

JUAL BELI DIGITAL DAN E-COMMERCE

Rubaini¹, Eny Darwati², Munah³, Ainun⁴, Muhammad Jimmy⁵, Muhammad Juni Beddu⁶

STAI Ibnu Sina Batam^{1,2,3,4,5,6}

Email: ubaykhanihil@gmail.com¹, enydarwati12@gmail.com², munah90@gamil.com³, ainun70@gmail.com⁴, mjimmy25@gmail.com⁵, jhuni_cairo@yahoo.co.id⁶

Abstrak

Kajian ini tentunya mengkaji tentang perkembangan terbaru tentang muamalah yaitu jual beli digital yang perkembangannya begitu cepat, maka dari itu penulis perlu membahas hal-hal Bagaimana jual beli online dan e-commerce saat ini dengan penomenanya di lapangan dan pandangan Islam, hukum maupun barang-barang yang dijual. Materi terkait jual beli Digital dan E-Commerce dari perspektif Islam dan pandangan ulama serta ketetapan hukum di Indonesia. Barang yang akan dibeli sudah memenuhi kebutuhan pembeli, dan pembeli berhak melakukan komplain atau menolak barang tersebut apabila tidak memenuhi kebutuhan pembeli. Jual beli digital maupun E-Commerce pada dasarnya tidak jauh berbeda, hanya saja jual beli digital bisa kapan saja dan di mana saja untuk bertransaksi, sedangkan E-Commerce baik penjual dan pembeli tidak harus bertemu dan bertatap muka secara langsung karena menggunakan aplikasi yang sudah ada, namun dari dua jenis jual beli tersebut tetap memiliki kesamaan utama dalam jual beli yaitu adanya barang dan uang dan memastikan jual beli tidak ada unsur tipuan.

Kata Kunci: Jual Beli Digital Dan E-Commerce.

Abstract

This study examines the latest developments in muamalah (transactions), specifically digital buying and selling, which are rapidly evolving. Therefore, the author needs to discuss the current state of online buying and selling and e-commerce, including their phenomena in the field, Islamic perspectives, laws, and the goods sold. The material relates to digital buying and selling and e-commerce from an Islamic perspective, the views of Islamic scholars, and legal provisions in Indonesia. The goods to be purchased must meet the buyer's needs, and the buyer has the right to complain or reject the goods if they do not meet their needs. Digital buying and selling and e-commerce are essentially the same. The difference is that digital buying and selling can be done anytime and anywhere. While e-commerce allows both sellers and buyers to meet face-to-face, they utilize existing applications. However, these two types of buying and selling share key similarities: the availability of goods and money, ensuring that the transaction is free from fraud.

Keywords: Digital Buying and Selling and E-Commerce.

A. PENDAHULUAN

Jual beli dalam Islam tentu di bolehkan sesuai ayat al-Qur'an yang artinya "Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba" namun fenomena saat ini jual beli tidak seperti zaman nabi, jual beli saat ini sudah berkembang begitu pesat yang sama-sama kita ketahui Bersama begitu banyak transaksi jual beli dengan berbagai macam bentuknya, mulai dari hal yang biasa sampai yang digital dan pasar khusus yang dibuat oleh aplikator untuk kita bertransaksi jual beli.

Seiring perkembangan zaman, transaksi beli-beli mengalami perubahan konsep yang signifikan. Berdasarkan pengalaman pembeli saat melakukan transaksi pembelian daring atau digital, hanya Sebagian kecil saja yang memahami mekanisme pengaturan jual beli online dalam hukum positif yang berlaku di Indonesia (Kakoe et al., 2020).

Penjualan berbasis internet disebut penjualan daring atau digital. Jual beli digital mengacu pada penjualan barang dan jasa dengan menggunakan media elektronik khususnya internet atau daring, di mana transaksinya tidak mengharuskan penjualan dan pembelian diselesaikan secara cepat atau diam-diam, melainkan mengharuskan penjualan dan pembelian diselesaikan secara cepat dengan mengidentifikasi jenis produk, ciri-ciri, dan harga, serta harga jual barang tersebut.

