dalam sistem *e-commerce* ini dinamakan *information sharing*. Dalam proses ini, prinsip penjual adalah mencari dan menjaring calon pembeli sebanyak-banyaknya, sementara prinsip pembeli adalah berusaha sedapat mungkin mencari produk atau jasa yang diinginkan dan mencoba untuk mencari tahu penilaian orang lain terhadap produk atau jasa tersebut.

Setelah aktivitas tukar menukar informasi dilakukan, proses bisnis selanjutnya adalah melakukan pemesanan produk atau jasa secara elektronik. Dua pihak yang bertransaksi haruslah melakukan aktivitas perjanjian tertentu sehingga proses pembelian dapat dilakukan dengan sah, benar dan aman. Pembelian antara dua entitas bisnis biasanya dilakukan melalui jaringan tertentu, seperti EDI

²¹ *Ibid.*, hal. 11-dst.

(*Electronic Data Interchange*) atau ekstranet. Di dalam proses bisnis ini, ada empat aliran entitas yang harus dikelola dengan baik, yaitu:²²

1. Flow of goods (aliran produk);
2. Flow of information (aliran informasi);
3. Flow of money (aliran uang);
4. Flow of documents (aliran dokumen).

Fasilitas *e-commerce* yang ada harus dapat menyinkronisasikan keempat aliran tersebut sehingga proses transaksi dapat dilakukan secara efisien, efektif dan terkontrol dengan baik.

Setelah transaksi usai dilakukan dan produk telah didistribusikan ke tangan konsumen, barulah proses terakhir, yaitu aktivitas purnajual, dijalankan. Pada tahapan ini penjual dan pembeli melakukan berbagai aktivitas atau komunikasi, seperti:

- a. Keluhan terhadap kualitas produk;
- b. Pertanyaan atau permintaan informasi mengenai produk-produk lain;
- c. Pemberitahuan akan produk-produk baru yang ditawarkan;
- d. Diskusi mengenai cara menggunakan produk dengan baik;
- e. Dan sebagainya.

Target dari interaksi ini adalah agar di kemudian hari terjadi kembali transaksi bisnis antara kedua pihak yang didasari pada kepuasan pelanggan.

Ketiga proses utama di dalam *value chain* sistem *e-commerce* ini dapat dilakukan selama 24 jam sehari dan tujuh hari seminggu. Berdasarkan kenyataan,

²² Indrajit, *E-Commerce*, hal. 16.

website dan *e-mail* merupakan dua sarana yang sering dipergunakan dalam melakukan transaksi perdagangan. Hal yang perlu diperhatikan adalah bahwa pihak penjual harus memiliki pusat basis data (*corporate database*) yang berisi informasi mengenai produk dan jasa perusahaan beserta semua rekaman interaksi antara penjual dan pembeli (formal maupun informal) yang terjadi. Sistem basis data ini akan menjadi sebuah pusat pengetahuan korporat (*corporate knowledge*) yang menyediakan data mentah maupun informasi mengenai perilaku konsumen dan pasar.

Ada dua hal utama yang biasa dilakukan oleh *customers* di dunia maya (arena transaksi yang terbentuk karena adanya jaringan internet). Pertama adalah melihat produk-produk atau jasa-jasa yang diiklankan oleh perusahaan terkait melalui *website*-nya (*online ads*). Kedua adalah mencari data atau informasi tertentu yang dibutuhkan sehubungan dengan proses transaksi jual beli yang akan dilakukan.²³

Jika tertarik dengan produk atau jasa yang ditawarkan, konsumen dapat melakukan transaksi perdagangan dengan cara melakukan pemesanan secara elektronik (*online orders*), yaitu dengan menggunakan perangkat komputer dan jaringan internet.

Berdasarkan pesanan tersebut, *merchant* akan mendistribusikan barangnya kepada *customer* melalui dua jalur. Bagi perusahaan yang melibatkan barang secara fisik, perusahaan akan mengirimkannya melalui kurir ke tempat pemesan berada. Jalur kedua adalah jalur yang menarik karena disediakan bagi produk atau

²³ *Ibid.*, hal. 7-8.

1) *Order form*

Berbelanja dengan menggunakan *order form* merupakan salah satu cara belanja yang sering digunakan dalam bisnis *e-commerce*. Dengan cara ini *merchant* menyediakan daftar atau katalog barang (*product table*) yang dijual. Saat tahap order dilaksanakan, biasanya produk yang dijual tidak divisualisasikan dalam bentuk gambar, akan tetapi dalam bentuk deskripsi produk. Dalam sebuah halaman *order form*, sesi penawaran produk terbagi dalam empat bagian, yaitu:

- a) *Check box* yang dibuat untuk memberi kesempatan kepada *customer* untuk memilih produk yang ditawarkan dengan mengklik kotak tersebut sehingga bertanda check.
- b) Penjelasan produk yang ditawarkan.
- c) Kuantitas barang yang dipesan.
- d) Harga untuk tiap-tiap produk.

Selain tabel produk ditawarkan juga jenis pembayaran. Jenis-jenis pembayaran yang ditawarkan berbeda-beda sesuai dengan layanan yang disediakan oleh *merchant*, seperti dengan *credit card*, transfer lewat bank, check dan lain-lain. Pada saat pengisian *form*, *customer* juga diminta untuk mengisi formulir yang berisi informasi kontak untuk *customer* (sering disebut *Contact Information Table*). Bila pembayaran menggunakan *credit card* maka *form* akan diisi dengan mengisi jenis atau tipe *credit card*, nomor *credit card*, tanggal kadaluarsa (*expire date*), serta informasi pemegang kartu (*cardholder*).

Setelah pengisian *order form* dilakukan, selanjutnya disediakan tombol untuk konfirmasi order, biasanya digunakan tombol **Submit** dan tombol **Reset**.

Jika diklik **Reset**, proses akan mereset semua pilihan dan informasi yang telah dimasukkan oleh *customer* dan dapat diulang dari awal. Jika yang ditekan adalah tombol **Submit**, maka proses akan dilanjutkan ke tahap pengesahan dan pengecekan order. Pada bagian ini dipasang sistem keamanan, misalnya SSL (*Secure Sockets Layer*) untuk melindungi dari tindakan penipuan.

Selanjutnya, jika informasi yang dikirimkan oleh *customer* telah memenuhi persyaratan atau dinyatakan valid, maka *merchant* akan mengirimkan berita konfirmasi kepada *customer* dalam bentuk *e-mail*.²⁷

2) *Shopping cart*

Jika seseorang berbelanja di salah satu pasar swalayan tentunya membutuhkan kereta belanja untuk meletakkan barang-barang yang akan dibeli. Dan selama belum membayar di kasir, ia bisa membatalkan membeli barang tersebut atau menukarkannya dengan yang lain. Demikian pula halnya dengan berbelanja melalui *e-commerce*. Dalam *e-commerce*, untuk memilih barang yang akan dibeli, ada semacam formulir yang harus diisi dalam *web* tempat ia akan melakukan transaksi. Formulir pengisian barang yang akan dibeli dinamakan *shopping cart* yang berfungsi seperti kereta belanja.²⁸ *Shopping cart* merupakan sebuah *software* di dalam *web* yang mengizinkan seorang *customer* untuk melihat toko yang dibuka dan kemudian memilih item-item untuk "diletakkan dalam

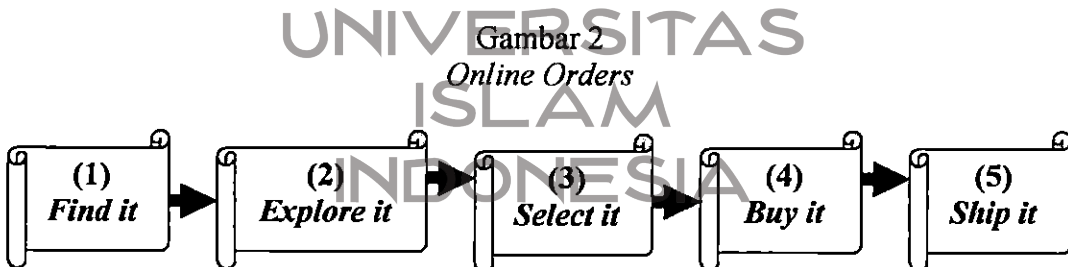
²⁷ *Ibid.*, hal. 59-61.

²⁸ Rijanto Tosin, *Cara Mudah Belajar e-Commerce di Internet*, (Jakarta: Dinastindo, 2000), hal. 15.

kereta belanja" yang kemudian membelinya saat melakukan *check out*. *Software* ini akan melakukan penjumlahan terhadap biaya transportasi pengiriman barang (jika ada), kuantitas barang dan harga total barang yang dibeli. Seseorang bisa memilih barang yang dibutuhkan untuk dimasukkan ke dalam *shopping cart* dan masih bisa membatalkan sebelum mengadakan transaksi.²⁹

Setelah semua barang yang akan dibeli dimasukkan ke dalam *shopping cart*, kemudian dilakukan *check out*. Selanjutnya adalah mengisi formulir transaksi yang berupa data identitas pembeli dan jenis pembayaran yang digunakan. Setelah semua ketentuan terpenuhi, *merchant* segera mengirim barang yang dipesan kepada *customer*.

Untuk lebih jelas mengenai *online orders* dapat dilihat pada gambar berikut:



Sumber: Onno W. Purbo dan Aang Arif Wahyudi, *Mengenal e-Commerce.*, hal. 143.

(1) *Find it*

Pada tahap ini, pembeli bisa mengetahui dengan pasti dan mudah jenis barang apa yang dia inginkan. Ada beberapa metode yang dapat dilakukan, yaitu dengan metode *search* dan *browse*. Dengan *search*, pembeli bisa mendapatkan tipe-tipe barang yang diinginkan dengan hanya memasukkan

²⁹ Tim Litbang Wahana Komputer, *Apa dan Bagaimana e-Commerce.*, hal. 61-63.

keywords (kata kunci) barang yang diinginkan pada kotak *search*. Sedangkan *browse*, menyediakan menu-menu yang terdiri atas jenis-jenis barang yang disediakan.

(2) *Explore it*

Setelah memilih jenis barang tertentu yang diinginkan, maka akan dijumpai keterangan lebih jelas mengenai barang yang dipilih itu, antara lain terdiri dari informasi penting tentang produk tersebut (seperti harga dan gambar barang tersebut), nilai *rating* barang itu yang diperoleh dari *poll* otomatis tentang barang itu yang diisi oleh para pembeli sebelumnya (apakah barang tersebut baik, cukup baik, atau bahkan mengecewakan), spesifikasi (*product review*) tentang barang tersebut, dan menu produk-produk lain yang berhubungan. Jika ternyata barang yang dilihat tersebut sudah cocok, maka siap untuk melakukan transaksi (*add an item to your shopping cart*).

(3) *Select it*

Seperti halnya toko yang sebenarnya, *shopping cart* akan menyimpan terlebih dahulu barang yang diinginkan sampai siap untuk *check out*. Dalam *shopping cart* dapat melakukan antara lain memeroses untuk *check out* dan menghapus atau menyimpan daftar belanja untuk keperluan nanti.

(4) *Buy it*

Setelah semua yang di atas dilakukan, selanjutnya dilakukan proses *check out*. Pada tahap ini, yaitu proses terpenting untuk menyelesaikan order yang dilakukan, dilakukan proses transaksi pembayaran setelah terlebih dahulu mengisi formulir yang telah disediakan oleh *merchant*. Pihak *merchant* tidak

akan menarik pembayaran pada *credit card* sampai kita sudah menyelesaikan proses perintah untuk pengiriman.

(5) *Ship it*

Dan akhirnya, setelah proses transaksi selesai, pihak *merchant* akan mengirimkan *e-mail* konfirmasi pembelian dan *e-mail* lain yang akan memberitahukan pengiriman barang telah dilakukan. Toko *online* juga menyediakan *account* untuk para pelanggan mereka seperti halnya ketika akan memasuki *mail box* pada layanan fasilitas *e-mail* gratis. Sehingga pembeli dapat mengetahui status order pada *account* yang telah tersedia di situs tersebut.



2. Mekanisme Pembayaran *Online*

Salah satu isu terbesar dalam implementasi sistem *e-commerce* adalah mekanisme pembayaran via internet.³⁰ Berbagai aspek transaksi yang tergolong dalam berbagai proses interaksi bisnis konvensional berubah dengan cepat ketika perdagangan secara *face-to-face* mulai digantikan dengan perdagangan *online*. Seperti halnya untuk membeli sesuatu ada beberapa tahapan yang dijalani, yaitu mencari lokasi si penjual, memilih suatu produk, menanyakan harga, membuat suatu penawaran, sepakat untuk melakukan pembayaran, mengecek identitas dan validitas mekanisme pembayaran, dan penyerahan barang oleh penjual dan penerimaan oleh pembeli. Mekanisme pembayaran *online* juga harus menyertakan

³⁰ Indrajit, *E-Commerce*, hal. 80.

semua atau sebagian dari tahapan-tahapan ini dalam alur pembayaran yang digunakan.

Perubahan interaksi ini juga mengharuskan untuk memperhatikan kearah pengembangan keamanan metode pembayaran dalam *e-commerce*, agar lebih aman dan terjamin. Karena itulah, sebagai pendukung dalam transaksi *e-commerce* diperlukan perantara (pihak ketiga) untuk keamanan, identifikasi, dan pengesahan.³¹

Dalam bisnis konvensional sehari-hari, biasanya seseorang melakukan pembayaran terhadap produk atau jasa yang dibelinya melalui berbagai cara. Cara yang paling umum adalah membayar langsung dengan alat pembayaran yang sah (uang) secara tunai (*cash*). Cara lain adalah dengan menggunakan kartu kredit (*credit card*), kartu debit (*debit card*), cek pribadi (*personal check*), atau transfer antar rekening. Proses pembayaran biasanya dilakukan di tempat diperjualbelikannya produk atau jasa tersebut. Lokasi tersebut biasa disebut POS (*Point of Sale*).

Prinsip pembayaran dalam *e-commerce* sebenarnya tidak jauh berbeda dengan dunia nyata, hanya saja internet (dunia maya) berfungsi sebagai POS yang dapat dengan mudah diakses melalui sebuah komputer personal (PC), dan semuanya serba digital serta didesain serba elektronik (tidak ada uang kertas, koin, atau cek yang ditandatangani dengan pena).³²

³¹ Soon-Yong Choi dkk, *The Economics of Electronic Commerce.*, hal. 412.

³² Kosiur, *Understanding Electronic Commerce.*, hal. 36 dan 41.

Di dunia internet saat ini banyak terdapat metode pembayaran yang ditawarkan. Semua metode yang ditawarkan menggunakan teknologi canggih. Ini dilakukan karena bisnis yang dijalankan di internet adalah *remote business* yang selama perjalanan transaksi menggunakan media elektronik yang sudah tentu banyak terdapat "penyamun" di tengah jalan, yang siap melakukan sabotase, atau mencuri uang kita. Sebagian besar *merchant* menjalankan bisnis mereka di internet dengan menawarkan sistem pembayaran dengan kartu kredit.³³ Tapi jelasnya tersedia sejumlah solusi yang berbeda-beda, selain dengan kartu kredit/debit, pada pembayaran *online* melalui internet, seperti dengan menggunakan cek elektronik (*e-check*) dan uang digital (*digital cash*).

a. Pembayaran dengan kartu kredit/debit

Dalam dunia kartu kredit/debit, ada beberapa pihak yang berperan dalam transaksi. Pemegang kartu kredit/debit, disebut dengan istilah *cardholder*. Kartu kredit/debit diterbitkan oleh sebuah bank, yang disebut dengan *issuer*. Nama dan logo bank biasanya tercantum pada kartu kredit/debit tersebut. Bank-bank tersebut melakukan lisense merek (*brand*) kartu kredit/debit dari institusi kartu kredit/debit seperti Visa, MasterCard atau Maestro. Selanjutnya, pedagang (*merchant*) yang dapat menerima kartu kredit/debit, juga memiliki hubungan dengan sebuah bank, yang dikenal dengan istilah *acquirer*. Pada *acquirer* inilah *merchant* memiliki *account* yang akan "menampung" uang dari *cardholder*.

³³ Tim Litbang Wahana Komputer, *Apa dan Bagaimana e-Commerce.*, hal. 64.

Ada beberapa langkah yang dilakukan saat melakukan sebuah transaksi *online* dengan kartu kredit:

- *Consumer* memilih barang yang akan dibeli pada *website merchant*.
- Setelah harga di total, kemudian *consumer* memasukkan informasi kartu kredit/debit-nya pada *form* slip pembelian yang telah disediakan *website merchant*.
- Informasi tersebut selanjutnya dikirim ke *web server merchant* bersama informasi pembelian lainnya.
- Melalui sebuah sistem *gateway*, *merchant* akan melakukan proses otorisasi.
- *Merchant* melakukan otorisasi ke *acquirer* untuk selanjutnya diteruskan ke *issuer* melalui jaringan kartu kredit/debit.
- Setelah memeriksa validitas informasi kartu kredit/debit, *issuer* akan mengirimkan hasil otorisasi kembali ke *acquirer*.
- *Acquirer* selanjutnya mengirimkan hasil otorisasi kepada *merchant* dan diinformasikan kepada *consumer* melalui *website merchant*.
- Jika otorisasi berhasil, *merchant* mengesahkan transaksi tersebut dan mengirimkan sesuatu yang telah dibeli ke alamat yang telah disepakati.

Berbagai cara biasanya dilakukan oleh *merchant* maupun bank untuk membuktikan kepada *consumer* bahwa proses pembayaran telah dilakukan dengan baik, seperti:

- Pemberitahuan melalui *e-mail* mengenai status transaksi jual beli produk atau jasa yang telah dilakukan.

- Pengiriman dokumen elektronik melalui *e-mail* atau situs terkait yang berisi "berita acara" jual beli dan kuitansi pembelian yang merinci jenis produk atau jasa yang dibeli berikut detail mengenai metode pembayaran yang telah dilakukan.
- Pengiriman kuitansi pembayaran melalui kurir ke alamat atau lokasi *consumer*.
- Pencatatan transaksi pembayaran oleh bank atau lembaga keuangan yang laporannya akan diberikan secara priodik pada akhir bulan.
- Dan sebagainya.³⁴

Proses pembayaran tersebut dijamin dalam suatu sistem yang telah dibuat untuk mengamankan proses yang dilakukan melalui internet, seperti sistem keamanan enkripsi, SSL dan SET.

b. Pembayaran dengan *e-Check*

E-check atau *electronic check* merupakan salah satu sistem pembayaran *online*, di mana seorang *customer* akan membayar atas barang dagangan yang dibelinya dengan menulis suatu cek elektronik yang ditransmisikan secara elektronik melalui *e-mail*, fax atau telepon.³⁵ Cek tersebut berisi semua informasi yang diperoleh berdasarkan apa yang tertera seperti pada cek yang sesungguhnya, hanya saja sistem *e-check* menggunakan *digital signature* (tanda tangan digital)

³⁴ Indrajit, *E-Commerce*, hal. 82.

³⁵ Tim Litbang Wahana Komputer, *Apa dan Bagaimana e-Commerce*, hal. 72.

dan *digital certificate* (sertifikat digital).³⁶ Beberapa perusahaan seperti CyberCash, NetCheck, dan sebagainya berusaha mempelopori cek yang bisa digunakan transaksi antar individu.³⁷

Dalam pembayaran dengan *e-check*, pertama-tama *customer* membuka *account* bank di internet untuk pertama kali. Kemudian dia mengeluarkan *e-check* miliknya untuk membayar. Penerima *e-check* ini mengirimkan cek tersebut ke bank untuk konfirmasi bahwa transaksi tersebut benar-benar valid, akhirnya bank memindahkan uang dari rekening pengirim ke rekening penerima cek sesuai dengan nilai yang tercantum. Perlu diingat bahwa semua proses tersebut dijamin dalam sistem keamanan enkripsi, baik proses mengeluarkan cek, memberikannya, maupun konfirmasi.³⁸

E-check merupakan instrumen pembayaran yang cukup aman. *E-check* dirancang dengan memanfaatkan teknik yang disebut sebagai *state of the art technique*, yaitu.³⁹

- Autentikasi (*authentication*).
- Kriptografi kunci publik (*public key cryptography*).
- Tanda tangan digital (*digital signatures*).
- Hal sertifikasi (*certificate authorities*).
- Deteksi terhadap penggandaan (*duplicate detection*).

³⁶ Kosiur, *Understanding Electronic Commerce.*, hal. 49.

³⁷ Onno W. Purbo dan Aang Arif Wahyudi, *Mengenal e-Commerce.*, hal. 129.

³⁸ *Ibid.*

³⁹ Tim Litbang Wahana Komputer, *Apa dan Bagaimana e-Commerce.*, hal. 75.

- Pengacakan (*encryption*).

c. Pembayaran dengan *Digital Cash*

Di dunia maya, seseorang seringkali ingin belanja secara cepat dan tidak bertele-tele, terutama dalam hal melakukan transaksi pembayaran. Terlebih-lebih jika barang yang ingin dibeli melalui internet tergolong berharga murah. Menggunakan kartu kredit jelas akan membuang-buang waktu karena disamping harus mengisi sejumlah formulir, proses otorisasi terkadang memakan waktu yang cukup lama, tidak sebanding dengan nilai transaksi yang ingin dilakukan. Bagi praktisi bisnis yang ingin mempermudah konsumennya dalam membelanjakan uang untuk produk-produk ritel berharga murah dengan sistem *e-commerce*, ditawarkan sebuah metode pembayaran yang tergolong cepat dan aman, yaitu dengan menggunakan uang digital (*digital cash*).⁴⁰

Digital cash memiliki karakteristik utama, yaitu *transnationality of digital cash*, di mana *digital cash* memiliki kemampuan mengalir secara bebas melewati batas hukum negara lain. Karakteristik inilah yang menjadi sumber kelebihan dan kekurangan *digital cash*. Di satu sisi, dia menjadikan transaksi menjadi lebih efisien, tidak berbelit-belit, di sisi lain hal ini akan dapat menimbulkan pertentangan antara prinsip kebebasan *cyberspace* dengan hukum suatu negara.⁴¹

⁴⁰ Indrajit, *E-Commerce*, hal. 85.

⁴¹ Onno W. Purbo dan Aang Arif Wahyudi, *Mengenal e-Commerce*, hal. 125-126.

Dalam sistem *digital cash*, uang dapat direpresentasikan dalam susunan bit atau karakter (*string*) dalam beberapa digit.⁴² Seperti layaknya penggunaan kupon dalam sebuah bazar, seorang nasabah bank dapat meminta beberapa kupon (disebut juga *token*) kepada bank tempatnya menabung dalam pecahan yang diinginkan. Melalui *e-mail*, bank akan memberikan nomor seri beberapa *token* tersebut kepada nasabahnya sesuai dengan permintaan. Bank selanjutnya akan mendebit sejumlah uang yang ditransfer pada rekening nasabah yang bersangkutan. *Token* inilah yang akan dipergunakan oleh nasabah untuk berbelanja di internet. Cukup dengan memberikan nomor seri dari *token* (*digital cash*) yang ada kepada "toko" di dunia maya, yang kemudian akan diverifikasi dengan bank yang bersangkutan, transaksi perdagangan antara penjual dan pembeli dapat dengan mudah dan cepat dilakukan di internet.⁴³

Teknis pelaksanaan dilakukan beberapa proses untuk menjaga keamanan transaksi pemberian *token* dari bank ke nasabah agar uang digital tersebut tidak "dicuri di tengah jalan" (pada jalur transmisi). Biasanya, nasabah memiliki kunci enkripsi yang diberikan oleh bank untuk melakukan pengacakan terhadap permintaan akan *token* (untuk menjamin agar bukan orang lain yang memintanya) dan sebaliknya, bank akan mengirimkan *token* yang dilengkapi dengan *digital signature* sebagai tanda bahwa *token* yang dihasilkan "tidak palsu".⁴⁴ Untuk

⁴² Kosiur, *Understanding Electronic Commerce.*, hal. 52.

⁴³ Indrajit, *E-Commerce.*, hal. 86.

⁴⁴ *Ibid.*

mencegah agar uang tidak dipergunakan dua kali, bank akan melakukan pencatatan terhadap *token* yang telah dibelanjakan oleh nasabahnya.⁴⁵

Variasi terhadap implementasi sistem uang digital ini telah dikembangkan oleh beberapa institusi keuangan, misalnya pembelian *token* melalui transfer antar rekening antar bank sehingga calon konsumen tidak perlu harus memiliki rekening di bank yang bersangkutan. *Token* tersebut juga dapat dibelanjakan di toko-toko virtual mana saja yang ada di internet yang menerima *digital cash*, atau variasi lainnya adalah membeli *token* dengan menggunakan kartu kredit di sebuah lembaga keuangan tertentu. Agar "uang palsu" tidak "berkeliaran" di dunia maya, harus ada lembaga atau asosiasi yang mengaturnya, yang biasanya dibentuk oleh pemerintah negara setempat.⁴⁶ Selain itu, tidak jarang ditemui toko-toko virtual tertentu yang mengeluarkan *digital cash*-nya masing-masing, yang dapat dipergunakan untuk membeli produk-produk pada toko-toko virtual yang menjadi rekanannya atau yang tergabung dalam suatu jaringan usaha tertentu.⁴⁷

Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan berhubungan dengan pembayaran melalui internet, yaitu:⁴⁸

1. *Security*: Data atau informasi yang berhubungan dengan hal-hal sensitif semacam nomor kartu kredit dan *password* tidak boleh sampai "dicuri" oleh yang tidak berhak karena dapat disalahgunakan dikemudian hari.

⁴⁵ Kosiur, *Understanding Electronic Commerce*.

⁴⁶ Indrajit, *E-Commerce*, hal. 87.

⁴⁷ Kosiur, *Understanding Electronic Commerce*.

⁴⁸ Indrajit, *E-Commerce*, hal. 83.

2. *Confidentiality*: Perusahaan harus dapat menjamin bahwa tidak ada pihak lain yang mengetahui terjadinya transaksi, kecuali pihak-pihak yang memang secara hukum harus mengetahuinya (misalnya bank).
3. *Integrity*: Sistem harus dapat menjamin adanya keabsahan dalam proses jual beli, yaitu harga yang tercantum dan dibayarkan hanya berlaku untuk jenis produk atau jasa yang telah dibeli dan disetujui bersama.
4. *Authentication*: Yaitu proses pengecekan kebenaran. Di sini pembeli maupun penjual merupakan mereka yang benar-benar berhak melakukan transaksi, seperti yang dinyatakan oleh masing-masing pihak.
5. *Authorization*: Mekanisme untuk melakukan pengecekan terhadap keabsahan dan kemampuan seorang konsumen untuk melakukan pembelian (adanya dana yang diperlukan untuk melakukan transaksi jual beli).
6. *Assurance*: Kondisi ini memperlihatkan kepada konsumen agar merasa yakin bahwa *merchant* yang ada benar-benar berkompeten untuk melakukan transaksi jual beli melalui internet (tidak melanggar hukum, memiliki sistem yang aman, dan sebagainya).

D. Sistem Keamanan *e-Commerce*

Teknologi informasi telah mengubah cara-cara bertransaksi dan membuka peluang-peluang baru dalam melakukan transaksi bisnis. Namun, teknologi informasi tersebut juga sekaligus menciptakan peluang-peluang baru bagi tindak kejahatan. Konsekuensinya, *electronic information* memerlukan adanya

perlindungan yang kuat terhadap upaya-upaya yang dilakukan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab untuk dapat mengakses informasi tersebut. Kebutuhan perlindungan yang demikian menjadi sangat tinggi apabila menyangkut *electronic information* yang sangat rahasia.⁴⁹

Sistem keamanan dalam dunia komputer mulai menjadi perhatian serius para peneliti dan praktisi teknologi informasi sejak ditemukannya teknologi jaringan komputer. Pemicu berkembangnya isu di bidang ini adalah karena adanya fenomena pengiriman data melalui media transmisi (darat, laut, dan udara) yang mudah "dicuri" oleh mereka yang tidak berhak. Data mentah dari sebuah komputer yang dikirimkan ke komputer lain pada dasarnya rawan terhadap "intervensi" pihak ketiga, sehingga diperlukan suatu strategi khusus agar terjadi, paling tidak, dua hal:⁵⁰

- Data yang dikirimkan tidak secara "fisik" diambil oleh pihak lain yang tidak berhak; atau
- Data yang dikirimkan dapat "diambil secara fisik", namun yang bersangkutan tidak dapat membacanya.

Information security merupakan bagian yang sangat penting dari sistem *e-commerce*. Tingkat keamanan informasi yang dapat diterima di dalam *e-commerce* mutlak dibutuhkan. Di era internet, semua kebutuhan dan keinginan

⁴⁹ Sjadeini, "*Hukum Siber Sistem Pengamanan e-Commerce*", dalam Mariam Darus Badruzaman dkk, *Kompilasi*, hal. 310.

⁵⁰ Indrajit, *E-Commerce*, hal. 125.

sedapat mungkin diterima dengan cepat, mudah dan aman. Untuk itulah peranan teknologi keamanan informasi benar-benar dibutuhkan.⁵¹

Sistem keamanan informasi memiliki empat macam tujuan yang sangat mendasar, yaitu:⁵²

❖ *Confidentiality*

Menjamin apakah informasi yang dikirim tersebut tidak dapat dibuka atau tidak dapat diketahui oleh orang lain yang tidak berhak. Terutama untuk data yang teramat penting, dibutuhkan tingkat kerahasiaan yang sangat tinggi, yang hanya bisa diakses oleh orang-orang tertentu saja (orang-orang yang berhak).

