

IQALAH DALAM JUAL BELI MENGGUNAKAN E-COMMERCE PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH

¹Eni Purwanti, ²Habibi Zaman Riawan Ahmad, ³Hisyam Asyiqin

[¹enipurwanti983@gmail.com](mailto:enipurwanti983@gmail.com), [²hazamra710@gmail.com](mailto:hazamra710@gmail.com), [³hisyamasyiqin@idaqu.ac.id](mailto:hisyamasyiqin@idaqu.ac.id),

¹Sekolah Tinggi Ilmu Syariah Nahdlatul Ulama (STISNU) Nusantara Tangerang

²Sekolah Tinggi Ilmu Syariah Nahdlatul Ulama (STISNU) Nusantara Tangerang

³Institusi Daarul Qur'an Tangerang

Abstrak

Tulisan ini berusaha menjelaskan Iqalah dalam jual beli menggunakan E-Commerce dalam tinjauan hukum ekonomi syariah, yang dirumuskan ke dalam rumusan masalah, bagaimana e-commerce perspektif hukum ekonomi syariah? dan bagaimana tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap Iqalah pada e-commerce? Penelitian ini adalah Library Research (Penelitian Perpustakaan) dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca, dan mengelolah bahan penelitian yang ada di pustaka. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pertama, E-Commerce dalam tinjauan hukum ekonomi syariah menegaskan bahwa suatu konsep jual beli dalam fikih muamalah yang sangat sepadan dengan konsep e-commerce ini adalah jual beli al-salam, dengan merujuk pada kaidah fiqh pada dasarnya segala sesuatu dalam ber-mu'amalah diperbolehkan sampai ada larangan yang mengaturnya. Kedua, iqalah pada E-Commerce dalam tinjauan hukum ekonomi syariah, memandang dengan merujuk pada pembahasan sebelumnya bahwa Islam membolehkan transaksi jual beli pada E-Commerce, dengan dasar tersebut tentu saja hal-hal lain yang menempel dan diperbolehkan pada transaksi jual belipun diperbolehkan, seperti iqalah (pemabatalan) baik dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah. Jika pembeli/ penjual melakukan Iqalah maka harus berdasarkan kerelaan antara kedua pihak untuk menghindari unsur-unsur tersebut dalam pasal 38 kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.

Kata Kunci: *Iqalah, E-Commerce, dan Hukum Ekonomi Syariah.*

Abstract

This article attempts to explain Iqalah in buying and selling using E-Commerce in a review of sharia economic law, which is formulated into a problem statement, what is e-commerce from the perspective of sharia economic law?, And what is the review of sharia economic law regarding Iqalah in e-commerce? This research is Library Research (Library Research) with methods of collecting library data, reading, and managing research materials in the library. The results of this research show that first, E-Commerce in the review of sharia economic law confirms that a concept of buying and selling in muamalah fiqh which is very commensurate with the e-commerce concept is al-salam buying and selling, with reference to the

rules of fiqh basically everything in Mu'amalah is permitted until there is a prohibition that regulates it. Second, iqalah on E-Commerce in the review of sharia economic law, considering with reference to the previous discussion that Islam allows buying and selling transactions in E-Commerce, on this basis of course other things that are attached to and permitted in buying and selling transactions are also permitted, such as iqalah (cancellation) is good in the Compilation of Sharia Economic Law. If the buyer/seller carries out Iqalah, it must be based on the willingness of both parties to avoid the elements mentioned in article 38 of the compilation of Sharia Economic Law.

Keywords: *Iqalah, E-Commerce, and Sharia Economic Law.*

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, yang ditandai dengan internet semakin berkembang dan menjadi salah satu alat /media yang digunakan untuk berbagai keperluan. Salah satu contoh dari kegunaan teknologi yang dilengkapi dengan manfaat internet adalah *e-commerce*. *E-commerce* atau yang dikenal sebagai elektronik *commerce* atau perdagangan elektronik merupakan penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik. *E-commerce* dapat melibatkan transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventori otomatis, dan sistem pengumpulan data otomatis (Orenzi, 2021).

Perkembangan *e-commerce* telah menyebar ke berbagai negara, seperti Amerika Serikat dan beberapa negara di ASEAN. Pertumbuhan *e-commerce* di negara ASEAN, khususnya Indonesia, telah berkembang pesat dengan jumlah pengguna internet mencapai 88.1 juta dan nilai transaksi yang telah dilakukan oleh masyarakat Indonesia mencapai angka 130 triliun rupiah (Steven, 2021). Angka tersebut didapat bukan hanya dari transaksi di kota-kota besar Indonesia, tapi juga dari kota-kota kecil yang telah mengikuti perkembangan zaman pasar *e-commerce*.