B. METODE PENELITIAN

Adapun metode penelitian ini dengan menggunakan metode penelitian *Library Resert* dengan mengumpulkan sumber-sumber dari litetatur yang telah ada atau dari jurnal-jurnal para penulis dan di uraikan dalam bentuk deskriptif tentang pandangan jual beli digital dan e-commerce serta dari sudut pandang hukum ekonomi Islam. Pengumpulan data dengan menggunakan cara mencari sumber dengan menkontruksi dari berbagai sumber contohnya buku, jurnal dan riset-riset yang pernah dilakukan.

C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Jual Beli Digital

Jual beli digital atau sering disebut jual beli online merupakan perkembangan jual beli biasa namun sudah mengikuti perkembangan zaman yang sudah maju dengan menggunakan aplikasi dan media-media digital. Islam telah mengajarkan manusia untuk mencari rezeki di tempat-tempat yang sesuai dengan syariat Islam dan memaksimalkan manfaat antar individu.

Dengan kata lain, segala sesuatu yang tampak dan berkaitan dengan inti dari suatu benda dianggap dan diatur oleh dua kriteria: halal dan haram, termasuk dalam jual beli barang, yang transaksinya dilakukan secara mutlak.

Menurut paragraf 1457 KUH Perdata, penjualan adalah kegiatan usaha di mana suatu perusahaan bertujuan menjual barang dan jasa perusahaan lain dan perusahaan lain tersebut bertujuan menjual dengan harga yang telah disepakati. Penjualan daring, yang sering dikenal sebagai e-commerce, didefinisikan sebagai penjualan barang dan jasa melalui media elektronik, khususnya internet atau daring. E-commerce adalah mekanisme penjualan bisnis-ke-bisnis atau daring di mana pembeli dan penjual dapat ditemukan di seluruh dunia. (2020, Samawi).

Transaksi adalah aspek materil dari hubungan hukum yang disepakati dan bukan mengenai perbuatan hukum secara formal. Jual beli digital ini sangat marak dan terus berkembang seiring berkembangnya teknologi yang begitu pesat.

Jual beli digital dalam pandangan Islam sesuai hukum dasarnya yaitu halal, selagi tidak ada unsur menipu, jual beli digital ini lebih di anjurkan untuk transaksi langsung atau tatap muka agar tidak terjadi kerugian antara penjual dan pembelinya, begitu juga barang-barang yang di jual tentu harus ada dan bisa di periksa terlebih dahulu untuk menghindari pertikaian kedua belah pihak.

Jual beli digital saat ini bisa menggunakan berbagai macam media sosial yang begitu banyak, namun Masyarakat kita lebih familiar di beberapa media sosial seperti : Facebook, Instagram, Tiktok, dan juga ada aplikasi lokal khusus suatu daerah.

E-Commerce

Yang penting, hukum e-commerce Indonesia tidak mengatur aspek transaksi daring (internet). Namun, terdapat beberapa hukum yang dapat menjadi hambatan dalam menjalankan bisnis daring, atau e-commerce. Yaitu : Pasal 1338 KUHP, yang isinya mengarah kepada hukum di Indonesia menganut asas kebebasan berkontrak. (Masyhur, 2021).

Menurut Harmayanti (2020) e-commerce merupakan kegiatan penjualan, promosi, penyebaran, pembelian barang ataupun jasa melalui perangkat elektronik yang terhubung dengan jaringan internet. Dalam hal ini kegiatan e-commerce juga meliputi kegiatan transfer dana dimana metode pembayaran melalui m-banking ataupun e-wallet, sistem manajemen inventory otomatis, pertukaran informasi dan pengumpulan data.

Menurut Muhamad Yusuf (2021;4) E-commerce memiliki perbedaan-perbedaan atau karakteristik dengan transaksi jual beli offline sehingga terdapat ciri khas yang membedakannya. Karakteristik ini melekat pada e-commerce sehingga media jual beli online ini dapat dengan mudah dikenali oleh masyarakat umum. e-commerce yang semakin berkembang pesat di Indonesia ini memberikan banyak manfaat yaitu sebagai berikut: Jangkauan pemasaran produk yang luas.