❖ *Integrity*

Menjamin konsistensi dan keutuhan data sesuai dengan aslinya, sehingga upaya orang-orang yang tidak bertanggungjawab untuk melakukan penduplikatan dan perusakan data bisa dihindari.

❖ *Availability*

Menjamin pengguna yang sah agar bisa mengakses informasi dan sumber miliknya sendiri. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa orang-orang yang memang berhak tidak ditolak untuk mengakses informasi yang memang menjadi haknya.

⁵¹ Onno W. Purbo dan Aang Arif Wahyudi, *Mengenal e-Commerce.*, hal. 17.

⁵² *Ibid.*, hal. 18-19.

❖ *Legitimate use*

Menjamin kepastian bahwa sumber tidak digunakan (informasi tidak diakses) oleh orang-orang yang tidak bertanggungjawab (orang-orang yang tidak berhak).

1. Kriptografi (*Cryptography*)

Kriptografi adalah ilmu yang mempelajari bagaimana membuat suatu pesan yang dikirim oleh pengirim dapat disampaikan kepada penerima dengan aman.⁵³ Di dalam kriptografi dikenal berbagai macam istilah misalnya *cryptanalysis* yaitu ilmu pengetahuan yang mempelajari bagaimana mengetahui (*compromise/defeat*) mekanisme kriptografi. *Cryptology* (berasal dari bahasa Yunani, *krypto* dan *logos*) yang berarti *hidden world* adalah suatu bidang yang mengkombinasikan *cryptography* dan *cryptanalysis*.⁵⁴

Kriteria aman dalam teknik kriptografi masih relatif. Minimal dalam teknik kriptografi dapat ditemukan empat kriteria aman, yaitu:⁵⁵

- a. *Confidentiality* (kerahasiaan), artinya suatu pesan tidak boleh dapat dibaca atau diketahui oleh orang yang tidak berkepentingan;
- b. *Authenticity* (otentisitas), artinya penerima pesan harus mengetahui atau mempunyai kepastian siapa pengirim pesan dan bahwa benar pesan itu

⁵³ Rieyke Ustadiyanto, *Framework e-Commerce*, cet. 1 (Yogyakarta: Andi, 2001), hal. 91.

⁵⁴ Budi Agus Riswandi, *Hukum dan Internet di Indonesia*, cet. 1, (Yogyakarta: UII Press, 2003), hal. 46.

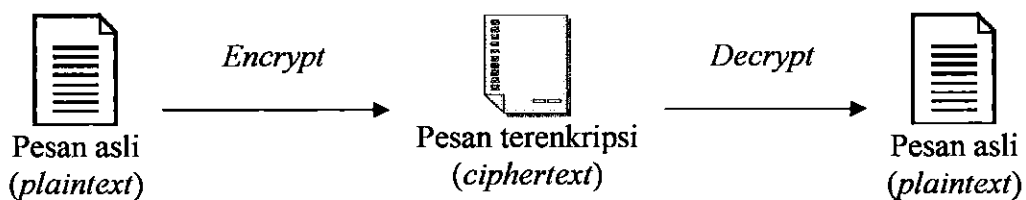
⁵⁵ *Ibid.* Lihat juga Soon-Yong Choi dkk, *The Economics of Electronic Commerce*, hal. 47; Kosiur, *Understanding Electronic Commerce*, hal. 67.

dikirim oleh pengirim. Istilah ini juga berhubungan dengan suatu proses verifikasi terhadap identitas seseorang;

- c. *Integrity* (integritas/keutuhan), artinya penerima harus merasa yakin bahwa pesan yang diterimanya tidak pernah diubah sejak pesan itu dikirim sampai diterima, seorang pengacau tidak dapat mengubah atau menukar isi pesan yang asli dengan yang palsu;
- d. *Non repudiation* (tidak dapat disangkal), artinya pengirim pesan tidak dapat menyangkal bahwa ia tidak pernah mengirim pesan tersebut.

Pesan (*message*) asli dalam kriptografi biasanya disebut *plaintext*. *Plaintext* bisa terdiri dari suatu *text file*, *bitmap*, *digitized voice video image* dan lain sebagainya. Proses transformasi suatu pesan/data menjadi suatu bentuk yang hampir mustahil untuk dibaca tanpa adanya suatu pengetahuan yang sesuai mengenai algoritma (*key*) disebut proses enkripsi (*encrypt*). Pesan yang sudah ditransformasikan tersebut disebut *ciphertext*. Proses pengembalian (*recovery*) dari *ciphertext* ke *plaintext* disebut proses dekripsi (*decrypt*).⁵⁶ Proses enkripsi dan dekripsi dapat diperhatikan pada gambar berikut:

Gambar 3
Proses *Encryption* dan *Decryption*



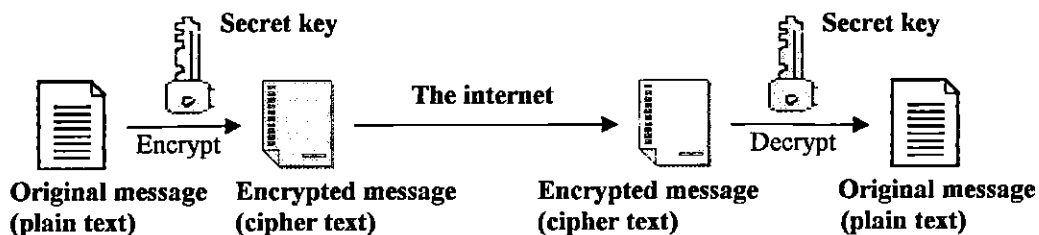
⁵⁶ Kosiur, *Understanding Electronic Commerce.*, hal. 67-68.

Seringkali fungsi-fungsi enkripsi dan dekripsi mempunyai satu parameter tambahan, yaitu kunci (*key*). Kunci diperlukan untuk mendapatkan *ciphertext* melalui proses enkripsi dan untuk mengembalikannya ke bentuk asli (*plaintext*) melalui proses dekripsi. Kunci yang dipakai untuk enkripsi bisa sama dengan kunci yang diperlukan untuk dekripsi, tetapi bisa juga berbeda.

1) Enkripsi Simetris

Teknik kriptografi yang menggunakan kunci simetris adalah yang paling umum dipergunakan. Kunci untuk melakukan proses enkripsi sama dengan kunci untuk melakukan proses dekripsi. Jadi misalkan A ingin mengenkrip suatu pesan dan mengirimkannya ke B, maka baik A maupun B harus mempunyai kunci yang sama persis. Teknik kriptografi menggunakan kunci simetris seringkali disebut juga sebagai *secret key cryptography*.⁵⁷

Gambar 4
Enkripsi Simetris



Sumber: Kosiur, *Understanding Electronic Commerce.*, hal. 70.

⁵⁷ *Ibid.*, hal. 69-70.

Sistem ini memiliki kelemahan yaitu:⁵⁸

- Jika secara kebetulan dua atau lebih orang memiliki kunci yang sama, yang bersangkutan dapat mencuri dan mendekripsikan pesan orang lain; dan
- Masalah autentifikasi juga akan menjadi isu utama karena si penerima belum tentu yakin bahwa si pengirim adalah orang yang sesungguhnya. Orang lain yang secara sengaja mengetahui kunci enkripsi si pengirim mungkin saja akan mencoba mengirimkan dokumen atas nama orang lain.

2) Enkripsi Asimetris

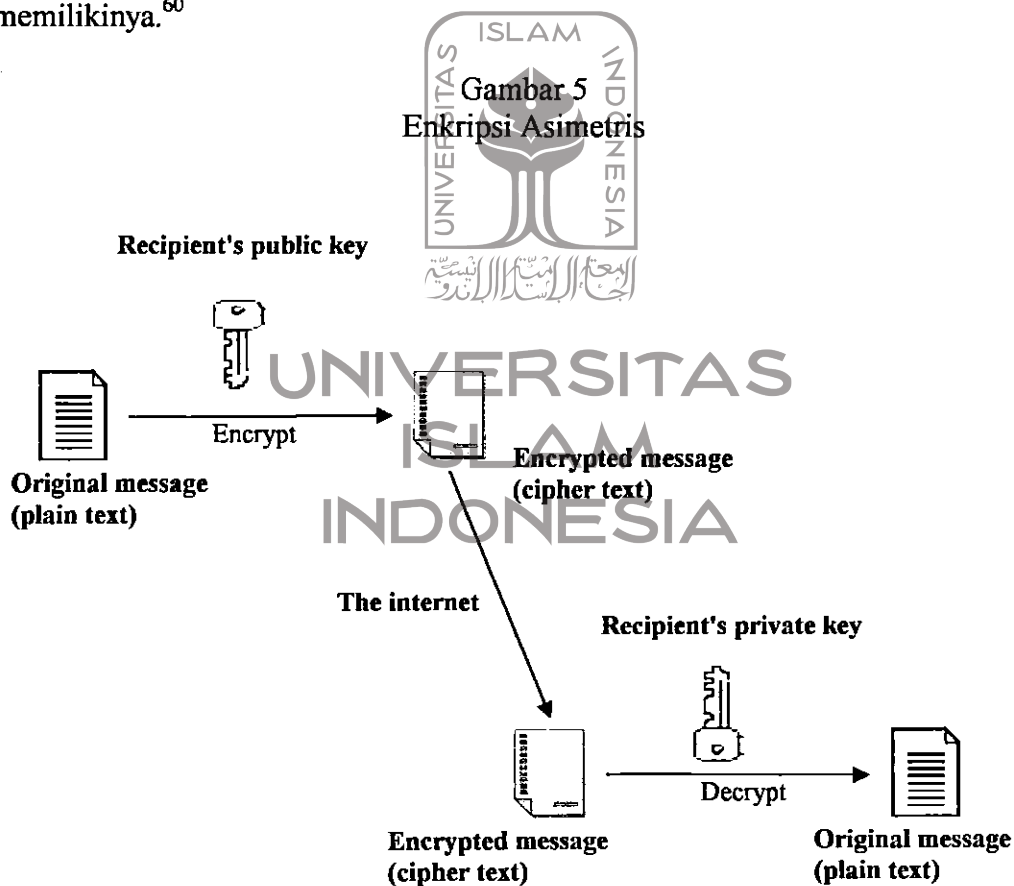
Pada pertengahan tahun 70-an Whitfield Diffie dan Martin Hellman menemukan teknik enkripsi asimetris yang merevolusi dunia kriptografi. Kunci asimetris adalah pasangan kunci-kunci kriptografi yang salah satunya dipergunakan untuk proses enkripsi dan yang satu lagi untuk dekripsi.⁵⁹

Jika teknik kriptografi menggunakan kunci simetris, memakai kunci yang sama untuk melakukan proses enkripsi dan dekripsi, maka teknik kriptografi menggunakan kunci asimetris memerlukan sepasang kunci untuk enkripsi dan dekripsi. Pesan yang dienkrif menggunakan sebuah kunci hanya bisa dibuka menggunakan kunci pasangannya. Pesan tersebut tidak bisa dibuka menggunakan kunci yang sama.

⁵⁸ Indrajit, *E-Commerce*, hal. 127.

⁵⁹ Ustadiyanto, *Framework e-Commerce*, hal. 94.

Kunci yang pertama disebut kunci publik dan kunci pasangannya disebut kunci privat. Jadi sebuah pesan yang dienkrip menggunakan kunci publik hanya bisa dibuka menggunakan kunci privat, dan demikian pula sebaliknya. Proses enkripsi atau dekripsi tersebut hanya bisa dilakukan menggunakan pasangan kunci yang tepat, jika pasangan kuncinya salah, maka proses enkripsi atau dekripsi akan gagal. Kunci publik dapat diketahui oleh semua orang sedangkan kunci privat hanya boleh diketahui oleh satu orang saja, yaitu orang yang berhak memilikinya.⁶⁰



Sumber: Kosiur, *Understanding Electronic Commerce.*, hal. 71.

⁶⁰ *Ibid.*, hal. 70-71.

Dengan adanya sistem ini, kekurangan-kekurangan pada enkripsi simetris dapat teratasi, yaitu:⁶¹

- Algoritma pemetaan bekerja berdasarkan pasangan kunci sehingga walaupun seseorang memiliki salah satu kunci yang sama, namun jika pasangan kuncinya berbeda, kunci tersebut tidak akan dapat dipergunakan untuk mendekripsikan pesan orang lain; dan
- Dengan sendirinya problem autentifikasi akan terselesaikan karena yang bersangkutan pasti akan menggunakan kunci yang benar (bukan kunci orang lain) agar dapat dibaca oleh mereka yang memiliki pasangan kuncinya.

Kelemahan sistem ini hanya pada implementasinya yang secara teknis memakan waktu cukup lama untuk melakukan pengkodean dengan kunci publik.

3) Fungsi *Hash* Satu Arah

Sekarang coba perhatikan ilustrasi berikut ini. Misalkan A mengirimkan perintah pembayaran kepada bank untuk membayarkan sejumlah Rp. 200.000,- kepada B. Pesan tersebut di tengah jalan berhasil dibobol oleh C yang entah bagaimana caranya berhasil mendapatkan pesan aslinya. Kemudian C mengubah isi pesan pembayaran tersebut menjadi Rp. 2.000.000,-. Pihak bank tidak akan tahu bahwa pesan telah diubah selama perjalanan. Untuk itulah perlu ada suatu mekanisme agar pihak yang menerima pesan dapat yakin bahwa pesan tersebut tidak mengalami perubahan selama perjalanan, baik perubahan karena ada pihak

⁶¹ Indrajit, *E-Commerce*, hal. 128-129.

tertentu yang mengubahnya maupun perubahan karena adanya kesalahan transmisi.

Masalah tersebut bisa diatasi menggunakan fungsi *hash* satu arah (*one way hash function*), yang terkadang disebut juga *message digest* atau penyandian searah. Sebuah pesan yang besarnya bervariasi yang akan menjadi input bagi fungsi *hash* satu arah, disebut *pre-image*, kemudian hasilnya adalah suatu nilai yang panjangnya tetap dan disebut nilai *hash* (*hash-value*), sidik jari (*fingerprint*), atau *hash*.

Bagaimanakah fungsi *hash* satu arah ini bisa memecahkan masalah tadi? Misalkan A ingin mengirimkan sebuah pesan kepada B. Pertama-tama A mendapatkan nilai *hash* dari pesan yang akan dikirimkannya tersebut. Kemudian pesan bersama nilai *hash* tersebut dikirimkan kepada B. Ketika B menerima pesan tersebut, dia membuat suatu nilai *hash* yang baru dari pesan yang dikirimkan A, kemudian B membandingkan nilai *hash* yang baru dia buat dengan nilai *hash* yang dikirimkan oleh A. Jika nilai *hash* tersebut sama, maka B dapat yakin bahwa pesan A tersebut tidak mengalami perubahan selama perjalanan.

Gambar 6
Fungsi Hash



Sumber: Ustadiyanto, *Framework e-Commerce.*, hal. 96.

Fungsi *hash* satu arah ini berangkat dari asumsi bahwa hampir tidak ada dua *preimage* yang mempunyai nilai *hash* yang sama, atau bisa dibilang sangat

kecil kemungkinannya. Dan asumsi berikutnya adalah sangat sulit atau hampir tidak mungkin untuk mendapatkan *pre-image* dari suatu nilai hash.

Fungsi *hash* untuk membuat sidik jari tersebut dapat diketahui oleh siapapun dan dapat dipakai oleh siapapun. Algoritmanya terbuka sehingga bisa diimplementasikan oleh siapapun.⁶²

4) Tanda Tangan Digital

Apabila kita menulis sebuah surat, biasanya kita menandatangani surat tersebut. Kita melakukan itu dengan tujuan untuk menunjukkan bahwa surat itu otentik, surat itu memang buatan kita. Tanda tangan digital juga bertujuan sama dengan tanda tangan biasa, bedanya proses penandatanganannya juga bersifat digital.⁶³

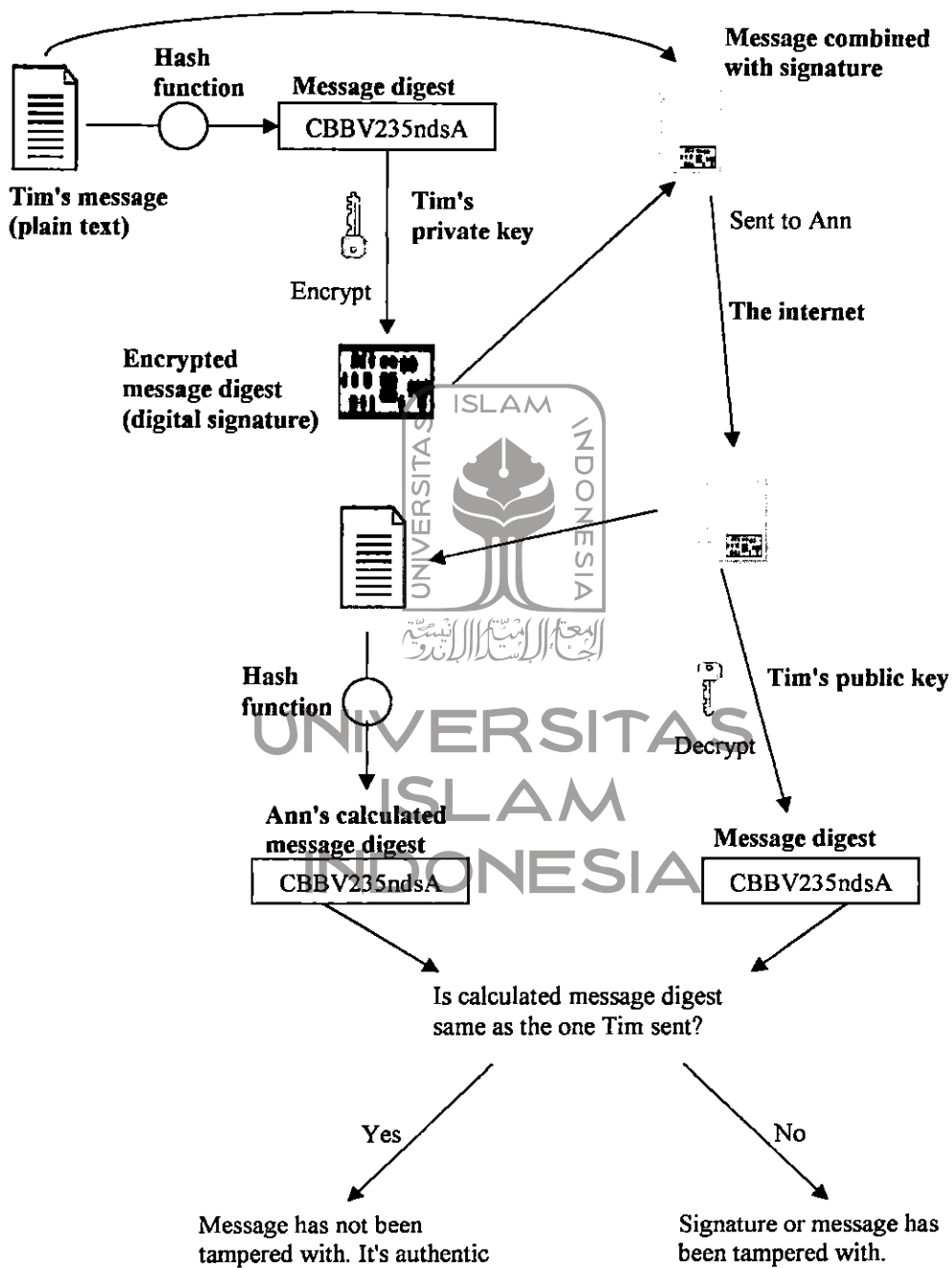
Tanda tangan digital menggunakan gabungan dua teknik kriptografi yaitu fungsi *hash* satu arah dan kriptografi asimetris. Dokumen yang akan ditandatangani pertama-tama dibuatkan *digest*-nya, setelah itu *digest* tersebut dienkripsi dengan teknik kriptografi asimetris menggunakan kunci privat, hasilnya adalah tanda tangan digital. Dokumen asli dan tanda tangan digital kemudian dikirim secara bersamaan.⁶⁴

⁶² Dwinanda Prayudi, *Analisa Protokol Pembayaran Antara Cardholder Dan Merchant Pada Protokol Secure Electronic Transaction Serta Implementasi Object Library Pendukungnya*, Skripsi, (Depok: Universitas Indonesia, 1999), hal. 8-9. <http://www.geocities.com/amwibowo/resource.html> accessed Mei 29, 2003.

⁶³ Kosiur, *Understanding Electronic Commerce.*, hal. 73.

⁶⁴ *Ibid.*

Gambar 7
Tanda Tangan Digital



Sumber: Kosiur, *Understanding Electronic Commerce.*, hal. 74.

Dokumen dan tanda tangan digital yang diterima kemudian diverifikasi. Tanda tangan digital yang diterima mula-mula didekripsi menggunakan kunci publik yang diasumsikan sebelumnya sudah dimiliki si penerima. Hasil dari dekripsi tersebut adalah *digest*, kita sebut saja D1 (*digest* yang diperoleh dari tanda tangan digital). Langkah selanjutnya adalah membuat *digest* dari dokumen yang kita terima, hasilnya kita sebut saja D2 (*digest* yang diperoleh dari dokumen). Langkah terakhir kita bandingkan D1 dan D2, keduanya harus sama. Jika keduanya sama, berarti:⁶⁵

- a) Dokumen yang diterima terbukti otentik. Jika tanda tangan digital yang diterima bisa didekripsi dengan kunci publik pengirim, pasti sebelumnya telah dienkripsi menggunakan kunci privat pengirim dan kunci privat tersebut hanya dimiliki oleh si pengirim.
- b) Dokumen yang diterima terbukti isinya tidak diubah di tengah jalan pada waktu dikirimkan. Jika dokumen tersebut diubah di tengah jalan, D1 dan D2 tidak akan sama.

Salah satu fungsi dari tanda tangan digital adalah memungkinkan penerima informasi untuk menguji terlebih dahulu keaslian informasi yang didapat dan juga untuk meyakinkan bahwa data yang diterimanya itu dalam keadaan utuh.⁶⁶

⁶⁵ Indrajit, *E-Commerce*, hal. 132.

⁶⁶ Onno W. Purbo dan Aang Arif Wahyudi, *Mengenal e-Commerce*, hal. 35.

5) Amplop Digital

Amplop digital memiliki tujuan yang sama seperti amplop biasa, yaitu isi amplop hanya bisa dibaca oleh penerima yang sah. Secara digital, proses pengamplopan ini adalah: data yang mau dikirimkan dienkripsi menggunakan kunci simetris yang dibuat secara acak; kemudian kunci simetris ini juga dienkripsi menggunakan kunci publik si penerima. Data yang mau dikirimkan tersebut bisa dikatakan teramplop karena hanya bisa dibaca oleh si penerima, yang bisa membuka amplopnya hanya dengan kunci privat si penerima dan ini hanya dimiliki oleh si penerima.

Data yang mau dikirimkan perlu dienkripsi dengan kunci simetris terlebih dahulu, tidak langsung dienkripsi dengan kunci publik si penerima, hal ini untuk menghemat waktu komputasi, waktu komputasi untuk enkripsi dengan kunci publik/privat jauh lebih lama daripada enkripsi dengan kunci simetris, apalagi jika ukuran datanya besar. Pada protokol SET, amplop digital berfungsi untuk menjamin kerahasiaan pesan.⁶⁷

6) Sertifikat Digital

Dalam sebuah transaksi jual beli yang dilakukan melalui internet di mana kedua belah pihak tidak saling bertemu, harus ada suatu mekanisme tertentu yang menjamin identitas kedua pihak tersebut. Tidak ada pihak yang mau ditipu,

⁶⁷ I. Arif Priharsanta, *Implementasi Prototipe Proses Otorisasi Kartu Pembayaran Antara Merchant Dan Payment Gateway Pada Protokol Secure Electronic Transaction*, Skripsi, (Depok: Universitas Indonesia, 1999), hal. 10-11. <http://www.geocities.com/amwibowo/resource.html> accessed Juni 29, 2003.

bertransaksi dengan orang yang menyamar jadi orang lain atau dengan orang yang tidak memiliki sesuatu yang dapat ditransaksikan, namun hanya berpura-pura.

Sertifikat digital adalah informasi mengenai identitas pemilik sertifikat yang ditandatangani secara digital oleh sebuah badan independen yang menjamin bahwa si pemilik sertifikat layak untuk ikut dalam transaksi jual beli tersebut. Sertifikat digital dikeluarkan dan dikelola oleh pihak ketiga yang terpercaya seperti VeriSign, Mountain View, Thawte dan sebagainya. Badan independen ini selanjutnya kita sebut *Certification Authority* (CA). Termasuk dalam informasi yang terdapat dalam sertifikat digital adalah kunci publik, sehingga sertifikat digital ini juga merupakan mekanisme pertukaran kunci publik.⁶⁸

Untuk mengatasi masalah keamanan pendistribusian kunci publik, maka kunci publik itu 'direkatkan' pada sertifikat digital. Sertifikat digital selain berisi kunci publik juga berisi informasi lengkap mengenai jati diri pemilik kunci tersebut, sebagaimana layaknya KTP, seperti nomor seri, nama pemilik, kode negara/perusahaan, masa berlaku dan sebagainya. Dengan menggunakan kunci publik dari sertifikat digital, pemeriksa tanda tangan dapat merasa yakin bahwa kunci publik itu memang berkorelasi dengan seseorang yang namanya tercantum dalam sertifikat digital itu.⁶⁹

CA tidak hanya menerbitkan sertifikat saja, namun juga memeriksa apakah suatu sertifikat digital masih berlaku atau tidak. CA selain memiliki daftar sertifikat digital yang telah diterbitkannya, juga memiliki apa yang disebut dengan

⁶⁸ Kosiur, *Understanding Electronic Commerce.*, hal. 75-76.

⁶⁹ Arrianto Mukti Wibowo, *Tanda tangan digital & sertifikat digital: Apa itu?*, <http://www.geocities.com/amwibowo/resource/sertifik/sertifik.html> accessed Juni 16, 2003.

daftar sertifikat yang dibatalkan (*certificate revocation list*). Daftar sertifikat terbatalan (DSB) itu berisi sertifikat-sertifikat apa saja yang sudah tidak berlaku lagi karena tercuri, hilang atau ada perubahan identitas (misalnya perubahan alamat surat elektronik dan alamat rumah). Setiap kali ada pihak yang ingin memeriksa sertifikat digital, ia dapat menghubungi otoritas sertifikat secara *online* untuk memastikan bahwa sertifikat yang diterimanya masih berlaku. Jika semakin banyak sertifikat yang dibatalkan, tentu otoritas sertifikat akan terbebani dan akan memperlambat proses pemeriksaan sertifikat digital yang ingin diuji keabsahannya. Oleh karena itu, dalam sertifikat digital terdapat tanggal kadaluarsa. Sertifikat digital yang sudah melampaui tanggal kadaluarsa akan dihapus dari dalam DSB, karena tidak ada pihak manapun yang akan mau memeriksa sertifikat digital yang sudah kadaluarsa.⁷⁰

Pada CA, terdapat hirarki kedudukan di antara mereka. Sebuah CA dapat memiliki sertifikat yang ditandatangani oleh CA di tingkat atasnya, demikian pula CA di tingkat atasnya tersebut dapat memiliki sertifikat yang ditandatangani oleh CA di tingkat lebih atasnya lagi, begitu seterusnya sampai *Root CA*. Sertifikat milik *Root CA* ditandatangani oleh dirinya sendiri. Karena tingkatan sertifikat itu identik dengan tingkatan kunci publik, maka *Root CA* sering disebut *Root Key*.⁷¹

Untuk melihat apakah sebuah *website* yang menyediakan transaksi *online* belum atau telah memiliki sertifikat digital dapat dilihat dengan:

⁷⁰ Kosiur, *Understanding Electronic Commerce*, hal. 77.

⁷¹ Ustadiyanto, *Framework e-Commerce*, hal. 99.

- Jika menggunakan *browser* Internet Explorer, klik **File** lalu klik **Properties**. Kemudian klik pada dialog box **Certificates**. Nanti akan muncul sertifikat digital apabila ia memilikinya.
- Jika menggunakan *browser* Netscape, klik tanda **Security** pada Standard Buttons, kemudian pada dialog box pilih Certificates.