Di antara alasan *e-commerce* mengalami peningkatan yang begitu cepat di Indonesia salah satunya adalah adanya peningkatan yang cepat dari penggunaan *smartphone*. *Smartphone* jauh lebih terjangkau dibandingkan komputer dan laptop yang membuatnya mudah diakses oleh sebagian besar orang Indonesia. Ada sekitar 70% pengguna internet negara ini adalah pengguna *smartphone*. Laporan McKinsey menyoroti bahwa hampir 75% pembeli *online* di Indonesia menggunakan *smartphone* (Rizal dkk., 2018).

Di sisi lain, pertumbuhan perdagangan informal dapat dikaitkan dengan muda-mudi Indonesia yang mengerti digital. Statistik menunjukkan bahwa anak muda Indonesia adalah pengguna sosial media yang rajin. Negara ini memiliki jumlah pengguna *Facebook* terbesar keempat di dunia dengan 122 juta orang dan memiliki salah satu populasi terbesar pengguna *Instagram*. Indonesia juga merupakan negara terbesar kelima dalam hal pengguna *Twitter*. Dengan begitu banyak pengguna sosial media, tidak mengherankan terjadi perdagangan informal yang besar di negara ini.

Dengan adanya perkembangan penggunaan *e-commerce* membuat kegiatan ekonomi mampu dilakukan dengan jarak jauh yaitu dengan

menggunakan internet, yang mana dengan menggunakan internet masyarakat mampu melakukan bisnis jual beli *online* atau di kenal dengan *e-commerce*. Jual beli *online* adalah proses interaksi antara penjual dan pembeli di mana terjadi proses negosiasi, transaksi, serta komunikasi antara pembeli dan penjual tanpa harus bertatap muka seperti melakukan transaksi melalui bank, ATM, *e-banking*, dan lain sebagainya. Dengan begitu masyarakat mampu memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari menjadi lebih mudah karena masyarakat mampu membuka bisnis jual beli ataupun membeli barang-barang tanpa harus ke luar rumah pergi ke toko penjual.

Namun Jual beli *online* tidak hanya memiliki keuntungan tetapi kerugian. Melalui jual beli *online* ini juga mampu menarik perhatian penjahat untuk melakukan kejahatan melalui jual beli *online* salah satu kejahatan yang dapat dilakukan yaitu penipuan melalui transaksi *online*. Penipuan pada *e-commerce* ini mampu menimbulkan kerugian bagi konsumen yang mampu mengurangi tingkat kepercayaan konsumen terhadap *e-commerce* sehingga pengembangan *e-commerce* akan terhambat. Sehingga untuk menghindarkan konsumen dari berbagai kerugian perlindungan hukum terhadap konsumen *online* sungguh diperlukan (Raharjo, 2002).

Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam *e-commerce* dalam tingkat Nasional, di Indonesia telah memiliki Undang-Undang yang memberikan perlindungan terhadap hak kekayaan intelektual seperti hak Cipta Paten dan Merk termasuk mengesahkan Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen. Dalam tataran nasional usaha untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen memang dinyatakan dengan diberlakukannya Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Keberadaan Undang-Undang terkait perlindungan konsumen dalam jual beli *online* untuk menjaga kepercayaan dan kepuasan konsumen. Saat kepercayaan dan kepuasan konsumen yang menggunakan *e-commerce* maka target selanjutnya adalah menciptakan loyalitas. Loyalitas merupakan suatu komitmen yang kuat yang mendorong untuk terjadinya pembelian kembali. Loyalitas secara umum dapat diartikan sebagai kesetiaan konsumen pada setiap suatu produk, loyalitas konsumen merupakan manifestasi dan kelanjutan dalam kepuasan konsumen dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan, serta untuk tetap menjadi konsumen dari perusahaan tersebut (Oliver, 1997). Seperti yang diungkapkan oleh Singh et al., (2012), bahwa kepuasan merupakan faktor yang berpengaruh langsung terhadap loyalitas konsumen dalam setiap transaksi jual beli.

Proses jual beli konvensional yang diatur dalam *fiqh muamalah*, yang mensyaratkan adanya empat hal yaitu *Sighatal'aqd* (ijab qabul), *Mahalull'aqd* (obyek perjanjian/barang), *Al'aqidaian* (para pihak yang melaksanakan isi perjanjian/barang) dan *Maudhu'ul'aqd* (tujuan perjanjian). *Sighatal'aqd* (ijab qabul) dilaksanakan dengan ucapan lisan, tulisan atau isyarat bagi mereka yang tidak mampu berbicara atau menulis. Bahkan dapat dilaksanakan dengan perbuatan (*fi'il*), yang menunjukkan kerelaan kedua belah pihak untuk melakukan suatu perjanjian (jual-beli) yang umumnya dikenal dengan *almu'athah*. *Mahalull'aqd* mensyaratkan obyek atau barang yang diperjanjikan sudah ada nyata, dapat diserahkan ketika terjadi kesepakatan serta bukan barang yang dilarang menurut *syara'*. *Al'aqidaian* adalah para pihak yang melaksanakan isi perjanjian haruslah