E-commerce telah mengubah cara berbisnis, menghadirkan harga yang lebih kompetitif karena penawaran yang lebih luas, lebih luas variasi produk, lebih banyak strategi pemasaran dan membuat pelanggan lebih menuntut. Kemudahan menggunakan sistem, semakin tinggi pula tingkat pemanfaatan teknologi informasi. Intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna dengan sistem juga dapat menunjukkan Kemudahan penggunaan. Suatu sistem yang sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan, dan lebih mudah digunakan oleh penggunannya”

Di balik kemudahan dari E-commerce, E-commerce sendiri menyimpan bahaya kejahatan dunia maya (cyber crime) seperti penipuan, dengan cara pencurian identitas, kejahatan kartu kredit, membohongi pelanggan, phishing, spammer, dan lain sebagainya. Hal ini dapat memicu ketakutan konsumen dan mendorong mereka kembali ke metode tradisional. Oleh karena itu, kesadaran akan keamanan menjadi kunci utama bagi para pelaku E-commerce untuk meminimalisir risiko membangun kepercayaan konsumen. (Andre M. R.Wajong, Carolina Rizki Putri, 2010).

Tantangan terbesar yang dihadapi oleh para pelaku usaha seperti misalnya informasi teknologi, literasi digital sampai dengan biaya yang harus dikeluarkan dalam melakukan adopsi e-commerce. Dalam hal ini, tidak semua UMKM memanfaatkan teknologi internet. E-Commerce saat ini jika kita lihat kemajuannya sangat pesat dan terus berkembang, bahkan tidak hanya melibatkan penjual dan pembeli saja, namun sudah melibatkan pihak ketiga sebagai promosi barang dari berbagai macam unsur yang sangat banyak Adalah dari kalangan konten creator yang memanfaatkan E-Commerce ini, dengan berbagi keuntungan sebagai bonus promosi barang. Hal ini bisa siapa saja yang mengambil kesempatan dalam bertransaksi di E-Commerce bahkan kita juga bisa membuat toko sendiri di E-Commerce.

D. KESIMPULAN

Menurut Islam, transaksi internet diperbolehkan selama tidak mengandung unsur-unsur yang dapat membahayakan, seperti riba, kezhaliman, penipuan, kecurangan, dan lain-lain, serta mengurangi rukun dan syarat-syarat dalam transaksi tersebut. Sebagaimana telah disebutkan sebelumnya, hukum asal mu'amalah adalah al-ibaahah (boleh) selama tidak ada data yang bertentangan dengannya.

E-commerce telah merevolusi cara kita berbelanja dan berbisnis di Indonesia. Platform online menawarkan kemudahan, pilihan yang lebih luas, dan harga yang lebih kompetitif bagi konsumen, serta peluang baru bagi bisnis untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Tira Nur Fitria, *Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) Dalam Hukum Islam Dan Hukum Negara*, VOL. 03 NO. 01, Maret 2017, <http://stie-aas.ac.id>
- Muhamad Izazi Nurjaman, Dena Ayu Camelia Sofwan Al-Rasyid, Doli Witro, *Jual Beli Online dan Penentuan Hukum yang Terjadi di dalamnya*, Vol 24. No. 2 Desember 2021.
- Elin Sugiarti, *Penyuluhan Hukum Jual Beli Online*, Vol.7, No.1, April 2024, <http://jurnal.unpad.ac.id/kumawula/index>
- Nurul Afifah, *Analisis Hukum Islam Terhadap Jual Beli Online*, Volume 09, Nomor 01, Juni 2019, <http://jurnal.maliyah.ac.id>
- Saprida, Zuul Fitriani Umari, Fitri Raya, *Legalitas Transaksi Jual Beli Online Di Indonesia*, Volume 8 Nomor 2 Edisi Februari 2023, <http://ejournal.stebisigm.ac.id>
- Alfi Rochmi, Mashudi Hariyanto, Heru Setiawan, *Memahami Konsep Transaksi jual Beli Online Sesuai Hukum Islam*, Volume 1, Edisi I (Juni 2021), www.ejournal.an-nadwah.ac.id
- O. Feriyanto, dkk, *Kemudahan Dan Keamanan Transaksi E-Commerce Dan Inovasi Pembayaran Digital*, Vol. XXI No.1-2024, www.jurnalstar.digitechuniversity.ac.id
- Selsa Dharma Wulan, *Manfaat dan Tantangan E-Commerce Dalam Ekonomi Digital di Bidang Bisnis*, Vol. 1, No. 1 Juni 2024, <http://prosiding.arimbi.or.id>