2. SSL (*Secure Sockets Layer*)

Seperti telah diketahui, *e-commerce* banyak menggunakan teknologi internet. Dan salah satu standar yang digunakan dan umum dipakai adalah standar TCP/IP dengan menggunakan socket. HTTP (*HyperText Transfer Protocol*) merupakan aplikasi level protokol yang tidak aman (*unsecure application level protocol*), yang terletak di atas TCP/IP.⁷² Karena itu, perlu ditambahkan transport protokol di atas TCP/IP tersebut untuk menyediakan pelayanan komunikasi yang aman, handal, dan sah melalui pemanfaatan teknologi kriptografi. Dan *Netscape Communication Corporation* mengusulkan sistem pengamanan dengan menggunakan SSL.⁷³

Kegunaan secara umum SSL adalah untuk mengamankan komunikasi *web* HTTP antara *browser* dengan *web server*. HTTP yang telah aman ini disebut juga HTTPS (HTTP over SSL).⁷⁴ Pada *website* yang telah menjalankan SSL, alamat

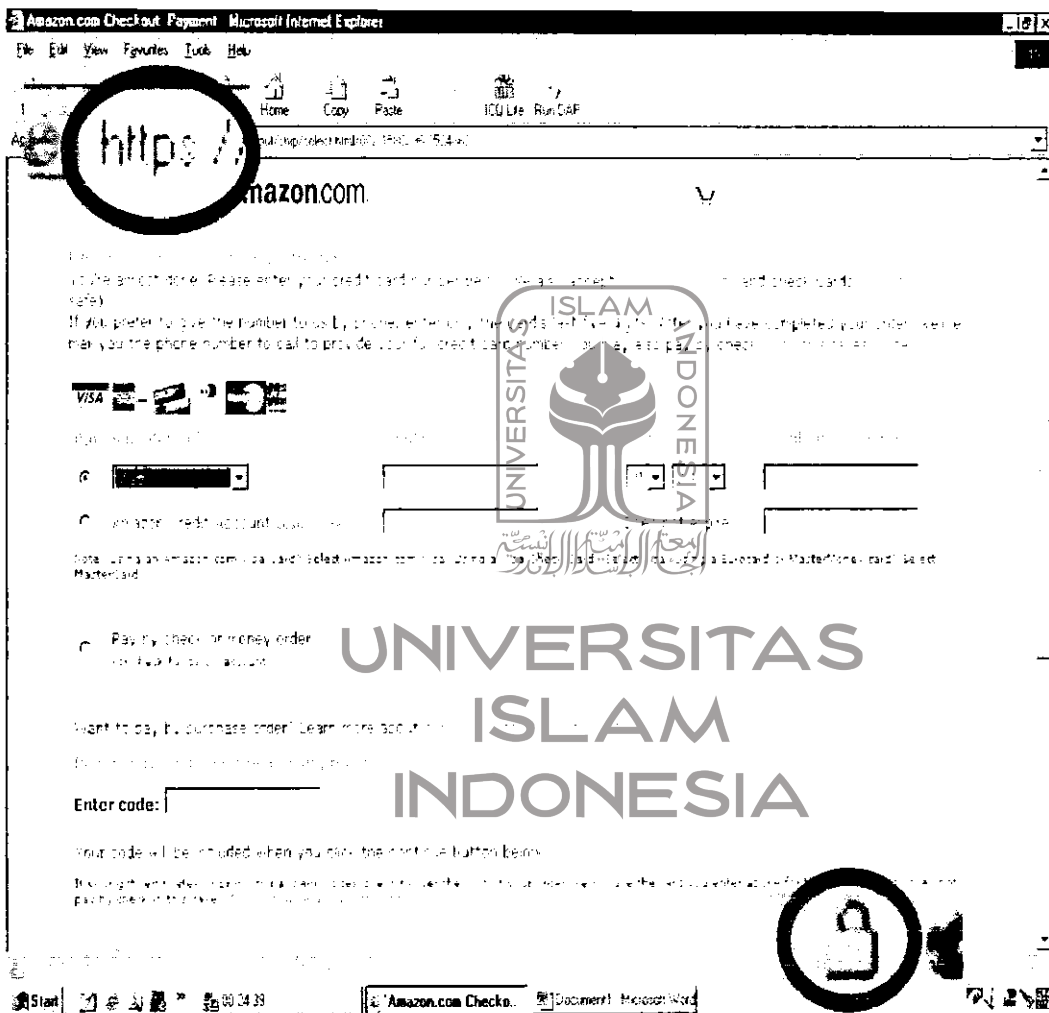
⁷² Onno W. Purbo dan Aang Arif Wahyudi, *Mengenal e-Commerce.*, hal. 85.

⁷³ Implementasi ini sudah ada yang *open source* dan dapat dilihat pada <http://www.openssl.org> dan <http://www.modssl.org>

⁷⁴ Kosiur, *Understanding Electronic Commerce.*, hal. 84.

pada *browser* tidak menampilkan *http://...*, melainkan *https://...* dan terlihat tanda "gembok" pada pojok kanan bawah.

Gambar 8
Contoh *web* menggunakan SSL



Sumber: <http://www.amazon.com> accessed September 15, 2003.

SSL adalah suatu protokol komunikasi pada internet yang menyediakan fasilitas keamanan seperti kerahasiaan, keutuhan dan keabsahan. Protokol ini bebas dipergunakan siapa saja, bahkan didukung oleh dua *browser* utama, yaitu Netscape Navigator dan Microsoft Internet Explorer. SSL juga tidak

mengkhususkan diri untuk hanya mendukung protokol tertentu – seperti HTTP misalnya, karenanya SSL menggunakan *port* 443 untuk berhubungan dengan pelayan internet yang juga memiliki fasilitas SSL. Lapisan aplikasi di atasnya dapat memanfaatkan kunci yang telah dinegosiasikan oleh SSL. SSL dirancang agar fasilitas keamanan pada aplikasi yang memanfaatkan SSL tidak merepotkan pemakainya. Dengan memanfaatkan SSL, aplikasi internet dapat melakukan komunikasi yang aman melalui fasilitas yang disediakan oleh SSL.⁷⁵

- a. Kerahasiaan pesan, sehingga tidak bisa dibaca oleh pihak yang tidak diinginkan
- b. Keutuhan pesan, sehingga tidak bisa diubah-ubah di tengah jalan
- c. Keabsahan, sehingga meyakinkan pihak-pihak yang berkomunikasi mengenai keabsahan pesan dan keabsahan jati diri lawan bicaranya.

Dengan menggunakan SSL 128 bit RC4 untuk menembus keamanan ini dibutuhkan triliyun milyar tahun dengan 120 komputer jalan paralel. Besar kecilnya kemungkinan untuk membobol informasi yang dienkripsi menggunakan RC4 yang dipakai di SSL tergantung pada jumlah bit yang digunakan.

Tabel 1
Jaminan Waktu pada RC4

Panjang kunci RC4	Jaminan waktu untuk menemukan kunci
40 bit	15 hari
56 bit	2.691,49 tahun
64 bit	689.021,57 tahun
128 bit	12.710.204.652.610.000.000.000.000 tahun

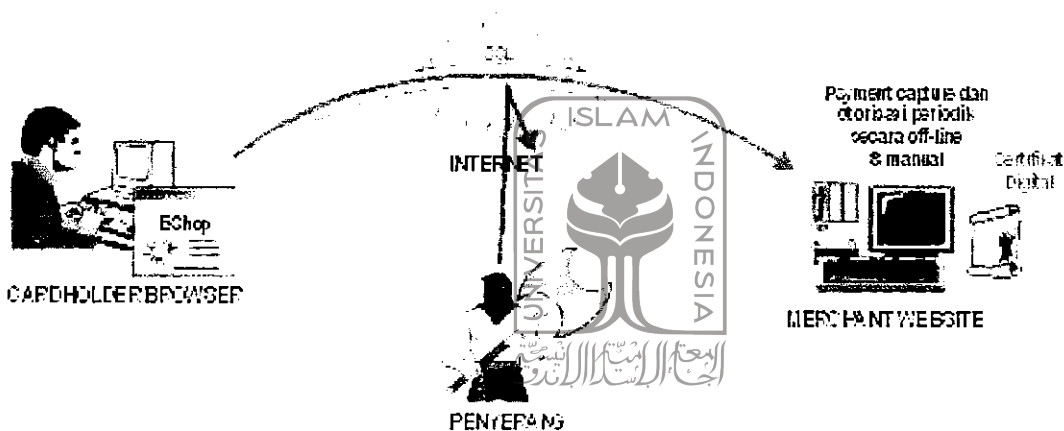
Sumber: Ustadiyanto, *Framework e-Commerce.*, hal. 157.

⁷⁵ Wibowo, *Studi Perbandingan Sistem-sistem Perdagangan di Internet dan Desain Protokol Cek Bilyet Digital*, <http://www.geocities.com/amwibowo/resource/komparasi/bab4.html> accessed Juni 18, 2003.

Pada dasarnya, yang dilakukan oleh protokol SSL ini adalah membuat sebuah pipa antara *browser* dengan *website merchant*, sehingga *attacker* (penyerang) tidak dapat menyadap informasi apapun yang mengalir pada pipa tersebut.

Gambar 9
Secure Sockets Layer (SSL)

SECURE SOCKET LAYER DENGAN SERTIFIKAT DIGITAL



Sumber: <http://www.geocities.com/amwibowo/resource/komparasi.html> accessed Juni 18, 2003.

SSL bukan tanpa kelemahan, sebuah *website merchant* dengan fasilitas SSL, jika tidak menggunakan sertifikat digital, masih rentan terhadap *web-spoofing*, artinya penyerang masih bisa menyadap bahkan mengubah-ubah informasi pada pipa tersebut. Hal ini dilakukan penyerang dengan cara mempertukarkan kunci publik pengirim dengan kunci publik penyerang, serta menukarkan pula kunci penerima dengan kunci publik penyerang. Penyerang akhirnya berkuasa penuh pada saluran SSL tersebut, sehingga informasi bisa tercuri.

Guna meningkatkan pengamanan, maka pihak-pihak yang menggunakan SSL (atau salah satu, biasanya *website merchant*) membungkus kunci publik

mereka ke dalam sertifikat digital. Protokol SSL selain menggunakan kunci publik, juga menggunakan kunci simetris untuk membungkus data sesungguhnya. Cara ini jauh lebih aman, karena *man-in-the-middle-attack* tidak bisa dilakukan lagi, sebab setting pada *browser* memeriksa secara otomatis sertifikat digital dari *website merchant*.⁷⁶

3. SET (*Secure Electronic Transaction*)

Pada skenario di atas, *merchant*, pada sistem pembayaran *online*, tetap mendapatkan seluruh informasi kartu kredit pemegang kartu. Kalau pemegang kartu sering menggunakan kartu kreditnya di internet, rasanya tidak aman kalau membiarkan informasi kartu kredit miliknya diketahui semua *merchant* yang pernah didatanginya. Oleh karena itu, dua raksasa kartu kredit dunia, Visa dan MasterCard, bekerja sama membuat suatu standar pembayaran pada saluran internet, yang diberi nama *Secure Electronic Transaction* (SET).⁷⁷ Kini, sebagian besar penyedia jasa pelayanan pembayaran di internet telah setuju untuk mengikuti standar SET. Menurut spesifikasi SET, ada beberapa kebutuhan bisnis yang perlu ditangani:⁷⁸

- a. Keamanan pengiriman informasi pemesanan dan pembayaran.
- b. Integritas data dalam setiap transaksi.

⁷⁶ Ustadiyanto, *Framework e-Commerce*, hal. 316.

⁷⁷ *Ibid*.

⁷⁸ Lebih lanjut lihat <http://www.setco.org> accessed Mei 30, 2003.

- c. Otentikasi bahwa seorang konsumen adalah seorang pemegang kartu (*cardholder*) yang valid pada suatu perusahaan penyelenggara pembayaran tertentu (misalnya: Visa atau MasterCard).
- d. Otentikasi bahwa seorang pedagang memang benar-benar bisa menerima jenis pembayaran tersebut.
- e. Menyediakan suatu sistem pembayaran yang tidak terikat kepada suatu protokol perangkat keras atau perangkat lunak tertentu, dengan kata lain dapat bekerja dengan berbagai macam perangkat lunak dan berbagai penyedia jasa.

Dalam skema SET, pihak-pihak yang terlibat adalah:⁷⁹

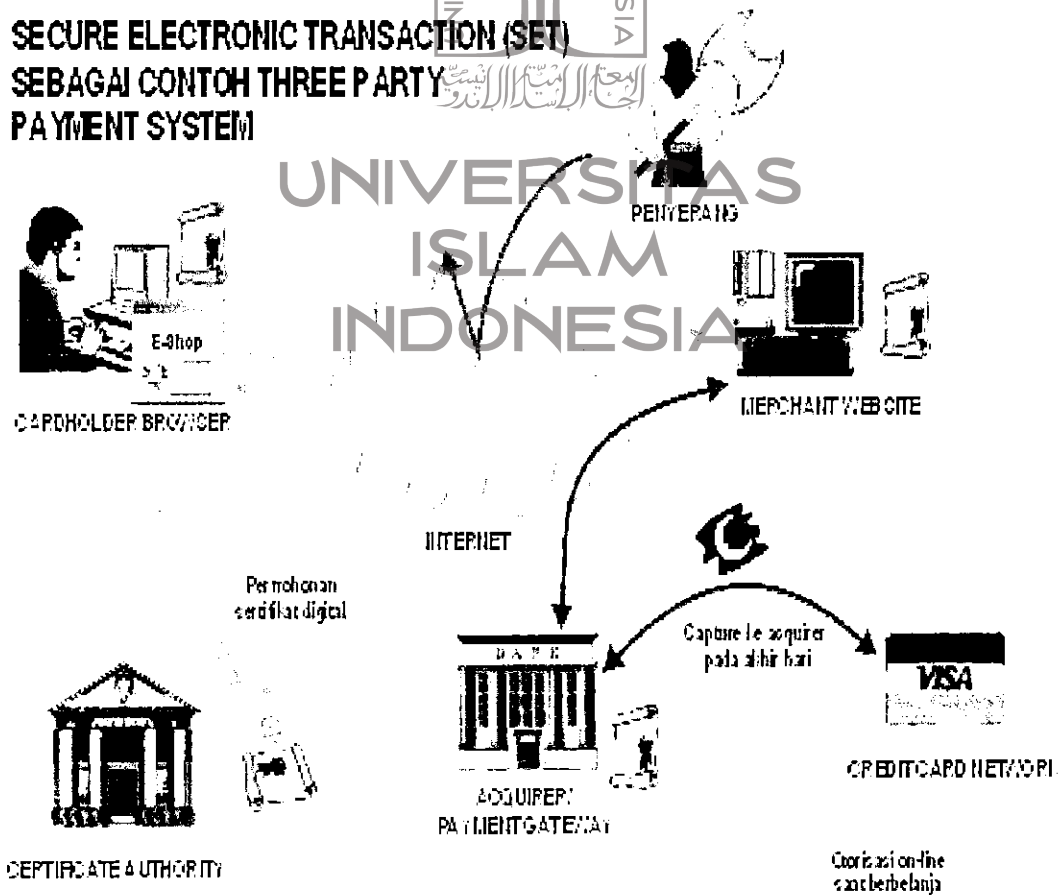
- *Cardholder*, yaitu konsumen yang menggunakan kartu pembayaran resmi yang dijamin oleh suatu *issuer* untuk transaksi jual beli di internet;
- *Issuer*, yaitu institusi keuangan/bank yang mengeluarkan kartu pembayaran bagi *cardholder* dan melakukan otorisasi terhadap kartu tersebut ketika digunakan untuk berbelanja di internet;
- *Merchant*, yaitu pedagang yang menjual dagangannya melalui internet dan dijamin oleh suatu *acquirer* dalam melakukan transaksi pembayarannya lewat internet;
- *Acquirer*, yaitu institusi keuangan/bank yang menjamin *merchant* untuk berdagang dan melakukan otorisasi terhadap pembayaran dalam setiap transaksi dagang di internet;

⁷⁹ Onno W. Purbo dan Aang Arif Wahyudi, *Mengenal e-Commerce.*, hal. 101-102.

- *Payment Gateway*, yaitu suatu alat yang biasanya dioperasikan oleh *acquirer* (bisa juga oleh pihak ketiga lain) yang berfungsi untuk memproses instruksi pembayaran, menghubungkan antara *acquirer* dan *issuer*;
- *Certification Authority*, yaitu komponen infrastruktur yang menandai *public key* milik *cardholder*, *merchant*, dan atau *acquirer* maupun *payment gateway* mereka;
- *Brand*, yaitu institusi di atas *issuer* dan *acquirer*, merupakan pemilik merk dari produk sistem pembayaran yang digunakan oleh *issuer* dan *acquirer*.

Gambar 10
Secure Electronic Transaction (SET)

SECURE ELECTRONIC TRANSACTION (SET)
SEBAGAI CONTOH THREE PARTY
PAYMENT SYSTEM



Sumber: <http://www.geocities.com/amwibowo/resource/komparasi/bab5.html> accessed Juni 18, 2003.

Pada skenario SET, pihak-pihak yang bertransaksi via internet menggunakan sertifikat digital yang dibuat oleh *Certification Authority (CA)*. Masing-masing akan memberikan informasi jati dirinya kepada CA yang akan memeriksa keasliannya, sebelum menyerahkan sertifikat digital. Sebagai contoh, CA akan mengecek ke *issuer*, apakah nama, nomor kartu kredit, *expiry date*, dan alamat pemegang kartu yang memohon dibuatkan sertifikat digital itu sah (*authentic*). CA kemudian membuatkan sertifikat digital berisi informasi jati diri dan kunci publik pemegang kartu, berikut informasi kartu kredit yang "disembunyikan". Dengan memiliki sertifikat digital, seolah-olah mereka memiliki KTP digital yang tidak bisa disalahgunakan.

Saat pemegang kartu kredit akan membayar belanjanya di *website merchant*, pemegang kartu akan memasukkan "surat perintah pembayaran" dan informasi kartu kreditnya ke dalam sebuah amplop digital yang hanya bisa dibuka oleh *payment gateway*. Amplop tersebut beserta "surat pemesanan barang" dikirim ke *merchant*. *Merchant* akan memproses "surat pemesanan barang" serta mengirimkan amplop digital tersebut kepada *payment gateway* yang akan melakukan otorisasi. *Payment gateway* kemudian membuka amplop tersebut, melakukan otorisasi dan jika disetujui akan mengirimkan kode otorisasi kepada *merchant*. *Merchant* kemudian akan mengirimkan barangnya kepada pemegang kartu. Pada akhir hari, *merchant* akan melakukan proses *capture* melalui *acquirer*.

Seluruh pihak yang melakukan pertukaran informasi via internet melakukan pengamanan transaksi dengan menggunakan teknologi kriptografi kunci publik, kunci simetris, dan fungsi *hash*. Hampir semua pesan yang

dipertukarkan juga menggunakan tanda tangan digital. Penggunaan teknologi kriptografi yang sangat ekstensif ini menyebabkan transaksi SET sangat aman.⁸⁰

Banyak *developer* yang sudah menyatakan dukungannya terhadap SET bagi produk-produk penunjang sistem perdagangan internet mereka, seperti Microsoft, IBM, Netscape, SAIC, GTE, Open Market, CyberCash, Terisa Systems dan VeriSign. Bahkan kini perusahaan penyelenggara *charge card* seperti American Express, akhirnya menyatakan dukungannya untuk SET.⁸¹



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

⁸⁰ Ustadiyanto, *Framework e-Commerce.*, hal. 317-318.

⁸¹ Iman Budi Setiawan, *Smartwallet – Java Wallet Berbasis Smartcard Dan Protokol Set*, Skripsi, (Depok: Universitas Indonesia, 1999), hal. 14.
<http://www.geocities.com/amwibowo/resource.html> accessed Mei 29, 2003.

BAB III

TRANSAKSI *AS-SALAM*

A. Landasan Syariah Transaksi *as-Salam*

As-salam atau disebut juga *as-salaf*¹ merupakan istilah dalam bahasa Arab yang mengandung makna penyerahan. Secara sederhana transaksi *as-salam* merupakan pembelian barang yang diserahkan dikemudian hari, sedangkan pembayaran dilakukan dimuka. Para ahli fiqh berbeda pendapat dalam mendefinisikan transaksi *as-salam*. Perbedaan ini didasari oleh perbedaan persyaratan yang dikemukakan oleh masing-masing mereka.

Al-Bahūtī² mendefinisikan *as-salam* sebagai transaksi atas sesuatu yang masih berada dalam tanggungan dengan kriteria-kriteria tertentu dan diserahkan kemudian dengan pembayaran harga di tempat kontrak. Atau secara lebih ringkas disebutkan jual beli yang ditangguhkan dengan harga disegerakan.

An-Nawāwī,³ mengemukakan bahwa *as-salam* merupakan transaksi atas sesuatu yang masih berada dalam tanggungan dengan kriteria-kriteria tertentu dan pembayaran dilakukan segera. Dalam definisi tadi tidak disebutkan bahwa sesuatu

¹ Istilah *as-salam* biasa digunakan oleh orang-orang Hijāz, sedang *as-salaf* digunakan oleh orang-orang Irak. Dikutip oleh al-Bahūtī dari al-Māwardī dalam Manṣūr ibn Yūnus ibn Idrīs al-Bahūtī, *Kasysyāf al-Qinā'*, (Beirūt: Dār al-Fikr, 1402H), III : 288.

² Transaksi *as-salam* adalah: "عقد على موصوف في الذمة مؤجل بثمن مقبوض في مجلس العقد". *Ibid*, hal. 288-289.

³ Dalam *Raudah at-Ṭālibīn* dikatakan: "عقد على موصوف في الذمة بيدل يعطى عاجلا". An-Nawāwī, *Raudah at-Ṭālibīn*, cet. 2 (Beirūt: Al-Maktab al-Islāmī, 1405H), IV : 3.

yang berada dalam tanggungan tersebut diserahkan kemudian, karena menurutnya transaksi *as-salam* juga boleh dengan penyerahan barang segera.

Menurut al-Qurṭubī,⁴ *as-salam* merupakan transaksi jual beli atas sesuatu yang diketahui dan masih berada dalam tanggungan dengan kriteria-kriteria tertentu dan diserahkan kemudian dengan pembayaran harga segera/tunai atau dihukumkan sama dengan segera/tunai. Dalam hal ini mereka membolehkan pembayaran harga ditangguhkan dua atau tiga hari, karena hal itu dihukumkan sama dengan segera/tunai.

Dari berbagai perbedaan definisi yang disebutkan nampak ada beberapa poin yang disepakati. *Pertama*, disebutkan bahwa *as-salam* merupakan suatu transaksi dan sebagian menyebutnya sebagai transaksi jual beli. *Kedua*, adanya keharusan menyebutkan kriteria-kriteria untuk sesuatu yang dijadikan obyek transaksi/*al-muslim fih*. *Ketiga*, obyek transaksi/*al-muslim fih* harus berada dalam tanggungan.

As-salam dibolehkan berdasarkan al-Qur'an dan as-Sunnah. Ibn 'Abbās berkata: "Saya bersaksi bahwa *salaf* yang dijamin untuk waktu tertentu, telah dihalalkan oleh Allah dalam Kitab-Nya dan diijinkan-Nya".⁵ Kemudian dia membaca firman Allah:

يَأْيِهَآ الذِينَ ؤمَنُوا إِذَآ تَدَايَنْتُمْ بَدِينِ إِلَىٰ أَجَلٍ مَّسْمُومٍ فَكُتِبَ لَهُ ...

⁴ Dikemukakan: "هو بيع معلوم في الذمة محصور بالصفة بعين حاضرة أو ما هو في حكمها إلى أجل معلوم". Al-Qurṭubī, *Al-Jāmi' li'ahkām al-Qur'an*, cet. 2 (Kairo: Dār asy-Sya'b, 1372H), III : 378.

⁵ Al-Qurṭubī, mengutip perkataan Ibn 'Abbās, menjelaskan bahwa ayat tersebut diturunkan berkaitan dengan *as-salam*. *Ibid*, III : 377; Lihat juga Muḥammad ibn Idrīs asy-Syāfi'ī, *Al-Um*, cet. 2 (Beirūt: Dār al-Ma'rifah, 1393H), III : 93-94.

Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya⁶

Ketika Rasulullah Saw tiba di Madinah, orang-orang sudah biasa melakukan pembayaran lebih dahulu (*salaf*) buat buah-buahan untuk jangka waktu setahun atau dua tahun. Kemudian beliau bersabda:

من أسلف في تمر فليسلف في كيل معلوم ووزن معلوم إلى أجل معلوم

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

Menurut penegasan Ibn al-Munzir, dikutip oleh Ibn Qudāmah, telah diperhatikan dari segenap ahli ilmu, mereka sama menerangkan bahwa transaksi *as-salam* itu boleh.⁸

Menurut pendapat kebanyakan ahli fiqh⁹ transaksi *as-salam* boleh namun bertentangan dengan *qiyās*. Hal ini merupakan suatu dispensasi untuk kemashalahatan dan kemudahan bagi manusia dari kaidah larangan memperjualbelikan sesuatu yang tidak ada yang diambil dari hadis " لا تبيع ما ليس عندك " ¹⁰.

⁶ Al-Baqarah (2) : 282.

⁷ Al-Bukhārī, *Ṣaḥīḥ al-Bukhārī*, cet. 3 (Beirūt: Dār Ibn Kaṣīr, 1987), II : 781; Imam Muslim, *Ṣaḥīḥ Muslim*, (Beirūt: Dār Iḥyā at-Turās al-Arabī, t.t.), III : 1226-1227.

⁸ Ibn Qudāmah al-Maqdisī, *Al-Mugnī*, cet. 1 (Beirūt: Dār al-Fikr, 1405H), IV : 185.

⁹ Lihat Nazīh Ḥammad, *‘Aqd as-Salam fī asy-Syarī‘ah al-Islāmiyyah*, cet. 1 (Beirūt: Ad-Dār asy-Syāmiyyah, 1993), hal. 12; Ibn Rusyd, *Bidāyah al-Mujtahid wa Nihāyah al-Muqtaṣid*, (Beirūt: Dār al-Fikr, t.t.), II : 152.

¹⁰ HR at-Turmuḏī; Lihat Abū ‘Īsā at-Turmuḏī, *Sunan at-Turmuḏī*, (Beirūt: Dār Iḥyā at-Turās al-Arabī, t.t.), III : 534.

Ibn Ḥazm, Ibn Taimiyyah dan Ibn Qayyim¹¹ berpendapat bahwa transaksi *as-salam* tidak bertentangan dengan *qiyās*, karena seperti halnya boleh menanggihkan harga, sebagai salah satu dari dua elemen yang diperjualbelikan, maka menanggihkan elemen yang lainnya juga boleh, yaitu menanggihkan barang pada transaksi *as-salam*. Adapun yang dilarang pada hadis tersebut adalah jual beli sesuatu yang bukan dalam tanggungan dan tidak bisa dihadirkan kriteria-kriterianya.

Terlepas dari perbedaan pendapat di atas, transaksi *as-salam* boleh sesuai dengan al-Qur'an dan as-Sunnah dan berlandaskan atas dasar, bahwa:

1. Di dalam transaksi *as-salam* terdapat unsur yang sejalan dengan upaya merealisasikan kemaslahatan perekonomian (*maṣlahah al-iqtisādiyyah*).
2. Transaksi *as-salam* merupakan *rukḥṣah* (suatu dispensasi atau sesuatu yang meringankan) bagi manusia.
3. Transaksi *as-salam* memberikan kemudahan kepada manusia.

B. Ketentuan Transaksi *as-Salam*

Transaksi *as-salam* merupakan bagian dari transaksi jual beli biasa.¹²

Hanya saja dalam transaksi *as-salam* terdapat persyaratan tambahan yang

¹¹ Lihat 'Alī ibn Aḥmad ibn Sa'īd ibn Ḥazm, *Al-Muḥallā*, (Beirūt: Dār al-Āfāq al-Jadīdah, t.t.), IX : 107; Aḥmad 'Abd al-Ḥalīm ibn Taimiyyah, *Kutub wa Rasā'il wa Fatāwā Ibn Taimiyyah fī al-Fiqh*, (Kairo: Maktabah Ibn Taimiyyah, t.t.), XX : 529; Ibn Qayyim, *I'lām al-Muwaqqi'in*, (Beirūt: Dār al-Jail, 1973), II : 19.

¹² Muḥammad 'Abd al-'Azīz Ḥasan Zaid, *At-Taṭbīq al-Mu'āṣir li'aqd as-Salam*, cet. 1 (Kairo: Al-Ma'had al-'Ālamī lil Fikr al-Islāmī, 1996), hal. 20.

menentukan validitas transaksi tersebut. Karena dalam transaksi *as-salam* produk yang dijadikan obyek transaksi tidak ada/tidak dapat dihadirkan pada saat transaksi terjadi. Penjual, dalam hal ini, hanya menyebutkan kriteria-kriteria tertentu pada produk yang akan dijual.

Dalam pembahasan ini diuraikan mengenai ketentuan-ketentuan dan unsur-unsur penting serta pihak-pihak yang terlibat dalam mekanisme transaksi *as-salam*. Seperti halnya jual beli biasa, transaksi *as-salam* memiliki unsur-unsur yang harus ada dan saling berhubungan ketika terjadinya suatu transaksi jual beli. Unsur-unsur yang dimaksudkan merupakan tiga unsur rukun¹³ – termasuk pihak-pihak yang terlibat - dalam transaksi *as-salam*, yaitu *pertama* tentang *ṣīgat* transaksi, *kedua* tentang pelaku transaksi, dan *ketiga* tentang obyek transaksi.