memenuhi syarat seperti aqil baligh, berakal, sehat, dewasa /bukan *mumayyid* dan cakap hukum. Sedangkan *maudhu'ul 'aqd* berarti yang menjadi tujuan dibuatnya perjanjian (jual beli), yakni penjual menyerahkan barang atau jasa sedangkan pembeli menyerahkan sejumlah uang (Dewi dkk., 2006).

Jelasnya ijab dan qabul akad dapat dilakukan dengan cara lisan maupun tulisan, yang penting adalah antara ijab dengan kabulnya jelas. Kesesuaian antara ijab dan qabul pada jual-beli *online* harus dilakukan jika pembeli dan penjual berada dalam satu mejelis atau tempat. Jika syarat barang itu terperinci dengan jelas dan sesuai dengan informasi yang diberikan penjual kepada pembeli, maka jual-beli *online* dapat dilakukan dalam satu majelis yang maya dan jual-beli *online* tersebut sah. Dalam transaksi ini, pembeli dan penjual tidak berada dalam satu tempat tertentu dalam arti fisik dan bisa saja transaksi dilakukan dengan berbagai negara yang berbeda. Oleh karena itu, kehendak para pihak dapat diartikan dengan pernyataan mengungkapkan kehendak para pihak yang harus mencerminkan sukarela. Secara keseluruhan, perdagangan jual-beli *online* tidak bertentangan dengan syariat Islam, selama telah memenuhi hal-hal yang harus terkandung di dalam suatu akad menurut Hukum Perikatan Islam. Dengan kata lain, jual-beli *online* dapat disahkan transaksinya selama rukun dan syaratnya telah sesuai dengan ketentuan dalam Hukum Perikatan Islam.

Islam sebenarnya telah memberikan solusi bagi konsumen yang merasa tidak puas dengan kondisi barang yang di beli, solusi tersebut adalah *Iqalah*. *Iqalah* secara bahasa dapat diartikan sebagai menghilangkan. Sementara pengertian *iqalah* secara istilah didefinisikan sebagai membatalkan akad, dengan tidak memberlakukan hukum dan konsekuensinya dengan kerelaan kedua belah pihak. Akan tetapi solusi yang di tawarkan Islam tersebut belum diterapkan pada *e-commerce* yang ada di Indonesia. Berdasarkan latar belakang inilah maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “*Iqalah* Dalam Akad Jual Beli Menggunakan *E-Commerce* Perspektif Hukum Ekonomi Syariah”. Adapun masalah tersebut kemudian dirumuskan ke dalam rumusan, bagaimana *e-commerce* perspektif hukum ekonomi syariah? dan bagaimana tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap *Iqalah* pada *e-commerce*?

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk jenis penelitian pustaka (*library research*), kajian pustaka adalah sebuah penelitian kepustakaan mengandalkan data-datanya hampir sepenuhnya dari perpustakaan sehingga penelitian ini lebih populer dikenal dengan penelitian kualitatif deskriptif dan ada juga yang mengistilahkan dengan penelitian non reaktif, karena ia sepenuhnya mengandalkan data-data yang bersifat teoritis dan dokumentasi yang ada di perpustakaan. Penelitian ini adalah *Library Research* (Penelitian Perpustakaan), yaitu rangkaian kegiatan yang berkaitan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca, dan mengelolah bahan penelitian yang ada di pustaka (Zed, 2004).

Sumber data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati, dan dicatat untuk pertama kalinya. Yakni sumber asli yang memuat informasi atau data yang relevan dengan penelitian. Dalam hal ini adalah buku atau referensi yang membahas terkait akad jual beli menggunakan *e-commerce*, pembatalan akad dengan *iqalah*, dan hukum ekonomi syariah. Dalam penelitian ini, penulis

menggunakan metode pengumpulan data dengan teknik dokumentasi. Yaitu pencarian beberapa informasi pengetahuan, fakta, dan data dengan kategorisasi dan klasifikasi bahan-bahan tertulis yang berhubungan dengan masalah penelitian, baik berupa catatan, transkrip, kitab-kitab, buku-buku, surat kabar, majalah, jurnal ilmiah, koran, website dan lain sebagainya (Arikunto, 2002).