Ketiga unsur tersebut harus ada untuk terjadinya transaksi (*as-salam*). Tidak mungkin dapat dibayangkan terciptanya suatu transaksi apabila tidak ada orang yang melakukan transaksi. Tetapi adanya orang yang bertransaksi belum dengan sendirinya melahirkan transaksi, karena untuk terciptanya transaksi harus ada kehendak untuk melahirkan akibat hukum tertentu dari masing-masing pihak dan agar kehendak itu dapat diketahui oleh pihak lain sehingga bisa diberi persetujuan (kesepakatan) ia harus dinyatakan. Pernyataan kehendak masing-masing pihak yang bersepakat itu merupakan unsur yang membentuk transaksi dan dalam istilah fiqh disebut *ṣīgat* transaksi. Selanjutnya harus ada sesuatu yang

¹³ Tiga unsur rukun ini sesuai dengan yang dikemukakan kebanyakan ahli fiqh. Menurut ahli fiqh mazhab Hanafi rukun transaksi *as-salam* hanya *ijāb* dan *qabūl*. Perbedaan ini disebabkan perbedaan pengertian tentang definisi rukun. Lebih lanjut lihat Wahbah az-Zuhaylī, *Al-Fiqh al-Islāmī wa Adillatuh*, cet. 3 (Damaskus: Dār al-Fikr, 1989), IV : 347.

mengenai persetujuan dan kata sepakat itu diberikan, yaitu yang disebut obyek transaksi.

Masing-masing unsur yang membentuk transaksi di atas memerlukan ketentuan-ketentuan agar terbentuknya transaksi itu menjadi sempurna. Dalam istilah fiqh ketentuan-ketentuan dimaksud disebut syarat-syarat terbentuknya transaksi (*as-salam*). Ketentuan-ketentuan tersebut diuraikan di bawah ini sebagai berikut:

1. *Ṣīgat* transaksi

Ṣīgat adalah pernyataan *ijāb* dan *qabūl*.¹⁴ *Ijāb* adalah pernyataan yang keluar lebih dahulu dari salah seorang yang melakukan transaksi yang menunjukkan atas keinginan melakukan transaksi. Adapun *qabūl* adalah pernyataan yang terakhir dari pihak kedua yang menunjukkan atas kerelaannya menerima pernyataan pertama.¹⁵

Unsur utama dari transaksi *as-salam* adalah kerelaan kedua belah pihak, sama halnya dalam transaksi jual beli.¹⁶ Kerelaan yang terpendam dalam hati dapat dikukuhkan dengan *ṣīgat* (*ijāb* dan *qabūl*) sebagai manifestasinya.¹⁷ Hal ini menunjukkan bahwa *ijāb* dan *qabūl* merupakan unsur penting dalam melakukan transaksi *as-salam* selain dua unsur lainnya, yaitu subyek dan obyek transaksi.

¹⁴ *Ibid*, IV : 348.

¹⁵ Al-Būṭī, *Al-Buyū'*, hal. 34.

¹⁶ Lihat an-Nisā' (4) : 29.

¹⁷ Al-Būṭī, *Al-Buyū'*.

Tujuan yang terkandung dalam pernyataan *ijāb* dan *qabūl* harus jelas dan terdapat kesesuaian, sehingga dapat dipahami oleh masing-masing pihak. Selain itu pelaksanaan *ijāb* dan *qabūl* juga harus berhubungan langsung dalam suatu majelis. Apabila kedua belah pihak hadir dan saling bertemu dalam satu tempat untuk melaksanakan transaksi maka tempat tersebut adalah majelis akad. Adapun jika masing-masing pihak saling berjauhan maka majelis akad adalah tempat terjadinya pernyataan *qabūl*.¹⁸

Pernyataan *ijāb* dan *qabūl* dapat dilakukan dengan cara lisan, tulisan/surat menyurat, atau isyarat yang memberi pengertian dengan jelas tentang adanya *ijāb* dan *qabūl*, dan dapat juga berupa perbuatan yang telah menjadi kebiasaan dalam *ijāb* dan *qabūl*.¹⁹ An-Nawāwī mengutip perkataan al-Gazālī berpendapat bahwa transaksi jual beli dengan tulisan adalah sah dan berhak akan *khiyār* majelis selama masih berada di majelis terjadinya *qabūl*.²⁰ Al-Kāsānī berpendapat bahwa tulisan sama dengan ungkapan bagi orang yang tidak hadir, dan seakan-akan dia sendiri yang hadir.²¹

Dengan memperhatikan hal di atas, maka transaksi *as-salam* dapat dilakukan dengan segala macam pernyataan yang dapat dipahami maksudnya oleh

¹⁸ *Ibid*, hal. 36.

¹⁹ Ahmad Azhar Basyir, *Asas-Asas Hukum Muamalat (Hukum Perdata Islam)*, Edisi Revisi (Yogyakarta: UII Press, 2000), hal. 68; Lihat juga Ahmad ad-Dardūr, *Asy-Syarḥ al-Kabīr*, (Beirut: Dār al-Fikr, t.t.), III : 3.

²⁰ An-Nawāwī, *Al-Majmū'*, cet. 1 (Beirut: Dār al-Fikr, 1996), IX : 159.

²¹ 'Alā ad-Dīn al-Kāsānī, *Badāi' as-Ṣanā'i'*, cet. 2 (Beirut: Dār al-Kitāb al-'Arabī, 1982), V : 138.

kedua belah pihak yang melakukan transaksi, baik dalam bentuk perkataan, perbuatan, isyarat maupun dalam bentuk tulisan.

Terlihat jelas bahwa Islam memberikan keleluasaan bagi kita, sesuai dengan kondisi sosialnya, untuk berinteraksi dengan sesama, asalkan tidak melanggar beberapa aspek utama dalam syariah Islam, seperti tidak adanya keterpaksaan diantara kedua belah pihak yang dapat berupa implikasi dari adanya keterbukaan atau kejujuran dari masing-masing pihak dan juga dengan tidak mengesampingkan persoalan niat serta bukan merupakan transaksi dalam hal komoditi (barang dan jasa) yang terlarang dalam Islam.

Setiap transaksi akan selalu terkait dengan keadaan dan kondisi yang melingkupinya. Transaksi yang dilakukan di pasar-pasar tradisional akan berbeda dengan transaksi yang dilakukan di pasar-pasar swalayan. Begitu juga dalam hal perbedaan kuantitas produk yang diperdagangkan dan perbedaan resiko yang akan ditanggung. Pada transaksi yang dilakukan dalam bentuk yang lebih formal terikat dan mengandung risiko tinggi, demi kemaslahatan (kebaikan) diantara pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi tersebut Islam menganjurkan adanya administrasi dan saksi apabila melakukan suatu transaksi guna mewujudkan kelancaran dan keserasian dalam bermuamalah.²²

²² Lihat Al-Baqarah (2) : 282. Kalau dilihat dari historis turunnya ayat tersebut diturunkan berkaitan dengan permasalahan transaksi *as-salam* yang kemudian mencakup seluruh muamalah yang dilakukan tidak secara tunai sesuai dengan bunyi ayat tersebut; Lihat al-Qurtubī, *Al-Jāmi'*.

Ayat ini dapat diartikan bahwa seluruh perjanjian transaksi muamalah sebaiknya dituliskan, karena titik penekanan ayat tersebut adalah untuk menghindari adanya perselisihan dari salah satu pihak atau kedua belah pihak dan mewujudkan kemaslahatan dan keserasian, sementara tidak ada bukti yang akan menguatkan mengenai adanya perikatan atau perjanjian diantara mereka apabila tidak ada dokumen yang membuktikan kearah tersebut.

Afzalur Rahman menjelaskan bahwa umat Islam diingatkan untuk menuliskan semua kegiatan yang bersangkutan dengan pekerjaan mereka baik kecil atau besar, atau dengan jumlah banyak dan sedikit, atau untuk jangka waktu panjang atau pendek, selain itu pula mengadakan saksi-saksi, agar dapat menghindari perselisihan dan menjaga serta melindungi harga milik individu.²³

Penjelasan tersebut terkait bahwa Islam sangat menghargai nilai-nilai kemanusiaan. Karena itu, dapat dilihat pentingnya transaksi dan memenuhi semua prinsip-prinsip dalam bertransaksi agar dapat menghindarkan pihak-pihak yang terkait dari cacat pada transaksi yang disebabkan ketidaklengkapan kontrak yang disepakati. Demikian, prinsip transaksi itu harus dipenuhi sesuai dengan kebutuhan masing-masing pihak.



2. Pelaku transaksi

Pelaku transaksi atau pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi *as-salam* sama dengan pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi jual beli biasa, yaitu pembeli/pemesan atau disebut juga dengan istilah *rab as-salam* (رب المسلم) atau *al-muslim* (المسلم) dan penjual atau disebut dengan istilah *al-muslim ilaih* (المسلم إليه).²⁴

Ulama fiqh sepakat menyatakan bahwa orang yang melakukan transaksi jual beli harus orang yang memiliki kecakapan melakukan tindakan-tindakan

²³ Rahman, *Economic*, I : 301.

²⁴ Az-Zuhaylī, *Al-Fiqh*, IV : 599.

hukum. Oleh sebab itu, jual beli yang dilakukan oleh anak kecil yang belum berakal dan orang gila hukumnya tidak sah.²⁵

Allah Swt mengisyaratkan dalam al-Qur'an:

ولاتؤنوا السفهاء أموالكم التي جعل الله لكم قياما

Dan janganlah kamu serahkan kepada orang-orang yang belum sempurna akalnya, harta (mereka yang ada dalam kekuasaanmu) yang dijadikan Allah sebagai pokok kehidupan²⁶

Ayat di atas menunjukkan bahwa dalam melakukan pengelolaan harta kekayaan, atau untuk melakukan perbuatan hukum ada beberapa orang yang tidak dianggap cakap untuk melakukannya sendiri, demikian pula halnya dengan melakukan transaksi dalam membuat suatu perjanjian atau perikatan yang termasuk juga dalam hal perdagangan atau bidang ekonomi (bisnis).

Ahli fiqh mazhab Syāfi'ī mensyaratkan pelaku transaksi harus sudah *balig* sesuai dengan yang ditegaskan oleh Rasulullah Saw.²⁷ Oleh karena itu tidak sah transaksi *as-salam* yang dilakukan oleh anak-anak dan orang gila.

Menurut ahli fiqh dari mazhab Ḥanafī, Mālikī dan Ḥambalī²⁸ anak kecil yang sudah dapat membedakan/memilih (*mumayyīz*) sah transaksi jual belinya apabila mendapatkan ijin dari walinya.

²⁵ Al-Būṭī, *Al-Buyū'*, hal. 43.

²⁶ An-Nisā' (4) : 5.

²⁷ رفع القلم عن ثلاثة؛ عن الصبي حتى يبلغ وعن النائم حتى يستيقظ وعن المجنون حتى يفيق. Lihat an-Nawāwī, *Al-Majmū'*, IX : 147.

²⁸ Al-Kāsānī, *Badāi'*, V : 135; Ad-Dardīr, *Asy-Syarḥ.*, III : 6; Al-Bahūfī, *Kasysyāf.*, III : 151.

Anak-anak dalam masa *tamyīz* sampai memasuki masa *balig* dipandang belum mempunyai kecakapan yang sempurna dalam melakukan tindakan-tindakan hukum. Dalam bermuamalah walaupun mereka telah dibenarkan untuk melakukan transaksi (dengan ijin walinya),²⁹ sebaiknya belum diberikan tanggung jawab penuh untuk melakukan transaksi yang mempunyai risiko tinggi atas tanggung jawab yang harus mereka sandang, kecuali pada hal-hal yang tidak terlalu berisiko. Karena kecakapan harus pula disertai oleh adanya kecerdasan akal pikiran dan mental yang kuat. Jadi bukan hanya karena faktor umur yang telah sampai atau telah dapat melakukan perbuatan hukum kemudian langsung melakukan transaksi yang berisiko tinggi tanpa adanya dukungan pengetahuan sebagai kerja dari fungsi akal pikirannya.

Kecakapan yang sempurna yang dimiliki orang yang telah *balig* itu – menurut Basyir³⁰ - dititikberatkan pada adanya pertimbangan akal yang sempurna, bukan pada bilangan umur atau bilangan tahun yang dilaluinya. Maka, dapat dipertimbangkan kembali ketentuan kecakapan ini sebab ada kemungkinan dalam lingkungan tertentu, banyak orang yang mencapai umur *balig*, tetapi belum cukup sempurna pertimbangan akalnya. Oleh karena itu akan lebih tepat disyaratkan dalam melakukan transaksi yang mengandung risiko tinggi dan memerlukan tanggung jawab besar adalah *rasyīd* (dewasa) yang dititikberatkan pada kematangan pertimbangan akal. Kualitas kekuatan akal pikiran juga dapat mempengaruhi secara signifikan kecakapan seseorang untuk melakukan perbuatan

²⁹ Sesuai dengan pendapat ulama golongan Ḥanafī, Mālikī dan Ḥambalī; Lihat *Ibid*.

³⁰ Basyir, *Asas-Asas*., hal. 31.

hukum atau hal-hal yang akan membawa dampak akan tanggung jawab yang dipikul nantinya dikemudian hari, seiring dengan pengambilan posisi sebagai personal yang melakukan perbuatan itu.

Ketentuan selanjutnya yang terpenting adalah masing-masing pihak harus memiliki *wilāyah* (kekuasaan) untuk melakukan transaksi.³¹ Bagi seseorang yang memiliki kecakapan dapat melakukan transaksi atau tindakan hukum untuk dirinya sendiri, misal seorang yang sehat akal dan telah *balig* dapat melakukan transaksi untuk dirinya sendiri sebab ia memiliki kecakapan sempurna. Bila kekuasaan melakukan tindakan hukum itu dipergunakan untuk dirinya sendiri disebut *wilāyah aṣliyyah*. Namun apabila ia melakukan bukan untuk dirinya sendiri seperti wakil yang mendapat kuasa dari orang yang memiliki kecakapan sempurna untuk melakukan transaksi, maka disebut *wilāyah niyābiyyah*.

Selain ketentuan-ketentuan tersebut, dalam transaksi pada dunia bisnis masih ada beberapa prinsip yang perlu ditekankan bagi para pelaku bisnis untuk dijadikan pegangan dalam bertransaksi. Bagi pengusaha muslim harus bersikap jujur. Kejujuran dan kebenaran merupakan nilai yang penting. Berkaitan dengan ini, bentuk penipuan, sikap eksploitasi, membuat pernyataan palsu adalah dilarang. Hal ini dipertegas dengan sabda Rasulullah Saw yang diriwayatkan oleh Abī Sa‘īd al-Khudrī:

التاجر الصدوق الأمين مع النبيين والصديقين والشهداء

³¹ Ibn Rusyd, *Bidāyah.*, II : 129-130; Al-Kāsānī, *Badāi’.*, V : 148.

Pedagang yang jujur lagi terpercaya, adalah bersama-sama para Nabi, orang-orang yang benar dan para syuhada.³²

Sebagai agama yang mengatur tingkah laku umat manusia untuk menjadi lebih baik dalam berusaha, dalam Islam tidak dibolehkan orang hanya meminta dilayani secara baik dan benar dengan berdasarkan prinsip kejujuran dan keadilan, akan tetapi ketika ia akan melayani orang lain, sudah seharusnya ia pula memberikan pelayanan yang terbaik, jika tidak dari segi sosial dan hukum ia akan dimintai pertanggungjawaban atas perlakuan tersebut.³³

Di samping itu, yang paling ditekankan dari dua pihak yang bertransaksi adalah harus memiliki keinginan untuk bertindak sendiri bukan atas paksaan orang lain atau bukan dalam tekanan dari pihak lainnya, yaitu harus adanya unsur kerelaan dari kedua belah pihak yang bertransaksi.³⁴

Dengan demikian bahwa kedudukan orang sebagai pelaku transaksi (*as-salam*) sangat menentukan sah tidaknya suatu perjanjian yang dilakukan, orang sebagai subyek yang di samping harus memenuhi ketentuan-ketentuannya, ia juga seharusnya dapat melakukan tindakan hukum tersebut dengan keinginannya sendiri tanpa adanya paksaan, diikuti dengan rasa kejujuran dan ilmu pengetahuan serta wawasan yang luas mengenai obyek yang ditransaksikan tersebut. Sehingga dari tindakan tersebut ia dapat memetik hasil yang sesuai dengan keinginannya

³² HR at-Turmuẓī dan al-Ḥākim; Lihat at-Turmuẓī, *Sunan at-Turmuẓī*, III : 515 dan Muḥammad ibn ‘Abdullah al-Ḥākim an-Naisābūrī, *Al-Mustadrak ‘alā aṣ-Ṣaḥīḥain*, cet. 1 (Beirūt: Dār al-Kutub al-‘Ilmiyyah, 1990), II : 7.

³³ Lihat al-Muṭaffifin (83) : 1-6.

³⁴ Lihat an-Nisā’ (4) : 29.

karena tidak bertentangan dengan aturan-aturan yang diberlakukan yang mengikat setiap tindakan atau perbuatan hukum.

3. Obyek transaksi

Obyek dalam transaksi *as-salam* sama halnya seperti dalam transaksi jual beli yaitu sesuatu yang diperjualbelikan yang dalam transaksi *as-salam* disebut *ra's al-māl* (رأس المال) dan *al-muslim fih* (المسلم فيه). *Ra's al-māl* adalah harga yang harus dibayar oleh *rab as-salam*, sedang *al-muslim fih* adalah produk atau komoditi yang harus diserahkan oleh *al-muslim ilaih* kepada *rab as-salam*.

Para ahli fiqh menentukan bahwa obyek transaksi harus merupakan harta yang memiliki nilai dan manfaat menurut syara' bagi pihak-pihak yang mengadakan transaksi.³⁵ Ahli fiqh dari mazhab Ḥanafī berpendapat bahwa manfaat/jasa tidak boleh dijadikan sebagai obyek transaksi *as-salam*. Karena menurut mereka manfaat/jasa bukan termasuk kategori harta. Akan tetapi kebanyakan ahli fiqh menganggap bahwa manfaat/jasa adalah harta, karena itu boleh dijadikan sebagai obyek transaksi *as-salam*.³⁶

Menurut Ibn Rusyd sesuatu yang najis seperti minuman keras dan babi tidak boleh dijadikan obyek transaksi.³⁷ Hal ini ditegaskan oleh Rasulullah Saw:

إن الله ورسوله حرم بيع الخمر والميتة والخنزير والأصنام

³⁵ An-Nawāwī, *Al-Majmū'*, IX : 213; Al-Kāsānī, *Badāi'*, V : 143; Al-Bahūtī, *Kasysyāf*, III : 152; Ad-Dardīr, *Asy-Syarh*, III : 10.

³⁶ Lihat Ḥammad, *'Aqd as-Salam*, hal. 33; Lihat juga an-Nawāwī, *Rauḍah*, IV : 27.

³⁷ Ibn Rusyd, *Bidāyah*, II : 94.

Sesungguhnya Allah dan Rasul-Nya mengharamkan jual beli khamar, bangkai, babi dan berhala-berhala.³⁸

Hadis itu menurut Sayyid Sābiq mempunyai 'illat pengharaman jual beli adalah karena najis.³⁹ Mazhab Ḥanafī mengecualikan bagi barang yang dipandang kotor dan najis selama dapat dimanfaatkan, maka dinilai boleh untuk diperjualbelikan.⁴⁰ Seperti menjual kotoran binatang yang dipergunakan sebagai pupuk tanam-tanaman.

Alasan utama dari pembolehan menggunakan dan menjual barang yang masuk kategori najis tersebut karena dapat dimanfaatkan, yang masuk pada syarat sahnya barang untuk diperjualbelikan. Unsur manfaat yang melekat pada barang itu, ada yang memang bermanfaat secara total (keseluruhan) sifat kebendaannya tetapi ada pula yang sifatnya masuk kedalam unsur yang dilarang yaitu karena unsur najisnya, namun karena mempunyai manfaat yang akan berguna bagi kehidupan manusia walaupun bukan pada kemestian yang seharusnya dari fungsi barang tersebut. Seperti haramnya obat-obatan psikotropika jika digunakan hanya untuk merusak atau mengalihkan beban mental yang dialami oleh seseorang atau disalahgunakan oleh kalangan yang tidak mengerti dampak buruk dari penggunaannya, akan tetapi jika digunakan dikalangan para ahli medis yang

³⁸ HR al-Bukhārī dan Muslim; Lihat al-Bukhārī, *Ṣaḥīḥ al-Bukhārī*, II : 779 dan Muslim, *Ṣaḥīḥ Muslim*, III : 1207.

³⁹ Sayyid Sabiq, *Fiqh as-Sunnah*, cet. 12 (Bandung: al-Ma'arif, 2001), XII : 51; Pendapat tersebut sama halnya dengan pendapat yang dikemukakan oleh kebanyakan Ulama. Lihat an-Nawāwī, *Al-Majmū'*; Al-Bahūtī, *Kasysyāf*; Ad-Dardīr, *Asy-Syarḥ*.

⁴⁰ Lihat al-Kāsānī, *Badāi'*.

ditujukan untuk menjaga atau menjamin kesehatan, maka hal tersebut dibolehkan.⁴¹

Sejalan dengan hal tersebut, harta benda yang dapat dijadikan obyek jual beli atau yang disebut dengan komoditas menurut Bahesti ialah barang yang mempunyai kegunaan. Selanjutnya menurutnya komoditas dapat dibagi menjadi dua macam yaitu komoditas yang dapat digunakan secara langsung atau tidak dan komoditas yang bersifat relatif dan tidak stabil.⁴²

Dengan demikian secara tegas dapat dikatakan bahwa pada dasarnya semua benda dianggap ada manfaatnya⁴³ dan karena itu boleh diperjualbelikan. Kemudian sesuatu benda dianggap tidak ada manfaatnya dan tidak boleh diperjualbelikan apabila nyata-nyata merusak atau ada keterangan *naş* yang menjelaskannya.

Selain ketentuan-ketentuan tersebut seperti yang terdapat pada ketentuan obyek transaksi jual beli biasa, dalam transaksi *as-salam* harus juga memenuhi ketentuan-ketentuan khusus bagi obyek transaksi. Secara lebih luas diuraikan lebih dahulu tentang ketentuan-ketentuan yang harus dipenuhi bagi *ra's al-māl* atau harga, sebagai salah satu dari obyek dalam transaksi *as-salam*. Kemudian akan diuraikan tentang ketentuan-ketentuan yang harus dipenuhi bagi *al-muslim* atau komoditi.

⁴¹ Ya'qub, *Kode Etik Dagang*, hal. 89.

⁴² Bahesti, *Kepemilikan dalam Islam*, alih bahasa Lukman Hakim & Ahsin M., cet. 1 (Jakarta: Pustaka Hidayah, 1992), hal. 11.

⁴³ Lihat al-Baqarah (2) : 29.

a. Pembayaran/harga (*ra's māl as-salam*)

Para ulama sepakat bahwa *ra's al-māl* dalam transaksi *as-salam* harus dapat ditentukan dan diketahui oleh pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi.⁴⁴ *Ra's al-māl* mempunyai kedudukan sebagai pengganti dalam transaksi yang berhubungan dengan harta benda. Oleh karena itu, *ra's al-māl* harus dapat diketahui oleh pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi *as-salam* seperti dalam transaksi-transaksi lainnya yang berhubungan dengan harta benda.

Ketentuan tersebut dimaksudkan untuk menghilangkan ketidakjelasan dalam transaksi yang akhirnya dikhawatirkan dapat menimbulkan perselisihan dikemudian hari. Karena itu disyaratkan mengetahui *ra's al-māl* dengan menerangkan kriteria-kriteria dari *ra's al-māl* tersebut. Misalnya pembayaran dilakukan dengan uang, harus dijelaskan jumlah dan mata uang yang digunakan atau dengan barang, harus dijelaskan jenisnya, kualitasnya dan sifatnya.

Jadi, adanya ketentuan ini diperlukan agar pihak-pihak yang bersangkutan dalam melakukan transaksi benar-benar atas dasar kerelaan bersama. Karena itu adanya syarat ini disepakati oleh para ulama dan merupakan salah satu hal yang penting untuk tegaknya keadilan dalam bermuamalah.

Pembayaran atau penyerahan harga dalam transaksi *as-salam* harus di tempat kontrak atau dengan kata lain harus tunai atau disegerakan/didahulukan. Ketentuan ini sesuai dengan makna *as-salam* atau *as-salaf* itu sendiri yaitu menyerahkan/memberikan. Oleh karena itu untuk mewujudkan makna dari

⁴⁴ Hammad, *'Aqd as-Salam*, hal. 34; Ibn Rusyd, *Bidāyah*, II : 154.

transaksi *as-salam* harus mendahulukan penyerahan *ra's al-māl*. Ketentuan ini dikemukakan oleh kebanyakan ahli fiqh.⁴⁵

Ulama mazhab Mālikī berpendapat boleh menanggukhan pembayaran/penyerahan *ra's al-māl* dalam transaksi *as-salam* dua atau tiga hari. Apabila lebih dari tiga hari maka transaksi menjadi batal. Penanggukan sampai tiga hari bukan masa yang panjang dan masih dapat dihukumkan tunai/segera sesuai dengan kaidah "ما قارب الشيء يعطي حكمه"/sesuatu yang mendekati itu dihukumkan sama".⁴⁶

Apabila diperhatikan lebih seksama sebenarnya tidak terdapat perbedaan mengenai penyegeraan pembayaran *ra's al-māl* dalam transaksi *as-salam*. Karena dalam mazhab Mālikī juga menyetujui ketentuan bahwa pembayaran *ra's al-māl* itu harus didahulukan/disegerakan. Hanya saja yang membedakan mengenai dispensasi untuk menundanya. Ulama mazhab Mālikī⁴⁷ berpendapat boleh pembayaran *ra's al-māl* dua atau tiga kemudian, karena masa penanggukan itu tidak lama dan masih dapat dikategori disegerakan sesuai dengan kaidah.

⁴⁵ Lihat asy-Syāfi'ī, *Al-Um.*, III : 95; Al-Kāsānī, *Badāi'*, V : 202; Al-Bahūtī, *Kasysyūf.*, III : 289; Ibn Ḥazm, *Al-Muḥallā.*, IX : 109; An-Nawāwī, *Raudah.*, IV : 3.

⁴⁶ Ad-Dardīr, *Asy-Syarḥ.*, III : 195; Al-Qurṭubī, *Al-Jūmi'*, III : 378-379.

⁴⁷ Pendapat ulama mazhab Mālikī yang membolehkan penanggukan *ra's al-māl* mirip dengan salah satu ketentuan yang ada dalam transaksi *al-istiṣnā'* yang dalam literatur fiqh klasik masalah transaksi *al-istiṣnā'* dibahas secara khusus oleh mazhab Ḥanafī. Kebanyakan ulama mazhab Mālikī, Syafi'i dan Ḥambalī, dalam literatur fiqh klasik, tidak ada membahas masalah transaksi *al-istiṣnā'* secara khusus karena transaksi *al-istiṣnā'* menurut mereka sama seperti transaksi *as-salam*, baik rukun maupun syarat-syaratnya. Lebih lanjut tentang transaksi *al-istiṣnā'* lihat al-Kāsānī, *Badāi'*, V : 2.

Masalah transaksi *al-istiṣnā'* mulai mencuat setelah menjadi bahan bahasan mazhab Ḥanafī seperti yang dikemukakan dalam *Majallah al-Aḥkām al-'Adliyyah* yang dikutip oleh Muhammad Syafi'i Antonio. Kemudian selanjutnya dikembangkan oleh ahli fiqh kontemporer berdasarkan ketentuan yang dikembangkan oleh fiqh Ḥanafī. Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*, cet. 1 (Jakarta: Gema Insani Press dan Tazkia Cendekia, 2001), hal. 113.

Dengan demikian, untuk menghindari ketidakjelasan agar jangan sampai terjadi perselisihan dikemudian hari maka *ra's al-māl* dalam transaksi *as-salam* harus merupakan sesuatu yang dapat diketahui dan diidentifikasi, bukan merupakan sesuatu yang samar-samar dan tidak jelas, baik dari jenisnya, kualitasnya dan sifatnya. Selain itu juga, *ra's al-māl* harus dibayarkan di tempat kontrak atau harus dibayar segera/didahulukan. Kecuali dalam mazhab Mālikī memberikan dispensasi dengan membolehkan penundaan pembayaran *ra's al-māl* dua atau tiga hari kemudian.

b. Komoditi (*al-muslim fih*)

Sesuatu yang dapat dijadikan *al-muslim fih* dalam transaksi *as-salam* harus berada dalam tanggungan dan diakui sebagai utang.⁴⁸ Karena maksud dari transaksi *as-salam* adalah pembelian sesuatu yang berada dalam tanggungan yang diserahkan kemudian, sedang pembayaran dilakukan di muka.

Berhubungan dengan ketentuan di atas maka *al-muslim fih* dapat berupa apa saja yang boleh diperjualbelikan dan diketahui kriteria-kriterianya. Adapun sesuatu yang tidak dapat diidentifikasi kriteria-kriterianya tidak boleh dijadikan *al-muslim fih* karena hal tersebut, menurut al-Bahūtī, dapat membawa kepada perselisihan diantara pihak-pihak yang bertransaksi.⁴⁹

Ketidakjelasan dalam transaksi yang akhirnya dikhawatirkan dapat menimbulkan perselisihan dikemudian hari adalah hal tidak diinginkan terjadi.

⁴⁸ Para ahli fiqh sepakat akan ketentuan ini. Lihat Ḥammad, '*Aqd as-Salam*', hal. 45.

⁴⁹ Al-Bahūtī, *Kasysyāf*.

Untuk menghindari hal tersebut perlu adanya ketentuan bahwa *al-muslam fih* harus diketahui dan bisa diidentifikasi secara jelas.⁵⁰ Selain untuk menghindari ketidakjelasan dalam transaksi, hal ini juga dimaksudkan untuk mengurangi kesalahan akibat kurangnya pengetahuan tentang macam komoditi tersebut (misalnya beras atau kain), tentang klasifikasi kualitas (misalnya kualitas utama, kelas dua, atau eks ekspor), serta mengenai kuantitasnya. Ketentuan ini seperti ditegaskan oleh Rasulullah Saw dalam hadis tentang *as-salam* yang diriwayatkan oleh Ibn ‘Abbās.⁵¹

Pada era modern seperti sekarang untuk menambah kejelasan spesifikasi pengetahuan tentang macam komoditi yang akan dijadikan *al-muslam fih* dapat ditambahkan dengan menghadirkan bentuk visual dari *al-muslam fih*. Hal ini akan dapat lebih memberikan kejelasan tentang *al-muslam fih*. Yang terpenting, bagaimanapun cara yang digunakan untuk memenuhi ketentuan ini, jangan sampai mengabaikan prinsip keadilan dalam bermuamalah.

Penyerahan *al-muslam fih* harus ditunda pada suatu waktu kemudian. Sesuai dengan makna transaksi *as-salam* itu sendiri, yaitu transaksi terhadap sesuatu yang diserahkan dikemudian hari, sedang pembayaran dilakukan di muka. Jadi, bukanlah transaksi *as-salam* kalau *al-muslam fih* diserahkan seketika/tunai. Seperti ditegaskan dalam hadis yang diriwayatkan oleh Ibn ‘Abbās tentang *as-*

⁵⁰ Hammad, *‘Aqd as-Salam*, hal. 50; Bandingkan dengan *Ibid*, III : 292-298; Ibn Rusyd, *Bidāyah*, II : 152; Al-Kāsānī, *Badāi’*, V : 207; An-Nawāwī, *Raudah*, IV : 14; Ibn Ḥazm, *Al-Muḥallā*, IX : 106; Ad-Dardīr, *Asy-Syarḥ*, III : 207.

⁵¹ Lihat al-Bukhārī, *Ṣaḥīḥ al-Bukhārī*, II : 781; Muslim, *Ṣaḥīḥ Muslim*, III : 1226-1227.

salam.⁵² Pendapat ini dikemukakan oleh kebanyakan ahli fiqh mazhab Ḥanafī, Mālikī, Ḥambalī dan Zāhirī.⁵³

Para ahli fiqh mazhab Syāfi'ī berpendapat bahwa *al-muslim fih* boleh diserahkan pada waktu kemudian dan boleh juga penyerahan segera. Pendapat ini dikuatkan dengan *al-qiyās al-aulawī* atas bolehnya diserahkan pada waktu kemudian.

Asy-Syairāzī berkata:⁵⁴ "لأنه إذا جاز مؤجلا فلا يجوز حالا وهو من الغرر أبعد, أولى".

Dalam argumennya dikemukakan bahwa apabila transaksi *as-salam* dengan penyerahan ditangguhkan itu boleh maka transaksi *as-salam* dengan penyerahan segera lebih dibolehkan lagi karena lebih jauh akan adanya *garar*. Hal serupa juga dikemukakan oleh asy-Syāfi'ī dalam *al-Um*.⁵⁵

Transaksi *as-salam* dengan penyerahan *al-muslim fih* segera, menurut penulis, sama halnya dengan jual beli biasa. Karena *as-salam*, sesuai dengan maknanya, adalah penyerahan *al-muslim fih* dilakukan kemudian. Meskipun pendapat bahwa transaksi *as-salam* itu boleh dengan penyerahan *al-muslim fih* segera karena lebih jauh dari adanya *garar* tapi hal itu tidak bisa dimasukkan dalam kategori transaksi *as-salam*. Perbedaan yang mendasar pada transaksi *as-salam* dan transaksi jual beli biasa adalah pada penyerahan obyek transaksi. Apabila penyerahan *al-muslim fih* disegerakan itu berarti bukan transaksi *as-*

⁵² *Ibid*.

⁵³ Al-Kāsānī, *Badāi'*, V : 202; Al-Bahūtī, *Kasysyāf*, III : 299; Ibn Ḥazm, *Al-Muḥallā*; Ad-Dardīr, *Asy-Syarḥ*, III : 205.

⁵⁴ Ibrāhīm ibn 'Alī ibn Yūsuf asy-Syairāzī, *Al-Muḥaḥḥab*, (Beirūt: Dār al-Fikr, t.t.), I : 297.

⁵⁵ Lihat asy-Syāfi'ī, *Al-Um*, III : 95.

salam tapi jual beli biasa. Yang terpenting dalam hal ini adalah baik transaksi *as-salam* atau transaksi jual beli merupakan transaksi pertukaran harta yang boleh dilakukan.

Selanjutnya para ahli fiqh berbeda dalam menentukan batas penangguhan *al-muslim fih*. Menurut Ibn Ḥazm tidak ada batasan yang pasti tentang penangguhan (*al-ajl*), selanjutnya ia memberikan batasan bahwa *al-ajl* itu sekurang-kurangnya satu jam.⁵⁶ Dalam *Badāi' aṣ-Ṣanā'i'* dikatakan bahwa batasan *al-ajl* itu tidak ada disebutkan dalam al-Qur'an dan as-Sunnah. Kemudian disebutkan dari Muḥammad (seorang ahli fiqh dari mazhab Ḥanafī) bahwa batas *al-ajl* itu satu bulan. Karena *al-ajl* ditentukan untuk memberikan kemudahan bagi *al-muslim ilaih* agar memungkinkan untuk menyediakan sesuatu yang dipesan.⁵⁷ Ibn al-Qāsim menetapkan bahwa *al-ajl* sekurang-kurangnya lima belas hari atau semisalnya. Kemudian disebutkan dalam *Bidāyah al-Mujtahid* menurut Malik *al-ajl* boleh dua hari atau tiga hari.⁵⁸

Para ahli fiqh sebenarnya sepakat bahwa penangguhan (*al-ajl*) harus jelas dan dapat diketahui sesuai dengan yang ditegaskan dalam hadis Nabi.⁵⁹ Hanya saja terdapat perbedaan mengenai batasan penangguhan (*al-ajl*). Karena tidak ada disebutkan batasan yang pasti untuk penangguhan (*al-ajl*), berarti diberikan kebebasan bagi kedua belah pihak yang bertransaksi untuk dapat mengatur

⁵⁶ Ibn Ḥazm, *Al-Muḥallā*, IX : 109.

⁵⁷ Al-Kāsānī, *Badāi'*, V : 213.

⁵⁸ Ibn Rusyd, *Bidāyah*, II : 153.

⁵⁹ Lihat al-Bukhārī, *Ṣaḥīḥ al-Bukhārī*; Muslim, *Ṣaḥīḥ Muslim*.

tenggang waktu menurut situasi dan kondisi serta kesepakatan dari keduanya. Yang penting dalam hal ini adalah adanya kejelasan tentang penangguhan (*al-ajl*) bagi kedua belah pihak agar kekhawatiran akan timbulnya perselisihan dikemudian hari dapat dihindari.

Dalam transaksi *as-salam* tidak disyaratkan barang berada pada penjual, tetapi harus ada pada waktu yang ditentukan.⁶⁰ Karena *al-muslim fih* wajib diserahkan ketika jatuh tempo untuk penyerahan, maka pada ketika jatuh tempo *al-muslim fih* harus mungkin untuk diserahkan. Kalau tidak mungkin diserahkan pada waktu itu berarti termasuk dalam kategori *gurar* yang dilarang. Jadi, tidak boleh melakukan *as-salam*, misalnya, pada buah-buahan yang tidak mungkin menyerahkannya pada waktu jatuh tempo karena tidak mungkin ada atau jarang buah-buahan tersebut pada waktu penyerahan (tidak pada musim buah tersebut).

Jadi dengan demikian, sesuatu yang dapat dijadikan *al-muslim fih* dalam transaksi *as-salam* harus berada dalam tanggungan dan diakui sebagai utang. Sehingga *al-muslim fih* tidak harus berada pada penjual pada saat transaksi berlangsung, tetapi harus ada pada waktu yang ditentukan.

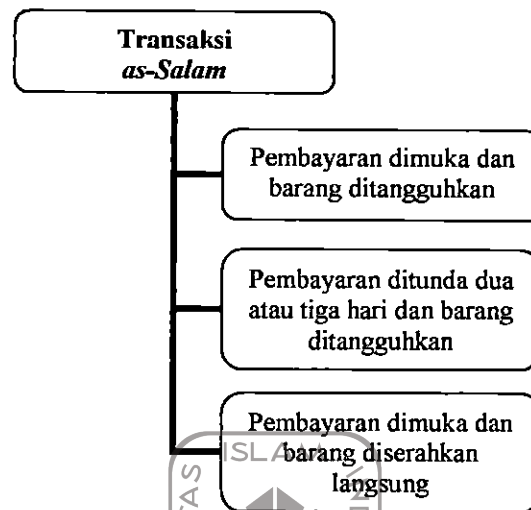
Al-muslim fih dapat berupa apa saja yang boleh diperjualbelikan dan diketahui kriteria-kriterianya serta penyerahannya harus ditunda pada suatu waktu kemudian (kecuali pendapat ahli fiqh mazhab Syāfi'ī yang membolehkan penyerahan segera). Sedang batas penangguhan (*al-ajl*) dapat diatur sesuai kesepakatan kedua belah pihak yang bertransaksi, yang terpenting harus jelas dan dapat diketahui oleh masing-masing pihak agar tidak terjadi perselisihan.

⁶⁰ An-Nawāwī, *Raudah*, IV : 11; Al-Maqdisī, *Al-Mughnī*, IV : 196; Ibn Ḥazm, *Al-Muḥallā*, IX : 114.

Oleh karena itu, dapat dinyatakan bahwa obyek transaksi merupakan salah satu instrumen yang harus dipenuhi dalam melakukan transaksi *as-salam* yang disesuaikan dengan aturan hukum yang mengitarinya. Sesuatu yang tidak boleh ditransaksikan menurut nilai-nilai etika sosial kemasyarakatan dan agama sebaiknya tidak dijadikan obyek transaksi, dan barang yang disebutkan kriteria-kriterianya dalam transaksi harus ada dan mungkin diserahkan pada waktu yang telah ditentukan. Karena inti dari seluruh proses transaksi jual beli biasa atau pun transaksi *as-salam* itu adalah karena adanya dorongan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia. Pemenuhan kebutuhan bukan hanya bersifat biologis semata yang harus atau akan dipenuhi, aspek lain dari kehidupan manusia semestinya harus dipertimbangkan pula, yakni kebutuhannya untuk berinteraksi dengan sesamanya untuk memenuhi kebutuhan sosial dan individualnya dapat terpenuhi, sehingga dengan demikian barulah ia dapat dikatakan manusia yang sempurna ketika ia dapat mengelola kehidupannya untuk berinteraksi dengan sesamanya secara aman, damai dan tenteram. Namun walaupun demikian tidak dapat disangkal tidak sedikit hasil dari interaksi itu hanya menimbulkan konflik diantara mereka, sehingga dibutuhkan hukum yang mengikat diperlukan agar dapat mengatur dan menindak ketika terjadi kontra produksi dari interaksi tersebut.

Dari berbagai perbedaan pendapat tentang ketentuan-ketentuan yang harus dipenuhi dalam transaksi *as-salam* selain menimbulkan perbedaan definisi yang mereka kemukakan terhadap transaksi *as-salam* juga terlihat adanya tipe-tipe dari transaksi *as-salam*.

Gambar 11
Tipe Transaksi *as-Salam*



Pertama, sistem pembayaran di muka dan barang ditangguhkan. Tipe transaksi *as-salam* seperti ini telah disepakati akan kebolehanannya oleh para ahli fiqh. *Kedua*, sistem pembayaran ditunda dua atau tiga hari dan barang ditangguhkan. Tipe transaksi *as-salam* ini dibolehkan oleh para ahli fiqh mazhab Mālikī. Tipe seperti ini hampir mirip dengan transaksi *al-istiṣnā'* dalam mazhab Ḥanafī. *Ketiga*, sistem pembayaran di muka dan barang diserahkan langsung. Tipe transaksi *as-salam* seperti ini dibenarkan menurut ahli fiqh mazhab Syāfi'ī, walaupun bisa dikategorikan transaksi jual beli biasa.

C. Tempat Penyerahan *al-Muslam fih*

Pihak-pihak yang bertransaksi harus menunjuk tempat untuk penyerahan *al-muslam fih* apabila tempat terjadinya transaksi tidak layak untuk dijadikan tempat penyerahan *al-muslam fih*, seperti di tengah gurun, atau apabila untuk membawanya perlu biaya. Namun apabila tempat terjadinya transaksi itu layak

untuk dijadikan tempat penyerahan atau untuk membawanya tidak perlu biaya lagi maka tidak harus menunjuk tempat penyerahan *al-muslim fih*. Pendapat ini pendapat terkuat yang dikemukakan oleh para ahli fiqh mazhab Syāfi‘i.⁶¹

Pendapat serupa juga dikemukakan oleh ahli fiqh mazhab Ḥanafī bahwa tidak harus menunjuk tempat penyerahan *al-muslim fih* apabila untuk membawanya tidak perlu biaya dan bantuan. Tapi apabila hal tersebut diperlukan, menurut yang dikemukakan Abū Ḥanīfah, maka tempat penyerahan harus ditentukan. Berbeda dengan Abū Ḥanīfah, Abu Yusuf dan Muḥammad berpendapat tidak harus menunjuk tempat penyerahan *al-muslim fih* karena tempat terjadinya transaksi dapat dijadikan tempat penyerahan *al-muslim fih*.⁶²

Ibn Jazī mengemukakan bahwa lebih bagus disyaratkan untuk menunjuk tempat penyerahan *al-muslim fih*. Apabila kedua pihak tidak menunjuk suatu tempat untuk penyerahan *al-muslim fih*, maka yang dijadikan tempat penyerahan adalah tempat terjadinya transaksi. Tapi apabila ditentukan suatu tempat maka tempat itulah yang dijadikan tempat penyerahan.⁶³

Menurut ahli fiqh mazhab Ḥambalī tidak harus menunjuk tempat penyerahan *al-muslim fih* karena tidak ada ditegaskan oleh Rasulullah Saw. Ini menunjukkan bahwa hal tersebut tidak disyaratkan. Tapi apabila tempat terjadinya transaksi tidak mungkin dijadikan tempat penyerahan *al-muslim fih* seperti gurun, laut, gunung atau yang semisalnya, maka harus menunjuk tempat penyerahan *al-*

⁶¹ *Ibid.*, IV : 13; Asy-Syairāzī, *Al-Muḥaḏḏab.*, I : 300.

⁶² Al-Kāsānī, *Badāi‘*.

⁶³ Muḥammad ibn Aḥmad ibn Jazī, *Al-Qawānīn al-Fiqhiyyah*, (Beirūt: Dār al-Kitāb al-‘Arabī, 1984), hal. 178.

muslam fih sebab tidak mungkin menyerahkan pada tempat terjadinya transaksi. Kalau hal ini terjadi berarti tempat penyerahan *al-muslam fih* menjadi tidak jelas dan tidak dapat diketahui. Oleh karena itu disyaratkan menunjuk tempat penyerahan.⁶⁴

Dapat dilihat dengan jelas dari hal di atas bahwa tidak disyaratkan menunjuk tempat penyerahan *al-muslam fih* apabila tempat terjadinya transaksi layak untuk dijadikan tempat penyerahan. Tapi apabila ditentukan tempat penyerahan maka tempat tersebut yang dijadikan tempat penyerahan. Rasulullah Saw tidak menyebutkan hal ini seperti beliau menyebutkan takaran, timbangan dan waktu. Akan tetapi untuk lebih baiknya pihak-pihak yang bertransaksi harus menunjuk tempat yang disepakati di mana barang harus diserahkan. Jika kedua pihak yang bertransaksi tidak menentukan tempat pengiriman, barang harus dikirim ke tempat yang menjadi kebiasaan, misalnya gudang si penjual atau bagian pembelian si pembeli. Yang perlu diperhatikan dalam hal ini adalah kesepakatan diantara kedua belah pihak agar lebih memberikan rasa aman dan lebih menjaga agar tidak terjadi perselisihan.

⁶⁴ Al-Bahūtī, *Kasysyāf*, III : 306; Al-Maqdisī, *Al-Mugnī*, IV : 200.

BAB IV

ANALISIS KOMPARATIF

A. Mekanisme Transaksi

Transaksi (akad) merupakan unsur penting dalam suatu perikatan. Dalam Islam persoalan transaksi sangat tegas dalam penerapannya, dan ini membuktikan bahwa keberadaan transaksi tidak boleh dikesampingkan begitu saja dalam setiap bidang kehidupan manusia (umat Islam), karena begitu pentingnya transaksi dalam suatu perjanjian.¹

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

Untuk itu, diuraikan satu persatu dari masing-masing poin tersebut sebagai berikut:

¹ Fathurrahman Djamil, "*Hukum Perjanjian Syariah*", dalam Mariam Darus Badruzaman dkk, *Kompilasi Hukum Perikatan*, cet. 1 (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2001), hal. 252.

1. Pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi

Perdagangan melalui internet dalam pelaksanaan transaksi secara *online order* para pelakunya atau pihak-pihak yang terlibat terdiri dari beberapa unsur, diantaranya yang berperan paling penting adalah *consumer* atau *buyer*, yaitu pembeli yang akan melakukan transaksi; dan *merchant*, yaitu pedagang yang menjual dagangannya melalui internet.² Demikian halnya dalam transaksi *as-salam* pihak-pihak utama yang terlibat dalam transaksi adalah penjual dan pembeli, yaitu disebut dengan istilah (رب المسلم) atau (المسلم) untuk pembeli dan istilah (المسلم إليه) untuk penjual.

Dalam transaksi *e-commerce* melalui internet perintah pembayaran (*payment instruction*) melibatkan beberapa pihak selain dari pembeli (*cardholder*) dan penjual (*merchant*).³ Para pihak itu adalah *payment gateway*, *acquirer* dan *issuer*. Dalam transaksi *online* merupakan sebuah keharusan adanya pihak-pihak lain yang terlibat tersebut. Karena transaksi dalam *e-commerce* melalui media internet merupakan bentuk transaksi yang dilakukan oleh pihak-pihak yang dalam bertransaksi tidak saling bertemu *face-to-face* atau bahkan tidak saling mengenal, sebab mereka bertransaksi dalam dunia maya atau virtual. Oleh karena itu, untuk menjamin adanya kehandalan, kepercayaan, kerahasiaan, validitas dan keamanan, transaksi *e-commerce* dalam pelaksanaannya memerlukan layanan-layanan pendukung. Jadi, dalam pelaksanaan transaksi dalam *e-commerce* selain *consumer*

² Wibowo, *Studi*, <http://www.geocities.com/amwibowo/resource/komparasi/bab5-10.html> accessed Juni 18, 2003.

³ Lihat Muhammad Aulia Adnan, *Aspek Hukum Protokol Pembayaran Visa/MasterCard Secure Electronic Transaction (SET)*, Skripsi, (Depok: Universitas Indonesia, 1999), hal. 54. <http://www.geocities.com/amwibowo/resource.html> accessed Mei 30, 2003.

dan *merchant*, harus terdapat pihak lain yang terlibat dalam transaksi. Adanya pihak ketiga dimaksudkan untuk membangun kepercayaan diantara pihak yang bertransaksi.

Dalam hal ini *payment gateway* dapat dianggap seperti saksi dalam transaksi yang melakukan otorisasi terhadap instruksi pembayaran dan memonitor proses transaksi *online*. *Payment gateway* ini diperlukan oleh *acquirer* untuk mendukung berlangsungnya proses otorisasi dan memonitor proses transaksi yang berlangsung. *Payment gateway* biasanya dioperasikan oleh *acquirer* atau bisa juga oleh pihak ketiga lain yang berfungsi untuk memproses instruksi pembayaran. *Payment gateway* dalam hal ini telah memperoleh sertifikat digital yang dikeluarkan dan dikelola oleh pihak ketiga yang terpercaya, yang dikenal dengan nama *Certification Authority* (CA), seperti VeriSign, Mountain View, Thawte, i-Trust dan sebagainya. Sertifikat digital ini dimiliki sebagai tanda bukti bahwa dia memiliki hak atau izin atas pelayanan transaksi elektronik.

Pengadaan saksi dibolehkan dalam transaksi *as-salam* bahkan sangat dianjurkan karena transaksi *as-salam* merupakan transaksi yang dilakukan tidak secara tunai untuk menghindari terjadinya kemungkinan yang tidak diinginkan dikemudian hari. Al-Qur'an memberikan dorongan kuat agar dalam setiap transaksi dilakukan administrasi dan saksi.⁴ Karena dikhawatirkan adanya perselisihan dikemudian hari, baik disengaja oleh salah satu pihak maupun karena lupa. Dan juga setiap transaksi akan selalu terkait dengan keadaan dan kondisi yang melingkupinya. Pada transaksi yang dilakukan dalam bentuk yang lebih

⁴ Lihat Al-Baqarah (2) : 282.

formal terikat dan mengandung risiko tinggi, demi kemaslahatan (kebaikan) diantara pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi sangat dianjurkan adanya administrasi dan saksi apabila melakukan suatu transaksi.

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

Dalam transaksi *as-salam*, perwakilan dalam melakukan transaksi atau dalam melakukan pembayaran bukan suatu keharusan seperti yang terdapat dalam transaksi *e-commerce* melalui internet. Hal ini tergantung kepada kehendak pihak yang melakukan transaksi dan sangat terkait dengan situasi dan keadaan yang melingkupinya. Namun, apabila memang perwakilan diperlukan maka hal tersebut tidak akan merusak atau membatalkan transaksi, karena adanya perwakilan itu dibolehkan dalam Islam. Pihak-pihak yang bertransaksi dapat saja memberikan amanatnya kepada wakilnya untuk meneruskan agar dapat terlaksananya transaksi yang diinginkannya.⁵ Dalam al-Qur'an dikemukakan:

⁵ Lihat an-Nawāwī, *Raudah*, IV : 291.


... فابعثوا أحدكم بورقكم هذه إلى المدينة فلينظر أيها أزكى طعاما فليأتكم برزق منه ولينلطف ولايشعرن بكم أحدا.

... Maka suruhlah salah seorang diantara kamu pergi ke kota dengan membawa uang perakmu ini, dan hendaklah dia lihat manakah makanan yang lebih baik, maka hendaklah dia membawa makanan itu untukmu, dan hendaklah dia berlaku lemah lembut dan janganlah sekali-kali menceritakan halmu kepada seseorangpun.⁶

Demikian pula halnya yang disebutkan:

قال اجعلني على خزائن الأرض إني حفيظ عليم

Berkata Yūsuf: "Jadikanlah aku bendaharawan negara (Mesir); sesungguhnya aku adalah orang yang pandai menjaga, lagi berpengatahuan".⁷

Kemudian dalam hadis Nabi dikemukakan bahwa perwakilan untuk melaksanakan sesuai dengan apa yang diperintahkan oleh pemberi perwakilan tersebut juga telah dikenal adanya  pada masa Rasulullah. Jābir ibn ‘Abdullah memberitakan:

أردت الخروج إلى خيبر فأتيت رسول الله صلى الله عليه وسلم فسلمت عليه رجاء له إني أردت الخروج إلى خيبر فقال إذا أتيت وكيلي فخذ منه خمسة عشر وسقا فإن ابتغي منك أية فضع يدك على ترقوته

Saya bermaksud pergi ke Khaibar, lalu saya datang kepada Rasulullah Saw, kemudian saya mengucapkan salam kepada beliau dan mengutarakan bahwa saya bermaksud pergi ke Khaibar, maka sabdanya: "Apabila kamu datang kepada wakilku di Khaibar, maka ambillah darinya limabelas *wasaq*, apabila ia meminta bukti/tanda letakkanlah tanganmu di tulang selangkanya (tulang yang berada di atas dada)".⁸

Jadi dalam transaksi *as-salam*, tidak mempersoalkan adanya perwakilan, namun yang harus diperhatikan dengan seksama bahwa perwakilan tersebut tidak

⁶ Al-Kahf (18) : 19.

⁷ Yūsuf (12) : 55.

⁸ Abū Dāud as-Sajastānī, *Sunan Abī Dāud*, (ttp: Dār al-Fikr, t.t.), III : 314.

boleh melanggar prinsip yang ada dalam Islam. Dalam hal perwakilan harus ada orang yang memberi kuasa, orang yang diberi kuasa, perkara yang dikuasakan, dan pernyataan serah terima.⁹

Orang yang memberi kuasa harus memiliki wewenang pada barang atau perkara yang akan dikuasakan. Karena bila tidak ada wewenang dalam satu perkara ia tidak dapat menguasai hal tersebut. Kemudian orang yang diberi kuasa (wakil) harus orang yang memiliki kecakapan dalam melakukan tindakan-tindakan hukum, karena itu tidak boleh mewakilkan kepada anak-anak yang belum berakal dan orang gila. Adapun yang menyangkut perkara yang dikuasakan harus jelas dan dapat diketahui oleh wakil kecuali apabila orang yang mewakilkan memberikan kekuasaan penuh. Misalnya, mengusahakan untuk dibelikan apa saja yang berguna. Meskipun demikian, masih harus diperhatikan, wakil jangan sampai membeli barang lebih mahal dari harga pasar pada waktu yang bersamaan agar jangan sampai merugikan orang yang mewakilkan.¹⁰

Perwakilan dapat terjadi sebagai pemberian jasa dari wakil tanpa imbalan, dan dapat juga merupakan penjualan jasa dari wakil kepada yang mewakilkan. Dalam hal perwakilan merupakan penjualan jasa, menurut Basyir, pihak yang mewakilkan dapat memberikan syarat-syarat, misalnya tidak boleh menarik diri dalam batas waktu tertentu dan sebagainya. Apabila syarat-syarat yang telah

⁹ Ad-Dardīr, *Asy-Syarḥ*, III : 377; An-Nawāwī, *Raudah*, IV : 291-dst.

¹⁰ Al-Kāsānī, *Badūi*’, VI : 20-22.

menjadi persetujuan bersama itu dilanggar oleh wakil, dia dapat dituntut ganti rugi.¹¹

Dengan demikian, adanya perwakilan dalam transaksi *as-salam* bukanlah suatu keharusan. Wakil adalah orang yang mendapat kepercayaan dari orang yang mewakilkan. Seorang wakil dapat melakukan tindakan-tindakan hukum atas nama orang lain yang mewakilkan karena mendapat kuasa untuk itu. Akan tetapi, wakil harus selalu memperhatikan ketentuan-ketentuan atau batas-batas yang diberikan oleh yang mewakilkan. Dalam hal ketentuan-ketentuan atau batas-batas tidak diberikan, maka wakil harus bertindak yang menguntungkan orang yang mewakilkan.

Selanjutnya dalam transaksi *as-salam*, masing-masing pihak yang terlibat dalam transaksi harus memenuhi ketentuan-ketentuan untuk validitas transaksi itu sendiri. Pembeli dan penjual harus memenuhi ketentuan memiliki kecakapan yang sempurna dan mempunyai wewenang untuk melakukan transaksi.¹² Dalam transaksi *e-commerce* melalui internet, kalau diperhatikan dari mekanisme transaksi¹³ yang dilakukan terlihat bahwa dalam melakukan transaksi *online* pembeli maupun penjual harus memenuhi ketentuan seperti yang ada dalam transaksi *as-salam*. Dalam melakukan transaksi, *consumer* diminta untuk mengisi informasi pembayaran (yang biasanya disertai dengan memasukkan kode rahasia) pada *form* slip pembelian yang telah disediakan *website merchant* yang kemudian

¹¹ Basyir, *Asas-Asas.*, hal. 94.

¹² Lihat Bab III pada pembahasan mengenai pelaku transaksi.

¹³ Lihat kembali Bab II pada pembahasan mengenai proses bisnis dan mekanisme transaksi *e-commerce*.

dilakukan otorisasi melalui *payment gateway*. Dari otorisasi tersebut dapat diketahui bahwa ia benar-benar pemilik yang sah dan berwenang menggunakannya. Pada pihak penjual, *merchant* memiliki sertifikat digital dari CA yang menjamin identitas pihak tersebut bahwa ia benar-benar ada dan memiliki wewenang untuk melakukan transaksi *online*. Dan yang paling penting dalam melaksanakan transaksi *online* adalah kedua pihak harus mengerti (paling tidak mengetahui) tentang pengoperasian komputer dan internet, dan hal ini tidak mungkin dilakukan oleh orang yang tidak memiliki kecakapan yang sempurna, seperti dilakukan oleh anak-anak yang belum berakal atau orang gila.

Dengan demikian, pihak-pihak yang terlibat dalam kedua transaksi tersebut pada prinsipnya sama, yaitu adanya pembeli dan penjual. Namun, karena transaksi *e-commerce* melalui internet merupakan bentuk transaksi yang dilakukan dengan tidak saling bertemu *face-to-face* atau bahkan tidak saling mengenal sebab mereka bertransaksi dalam dunia maya atau virtual maka diperlukan pihak-pihak lain yang terlibat dalam transaksi. Sedang dalam transaksi *as-salam* bisa saja juga terlibat pihak-pihak lain seperti wakil dan saksi apabila memang disepakati sesuai dengan kondisi dan keadaan yang melingkupinya.