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis. Penelitian deskriptif ini tertuju pada pemecahan masalah yang dihubungkan dengan pendapat yang satu dan yang lainnya. Selain itu, dalam penyusunan penelitian ini penulis juga menggunakan metode *content analysis* yaitu teknik apapun yang digunakan untuk menarik kesimpulan melalui usaha menemukan karakteristik pesan, dan dilakukan secara obyektif dan sistematis. *Content Analysis* mengindikasikan beberapa ciri antara lain: pertama, teks perlu diproses dengan aturan dan prosedur yang telah dirancang; kedua, teks diproses secara sistematis, mana yang termasuk dalam suatu kategori dan mana yang tidak termasuk ditetapkan berdasarkan aturan sudah ditetapkan; ketiga, proses menganalisis teks tersebut haruslah mengarah ke pemberian sumbangan pada teori, ada relevansi teoritiknya; dan *keempat*, proses analisis tersebut mendasarkan pada deskripsi yang dimanifestasikan. Dalam menganalisis data, penulis juga menggunakan metode analisis komparatif, itu menganalisis data-data tertentu yang berkaitan dengan situasi atau faktor-faktor yang diselidiki, kemudian faktor-faktor tersebut dibandingkan satu dengan yang lainnya.

PEMBAHASAN

1. *E-Commerce* Perspektif Hukum Ekonomi Syariah

E-Commerce merupakan suatu bentuk transaksi kontemporer yang belum pernah ada dilaksanakan pada masa-masa awal Islam, sehingga tidak ada tertuang aturannya secara konkrit dalam Al-Qur'an dan Sunnah Nabi SAW. Untuk itu pembahasan tentang *e-commerce* dalam perspektif hukum ekonomi syariah ini, terkategori dalam persoalan ijtihady (Amir, 2003). Apalagi dalam realitas sosial pelaku ekonomi saat ini, betapa *e-commerce* telah merupakan salah satu bentuk keperluan kemanusiaan yang sulit dihindari, sehingga amat membutuhkan perhatian Islam dalam menjawabnya secara perspektif hukum. Sehingga ada jaminan keamanan syariat bagi pelaku muslim dalam bertransaksi melalui *e-commerce* ini.

Konsep fikih tentang ekonomi selama ini, khususnya dalam masalah jual beli, telah digariskan bahwa yang dapat membatasi fleksibilitas kebolehan jual beli tersebut adalah sejauh transaksi tersebut memenuhi rukun dan syarat, sebagaimana yang telah dituangkan sebelumnya, kendati ada aspek yang disepakati dan ada yang diperselisihkan. Dari adanya nuansa fleksibilitas dan keterikatan dengan rukun dan syarat itulah peluang *e-commerce* akan dipandang dari sisi fikih ekonomi.

Setelah dikemukakan segala sesuatu mengenai *e-commerce*, dapat ditarik spesifikasi transaksinya bahwa *e-commerce* ini ada yang berbentuk jual beli pesanan untuk jenis barang yang non digital, dan ada yang berbentuk pembelian langsung untuk jenis barang yang digital. Caranya, si pembeli memesan atau membeli barang yang ditawarkan oleh penjual atau produsen melalui internet dan dia harus membayar terlebih dahulu melalui sistem yang sudah ditentukan (*online*

dan pada umumnya memakai kartu kredit), setelah itu baru barang dikirimkan dan diterima oleh pembeli. Oleh sebab itu, suatu konsep jual beli dalam fikih muamalah yang sangat sepadan dengan konsep *e-commerce* ini adalah jual beli *al-salam*, kalau barangnya berbentuk pesanan yakni yang non digital, dan jual beli untuk jenis-jenis barang yang digital (Muhyiddin, 2003).

Adapun jual beli (*bay'*) *al-salam* atau disebut juga dengan *al-salaf* (istilah *al-salam* digunakan oleh penduduk al-Hijaz, sedangkan istilah *al-salaf* digunakan oleh penduduk Iraq, adalah suatu bentuk transaksi jual beli yang mana penyerahan barang yang dipesan tersebut ditangguhkan kecuali setelah disampaikan sifat atau ciri barang yang diinginkan, dan penyerahan uangnya dilaksanakan secara tunai. Para ahli fiqh menamakannya dengan *al-Mahawij* (barang-barang mendesak), karena saat jual beli terjadi, barang tersebut tidak ada di tempat, sedangkan ia sangat diperlukan (Mardani, 2012). Demikian juga halnya dapat dipahami bahwa barang yang ditransaksikan dalam *al-salam* ini harus diketahui secara jelas ukuran, jenis, ciri-ciri dan spesifikasinya. Termasuk dalam hal ini persoalan tempo atau masa yang dimaksudkan dengan tertangguhnya masa penyerahan barang, terlihat tidak ada garisan tertentu, melainkan sangat tergantung kepada kesepakatan ke dua belah pihak.