2. Pernyataan kesepakatan dalam transaksi

Kesepakatan dalam transaksi *as-salam* dinyatakan dengan *ijāb* dan *qabūl*. *Ījāb* dan *qabūl* merupakan unsur penting dalam melakukan transaksi *as-salam* karena hal tersebut merupakan manifestasi dari kerelaan kedua belah pihak yang bertransaksi. Pernyataan *ijāb* dan *qabūl* dapat dilakukan dengan cara lisan,

tulisan/surat menyurat, atau isyarat yang memberi pengertian dengan jelas tentang adanya *ijāb* dan *qabūl*, dan dapat juga berupa perbuatan yang telah menjadi kebiasaan dalam *ijāb* dan *qabūl*.¹⁴

Tujuan yang terkandung dalam pernyataan *ijāb* dan *qabūl* harus jelas dan terdapat kesesuaian, sehingga dapat dipahami oleh masing-masing pihak. Selain itu pelaksanaan *ijāb* dan *qabūl* juga harus berhubungan langsung dalam suatu majelis. Apabila kedua belah pihak hadir dan saling bertemu dalam satu tempat untuk melaksanakan transaksi maka tempat tersebut adalah majelis akad. Adapun jika masing-masing pihak saling berjauhan maka majelis akad adalah tempat terjadinya pernyataan *qabūl*.¹⁵

Dari sini terlihat bahwa pernyataan kesepakatan dalam transaksi *as-salam* dapat dilakukan dengan segala macam pernyataan yang dapat dipahami maksudnya oleh kedua belah pihak yang melakukan transaksi, baik dalam bentuk perkataan, perbuatan, isyarat maupun dalam bentuk tulisan.

Dalam transaksi *e-commerce* melalui internet, *consumer* dan *merchant* bertemu dalam dunia maya yaitu internet melalui server yang disewa dari ISP. Biasanya akan didahului oleh penawaran dari pihak *merchant*. Kemudian, melalui sebuah *website* yang dimiliki *merchant*, *consumer* dapat melihat daftar atau katalog barang yang dijual yang disertai dengan deskripsi produk yang dijual.

¹⁴ Basyir, *Asas-Asas*, hal. 68; Lihat juga Ad-Dardīr, *Asy-Syarh*, III : 3; Al-Kāsānī, *Badāi'*, V : 138; An-Nawāwī, *Al-Majmū'*, IX : 159.

¹⁵ Al-Būī, *Al-Buyū'*, hal. 36.

Pernyataan kesepakatan dapat dilakukan melalui *chatting*, *video conference*, *e-mail* atau langsung melalui *website merchant*.¹⁶

Pernyataan kesepakatan melalui *chatting* atau *video conference* adalah seseorang dalam menawarkan sesuatu dengan model dialog interaktif melalui internet, seperti halnya melalui telepon. *Chatting* dilakukan melalui tulisan sedang *video conference* dilakukan melalui media elektronik, dimana orang dapat melihat langsung gambar pihak lain yang melakukan penawaran dengan menggunakan alat ini. Pernyataan melalui *e-mail* dilakukan dengan menulis nama produk dan jumlah produk, alamat pengiriman, dan metode pembayaran yang digunakan, kemudian dikirimkan ke alamat *e-mail* yang dimiliki oleh *merchant*. Dalam hal ini kedua pihak harus sudah memiliki alamat *e-mail* masing-masing. Adapun pernyataan kesepakatan melalui *website merchant*, biasanya *merchant* telah menyediakan *form* yang harus diisi oleh *consumer* yang juga disertai dengan informasi kesepakatan pada *website*-nya, dan *consumer* tinggal memilih tombol "*accept*" atau "*cancel*" (atau yang sejenisnya). Bila *consumer* meng-klik tombol "*accept*" berarti kesepakatan kedua belah pihak telah tercapai yang kemudian diikuti dengan proses pembayaran.

Dengan demikian, bentuk pernyataan kesepakatan yang terjadi melalui *chatting*, *video conference* dan *e-mail* merupakan salah satu wujud pernyataan dalam bentuk tulisan/surat-menyurat. Sedang pernyataan kesepakatan yang terjadi melalui *website merchant* dengan meng-klik suatu dialog yang bertuliskan

¹⁶ Arsyad, "*Transaksi Bisnis*.", hal. 53-dst.

"*accept*" atau yang sejenisnya dapat dikatakan salah satu wujud pernyataan dalam bentuk isyarat dan tulisan.

Dengan pemaparan di atas, terlihat bahwa pernyataan kesepakatan pada transaksi *e-commerce* pada prinsipnya sama dengan pernyataan kesepakatan pada transaksi *as-salam*. Namun, pada pelaksanaannya dalam transaksi *online* pernyataan kesepakatan dinyatakan melalui media elektronik dan internet. Meski pernyataan kesepakatan dilakukan dengan berbagai cara, yang terpenting adalah pernyataan dapat dipahami maksudnya oleh kedua pihak yang melakukan transaksi, sehingga dapat dijadikan manifestasi dari kerelaan kedua pihak. Dan sebelum pernyataan kesepakatan terjadi harus dilakukan berbagai pertimbangan yang berdasarkan informasi yang akurat dan dikelola secara baik dan benar, karena hal tersebut mengandung unsur risiko tinggi walaupun bisa diminimalisir dengan infrastruktur-infrastruktur pendukung yang ada.

3. Obyek transaksi

Obyek transaksi merupakan salah satu unsur penting yang harus ada dalam setiap transaksi, tidak terkecuali dalam transaksi *as-salam* dan transaksi *e-commerce* melalui internet. Obyek transaksi merupakan sesuatu yang harus dapat diserahkan sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak yang bertransaksi. Obyek transaksi dapat diklasifikasikan menjadi dua bagian, yaitu pembayaran/harga dan komoditi/produk.

Dalam transaksi *as-salam*, obyek transaksi harus merupakan harta yang memiliki nilai dan manfaat menurut syara' bagi pihak-pihak yang mengadakan

transaksi.¹⁷ Selain itu ada ketentuan-ketentuan khusus yang sekaligus merupakan ciri dari transaksi *as-salam*. Ketentuan-ketentuan ini, seperti telah dijelaskan pada bab sebelumnya,¹⁸ berupa ketentuan yang harus dipenuhi baik mengenai pembayaran/harga (رأس المال) atau komoditi/produk (المسلم فيه).

Pembayaran atau penyerahan harga dalam transaksi *as-salam* harus di tempat kontrak atau dengan kata lain harus tunai atau disegerakan/didahulukan. Kemudian harus dapat ditentukan dan diketahui oleh pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi. Misalnya pembayaran dilakukan dengan uang, harus dijelaskan jumlah dan mata uang yang digunakan atau dengan barang, harus dijelaskan jenisnya, kualitasnya dan sifatnya.

Dalam transaksi *e-commerce* melalui internet, sebelum proses pembayaran dilakukan masing-masing pihak telah menyepakati mengenai jumlah dan jenis mata uang yang digunakan sebagai pembayaran/harga serta metode pembayaran yang digunakan, seperti dengan kartu kredit/debit. Pada saat kedua belah pihak mencapai kesepakatan, kemudian diikuti dengan proses pembayaran, yang melibatkan dua bank perantara/wakil dari masing-masing pihak yaitu *issuer* dan *acquirer*. *Consumer* memerintahkan kepada *issuer* untuk dan atas nama *consumer* melakukan sejumlah pembayaran atas harga barang kepada *acquirer* yang ditujukan kepada *merchant*. Setelah pembayaran diterima oleh *merchant*, kemudian diikuti dengan proses pemenuhan prestasi oleh pihak *merchant* berupa

¹⁷ An-Nawāwī, *Al-Majmū'*, IX : 213; Al-Kāsānī, *Badāi'*, V : 143; Al-Bahūtī, *Kasysyūf*., III : 152; Ad-Dardīr, *Asy-Syarh*., III : 10.

¹⁸ Lihat Bab III pada pembahasan mengenai obyek transaksi.

pengiriman barang sesuai dengan kesepakatan mengenai saat penyerahan dan spesifikasi barang.¹⁹

Sesuatu yang dijadikan pembayaran/harga dalam transaksi *e-commerce* adalah uang yang telah diketahui jumlah dan mata uang yang digunakan. Uang yang dijadikan pembayaran/harga diserahkan melalui wakil/perantara dari masing-masing pihak yang bertransaksi yang dalam hal ini adalah *issuer* dan *acquirer*. Pembayaran segera dilakukan sesuai dengan jumlah dan mata uang yang telah disepakati setelah proses otorisasi berhasil dilaksanakan. Berbagai cara biasanya dilakukan oleh perusahaan maupun bank untuk membuktikan kepada *consumer* bahwa proses pembayaran telah dilakukan dengan baik, seperti pemberitahuan melalui *e-mail*, pengiriman dokumen elektronik melalui *e-mail* atau situs terkait yang berisi "berita acara" jual beli dan kuitansi pembelian yang merinci jenis produk atau jasa yang dibeli berikut detail mengenai metode pembayaran yang telah dilakukan atau pencatatan transaksi pembayaran oleh bank yang laporannya akan diberikan secara periodik pada akhir bulan.

Dengan demikian, pembayaran/harga dalam transaksi *e-commerce* pada prinsipnya sama dengan pembayaran/harga dalam transaksi *as-salam*. Dalam transaksi *as-salam*, pembayaran/harga harus merupakan harta yang memiliki nilai dan manfaat menurut syara' bagi pihak-pihak yang mengadakan transaksi dan pembayaran/harga harus dibayarkan segera/didahulukan serta dapat ditentukan dan diketahui oleh pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi. Misalnya pembayaran dilakukan dengan uang, harus dijelaskan jumlah dan mata uang yang

¹⁹ Lihat Bab II pada pembahasan mengenai mekanisme pembayaran *online*.

digunakan. Pembayaran/harga dalam transaksi *online* melalui *e-commerce* pada prinsipnya telah memenuhi ketentuan-ketentuan yang ada dalam transaksi *as-salam*. Pembayaran/harga dalam transaksi *e-commerce* merupakan sesuatu yang bernilai dan bermanfaat. Uang yang digunakan sebagai instrumen pembayaran/harga dapat ditentukan dan diketahui oleh pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi dan dibayarkan segera pada waktu transaksi setelah semua proses otorisasi selesai dilaksanakan.

Mengenai komoditi yang dijadikan sebagai salah satu obyek transaksi dalam transaksi *e-commerce* melalui internet dapat berupa apa saja (baik itu komoditi yang legal maupun illegal untuk diperdagangkan menurut Islam), tergantung pada penawaran pihak *merchant*. Hal ini disebabkan selama ini internet diasosiasikan sebagai media tanpa batas.²⁰ Dimensi ruang, birokrasi, waktu, kemapanan dan tembok struktural yang selama ini ada di dunia nyata dengan mudah ditembus oleh teknologi informasi. Oleh karena itu, disamping komoditi yang memang legal menurut Islam untuk diperdagangkan juga terdapat komoditi yang illegal menurut Islam untuk diperdagangkan, seperti minuman

²⁰ Walaupun internet diasosiasikan sebagai media tanpa batas, tapi secara logika, seperti yang dikemukakan oleh Onno W. Purbo, hati nurani kita menjawab pasti ada sesuatu yang akan membatasi interaksi dalam dunia maya ini. Kemudian Onno mengemukakan 4 hal utama yang menjadi komponen utama dari pembatas dunia maya, yaitu: *pertama*, hukum/perundangan; *kedua*, norma; *ketiga*, kondisi pasar; *keempat*, arsitektur dari platform tempat masyarakat berinteraksi. Lebih lanjut lihat Onno W. Purbo, "*Cyberlaw: Filosofi "Hukum" di Dunia Maya*", makalah disampaikan pada Seminar Nasional *Cyberlaw*, diselenggarakan oleh Sekolah Tinggi Hukum Bandung, Bandung, 9 April 2001, hal. 1-dst.

Sampai sejauh ini di Indonesia belum ada hukum yang mengatur secara khusus mengenai dunia *cyber*, walaupun telah ada disiapkan konsep *cyberlaw* oleh Fakultas Hukum Universitas Indonesia dan Fakultas Hukum Universitas Padjadjaran, namun sampai saat ini belum mengalami kemajuan yang berarti apalagi menjadi suatu peraturan perundang-undangan.

keras.²¹ Hal ini tergantung kepada *consumer* sendiri dalam mencermati jenis komoditi apa dan bagaimana yang akan dibeli.

Sedang ketentuan yang ada dalam transaksi *as-salam* mengharuskan komoditi yang dijadikan sebagai obyek transaksi harus merupakan sesuatu yang boleh diperjualbelikan menurut Islam. Sejauh ini dapat dicermati bahwa apabila komoditi dalam *e-commerce* merupakan komoditi yang legal menurut Islam untuk diperdagangkan berarti telah sesuai dengan salah satu ketentuan yang ada dalam transaksi *as-salam*.

Selanjutnya komoditi yang akan diserahkan dalam transaksi *as-salam* harus ditunda pada suatu waktu kemudian. Sesuai dengan makna transaksi *as-salam* itu sendiri, yaitu transaksi terhadap sesuatu yang diserahkan dikemudian hari, sedangkan pembayaran dilakukan di muka, dan seperti yang telah disebutkan oleh Rasulullah Saw:

من أسلف في شيء ففي كيل معلوم ووزن معلوم إلى أجل معلوم

Barangsiapa yang melakukan salaf, hendaklah melakukannya dengan takaran yang jelas dan timbangan yang jelas pula, sampai batas waktu tertentu.²²

Adapun komoditi yang diperdagangkan dalam *e-commerce* dapat berupa komoditi digital dan komoditi non-digital. Untuk komoditi digital seperti *electronic newspapers*, *digital library*, *virtual school*, *software* program aplikasi komputer dan sebagainya, dapat langsung diserahkan melalui media internet

²¹ Sebagai contoh lihat <http://www.cawineclub.com> accessed September 30, 2003.

²² Al-Bukhārī, *Ṣaḥīḥ al-Bukhārī*, II : 781; Imam Muslim, *Ṣaḥīḥ Muslim*, III : 1226-1227.

kepada *consumer*, seperti dengan melakukan *download* terhadap produk tersebut. Berbeda halnya dengan komoditi non-digital, komoditi tidak dapat diserahkan langsung melalui media internet namun dikirimkan melalui jasa kurir sesuai dengan kesepakatan spesifikasi komoditi, waktu dan tempat penyerahan. Dengan demikian, apabila komoditi yang diperdagangkan merupakan komoditi digital maka tidak dapat dikategorikan/disamakan dengan transaksi *as-salam*. Karena dalam transaksi *as-salam* komoditi diserahkan kemudian/ditangguhkan penyerahannya. Sedang pada komoditi digital, komoditi diserahkan langsung kepada *consumer* melalui media internet dan diterima langsung pada waktu transaksi. Lain halnya pada komoditi non-digital, komoditi tidak dapat diserahkan langsung kepada *consumer* melalui internet tapi harus dikirimkan melalui jasa kurir yang dalam hal ini berarti penyerahan komoditi tidak diserahkan pada saat transaksi atau dengan kata lain komoditi ditangguhkan sampai pada batas waktu yang telah disepakati. Hal ini berarti bahwa untuk komoditi non-digital telah memenuhi salah satu ketentuan yang ada dalam transaksi *as-salam*, yaitu mengenai penangguhan penyerahan komoditi.

Dalam transaksi *as-salam* perlu adanya ketentuan bahwa komoditi yang dijadikan obyek transaksi harus diketahui dan bisa diidentifikasi secara jelas. Selain untuk menghindari ketidakjelasan dalam transaksi, hal ini juga dimaksudkan untuk mengurangi kesalahan akibat kurangnya pengetahuan tentang macam komoditi tersebut (misalnya beras atau kain), tentang klasifikasi kualitas (misalnya kualitas utama, kelas dua, atau eks ekspor), serta mengenai

kuantitasnya. Ketentuan ini seperti ditegaskan oleh Rasulullah Saw dalam hadis tentang *as-salam* yang diriwayatkan oleh Ibn ‘Abbās.²³

Sebelum melakukan pemesanan, dalam transaksi *e-commerce* melalui internet, *consumer* terlebih dahulu dapat melihat dan mengetahui tentang informasi komoditi yang ditawarkan oleh pihak *merchant* dengan melakukan *browsing* pada *website* yang telah disediakan *merchant*. Setelah memilih jenis barang tertentu yang diinginkan, maka akan dijumpai keterangan lebih jelas mengenai barang yang dipilih itu, antara lain terdiri dari informasi penting tentang produk tersebut (seperti harga dan gambar barang tersebut), nilai *rating* barang itu yang diperoleh dari *poll* otomatis tentang barang itu yang diisi oleh para pembeli sebelumnya (apakah barang tersebut baik, cukup baik, atau bahkan mengecewakan), spesifikasi (*product review*) tentang barang tersebut, dan menu produk-produk lain yang berhubungan. Hal ini menjelaskan bahwa komoditi yang dijadikan sebagai obyek transaksi dalam transaksi *e-commerce* melalui internet maupun transaksi *as-salam* dapat diketahui dan bisa diidentifikasi secara jelas.

Selanjutnya dalam transaksi *as-salam*, komoditi yang dijadikan sebagai salah satu obyek transaksi harus berada dalam tanggungan dan diakui sebagai utang, walaupun tidak harus berada pada penjual pada saat transaksi berlangsung, tetapi harus ada pada waktu yang ditentukan. Kalau dilihat pada transaksi *e-commerce* melalui internet, walaupun tidak dapat diidentifikasi secara pasti tapi paling tidak, sertifikat digital yang diberikan oleh CA kepada *merchant website* dapat dijadikan jaminan bahwa ia telah diakui sebagai "pedagang" di dunia maya

²³ Lihat *Ibid*.

dan memiliki komoditi untuk diperdagangkan/mampu melakukan pemenuhan prestasi sesuai dengan kesepakatan antara kedua belah pihak yang bertransaksi. Selain itu juga pihak *merchant* menyediakan pelayanan kepada setiap *consumer* untuk menyampaikan keluhan ataupun pertanyaan melalui *consumer support* yang dapat diakses setiap saat baik melalui *e-mail*, telepon dan sebagainya.

Kemudian, penangguhan penyerahan komoditi dalam transaksi *as-salam* harus jelas dan dapat diketahui seperti yang ditegaskan oleh Rasulullah Saw.²⁴ Yang penting dalam hal ini adalah adanya kejelasan tentang penangguhan (*al-ajl*) bagi kedua belah pihak agar kekhawatiran akan timbulnya perselisihan dikemudian hari dapat dihindari. Oleh karena itu, penentuan waktu penangguhan penyerahan komoditi dapat ditentukan sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak yang bertransaksi.

Dalam transaksi *e-commerce* melalui internet, untuk komoditi non-digital biasanya sebelum transaksi berlangsung telah disepakati mengenai batas waktu untuk penyerahan komoditi. *Consumer* dapat menentukan batas waktu pengiriman yang diinginkan seperti yang telah disediakan oleh *merchant* dalam bentuk *form* yang harus diisi oleh *consumer*. Setelah mengisi *form* tersebut pihak *merchant* akan mengkalkulasikan jumlah komoditi sekaligus harga dan biaya pengiriman yang harus dibayar oleh *consumer*. Dari sini terlihat bahwa penangguhan penyerahan komoditi dalam transaksi *e-commerce* melalui internet dan transaksi *as-salam* dapat diketahui dan jelas serta ditentukan sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak yang bertransaksi.

²⁴ Lihat *Ibid*.

Dalam transaksi *as-salam*, tempat penyerahan barang dapat ditentukan sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak yang bertransaksi. Jika kedua belah pihak yang bertransaksi tidak menentukan tempat pengiriman, barang harus dikirim ke tempat yang menjadi kebiasaan, misalnya gudang si penjual atau bagian pembelian si pembeli. Yang perlu diperhatikan dalam hal ini adalah kesepakatan diantara kedua belah pihak agar lebih memberikan rasa aman dan lebih menjaga agar tidak terjadi perselisihan. Dalam transaksi *e-commerce* melalui internet, *consumer* harus mengisi *from* yang telah disediakan oleh *merchant* yang di dalamnya termasuk alamat untuk pengiriman komoditi yang dipesan oleh *consumer*. Atau bisa juga *merchant* memberikan pilihan untuk mengirimkan komoditi ke alamat *consumer* atau ke alamat lain sebagai *gift* misalnya. Apabila *consumer* memilih untuk mengirimkannya ke tempat lain maka *consumer* diminta untuk mengisi informasi mengenai nama dan alamat yang akan menerima barang yang dipesan. Jadi, tempat penyerahan komoditi dalam kedua transaksi tersebut dapat ditentukan sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak yang bertransaksi.

Mencermati seluruh pemaparan di atas, transaksi yang dilakukan dalam *e-commerce* melalui internet pada dasarnya tidak memiliki perbedaan kecuali pada komoditi yang dijadikan sebagai obyek transaksi. Dan juga transaksi *e-commerce* melalui internet dapat dibolehkan menurut Islam berdasarkan prinsip-prinsip yang ada dalam perdagangan menurut Islam, khususnya dianalogikan dengan prinsip transaksi *as-salam*, kecuali pada komoditi yang tidak dibenarkan untuk diperdagangkan secara Islam. Dalam transaksi *e-commerce*, komoditi yang dijadikan sebagai obyek transaksi dapat berupa apa saja, baik itu komoditi yang

legal diperjualbelikan menurut Islam ataupun komoditi yang illegal, seperti minuman keras. Berbeda halnya dalam transaksi *as-salam* yang memberlakukan ketentuan bahwa komoditi yang boleh dijadikan sebagai obyek transaksi harus komoditi yang dibenarkan oleh Islam untuk diperdagangkan. Oleh karena itu, untuk komoditi yang illegal diperdagangkan menurut Islam tidak sesuai dengan ketentuan yang ada dalam transaksi *as-salam*. Selanjutnya, komoditi tersebut dalam transaksi *e-commerce* dapat berupa komoditi digital dan non-digital. Untuk komoditi digital yang diperdagangkan dalam transaksi *e-commerce* tidak termasuk dalam ketentuan yang ada dalam transaksi *as-salam* karena dalam transaksi *as-salam*, komoditi harus ditangguhkan penyerahannya sampai batas waktu tertentu. Sedangkan dalam transaksi *e-commerce*, untuk komoditi digital diserahkan langsung melalui internet kepada *consumer*. Hal ini tidak sama dengan transaksi *as-salam* tapi sama seperti transaksi jual beli biasa.

Lebih jelas dapat dilihat aspek perbedaan dan persamaan antara transaksi *e-commerce* melalui internet dengan transaksi *as-salam* pada tabel berikut:

Tabel 2
Persamaan dan Perbedaan

No	Aspek	Persamaan	Perbedaan	
			Transaksi <i>e-Commerce</i>	Transaksi <i>as-Salam</i>
1.	Pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi.	Adanya penjual dan pembeli sebagai subyek transaksi.	Adanya <i>payment gateway, acquirer</i> dan <i>issuer</i> yang dianggap sebagai saksi dan wakil dalam melakukan pembayaran merupakan suatu keharusan.	Keberadaan saksi dan wakil bukan suatu keharusan tapi apabila diperlukan hal tersebut tidak akan merusak atau membatalkan transaksi, bahkan untuk keberadaan

				saksi sangat dianjurkan dalam transaksi ini.
2.	Pernyataan kesepakatan.	Adanya pernyataan kesepakatan sebagai manifestasi dari kerelaan kedua belah pihak yang bertransaksi.	Dilakukan melalui media elektronik dan internet.	Dapat dilakukan dengan berbagai cara yang dapat dipahami maksudnya oleh kedua belah pihak yang bertransaksi.
3.	Obyek transaksi	Pembayaran/harga diserahkan segera/didahulukan.	Komoditi yang diperdagangkan dapat berupa komoditi yang legal dan illegal untuk diperdagangkan menurut Islam. Untuk komoditi digital diserahkan langsung setelah transaksi melalui internet, dan untuk komoditi non-digital tidak dapat diserahkan langsung namun dikirimkan melalui jasa kurir sesuai dengan kesepakatan spesifikasi komoditi, waktu dan tempat penyerahan.	Komoditi yang diperdagangkan harus berupa komoditi yang legal untuk diperdagangkan menurut Islam. Penyerahan komoditi harus ditangguhkan sampai batas waktu kemudian.

B. Transaksi *e-Commerce* di Indonesia

Tampaknya saat ini hampir di setiap negara terikat dengan internet. Internet telah berkembang dengan sangat cepat tidak hanya di negara-negara maju

tapi juga pada negara-negara berkembang seperti Indonesia. Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pada tahun 2002 pengguna jasa internet di Indonesia mencapai angka 4,5 juta dan diperkirakan sampai dengan akhir tahun 2003 ini akan sampai pada jumlah 7,55 juta.²⁵ Hal ini akan membuka potensi dan peluang untuk mengembangkan bisnis melalui media internet khususnya *e-commerce* yang telah diprediksikan sebagai "bisnis besar masa depan" (*the next big thing*).²⁶ Perkembangan internet yang kemudian memunculkan *e-commerce* merupakan alternatif bisnis yang cukup menjanjikan, karena *e-commerce* dipandang memiliki banyak kemudahan bagi kedua belah pihak, baik *merchant* maupun *buyer*. Berdasarkan perkembangan di negara-negara besar, *e-commerce* ini menjadi basis menuju bisnis era baru termasuk di Indonesia.

Dunia *e-commerce* dan internet telah berkembang sedemikian pesat melebihi perkembangan teknologi informasi lainnya seperti telepon, radio, dan televisi. Di Amerika, hanya dalam waktu lima tahun (1993-1998) telah terdapat sekitar 50 juta pengguna internet.²⁷ Pada akhir tahun 1999, jumlah ini meningkat dan mencapai 110 juta pengguna internet. Di Eropa, pengguna internet tahun 2000 mencapai 135 juta, sedangkan Amerika Selatan dan Amerika Tengah meraih angka 19,6 juta.²⁸ Demikian pula dengan negara-negara lainnya, pengguna

²⁵ <http://www.apjii.or.id/dokumentasi/statistik.php?lang=ind> accessed Juni 16, 2003.

²⁶ Jay MS, "*Peranan e-Commerce dalam Sektor Ekonomi & Industry*", hal. 3.

²⁷ Amir Effendi Siregar, "Teknologi Informasi dan Industri Pers", *Warta Ekonomi*, No. 40, Th. XI (21 Februari, 2000), hal. 49.

²⁸ Mariam Darus Badruzaman, "*Kontrak Dagang Elektronik Tinjauan Dari Aspek Hukum Perdata*", dalam Mariam Darus Badruzaman dkk, *Kompilasi*, hal. 286.

internet sangat berkembang dan tumbuh dengan kecepatan yang menakjubkan. Kegiatan bisnis barang dan jasa lewat *e-commerce* pada tahun 1998 berjumlah USD 3 milyar dan diperkirakan akan mencapai sekitar USD 327 milyar – yang lebih pesimis mengatakan sekitar USD 186 milyar – pada tahun 2005.²⁹ Transaksi yang sangat laku dan merupakan *best seller* di *e-commerce* untuk barang-barang dagangan di internet maupun melalui media elektronik lainnya, menurut Simba Information adalah produk komputer, produk konsumsi, buku dan majalah, musik dan produk entertainment (audio, video, TV).³⁰

Keberadaan *e-commerce* di Indonesia dipelopori oleh sebuah toko buku *online* yang diberi nama Sanur (<http://www.sanur.co.id>). Ide pertama kali munculnya bisnis *e-commerce* berupa toko buku *online* ini, diilhami adanya jenis bisnis serupa, yaitu Amazon.com. Sanur merupakan toko buku pertama di Indonesia yang menjual buku melalui internet. Kemudian muncul berikutnya *Indonesia Interactive* atau I-2 (<http://www.i-2.co.id>). I-2 dibangun sebagai portal dan menyediakan sebuah *virtual shopping mall*. I-2 saat ini sudah berkembang dan memiliki 10 *online store*, yang menjual buku, komputer, *handicraft* dan *t-shirt*.³¹

Perkembangan *e-commerce* di Indonesia masih terhambat oleh beberapa faktor yang ada. Diantaranya adalah faktor jaminan keamanan. Sebuah survey mendapatkan hasil terhadap *user* Indonesia menunjukkan bahwa pikiran utama

²⁹ Siregar, "Teknologi Informasi dan Industri Pers".

³⁰ <http://www.simbanet.com/> accessed Juni 10, 2003.

³¹ Tim Litbang Wahana Komputer, *Apa dan Bagaimana e-Commerce.*, hal. 20.

yang masih tertanam di benak mereka untuk melakukan transaksi di internet adalah mengenai masalah keamanan dalam pembayaran. Dan juga di Indonesia budaya penggunaan kartu kredit masih sedikit dan masih merupakan barang langka dan simbol status, karena itu banyak situs *e-commerce* di Indonesia yang selain menawarkan cara pembayaran *online* dengan kartu kredit/debit juga menawarkan cara pembayaran lain, seperti *cash on delivery*. Atau dapat juga halaman *website* hanya menawarkan jenis produk yang akan dijual sedangkan transaksi dan pembayaran dilakukan secara *offline* atau kontak via telepon seperti dalam transaksi jual beli biasa.³²

Sebagai contoh mekanisme transaksi *e-commerce* yang ada di Indonesia, penulis akan menjelaskan mekanisme transaksi di *web store* Sanur.³³ Sanur merupakan sebuah toko *online* yang sampai saat ini menjual tiga komoditi, yaitu buku, vcd dan majalah.

Ada beberapa tahap yang dilakukan dalam melakukan transaksi dengan Sanur, yaitu: *pertama*, mencari komoditi yang akan dibeli. Klik *book/vcd/magazine* yang ingin dibeli atau klik pada *item's picture* atau *more* (yang telah di *link*). Pada *product page* terlihat deskripsi secara detail dari item tersebut. Atau dapat juga dengan mengklik *search button*, untuk mencari berdasarkan *title*, *author*, atau *publishers*; *kedua*, memilih komoditi yang akan dibeli. Setelah komoditi yang akan dibeli ditentukan dengan mengklik *link* yang ada, kemudian klik *add to shipping basket* untuk memasukkan ke "keranjang belanja"; *ketiga*,

³² *Ibid.*, hal. 22.

³³ <http://www.sanur.co.id> accessed September 30, 2003.

mengisi *form* yang berisi informasi pembeli dan termasuk ID dan *password* untuk digunakan dalam proses transaksi berikutnya; *keempat*, memilih metode pembayaran. Sanur melayani tiga metode pembayaran, yaitu kartu kredit, transfer bank dan *cash on delivery*. Untuk pembayaran dengan kartu kredit, setelah *order* selesai dan pembeli memilih pembayaran dengan kartu kredit, pembeli akan terhubung ke Bank BII selaku *payment gateway* yang mengecek validitas instruksi pembayaran. Jika memilih untuk membayar melalui transfer, pembeli dapat mentransfer uang ke rekening milik Sanur dengan cara setor tunai, transfer via ATM atau melalui *internet banking*. Sedangkan metode pembayaran *cash on delivery*, Sanur hanya melayani untuk wilayah DKI Jakarta, dan pembeli membayar barang yang dipesan setelah barang tersebut tiba di tempat. Setelah semua proses selesai, komoditi yang dipesan akan dikirimkan ke alamat yang telah disepakati. Untuk wilayah Indonesia dengan pengiriman *regular* biasanya 2-3 hari tergantung pada area.

Sanur merupakan sebuah *web store* yang hanya menjual sesuatu yang termasuk dalam kategori komoditi non-digital. Berbeda halnya dengan Kartu Bebas dan Pulsa *Online*³⁴ yang masing-masing menyediakan layanan untuk pembelian pulsa *calling card* dan pulsa untuk kartu prabayar GSM yang ada di Indonesia. Dalam hal ini mereka menjual sesuatu yang termasuk dalam kategori komoditi digital. Setelah pembeli melakukan transaksi dan pembayaran, penjual akan mengirimkan langsung melalui internet kepada pembeli.

³⁴ <http://www.kartubebas.com> dan <http://www.pulsaonline.com> accessed September 30, 2003.

Selain menerapkan mekanisme seperti di atas, di Indonesia ada juga yang menjadikan halaman *website* hanya untuk menawarkan jenis dan katalog produk yang akan dijual sedangkan transaksi dan pembayaran dilakukan secara *offline* di dunia nyata seperti dalam jual beli biasa di pasar tradisional. Misalnya, Prodigy Computer,³⁵ yaitu sebuah toko komputer di Jakarta, yang menawarkan komoditi-komoditinya beserta katalog, deskripsi dan visual dari komoditi tersebut melalui media *website*. Dalam hal ini, bagi yang berminat terhadap komoditi-komoditi yang ditawarkan dapat menghubungi toko tersebut untuk melakukan transaksi seperti halnya transaksi jual beli biasa yang dilakukan di dunia nyata. *Website* tersebut juga menyertakan alamat, telepon, fax, email dan denah lokasi toko.

Dari pemaparan di atas, secara umum mekanisme transaksi *e-commerce* yang ada di Indonesia dapat dikategorikan kepada transaksi dan pembayaran dilakukan secara *online*, transaksi secara *online* dan pembayaran dilakukan setelah barang diterima, dan transaksi dan pembayaran dilakukan di dunia nyata.

Dalam mekanisme transaksi dan pembayaran yang dilakukan secara *online* melalui internet, *consumer* menentukan komoditi yang akan dibeli dengan melihat kriteria-kriterianya yang tersedia dalam *website merchant* kemudian *consumer* mengisi *form* yang telah disediakan oleh *merchant* untuk melakukan transaksi dan menentukan serta melakukan pembayaran secara *online*, seperti dengan kartu kredit. Setelah transaksi dan pembayaran selesai dilaksanakan, pihak *merchant* akan mengirimkan komoditi yang telah dipesan sesuai dengan spesifikasi dan waktu penyerahan, jika komoditi yang dipesan termasuk dalam kategori komoditi

³⁵ <http://www.prodigy.co.id> accessed September 30, 2003.

non-digital,³⁶ ke alamat yang telah ditentukan sebelumnya melalui jasa kurir. Namun, untuk komoditi digital³⁷ dapat diserahkan langsung melalui internet kepada *consumer*.

Transaksi seperti ini, walaupun pada pelaksanaannya terdapat perbedaan, pada prinsipnya dapat dikategorikan dalam transaksi *as-salam*, jika komoditi tersebut termasuk dalam kategori komoditi non-digital. Karena dalam mekanisme ini komoditi diserahkan kemudian sedang pembayaran/harga dilakukan di muka/disegerakan. Untuk komoditi digital di mana komoditi diserahkan langsung melalui internet kepada *consumer*, maka dalam hal ini sama dengan transaksi jual beli biasa, hanya saja pada pelaksanaannya dilakukan secara *online* melalui internet.

Untuk mekanisme transaksi yang dilakukan secara *online* melalui internet dan pembayaran dilakukan setelah barang diterima oleh *consumer*, yaitu transaksi dengan sistem pembayaran *cash on delivery*, kebanyakan hanya dapat dilaksanakan bagi *consumer* yang berdomisili dalam jangkauan *merchant*. Misal, untuk *merchant* yang berdomisili di Jakarta sistem pembayaran *cash on delivery* hanya untuk *consumer* yang berada dalam wilayah Jakarta dan sekitarnya. Berbeda halnya dalam transaksi dengan sistem pembayaran *online*, yaitu dengan pembayaran langsung/disegerakan, dalam mekanisme transaksi seperti ini menempatkan *consumer* dalam pihak yang lebih diuntungkan, karena risiko yang

³⁶ Seperti yang ada dalam toko *online* Sanur (<http://www.sanur.co.id>).

³⁷ Seperti yang diperdagangkan dalam *website* Kartu Bebas dan Pulsa *Online* (<http://www.kartubebas.com> dan <http://www.pulsaonline.com>).

ditanggung oleh *merchant* lebih besar daripada yang akan ditanggung oleh *consumer*.

Pelaksanaan mekanisme transaksi seperti ini tidak bisa disamakan dengan transaksi *as-salam*. Karena dalam transaksi *as-salam* mengharuskan pembayaran dilakukan di muka dan penyerahan barang ditangguhkan. Sedangkan dalam mekanisme transaksi dengan sistem pembayaran *cash on delivery*, pembayaran dan komoditi tidak diserahkan di waktu transaksi, tetapi ditangguhkan sesuai kesepakatan. Transaksi seperti ini dapat dikategorikan dalam transaksi *al-istiṣnā'*.

Transaksi *al-istiṣnā'* merupakan kontrak penjualan antara pembeli dan pembuat barang. Dalam kontrak ini, pembuat barang menerima pesanan dari pembeli. Pembuat barang lalu berusaha menyediakan pesanan tersebut, baik melalui orang lain untuk membuat atau membeli barang menurut spesifikasi yang telah disepakati dan diserahkan pada waktu yang disepakati. Kedua belah pihak bersepakat atas harga serta sistem pembayaran, apakah pembayaran dilakukan di muka, melalui cicilan, atau ditangguhkan.³⁸

Ahli fiqh mazhab Ḥanafī membolehkan transaksi *al-istiṣnā'* atas dasar *istiḥsān* karena alasan-alasan berikut.³⁹

1. Transaksi *al-istiṣnā'* telah menjadi *ijmā'* dalam masyarakat atau konsensus umum, karena masyarakat telah mempraktekkannya secara luas dan terus menerus tanpa ada keberatan sama sekali. Seperti yang ditegaskan oleh Rasulullah Saw: " لا تجتمع أمتي على ضلالة ".

³⁸ Al-Kāsānī, *Badāi'*, V : 2.

³⁹ *Ibid*, V : 2-3.

2. Di dalam syariah dimungkinkan adanya penyimpangan terhadap *qiyās* berdasarkan *ijmā'*.
3. Keberadaan transaksi *al-istiṣnā'* didasarkan atas kebutuhan masyarakat. Banyak orang seringkali memerlukan barang yang tidak tersedia di pasar, sehingga mereka cenderung melakukan kontrak agar orang lain membuat barang untuk mereka.
4. Transaksi *al-istiṣnā'* sah sesuai dengan aturan umum mengenai kebolehan kontrak selama tidak bertentangan dengan *naṣ* atau aturan syariah.

Sebagian ahli fiqh kontemporer berpendapat bahwa transaksi *al-istiṣnā'* adalah sah atas dasar *qiyās* dan aturan umum syariah, karena itu memang jual beli dan si penjual akan mampu mengadakan barang tersebut pada saat penyerahan. Demikian juga kemungkinan terjadi perselisihan atas jenis dan kualitas barang dapat diminimalkan dengan pencantuman spesifikasi dan ukuran-ukuran serta bahan material pembuatan barang tersebut.⁴⁰ Dan juga penerapan transaksi *al-istiṣnā'* sangat relevan untuk masa kini, karena pada umumnya hasil komoditi diproduksi sesuai dengan pesanan, baik berskala lokal, nasional, regional, maupun internasional. Jika transaksi dianggap tidak sah, sementara dunia modern dengan kemajuan teknologi memberlakukan transaksi seperti ini, maka akan membawa kesulitan dan kemudharatan bagi manusia secara umum.

Melihat pemaparan di atas, transaksi *al-istiṣnā'* dibolehkan karena melihat dampak maslahat yang ada dalam praktek itu. Dalam prakteknya harus tetap mendapatkan perhatian yang lebih teliti, sehingga semestinya dengan melakukan

⁴⁰ Antonio, *Bank Syariah.*, hal. 114.

model transaksi tersebut harus disertai oleh adanya pengawasan dan wawasan yang cukup.

Dengan demikian, dalam *e-commerce* di Indonesia transaksi yang diterapkan bukan hanya transaksi *as-salam* tapi juga dapat diterapkan transaksi jual beli biasa dan transaksi *al-istiṣnā'*. Jika transaksi dan pembayaran dilakukan segera secara *online* dan melibatkan komoditi non-digital yang boleh diperdagangkan menurut Islam maka pada dasarnya sama dengan transaksi *as-salam*. Namun jika komoditi yang diperdagangkan adalah komoditi digital pada dasarnya sama dengan jual beli biasa karena komoditi dapat langsung diterima melalui internet oleh *consumer*. Pada mekanisme transaksi dan pembayaran dilakukan secara *offline* di dunia nyata, yaitu dengan menjadikan halaman *website* hanya untuk menawarkan jenis dan katalog produk yang akan dijual, hal ini sama seperti pada jual beli biasa. Sedangkan dalam mekanisme transaksi *online* dengan sistem pembayaran *cash on delivery* dapat dikategorikan ke dalam transaksi *al-istiṣnā'*.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari beberapa pembahasan pada bab terdahulu, maka dapat ditarik kesimpulan:

1. Persamaan antara transaksi *e-commerce* melalui internet dengan transaksi *as-salam*:
 - a. Subyek transaksi antara kedua transaksi adalah sama yaitu penjual dan pembeli yang di dalam transaksi *e-commerce* melalui internet sering disebut *merchant/seller* dan *buyer/consumer/customer*, dan dalam transaksi *as-salam* diistilahkan dengan *rab as-salam* (رب السلم) atau *al-muslim* (المسلم) dan *al-muslim ilaih* (المسلم إليه).
 - b. Dalam transaksi *e-commerce* melalui internet dan transaksi *as-salam* mengharuskan adanya pernyataan kesepakatan. Kesepakatan dilakukan dengan pernyataan yang dapat dipahami maksudnya oleh kedua belah pihak yang melakukan transaksi, seperti dalam bentuk perkataan, isyarat maupun dalam bentuk tulisan.
 - c. Pembayaran/harga dalam transaksi *e-commerce* melalui internet dan transaksi *as-salam* dibayarkan segera/didahulukan.
2. Perbedaan antara transaksi *e-commerce* melalui internet dengan transaksi *as-salam*:

- a. Dalam transaksi *e-commerce* melalui internet adanya pihak lain yang terlibat dalam transaksi sebagai pendukung selain penjual dan pembeli yang dapat dianggap sebagai saksi dan wakil dalam melakukan pembayaran merupakan suatu keharusan dan penting karena dalam melakukan transaksi mereka tidak saling bertemu *face-to-face*. Para pihak itu adalah *payment gateway*, *acquirer* dan *issuer*. Sedang dalam transaksi *as-salam* keberadaan saksi dan wakil bukan suatu keharusan tapi apabila diperlukan hal tersebut tidak akan merusak atau membatalkan transaksi, bahkan untuk keberadaan saksi sangat dianjurkan dalam transaksi *as-salam*.
- b. Pernyataan kesepakatan dalam transaksi *online* dinyatakan melalui media elektronik dan internet. Dalam transaksi *as-salam* pernyataan kesepakatan dapat dilakukan dengan berbagai cara yang dapat dipahami maksudnya oleh kedua belah pihak yang melakukan transaksi.
- c. Komoditi yang dijadikan sebagai salah satu obyek transaksi dalam transaksi *e-commerce* melalui internet dapat berupa apa saja (baik itu komoditi yang legal maupun illegal untuk diperdagangkan menurut Islam), sedang dalam transaksi *as-salam* komoditi yang dijadikan sebagai salah satu obyek transaksi harus komoditi yang legal untuk diperdagangkan menurut Islam.
- d. Dalam transaksi *as-salam*, penyerahan komoditi yang dijadikan sebagai salah satu obyek transaksi harus ditangguhkan sampai batas

waktu kemudian. Sedangkan dalam transaksi *e-commerce* melalui internet, untuk komoditi digital diserahkan langsung, setelah transaksi, melalui internet oleh penjual kepada pembeli dan untuk komoditi non-digital tidak dapat diserahkan langsung, setelah transaksi, melalui media internet namun dikirimkan melalui jasa kurir sesuai dengan kesepakatan spesifikasi komoditi, waktu dan tempat penyerahan.

3. Transaksi *e-commerce* melalui internet - kecuali pada komoditi digital dan komoditi yang tidak dibenarkan untuk diperdagangkan menurut Islam - pada dasarnya sama dengan ketentuan yang ada dalam transaksi *as-salam*, yaitu pembayaran dilakukan di muka dan komoditi diserahkan kemudian sampai batas waktu tertentu. Walaupun terdapat perbedaan dalam mekanisme transaksi karena dalam transaksi *e-commerce* melalui internet menuntut adanya pihak-pihak lain yang terlibat dalam transaksi, tapi hal tersebut tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip yang ada dalam Islam dan transaksi *as-salam* itu sendiri. Untuk komoditi digital tidak bisa dikategorikan ke dalam transaksi *as-salam*, karena komoditi digital diserahkan langsung melalui internet kepada pembeli pada waktu transaksi. Namun pada prinsipnya hal tersebut tidak bertentangan dengan prinsip yang ada dalam perdagangan secara Islam. Transaksi ini dapat dikategorikan seperti jual beli biasa hanya saja semua kegiatan transaksi dilakukan melalui medium internet.
4. Berdasarkan nilai-nilai yang ada dalam perdagangan secara Islam, khususnya dianalogikan dengan prinsip transaksi *as-salam*, transaksi *e-*

commerce melalui internet dapat dibolehkan menurut Islam, kecuali pada komoditi yang tidak dibenarkan untuk diperdagangkan secara Islam.

5. Di Indonesia transaksi *e-commerce* dilaksanakan pada tingkatan jenis yang beragam, di mana jenis pelaksanaannya tersebut dapat dikategorikan ke dalam jenis transaksi *as-salam*, transaksi *al-istiṣnā'* dan transaksi jual beli biasa. Jenis yang disebutkan terakhir dapat dipecah menjadi dua, yakni dengan pelaksanaan transaksi dan penyerahan komoditi secara langsung dari *website* melalui medium internet, atau *website* hanya dijadikan sebagai sarana pemasaran (*marketing*) dan periklanan (*advertising*), lalu transaksinya dilakukan di dunia nyata sebagaimana pelaksanaan perdagangan yang lumrah dilakukan di pasar spot (nyata).

B. Saran-Saran

1. Dalam transaksi *e-commerce* melalui internet peranan infrastruktur pendukung sangat diperlukan untuk membangun kepercayaan di antara pihak-pihak yang bertransaksi. Karena itu bagi para pelaku bisnis *e-commerce* hendaknya memperhatikan keamanan dalam transaksi, teknologi yang digunakan dan harus selalu diperbaharui dengan mengikuti perkembangan teknologi, memberikan pelayanan sebaik mungkin pada konsumen dan memperhatikan aspek hukum dan aspek moral dalam masalah transaksi. Bagi para *consumer* sebelum melakukan transaksi *e-commerce* melalui internet hendaknya berhati-hati dalam melakukan transaksi, seperti dengan mengecek sistem keamanan yang dimiliki oleh

merchant, memiliki wawasan dan pengetahuan tentang komoditi yang dijadikan obyek transaksi agar tidak membeli komoditi yang tidak sesuai dengan norma-norma yang ada, dan juga mengecek dengan jelas mengenai tanggal pengiriman dan tempat penyerahan komoditi agar perselisihan dapat dihindari.

2. Keberadaan internet dan kegiatan bisnis yang dilakukan didalamnya harus dicermati oleh para pihak yang berwenang. Dengan adanya suatu peraturan perundangan yang mengatur kegiatan bisnis melalui internet diharapkan dapat memacu pertumbuhan bisnis internet di Indonesia. Bisnis melalui internet ini selain memberikan kemudahan-kemudahan juga mengandung risiko yang tinggi. Di samping adanya infrastruktur-infrastruktur yang memadai, adanya suatu peraturan perundangan mengenai hal ini akan memberikan kepastian hukum dan ketenangan bagi para pelaku bisnis.
3. Pemerintah harus ikut andil untuk mewujudkan pelaksanaan *e-commerce* yang baik dan benar. Untuk Indonesia khususnya, diperlukan partisipasi pemerintah untuk memodifikasi atau menciptakan suatu tatanan hukum yang mengatur *e-commerce*.
4. Untuk peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian lebih lanjut yang berkenaan dengan penerapan etika bisnis Islami dalam *e-commerce* melalui internet.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnan, Muhammad Aulia, 1999. *Aspek Hukum Protokol Pembayaran Visa/MasterCard Secure Electronic Transaction (SET)*, Skripsi, Depok: Universitas Indonesia.
<http://www.geocities.com/amwibowo/resource.html> accessed Mei 30, 2003.
- Antonio, Muhammad Syafi'i, 2001. *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*, Cetakan Pertama. Jakarta: Gema Insani Press dan Tazkia Cendekia.
- Arsyad, M. Sanusi, 2000. *"Transaksi Bisnis dalam Electronic Commerce (e-Commerce): Studi Tentang Permasalahan-Permasalahan Hukum dan Solusinya"*, Tesis Magister, Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Asy'arie, Musa, 1987. *Islam Etos Kerja Pemberdayaan Ekonomi Umat*, Yogyakarta: Lembaga Studi Filsafat Islam.
- Atmojo, Panggih P. Dwi, 2002. *Internet Untuk Bisnis I*, Jogjakarta: Dirkomnet Training.
- Badruzaman, Mariam Darus, 2001. *"Kontrak Dagang Elektronik Tinjauan Dari Aspek Hukum Perdata"*. Dalam Mariam Darus Badruzaman dkk, *Kompilasi Hukum Perikatan*, Cetakan Pertama. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Bahesti, 1992. *Kepemilikan dalam Islam*, Terjemahan oleh Lukman Hakim & Ahsin M., Cetakan Pertama. Jakarta; Pustaka Hidayah.
- Al-Bahūtī, Manṣūr ibn Yūnus ibn Idrīs, 1402H. *Kasysyāf al-Qinā'*, Beirut: Dār al-Fikr.
- Barkatullah, Abdul Halim, 2003. *"Tinjauan Hukum Bisnis e-Commerce www.sanur.co.id"*, Tesis Magister, Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Basyir, Ahmad Azhar, 2000. *Asas-Asas Hukum Muamalat (Hukum Perdata Islam)*, Edisi Revisi, Yogyakarta: UII Press.
- Al-Baṭāḥ, Muḥammad Ḥisānien, 1997. *An-Nizām al-Iqtisādī fī al-Islām*, Cetakan Pertama. ttp: tnp.
- Al-Bukhārī, 1987. *Ṣaḥīḥ al-Bukhārī*, Cetakan Ketiga. Beirut: Dār Ibn Kaṣīr.

Al-Būṭī, Muḥammad Taufiq Ramaḍān, 1998. *Al-Buyū' asy-Syā'i'ah*, Cetakan Pertama. Beirut: Dār al-Fikr.

Ad-Dardīr, Aḥmad, t.t. *Asy-Syarḥ al-Kabīr*, Beirut: Dār al-Fikr.

Dār al-Khair, 1402H, *Al-Qur'ān al-Karīm bi al-Rasm al-'Usmānī*, Cetakan Kedua. Beirut.

Ding, Julian, 1999. *E-Commerce: Law and Office*, Malaysia: Sweet and Maxwell Asia.

Djamil, Fathurrahman "*Hukum Perjanjian Syariah*", Dalam Mariam Darus Badruzaman dkk, *Kompilasi Hukum Perikatan*, Cetakan Pertama. Bandung: Citra Aditya Bakti.

Erwin, 2002. "*Kekuatan Hukum Digital Signature Berbasis RSA dalam Transaksi Electronic Commerce*" Tesis Magister, Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.

Ḥammad, Nazīh, 1993. *'Aqd as-Salam fi asy-Syarī'ah al-Islāmiyyah*, Cetakan Pertama. Beirut: Ad-Dār asy-Syāmiyyah.

Haris, Freddy, 2000. *Aspek Hukum Transaksi Secara Elektronik Di Pasar Modal*, Jakarta: tnp.

Hata, 2001. "*Beberapa Aspek Pengaturan International e-Commerce Serta Dampaknya Bagi Hukum Nasional*", makalah disampaikan pada Seminar Nasional *Cyberlaw*, diselenggarakan oleh Sekolah Tinggi Hukum Bandung, Bandung.

<http://www.amazon.com> accessed September 15, 2003.

<http://www.apjii.or.id> accessed Juni 16, 2003.

<http://www.capella.co.id> accessed Juni 10, 2003.

<http://www.cawineclub.com> accessed September 30, 2003.

<http://www.kartubebas.com> accessed September 30, 2003.

<http://www.kompas.com> accessed Juni 16, 2003.

<http://www.law.gov.au> accessed Mei 30, 2003.

<http://www.prodigi.co.id> accessed September 30, 2003.

<http://www.pulsaonline.com> accessed September 30, 2003.

<http://www.sanur.co.id> accessed September 30, 2003.

<http://www.setco.org> accessed Mei 30, 2003.

<http://www.simbanet.com> accessed Juni 10, 2003.

Ibn Ḥazm, ‘Alī ibn Aḥmad ibn Sa‘īd, t.t. *Al-Muḥallā*, Beirut: Dār al-Āfāq al-Jadīdah.

Ibn Jazī, Muḥammad ibn Aḥmad, 1984. *Al-Qawānīn al-Fiqhiyyah*, Beirut: Dār al-Kitāb al-‘Arabī.

Ibn Qayyim, 1973. *I‘lām al-Muwaqqi‘īn*, Beirut: Dār al-Jail.

Ibn Rusyd, t.t. *Bidāyah al-Mujtahid wa Nihāyah al-Muqtaṣid*, Beirut: Dār al-Fikr.

Ibn Taimiyyah, Aḥmad ‘Abd al-Halīm, t.t. *Kutub wa Rasā’il wa Fatāwā Ibn Taimiyyah fī al-Fiqh*, Kairo: Maktabah Ibn Taimiyyah.

Indrajit, Richardus Eko, 2001. *E-Commerce: Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Kamal, Farizal F., 1999. *Cyberbusiness*, Cetakan Ketiga. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Al-Kāsānī, ‘Alā ad-Dīn, 1982. *Badāi‘ aṣ-Ṣanāi‘*, Cetakan Kedua. Beirut: Dār al-Kitāb al-‘Arabī.

Kosiur, David, 1997. *Understanding Electronic Commerce*, Washington: Microsoft Press.

Latifulhayat, Atip, 2002. "Perlindungan Data Pribadi dalam Perdagangan Secara Elektronik (*e-Commerce*)", Dalam *Jurnal Hukum Bisnis*, Vol. 18, Maret, 2002.

Al-Maqdisī, Ibn Qudāmah, 1405H. *Al-Mugnī*, Cetakan Pertama. Beirut: Dār al-Fikr.

Al-Maudūdī, Abū al-A‘la, 1971. *Usus al-Iqtisād Bain al-Islām wa an-Nuzum al-Mu‘āsirah*, Cetakan Ketiga. ttp: ad-Dār as-Su‘ūdiyyah li an-Nasyr.

- MS, Jay, 2000. *"Peranan e-Commerce dalam Sektor Ekonomi & Industry"*, makalah disampaikan pada Seminar Sehari Aplikasi Internet di Era Millenium Ketiga, Jakarta.
- Mujamma' Khadim al-Haramain asy-Syarifain al-Malik Fahd, 1413H, *Al Qur'an dan Terjemahnya*, Medinah.
- Muslim, Imam, t.t. *Ṣaḥīḥ Muslim*, Beirut: Dār Iḥyā at-Turās al-'Arabī.
- An-Nabhānī, Taqy ad-Dīn, 1990. *An-Nizām al-Iqtisādī fī al-Islām*, Cetakan Keempat. ttp: Hizbu at-Taḥrīr.
- An-Naisābūrī, Muḥammad ibn 'Abdullah al-Ḥākim, 1990. *Al-Mustadrak 'alū aṣ-Ṣaḥīḥain*, Cetakan Pertama. Beirut: Dār al-Kutub al-'Ilmiyyah.
- Naqvi, Syed Nawab Haider, 1981. *Ethics and Economics: An Islamic Synthesis*, London: The Islamic Foundation.
- An-Nawāwī, 1996. *Al-Majmū'*, Cetakan Pertama. Beirut: Dār al-Fikr.
- , 1405H. *Raudah at-Ṭalībīn*, Cetakan Kedua. Beirut: Al-Maktab al-Islāmī.
- Oetomo, Budi Sutedjo Dharma, 2001. *Perspektif e-Business: Tinjauan Teknis, Manajerial dan Strategi*, Yogyakarta: Andi.
- Pramono, Nindyo, 2001. "Revolusi Dunia Bisnis Indonesia Melalui e-Commerce dan e-Business: Bagaimana Solusi Hukumnya". Dalam *Mimbar Hukum*, No. 39/X/2001.
- Prayudi, Dwinanda, 1999. *"Analisa Protokol Pembayaran Antara Cardholder dan Merchant Pada Protokol Secure Electronic Transaction Serta Implementasi Object Library Pendukungnya"*, Skripsi, Depok: Universitas Indonesia.
<http://www.geocities.com/amwibowo/resource.html> accessed Mei 29, 2003.
- Priharsanta, I. Arif, 1999. *Implementasi Prototipe Proses Otorisasi Kartu Pembayaran Antara Merchant Dan Payment Gateway Pada Protokol Secure Electronic Transaction*, Skripsi, Depok: Universitas Indonesia.
<http://www.geocities.com/amwibowo/resource.html> accessed Juni 29, 2003.
- Priyambodo, Tri Kuntoro, 2000. *"Menjadi Entrepreneur dari e-Commerce"*, makalah disampaikan pada Road Show Seminar Sukses Bisnis Melalui

e-Commerce, diselenggarakan oleh Kanwil Deperindag DIY, Yogyakarta.