Ibn Rusyd mengemukakan bahwa dibolehkan menyerahkan barang yang tertunda tersebut dalam waktu yang lebih singkat. Dalam konsep lain, ada ulama yang menyamakan jual beli *al-salam* dengan *al-istisna'*, kendati ada perbedaan dari sisi pembayaran bahwa *al-istisna'* bentuk pembayarannya bisa pada saat transaksi terjadi atau ditunda seiring dengan masa penyerahan barang yang juga tertunda tersebut. Di kalangan mazhab Maliki, Syafi'i, dan Hambali cenderung untuk menyamakan dan menempatkan dalam satu pembahasan antara jual beli *al-salam* ini dengan *al-istisna'*, karena barang yang dipesan sama-sama tertunda masa penyerahannya dan belum berada di tangan pembeli pada saat transaksi terjadi. Sedikit berbeda halnya dengan kalangan mazhab Hanafi yang menempatkan *al-istisna'* dalam pembahasan tersendiri.

Menurut Mariza Arfina dan Robert Marpaung *e-commerce* dapat diartikan sebagai suatu cara berbelanja atau berdagang secara online atau *direct selling* yang memanfaatkan fasilitas Internet di mana terdapat website yang dapat menyediakan layanan "*get and deliver*" (Wong, 2020). Secara umum, *e-commerce* dapat diartikan sebagai proses transaksi jual beli secara elektronik melalui media internet. Keberadaan *E-commerce* di Indonesia, secara umum dituangkan dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), transaksi elektronik didefinisikan sebagai perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya. Sedangkan kontrak elektronik adalah perjanjian para pihak yang dibuat melalui sistem elektronik. Transaksi elektronik yang dituangkan ke dalam kontrak elektronik ini mempunyai kekuatan mengikat para pihak yang membuatnya. Secara umum, *e-commerce* masuk ke dalam lingkup hukum perdata, khususnya hukum perikatan. Untuk itu Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dapat digunakan sebagai salah satu ketentuan hukum dalam melakukan perdagangan elektronik.

Dalam bidang ekonomi, Islam menetapkan aturan-aturan yang komprehensif tentang keterkaitan antara dua orang yang melakukan transaksi melalui adanya hukum-hukum agama tentang itu. Aturan itu merupakan rambu-

rambu bagaimana mencari dan mengembangkan harta sekaligus pengalokasiannya. Manusia hanya sebagai penjaga harta yang harus mengoptimalkan usaha dan kekuatannya melalui strategi dan aturan yang ada. Atas dasar ini juga, para fuqaha membuat suatu kaidah atau aturan-aturan ekonomi yang dapat menjadi mediasi bagi manusia untuk saling melakukan transaksi dengan model yang diperbolehkan seperti jual-beli termasuk dalam masalah perniagaan elektronik.

Pada dasarnya segala sesuatu dalam ber-*mu'amalah* diperbolehkan sampai ada larangan yang mengaturnya. Hal ini sesuai dengan kaidah fiqh *mu'amalah* yaitu:

الأَصْلُ فِي الْمُعَامَلَاتِ الْإِبَاحَةُ حَتَّى يَدُلَّ الدَّلِيلُ عَلَى تَحْرِيمِهَا

“Hukum asal dalam urusan *mu'amalah* adalah boleh, kecuali ada dalil yang mengharamkannya”.

Imam Syafi'i menjelaskan bahwa prinsip-prinsip *mu'amalah* berbeda dengan prinsip-prinsip aqidah ataupun ibadah. Muhammad 'Utsman Syabir dalam *al-Mu'amalah al-Maliyah al-Muashirah fi al-Fiqh al-Islamiy* menyebutkan prinsip-prinsip tersebut dibangun di atas dasar-dasar umum yang dikandung oleh beberapa nash (teks) (Maharani dan Yusuf, 2021). Urgensitas dalam akad adalah makna yang terkandung dalam akad tersebut, bukan atas dasar lafadz yang diucapkan. Ini sesuai dengan kaidah fiqhiyah berikut:

العِبْرَةُ فِي الْعُقُودِ لِلْمَقَاصِدِ وَالْمَعَانِي لَا لِلْأَلْفَافِ وَالْمَعَانِي

“Yang dianggap dalam suatu akad adalah maksud-maksud dan makna-makna, bukan lafadz-lafadz dan bentuk-bentuk perkataan”.

Akad dalam transaksi jual-beli menurut hukum Islam merupakan faktor yang dapat mempengaruhi keabsahan jual-beli. Apabila dalam proses transaksi terdapat akad yang tidak sesuai dengan syara', maka batallah transaksi tersebut. Suatu akad dipandang berakhir apabila telah tercapai tujuannya. Selain itu juga terjadi karena adanya *faskh* (pembatalan) atau telah berakhir waktunya. *Faskh* terjadi karena hal-hal sebagai berikut: (Mubarok dan Hasanudin, 2017).

- a. Di-*faskh*, karena adanya hal-hal yang tidak dibenarkan oleh syara, seperti disebutkan dalam akad rusak.
- b. Adanya hak *khiyar*, baik *khiyar rukyat*, cacat, syarat atau majlis.
- c. Adanya *faskh iqalah*, yaitu pembatalan oleh satu pihak atas persetujuan pihak lain karena menyesal setelah terjadinya akad yang baru saja dilakukan.
- d. Karena adanya kewajiban yang ditimbulkan oleh adanya akad yang tidak dipenuhi oleh pihak-pihak yang bersangkutan.
- e. Telah habis waktunya.
- f. Tidak mendapat izin dari pihak yang berwenang.
- g. Kematian.

Pembahasan di atas menunjukkan adanya perikatan dalam kegiatan *e-commerce* berupa ijab dan kabul, yang memenuhi unsur-unsur akad dalam Islam secara elektronik (internet). Tujuan dari akad ini adalah menyempurnakan jual-beli barang ketika waktu penyerahan telah tiba (*future market*).

2. Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap *Iqalah* Pada *E-Commerce*

Iqalah adalah membatalkan akad yang telah terjadi berdasarkan keridhaan kedua belah pihak. *Iqalah* juga didefinisikan sebagai tindakan para pihak berdasarkan kesepakatan bersama untuk mengakhiri suatu akad yang telah mereka tutup dan menghapus akibat hukum yang timbul sehingga status para pihak kembali seperti sebelum terjadinya akad yang diputuskan tersebut. (Anwar, 2010).

Terdapat beberapa syarat-syarat *iqalah*, pertama, *iqalah* terjadi atas akad yang termasuk jenis akad yang dapat di-*fasakh*. Kedua, adanya persetujuan (kesepakatan) kedua belah pihak. Ketiga, bahwa objek akad masih utuh dan ada di tangan salah satu pihak, bila objek telah musnah, *iqalah* tidak dapat dilakukan, dan bila musnah sebagian dapat dilakukan terhadap bagian yang masih utuh dengan memperhitungkan harga secara proporsional. Keempat, tidak boleh menambah harga dari harga pokok, karena *iqalah* adalah suatu pembatalan, dan biaya pembatalan dibebankan kepada yang memintakan pembatalan (Anwar, 2010).

Selain itu, juga terdapat beberapa ketentuan hukum tentang *iqalah*, pertama, karena akad terjadi dengan ijab dan qabul para pihak, maka yang berhak melakukan *iqalah* adalah para pihak bersangkutan. Namun demikian, hak ini juga diperluas kepada ahli waris, juga wakil (penerima kuasa) dengan kuasa dari pihak yang berhak, serta *fudhuli* (pelaku tanpa kewenangan) dengan ketentuan akibat hukumnya yang baru berlaku setelah mendapat ratifikasi dari yang berhak. Kedua, hapusnya akad yang telah dibuat berakibat hukumnya dan para pihak dikembalikan kepada status semula seperti sebelum terjadi akad. Karena itu untuk dapat dilakukan *iqalah* disyaratkan bahwa objek akad masih ada. Ketiga, segala yang berkaitan dengan akad juga bubar, seperti akad penanggungan yang mengikuti akad pokok. Keempat, bagi pihak ketiga, *iqalah* merupakan suatu akad baru dalam rangka memberi perlindungan terhadap pihak ketiga tersebut. Kelima, bagi *iqalah* berlaku *khiyar* syarat dan *khiyar aib* (Anwar, 2010).

Suatu akad, apabila telah memenuhi rukun dan syarat-syaratnya sesuai dengan ketentuan hukum, maka akad tersebut menjadi mengikat. Ikatan akad tersebut menunjukkan arti bahwa akad tersebut tidak dapat diubah atau bahkan diputus oleh para pihak yang telah menyetujuinya secara sepihak berdasarkan kehendak sepihak. Akan tetapi, bila akad itu terbentuk berdasarkan kehendak kedua belah pihak yang tercermin dalam ijab dan kabul, maka pemutusan akad dapat dilakukan berdasarkan kesepakatan para pihak, yang dalam hukum Islam dikenal dengan istilah al-*iqalah*. Cara ini dianjurkan berdasarkan riwayat Ibnu Hibban disebutkan: “*Dari Abu Hurairahia berkata: telah bersabda Rasulullah: Barangsiapa yang membatalkan jual beli dari orang yang merasa menyesal maka Allah akan membatalkan kesulitannya pada hari kiamat* (Hibban, 1426).