- Purbo, Onno W., 2001. *"Cyberlaw: Filosofi "Hukum" di Dunia Maya"*, makalah disampaikan pada Seminar Nasional *Cyberlaw*, diselenggarakan oleh Sekolah Tinggi Hukum Bandung, Bandung.
- , dan Aang Arif Wahyudi, 2001. *Mengenal e-Commerce*, Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Al-Qaradāwī, Yūsuf, 1997. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Terjemahan oleh Zainal Arifin dan Dahlia Husin dari *Daur al-Qiyām wa al-Akhlāq fī al-Iqtisād al-Islāmī*, Cetakan Pertama. Jakarta: Gema Insani Press.
- Al-Qurṭubī, Abū Abdullah, 1372H. *Al-Jāmi li ahkām al-Qur'an*, Cetakan Kedua. Kairo: Dār Asy-Sya'ab.
- Rahman, Afzalur, 1995. *Doktrin Ekonomi Islam*, Terjemahan oleh Soeroyo dan Nastangin dari *Economic Doctrines of Islam*, Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf.
- Riswandi, Budi Agus, 2001. *"Perlindungan Hukum Terhadap Nasabah dalam Transaksi Pembayaran e-Banking (Studi Atas Sistem Pembayaran Internet Berbasis SET)"*, Tesis Magister, Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- , 2003. *Hukum dan Internet di Indonesia*, Cetakan Pertama. Yogyakarta: UII Press.
- Sabiq, Sayyid, 2001. *Fiqh as-Sunnah*, Cetakan Keduabelas. Bandung: al-Ma'arif.
- As-Sajastānī, Abū Dāud, t.t. *Sunan Abī Dāud*, ttp: Dār al-Fikr.
- Setiawan, Iman Budi, 1999. *Smartwallet – Java Wallet Berbasis Smartcard Dan Protokol Set*, Skripsi, Depok: Universitas Indonesia. <http://www.geocities.com/amwibowo/resource.html> accessed Mei 29, 2003.
- Shiddiqi, Mohammad Nejatullah, 1986. *Pemikiran Ekonomi Islam; Suatu Penelitian Kepustakaan Masa Kini*, Terjemahan oleh A.M. Saefuddin dari *Muslim Economic Thinking; A Survey of Contemporary Literature*, Cetakan Pertama. Jakarta: Lembaga Islam untuk Penelitian dan Pengembangan Masyarakat (LIPPM).
- Siregar, Amir Effendi, 1999. "Teknologi Informasi dan Industri Pers", Dalam *Warta Ekonomi*, No. 40, Th. XI, 21 Februari 2000.

- Sjadeini, Sutan Remy, 2001. "*E-Commerce* dalam Perspektif Hukum". Dalam *Jurnal Keadilan*, Vol. 1, No. 3, September 2001.
- , 2001. "*Hukum Siber Sistem Pengamanan e-Commerce*", Dalam Mariam Darus Badruzaman dkk, *Kompilasi Hukum Perikatan*, Cetakan Pertama. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Soon-Yong Choi dkk, 1997. *The Economics of Electronic Commerce*, Indiana: Macmillan Technical Publishing.
- Sudarsono, Heri, 2002. *Konsep Ekonomi Islam: Suatu Pengantar*, Cetakan Pertama. Yogyakarta: Ekonisia.
- Surachmad, Winarno, 1989. *Pengantar Penelitian Deskriptif*, Bandung: ttp.
- Asy-Syāfi'ī, Muḥammad ibn Idrīs, 1393H. *Al-Um*, Cetakan Kedua. Beirut: Dār al-Ma'rifah.
- Asy-Syairāzī, Ibrāhīm ibn 'Alī ibn Yūsuf, t.t. *Al-Muhazẓab*, Beirut: Dār al-Fikr.
- The Liang Gie, 1996. *Pengantar Filsafat Teknologi*, Cetakan Pertama. Yogyakarta: Andi.
- Tim Litbang Wahana Komputer, 2001. *Apa dan Bagaimana e-Commerce*, Cetakan Pertama. Yogyakarta: Andi.
- Tim Penyusun, 2002. *Ensiklopedi Islam Indonesia*, Cetakan Kedua. Jakarta: Djambatan.
- Toffler, Alvin, 1982. *The Third Wave*, Toronto: Bantam Books.
- Tosin, Rijanto, 2000. *Cara Mudah Belajar e-Commerce di Internet*, Jakarta: Dinastindo.
- At-Turmuẓī, Abū 'Īsā, t.t. *Sunan at-Turmuẓī*, Beirut: Dār Ihyā' at-Turās al-'Arabī.
- Ustadiyanto, Rieyke, 2001. *Framework e-Commerce*, Cetakan Pertama. Yogyakarta: Andi.
- Wibowo, Arrianto Mukti, t.t. *Tanda Tangan Digital & Sertifikat Digital: Apa Itu?*,
<http://www.geocities.com/amwibowo/resource/sertifik/sertifik.html>
 accessed Juni 16, 2003.

-----, t.t. *Studi Perbandingan Sistem-sistem Perdagangan di Internet dan Desain Protokol Cek Bilyet Digital*, <http://www.geocities.com/amwibowo/resource/komparasi/bab4.html> accessed Juni 18, 2003.

Widhiyanti, Hanif Nur, 2002. *"Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pengguna Jasa e-Commerce (Di Yogyakarta)"*, Tesis Magister, Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.

Ya'qub, Hamzah, 1984. *Kode Etik Dagang Menurut Islam (Pola Pembinaan Hidup Dalam Berekonomi)*, Cetakan Pertama. Bandung: Diponegoro.

Zaid, Muhammad 'Abd al-'Azīz Ḥasan, 1996. *At-Taṭbīq al-Mu'āṣir li'aqd as-Salam*, Cetakan Pertama. Kairo: Al-Ma'had al-'Ālamī lil Fikr al-Islāmī.

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

Az-Zuhaylī, Wahbah, 1989. *Al-Fiqh al-Islāmī wa Adillatuh*, Cetakan Ketiga. Damaskus: Dār al-Fikr.



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

DAFTAR ISTILAH

Acquirer: Institusi keuangan/bank yang dipercaya *merchant* untuk menerima pembayaran dan melakukan otorisasi terhadap pembayaran dalam setiap transaksi dagang di internet.

Al-muslam fih: Produk atau komoditi yang harus diserahkan oleh *al-muslam ilaih* kepada *rab as-salam*.

Al-muslam ilaih: Istilah dalam bahasa Arab untuk menyebut pihak penjual yang melaksanakan transaksi *as-salam*.

Al-muslim: Lihat **Rab as-salam**.

As-salaf: Istilah lain untuk menyebut transaksi *as-salam* yang biasanya digunakan oleh orang-orang Irak.

Browser: Singkatan untuk istilah web browser. Sebuah program yang digunakan untuk mengakses *world wide web* dan fasilitas lainnya. Dua nama besar untuk program ini adalah Netscape Navigator atau Communicator (dari Netscape Communications Inc.) dan Internet Explorer (dari Microsoft Corp.).

CA: (*Certification Authority*) merupakan sebuah perusahaan atau organisasi yang terpercaya untuk mengeluarkan sertifikat digital, seperti VeriSign, Mountain View, Thawte, i-Trust dan sebagainya. Sertifikat digital ini dimiliki sebagai tanda bukti bahwa dia memiliki hak atau izin atas pelayanan transaksi elektronik.

Cardholder: Konsumen yang menggunakan kartu pembayaran resmi yang dijamin oleh suatu *issuer* untuk transaksi jual-beli di internet.

Cipher text: hasil dari pesan yang telah di enkripsi.

Cryptography: (kriptografi) merupakan ilmu yang mempelajari bagaimana membuat suatu pesan yang dikirim oleh pengirim dapat disampaikan kepada penerima dengan aman.

Decrypt: (dekripsi) merupakan proses pengembalian (*recovery*) dari pesan yang berbentuk kode-kode dan sandi-sandi menjadi pesan asli (seperti sebelum diubah).

Digital certificate: (sertifikat digital) merupakan tanda bukti yang di dalamnya berisi kunci publik dan informasi lengkap mengenai jati diri pemilik kunci tersebut, sebagaimana layaknya KTP, seperti nomor seri, nama pemilik, kode negara/perusahaan, masa berlaku dan sebagainya. Sertifikat digital dikeluarkan oleh CA.

Download: Istilah ini memiliki dua arti berbeda. Definisi yang paling tepat adalah mentransfer file dari komputer server ke komputer client dengan menggunakan program FTP. Tapi kadang-kadang pengguna internet mengatakan downloading untuk menjelaskan proses pengambilan file dari server di internet dengan menggunakan metode macam-macam (seperti copy, save as dan lain-lain).

E-mail: (*electronic mail*) merupakan jenis layanan internet, yaitu layanan surat elektronik yang dapat digunakan untuk mengirim atau menjawab; mengirim

file sebagai bagian dari berita e-mail; dan berlangganan berita kepada grup diskusi yang diminati (mailing list).

Encrypt: (enkripsi) merupakan proses transformasi suatu pesan/data menjadi suatu bentuk yang hampir mustahil untuk dibaca yang berupa kode-kode dan sandi-sandi.

FAQ: (*Frequently Asked Questions*) merupakan dokumen penting yang berisi jawaban atas pertanyaan-pertanyaan dari subyek tertentu.

FTP: (*File Transfer Protocol*) merupakan suatu protokol (aturan) yang dipakai secara luas di internet untuk mentransfer file dari komputer yang satu ke komputer yang lainnya.

Homepage: Halaman awal (pertama) pada sebuah situs. Homepage biasanya berisi beberapa link ke bagian penting lain dari sebuah situs. Istilah homepage juga dipakai untuk menjelaskan halaman situs pribadi/perorangan sebagai "rumah" mereka di dunia web.

HTML: (*HyperText Markup Language*) merupakan suatu standar kumpulan kode-kode yang digunakan untuk mendefinisikan dokumen-dokumen web.

HTTP: (*HyperText Transfer Protocol*) adalah protokol yang mengatur bagaimana sebuah HTML file di transfer dari server ke client dalam World Wide Web.

Internet: (*International Network*) adalah sebuah jaringan komputer yang sangat besar terdiri dari jaringan-jaringan kecil yang saling terhubung yang menjangkau seluruh dunia.

ISP: merupakan singkatan dari Internet Service Provider, yaitu penyedia layanan akses internet ke pengguna baik rumah tangga maupun perkantoran. ISP di Indonesia cukup banyak, misalnya Indosatnet dan Telkomnet.

Issuer: Institusi keuangan/bank yang mengeluarkan kartu pembayaran bagi *cardholder* dan melakukan otorisasi terhadap kartu tersebut ketika digunakan untuk berbelanja di internet.

Mailing list: Daftar beberapa alamat e-mail yang digabung menjadi satu alamat e-mail (untuk memudahkan proses pengiriman pesan).

Merchant: Istilah yang sering digunakan untuk menyebut pedagang atau seseorang (perusahaan) yang menjual barang dagangannya melalui internet.

Payment Gateway: Suatu alat yang biasanya dioperasikan oleh *acquirer* (bisa juga oleh pihak ketiga lain) yang berfungsi untuk memproses instruksi pembayaran, menghubungkan antara *acquirer* dan *issuer*.

Plain text: Pesan asli yang belum di enkripsi. Plaintext bisa terdiri dari suatu *text file*, *bitmap*, *digitized voice video image* dan lain sebagainya.

Portal: merupakan pintu gerbang untuk melakukan akses terhadap situs-situs di internet dan berfungsi untuk melakukan pencarian topik atau untuk memperoleh berbagai layanan lainnya.

Protocol: adalah beberapa aturan untuk melakukan suatu pekerjaan tertentu. Satu tugas komputer, seperti mengirim e-mail, dapat meliputi banyak protokol. Misalnya, satu grup protokol menjelaskan cara mengirim e-mail dari komputer satu ke lainnya, sementara grup protokol lain menjelaskan bagaimana data harus dijabarkan ketika pesan sampai ke tujuan.

Rab as-salam: Istilah dalam bahasa Arab untuk menyebut pihak pembeli atau pemesan yang melaksanakan transaksi *as-salam*.

Ra's al-māl: Istilah dalam bahasa Arab untuk harga yang harus dibayar oleh *rab as-salam*.

Search engine: Situs database tempat pencarian info yang berfungsi membantu dalam menemukan dokumen info tertentu di World Wide Web.

SET: (*Secure Electronic Transaction*) merupakan suatu standar keamanan dalam pembayaran pada saluran internet yang di motori untuk pertama kalinya oleh dua perusahaan raksasa kartu kredit, yaitu Visa dan MasterCard.

Shopping cart: Komponen yang memproses pembelian pada *WebCommerce*. Pembeli menggunakan shopping cart untuk memilih dan menyimpan sementara barang-barang yang ingin dibelinya untuk dapat melihat-lihat barang lainnya.

SSL: (*Secure Sockets Layer*) merupakan protokol yang dikembangkan oleh Netscape Communications yang menyediakan jalur komunikasi secara aman antara server dan client, yang dapat mencegah orang lain untuk mengambil atau membaca data yang sedang dipertukarkan.

TCP/IP: (*Transmission Control Protocol/Internet Protocol*) merupakan satu set protokol jaringan yang digunakan untuk bertukar informasi menjadi beberapa bagian (disebut dengan "paket"), dan mengirimkan bagian-bagian tersebut ke seluruh internet, kemudian menyusunkannya kembali ketika tiba di tempat tujuan.

Upload: Mentransfer satu dokumen atau lebih dari komputer anda ke komputer server. Contoh yaitu pada saat anda mentransfer halaman web.

URL: (*Uniform Resource Locator*) merupakan sistem penamaan alamat situs.

World Wide Web: (WWW) adalah aplikasi internet yang paling diminati pemakai. WWW mencakup sumber daya multimedia, antara lain suara, gambar video dan animasi, sehingga aplikasi ini menjadi semacam sarana pengetahuan yang interaktif.



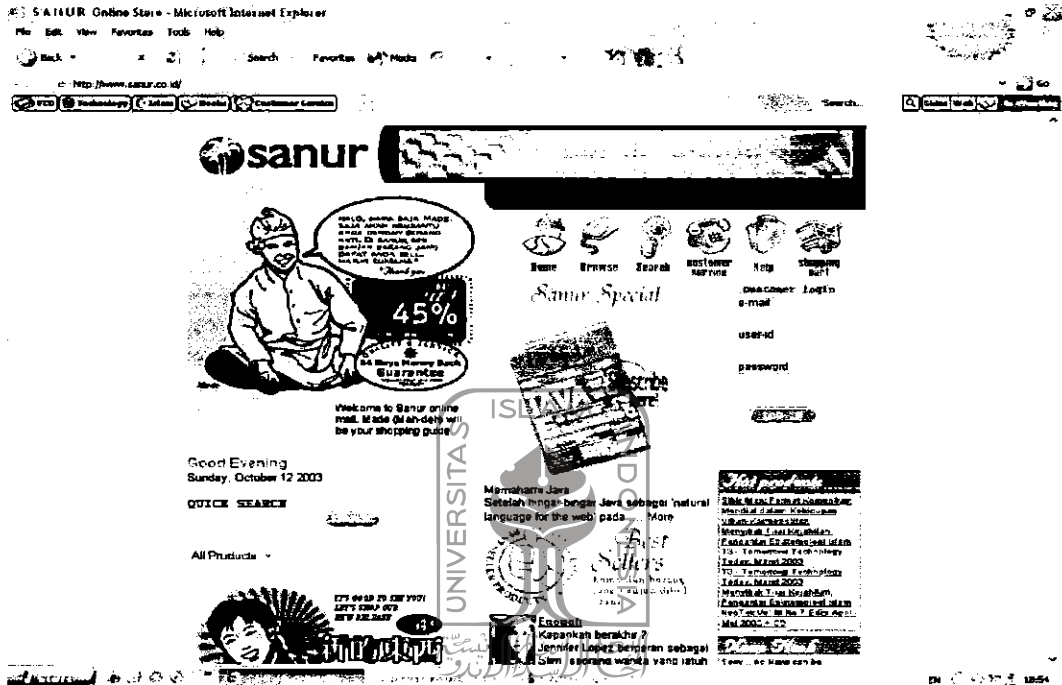
UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

Contoh WebStore di Indonesia

sanur Online Store - Microsoft Internet Explorer

File Edit View Favorites Tools Help

http://www.sanur.co.id/

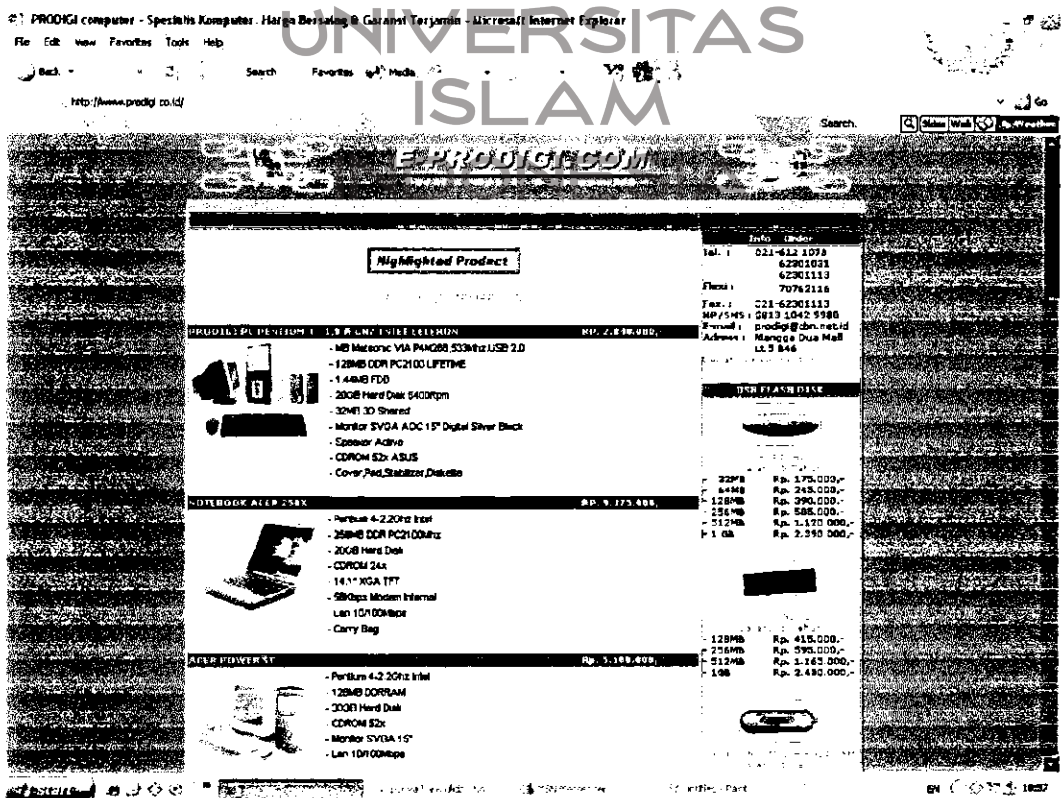


The screenshot shows the homepage of Sanur Online Store. At the top left is the Sanur logo. Below it is a navigation menu with icons for Home, Browse, Search, Customer Service, Help, and Shopping Cart. A central banner features a woman in traditional attire and a '45%' discount offer. To the right, there is a 'Sanur Special' section with a 'New product' list. A search bar is located at the top right. The page footer includes contact information and a copyright notice for 2003.

PRODIGI computer - Spesialis Komputer - Harga Bersaing & Garansi Terjamin - Microsoft Internet Explorer

File Edit View Favorites Tools Help

http://www.prodigy.co.id/



The screenshot displays the Prodigy computer website. The main header features the 'E PRODIGI.COM' logo. Below the header, there are three product categories: 'Highlighted Product', 'NOTEBOOK ALER 258K', and 'ACER POWER 5T'. Each category lists technical specifications and prices. On the right side, there is a 'NEW FLASH DISK' section with a table of storage options and their prices.

Capacity	Price (Rp.)
32MB	175.000,-
64MB	245.000,-
128MB	390.000,-
256MB	585.000,-
512MB	1.120.000,-
1 GB	2.350.000,-

INDEKS

A

Abū Ḥanīfah · 98
Abu Yūsuf · 98
acquirer · 41, 42, 69, 70, 71, 101, 102, 103, 111, 112, 119, 131
Adnan, Muhammad Aulia · 13, 101
Ajibah, Nur Azizatil · 13
al-ajl · 94, 95, 117
Al-Bahūtī, Maṣṣūr ibn Yūnus ibn Idrīs · 15, 73, 82, 86, 87, 90, 91, 93, 99, 111
Al-Gazālī · 79
al-istiṣnā' · 3, 90, 97, 127, 128, 129, 133
Al-Kāsānī, 'Alā ad-Dīn · 15, 79, 82, 84, 86, 90, 92, 93, 94, 98, 105, 108, 111, 127
Al-Khudrī, Abī Sa'īd · 84
Al-Maqdisī, Ibn Qudāmah · 75
al-muslim fih · 74, 86, 88, 91, 92, 93, 94, 95, 97, 98, 99
al-muslim ilaih · 81, 86, 94, 130
al-muslim · 81, 130
Al-Qurṭubī · 74, 80
American Express · 72
Amerika · 5, 121
An-Nawāwī · 15, 73, 79, 86, 90, 92, 95, 105, 108, 111
APJII · 121
Arsyad, M. Sanusi · 12, 33
Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia · Lihat APJII
as-salaf · 73, 89
Association for Electronic Commerce · 20
Asy-Syāfi'ī, Muḥammad ibn Idrīs · 15, 74
Az-Zuhaylī, Wahbah · 15, 77

B

Badruzaman, Mariam Darus · 15, 49, 100, 121
Bahesti · 88
Barkatullah, Abdul Halim · 13
Basyir, Ahmad Azhar · 15, 79, 83, 105, 106, 108
Baum, David · 19
business-to-business · 18, 20, 23, 24, 25, 33
business-to-consumer · 18, 20, 23, 25, 27
CA · 62, 63, 70, 71, 102, 107, 116
cash on delivery · 123, 124, 126, 127, 129
Certification Authority · Lihat CA
ciphertext · 52, 53
consumer-to-consumer · 23, 28
cyber · 7, 11, 113
business · 7
law · 6, 113
space · 45
CyberCash · 44, 72

D

decryption · Lihat dekripsi
dekripsi · 52, 53, 54, 55, 60
Diffie, Whitfield · 54
digital
amplop · 61, 71
komoditi · 114, 115, 119, 120, 124, 126, 129, 132
media · 21
sertifikat · 44, 61, 62, 63, 64, 67, 68, 71, 102, 107, 116

tanda tangan · 12, 43, 44, 46, 58,
59, 60, 62, 72
uang · 41, 45, 46, 47
digital cash · Lihat digital, uang
digital certificate · Lihat digital,
sertifikat
digital economics · 6
digital library · 33, 114
digital signature · Lihat digital, tanda
tangan
Ding, Julian · 21

E

e-check · 43, 44
EDI · 21, 30, 31
ekonomi Islam · 1, 2
ekstranet · 31
electronic check · Lihat *e-check*
Electronic Commerce Expert Group ·
20
Electronic Data Interchange · Lihat
EDI
electronic information · 48
electronic newspapers · 33, 114
electronic shopping mall · 26
e-mail · 6, 7, 18, 26, 32, 33, 34, 36,
39, 42, 43, 46, 109, 112, 117
mailing list · 28, 33
encryption · Lihat enkripsi
enkripsi · 43, 44, 45, 46, 52, 53, 54,
55, 56, 61
asimetris · 54, 55
simetris · 53
Eropa · 121
Erwin · 12
Explorer · 64, 65

F

fiqh
ahli fiqh · 73, 75, 77, 82, 86, 90,
91, 93, 94, 95, 97, 98, 127, 128
fiqh muamalah · 10
fungsi *hash* satu arah · 56, 57, 58

G

garar · 93, 95

H

Hartman, Amir · 6, 20
Hellman, Martin · 54
HTTP · 64, 66
HyperText Transfer Protocol · Lihat
HTTP

I

IBM · 72
Ibn 'Abbās · 74, 92, 116
Ibn al-Munzir · 75
Ibn Hazm, 'Alī ibn Aḥmad ibn Sa'īd
· 76, 90, 92, 93, 94, 95
Ibn Jazī, Muḥammad ibn Aḥmad · 98
Ibn Qayyim · 76
Ibn Rusyd · 15, 75, 84, 86, 89, 92, 94
Ibn Taimiyyah, Aḥmad 'Abd al-
Halīm · 76
ijāb · 77, 78, 79, 107, 108
ijmā' · 127, 128
Indonesia · 1, 5, 9, 10, 11, 12, 17, 26,
33, 51, 58, 61, 72, 101, 113, 120,
121, 122, 123, 124, 125, 129, 133,
134
Indrajit, Richardus Eko · 6, 15
information sharing · 30
internet · 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13,
14, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25,
27, 28, 30, 32, 33, 34, 36, 39, 40,
41, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 51,
61, 64, 65, 66, 68, 69, 71, 72, 100,
101, 103, 106, 107, 108, 109, 110,
111, 113, 114, 116, 117, 118, 119,
120, 121, 122, 123, 124, 125, 126,
129, 130, 131, 132, 133, 134
intranet · 20
ISP · 108
issuer · 41, 42, 69, 70, 71, 101, 103,
111, 112, 119, 131

istihsān · 127

J

Jābir ibn ‘Abdullah · 104

jual beli · 4, 7, 9, 10, 11, 13, 14, 32,
33, 42, 43, 48, 61, 62, 69, 73, 74,
76, 77, 78, 79, 81, 86, 87, 88, 93,
96, 97, 112, 119, 123, 125, 126,
128, 129, 132, 133

K

khiyār · 79

Kosiur, David · 15, 22, 29, 40, 44,
46, 47, 51, 52, 53, 55, 58, 59, 62,
63, 64

kriptografi · 44, 51, 52, 53, 54, 58,
64, 71

kunci

privat · 55, 58, 60, 61

publik · 44, 55, 56, 60, 61, 62, 63,
67, 68, 70, 71

M

Madinah · 75

man-in-the-middle-attack · 68

mazhab

Ḥambalī · 82, 83, 90, 93, 98

Ḥanafī · 77, 82, 86, 87, 90, 93, 94,
97, 98, 127

Mālikī · 82, 83, 90, 91, 93, 97

Syāfi‘ī · 82, 93

Zāhirī · 93

Mesir · 104

Microsoft · 22, 65, 72

Muḥammad · 94, 98

N

Netscape · 64, 65, 72

O

online orders · 32, 33, 37

Open Market · 72

order form · 34, 35

P

payment gateway · 13, 61, 70, 71,
101, 102, 103, 107, 119, 124, 131

payment instruction · 101

perdagangan · 2, 3, 6, 7, 8, 9, 10, 14,
16, 17, 18, 20, 21, 23, 32, 39, 46,
66, 72, 82, 101, 118, 132, 133

plaintext · 52, 53

Point of Sale · Lihat POS

portal · 26, 122

POS · 40

Prayudi, Dwinanda · 13, 58

Priharsanta, I. Arif · 13, 61

public key · Lihat kunci, publik

Purbo, Onno W · 15, 18, 19, 24, 25,
26, 37, 44, 45, 50, 60, 64, 69, 113

Q

qabūl · 77, 78, 79, 107, 108

qiyās · 75, 76, 93, 128

R

ra’s al-māl · 86, 88, 89, 90, 91

rab as-salam · 81, 86, 130

Rahman, Afzalur · 2, 81

RC4 · 66

Riswandi, Budi Agus · 12, 51

RSA · 12

S

Sābiq, Sayyid · 87

search engine · 26

secret key · 53

Secure Electronic Transaction ·

Lihat SET

Secure Sockets Layer · Lihat SSL
 SET · 12, 13, 43, 58, 61, 68, 69, 70,
 71, 72, 101
shopping cart · 34, 36, 37, 38
 Soon-Yong Choi · 15, 18, 40, 51
 SSL · 36, 43, 64, 65, 66, 67
 syariah · 3, 16, 80, 128

T

TCP/IP · 5, 64
 telemarketing · 8
 Toffler, Alvin · 5
 token · 46, 47
*Transmission Control
 Protocol/Internet Protocol* · Lihat
 TCP/IP

U

Ustadiyanto, Riyeke · 15, 51

V

VeriSign · 62, 72, 102

virtual school · 33, 114
virtual shopping mall · 122

W

Wahyudi, Aang Arif · 15, 18, 19, 24,
 25, 26, 37, 44, 45, 50, 60, 64, 69
web · 6, 18, 21, 24, 27, 28, 34, 36,
 42, 64, 65, 67, 124
homepage · 30
 situs · 26, 27, 28, 33, 34, 39, 43,
 112, 123
website · 26, 30, 32, 33, 42, 63, 64,
 67, 68, 71, 106, 108, 109, 116,
 123, 125, 126, 129, 133
WebStore · 7, 123
World Wide Web · 6
 Widhiyanti, Hanif Nur · 12
wilayah aqliyyah · 84
wilayah niyābiyyah · 84



UNIVERSITAS
 ISLAM
 INDONESIA
 Ya'qub, Hamzah · 1, 15

RIWAYAT HIDUP

A. Pribadi

Nama lengkap : Haris Faulidi Asnawi
Tempat dan tanggal lahir : Pantai Batung Hilir, 10 April 1979.
Jenis kelamin : Laki-laki.
Status perkawinan : Belum kawin.
Agama : Islam.
Kewarganegaraan : Indonesia.
Alamat : Durian Gantang, No. 9, Rt. 1/1
Kec. LA. Sel. Kab. HST. Barabai 71361
Kalimantan Selatan
Hp. 08156603356, <http://www.ulidz.hit.as>
E-mail: ulidz@hit.as atau xongxang@yahoo.com
Alamat Jogja : Jl. Legi, No. 28, Papringan,
Jogjakarta 55281.
Telp. (0274) 587086.
Nama orang tua : - Ayah : Asnawi
- Ibu : Muhibbah (almh)

B. Pendidikan

1. Sekolah Dasar Negeri (SDN) Murung Taal, tahun 1985-1991.
2. Madrasah Tsanawiyah Negeri (MTsN) Pantai Hambawang, Barabai, tahun 1991-1994.
3. Madrasah Aliyah Keagamaan Negeri (MAKN) Martapura, tahun 1994-1997.
4. Fakultas Ushuluddin Jurusan Tafsir (S-1) al-Azhar University, Cairo, tahun 1997-2001.
5. Magister Studi Islam (MSI) Konsentrasi Ekonomi Islam (S-2) Universitas Islam Indonesia, Jogjakarta, tahun 2001-2003.