Apabila ke luar dari pertimbangan publik dan pertimbangan kepentingan umum, transaksi online adalah sah jika sesuai dengan hukum Syariah dalam akad dan tata cara transaksi serta tidak merugikan pihak manapun, karena menyatakan bahwa transaksi online *E-Commerce* Indonesia dilakukan melalui hukum Islam. Monitoring untuk membangun kepercayaan dalam bertransaksi online sejalan dengan ajaran Islam. Salah satu lokasi online yang dapat dikunjungi calon pembeli secara online adalah website atau aplikasi yang disediakan oleh pelaku usaha atau disebut juga *market place*. Online *market place* yaitu pekerjaan yang dilaksanakan untuk menjalankan pemasaran suatu barang maupun jasa (layanan) menggunakan alat elektronik melalui website atau aplikasi, adapun *place* menurut

kamus baha Inggris bermakna tempat. Jadi, online *market place* yaitu tempat atau ruang dalam menjalankan pemasaran barang maupun jasa dengan media internet atau aplikasi (Aswari, 2020).

Akad berarti mengikat atau menyambungkan, sedangkan yang membangun akad adalah sighthat yang merupakan redaksi dari Akad. Artinya kesepakatan yang terbentuk berdasarkan akad fungsinya mengikat satu sama lain. Pembatalan jual beli atau *iqalah* pada pembahasan sebelumnya telah dihukumi halal oleh hadist maupun pendapat para ulama mazhab. Akan tetapi ketika *iqalah* masuk pada wilayah hukum yang tidak berlandaskan nilai normatif Al-Qur'an dan As-Sunnah maka bisa dianggap sebagai wanprestasi atau ingkar janji sebab aturan-aturan mengenai jual beli juga diikat dalam hukum perdata dan pidana di Indonesia. Sehingga dalam hal ini, perlu merujuk pada KUHPerdota pasal 1320 yang menyatakan bahwa salah satu syarat dari perikatan adalah sebab yang halal sangat sejalan dengan syarat *iqalah* yakni pada transaksi yang dimungkinkan untuk dijadikan *iqalah*.

Dalam kasus ini misalnya, Yuni melakukan transaksi jual beli dengan Mawar dimana Yuni sebagai penjual dan Mawar sebagai pembeli, pada *platform online shop*. Ketika barang telah dipesan oleh Mawar berupa sepatu seharga Rp 200.000 dengan spesifikasi yang telah dideskripsikan oleh Yuni, dalam hal ini ketika Mawar melakukan pembayaran *cash* sebelum barang sampai, maka *iqalah* masih bisa diajukan jika barang ternyata tidak sesuai keinginan Mawar, tentunya dengan kerelaan satu sama lain, akan masuk pada wanprestasi (ingkar janji) apabila Mawar dalam akad jual beli telah membayar tapi tidak sepenuhnya kemudian ia meminta *iqalah* dan pengembalian uang namun tidak disetujui pengembalian setengah pembayaran tersebut kepada Mawar.

Perjanjian yang sah dalam jual beli pada *e-commerce* menjadikan transaksi antara penjual dan pembeli harus diberikan sanksi ketika salah satu pihak melakukan ingkar janji, seperti pada pasal 38 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah "Pihak dalam akad yang melakukan ingkar janji dapat dijatuhi sanksi: a. membayar ganti rugi; b. pembatalan akad; c. peralihan risiko; d. denda; dan/atau membayar biaya perkara" (PPHES, 2009). Jika pembeli/ penjual melakukan *Iqalah* maka harus berdasarkan kerelaan antara kedua pihak untuk menghindari unsur-unsur tersebut dalam pasal 38 kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.

KESIMPULAN

Berdasarkan pemaparan di atas, sebagai hasil dari kajian penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan yang dideskripsikan berikut:

Pertama, *E-Commerce* dalam tinjauan hukum ekonomi syariah menegaskan bahwa suatu konsep jual beli dalam fikih muamalah yang sangat sepadan dengan konsep *e-commerce* ini adalah jual beli *al-salam*, kalau barangnya berbentuk pesanan yakni yang non digital, dan jual beli untuk jenis-jenis barang yang digital. Di kalangan mazhab Maliki, Syafi'i, dan Hambali cenderung untuk menyamakan dan menempatkan dalam satu pembahasan antara jual beli *al-salam* ini dengan *al-istisna`*, karena barang yang dipesan sama-sama tertunda masa penyerahannya dan belum berada di tangan pembeli pada saat transaksi terjadi. Sedikit berbeda halnya dengan kalangan mazhab Hanafi yang menempatkan *al-istisna`* dalam pembahasan tersendiri. Dengan demikian, maka pada dasarnya

segala sesuatu dalam ber-mu'amalah diperbolehkan sampai ada larangan yang mengaturnya.

Kedua, *iqalah* pada *E-Commerce* dalam tinjauan hukum ekonomi syariah, memandang dengan merujuk pada pembahasan sebelumnya bahwa Islam membolehkan transaksi jual beli pada *E-Commerce*, dengan kaidah muamalah “pada dasarnya muamalah itu boleh sampai ada yang mengharamkannya” atas dasar ini bahwa segala hal yang dilakukan dalam jual beli boleh dilakukan terutama pada platform digital (*E-Commerce*) karena telah terpenuhi kategori yang menghilangkan ketidak jelasan dan kemudharatan pada transaksi jual beli. Dengan dasar tersebut tentu saja hal-hal lain yang menempel dan diperbolehkan pada transaksi jual belipun diperbolehkan, seperti *iqalah* (pemabatalan) baik dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah. Jika pembeli/ penjual melakukan *Iqalah* maka harus berdasarkan kerelaan antara kedua pihak untuk menghindari unsur-unsur tersebut dalam pasal 38 kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, Syarifuddin. (2003). *Fiqh: Garis-garis Besar*. Bogor: Kencana.
- Anwar, Syamsul. (2010). *Hukum Perjanjian Syariah: Studi Tentang Teori Akad dalam Fikih Muamalat*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Arikunto, Suharsimi. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Asnawi, Haris Faulidi. (2004). *Transaksi Bisnis E-Commerce Perspektif Islam*. Yogyakarta: Magistra Insania Press.
- Aswari, Aan. “Perlindungan Hukum Tanpa Penegakan Hukum Dalam Sengketa Transaksi Elektronik”, *Jurnal Kertha Patrika*, Vol. 42. No. 2 (Agustus 2020), hal. 163-179. <https://dx.doi.org/10.24843/kp.2020.v42.i02.p05>
- Dewi, Gemala dkk. (2006). *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Efraim, Turban et. al. *Electronic commerce a Managerial and Social Networks Perspective*, 8th edition, (Springer, 2015).
- Hasan, Ali. (2009). *Manajemen Bisnis Syariah: Kaya di Dunia Terhormat di Akhirat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hibban, Ibnu. *Shahih Ibnu Hibban, Juz II, CD Room, Maktabah Kutub Al-Mutun, Silsilah Al'Ilmu An-Nafi'*, Seri 4, Nomor haidis 5039, Al-Ishtar Al-Awwal, 1426 H.
- Hidayat, Enang. (2015). *Fiqh Jual Beli*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Iska, Syukri. “E-Commerce Dalam Perspektif Fikih Ekonomi”, *Juris*. Vol. 9. No. 2. (2010).
- Maharani, Dewi dan Muhammad Yusuf, “Implementasi Prinsip-Prinsip Muamalah dalam Transaksi Ekonomi: Alternatif Mewujudkan Aktivitas Ekonomi Halal”, *Tawazun: Journal of Sharia Economic Law*, Vol. Vol. 4, No. 1, (2021), DOI://dx.doi.org/10.21043/tawazun.v4i1.8338
- Mardani. (2012). *Fiqh Ekonomi Syariah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Mubarok, Jaih dan Hasanudin. 2017. *Fikih Muamalah Maliyyah Akad Jual Beli*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Muhammad, Abdulla. (2009). *Miftaul Khairi Ensklopedia Fiqih Muamalah dalam Pandangan 4 Mazhab*. Yogyakarta: Maktabah Al-Hanif.
- Muhyiddin, Al-Qurahdqhi Ali. (2003). *Fiqh Digital*. Yogyakarta: Qonun Prisma Persada.
- Pusat Pengkajian Hukum Ekonomi Syariah. (2009). *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Raharjo, Agus. (2002). *Pemahaman dan Upaya Pencegahan Kejahatan Berteknologi*. Bandung: PT Citra AdyaBakti.
- Rizal, Muhammad dkk., “AdBispreneur”, *Jurnal Pemikiran dan Penelitian*, Vol. 3, Desember 2018, <http://doi.org/10.24198/adbispreneur.v3i3.19288>
- Steven, Millward. *Statistik Pengguna Internet di Dunia dan Indonesia*, diakses pada 05 Januari 2022 Pukul 09.35 WIB.
- Undang-Undang Tentang Perlindungan Konsumen*, UU No.8, LN No.42, Tahun 1999, TLN. No.3821, pasal 1 butir 3.
- Wong, Jony. “Definisi E-commerce”, *Jurnal Unikom*, https://elib.unikom.ac.id/files/disk1/575/jbptunikompp-gdl-widyahardh-28737-9-unikom_w-i.pdf
- Zed, Mestika. (2004). *Metode Penelitian Kepustakaan*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.