

Misbahuddin

E-COMMERCE DAN
HUKUM ISLAM

ALAUDDIN UNIVERSITY PRESS

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ini ke dalam bentuk apapun tanpa izin tertulis dari penerbit

All Rights Reserved

E-COMMERCE DAN HUKUM ISLAM

Penulis:

MISBAHUDDIN

Editor:

A. INTAN CAHYANI

Cetakan: I 2012

xviii - 306 halaman, 14 cm x 21 cm

ISBN : 978 602 237 289 9

Alauddin University Press

Kampus I : Jalan Sultan Alauddin No. 63 Makassar

Kampus II : Jalan Sultan Alauddin No. 36 Samata – Gowa

SAMBUTAN REKTOR

*Tidakkah engkau malu pergi ke laut, sementara pulang hanya membawa sekendi air, padahal di dalam laut terdapat begitu banyak mutiara yang terpendam... demikian nasihat puitis Jalauddin Rumi dalam buku *The Sufi Book of Life*.*

Syair inspiratif ini memberikan dorongan bagi siapa saja yang mengabdikan dirinya di dunia pendidikan apalagi di perguruan tinggi untuk menghasilkan dan melahirkan karya-karya akademik yang dapat memberikan pencerahan kepada siapapun. Sebuah ironi, jika orang-orang yang bergelut di dunia perguruan tinggi, ternyata hanya membawa sekendi "air" pengetahuan untuk mengobati dahaga masyarakat, padahal begitu banyak mutiara yang terpendam di dalamnya yang dapat memberi "sinar" kehidupan. Atas dasar inilah, ikhtiar untuk menjadikan kampus UIN Alauddin sebagai kampus peradaban harus terus digulirkan, sebab hanya kampus yang menjadikan orientasi "Peradaban" sebagai basis aktivitas dan tradisi keilmuannya yang akan mampu membawa semangat perubahan di tengah masyarakat menuju masyarakat madani.

Kampus peradaban yang dicita-citakan hanya bisa terwujud jika pengembangan kultur dan *mindset* akademik lebih relevan dengan suasana dan wadah yang bernama universitas Islam. Sebaliknya, jika orientasi peradaban hanya sebatas jargon dan simbol, maka status "universitas" dan "Islam" akan menjadi beban bagi kita maupun masyarakat. Di satu sisi, UIN akan menjadi universitas pinggiran, sementara di sisi lain, karakter keislaman menjadi hilang. Karena itu,

diperlukan usaha sungguh-sungguh untuk mengawal UIN Alauddin mencapai visi dan misinya untuk menjadi *world class university* yang berperadaban.

Untuk mencapai visi itu, maka program GSB (Gerakan Seribu Buku) ini menjadi salah satu langkah strategis memacu sivitas akademika untuk tidak sekadar meneguk "air" pengetahuan di perguruan tinggi, tetapi dapat membawa ribuan bahkan jutaan kendi "air dan mutiara" pengetahuan ke tengah masyarakat. Orang bijak berkata "*Buku adalah pengusung peradaban, tanpa buku sejarah menjadi sunyi, ilmu pengetahuan menjadi mati, dan kehidupan bisa kehilangan arti.*"

Oleh karena itu, saya sangat bersyukur kepada Allah swt, atas terselenggaranya program GSB ini, baik tahun I maupun tahun II. Program GSB telah membuktikan kepada publik bahwa UIN Alauddin memiliki kekuatan dan potensi yang cukup besar untuk mewujudkan dan menghantarkan kampus ini menuju kampus peradaban melalui maha karya para civitas akademika. Melalui program GSB ini, potensi sumber daya UIN Alauddin akan terus digali, diapresiasi dan dihargai sehingga melahirkan kreasi, ide dan prestasi.

Selaku Rektor, saya senantiasa berharap agar *tagline* "Peradaban" yang selama ini digulirkan harus menjadi visi dan misi bersama yang tertanam dalam sebuah bingkai kesadaran kolektif bagi seluruh sivitas akademik untuk mewujudkan UIN Alauddin sebagai universitas yang kompetitif dan berkarakter. Untuk itu, tiga agenda besar; *pencerdasan, pencerahan* dan *prestasi* harus menjadi fokus perhatian utama bagi sivitas akademika UIN Alauddin. Ketiga agenda ini dirancang sebagai sebuah strategi untuk menjadikan UIN Alauddin lebih terbuka, dan menjadi pusat kepeloporan

pengembangan nilai dan akhlak serta keunggulan akademik-intelektual yang dipadukan dengan pengembangan teknologi untuk membangun sebuah masyarakat yang berperadaban.

Akhirnya, perkenankan saya mengucapkan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada seluruh sivitas akademika UIN Alauddin Makassar yang telah mencurahkan pikiran dan tenaganya dalam menghasilkan karya akademik ini. Semoga gagasan yang dituangkan di dalam buku ini mampu menjadi "air" penyejuk dan pengobat dahaga bagi masyarakat yang haus akan pencerahan, dan dapat menjadi "mutiara" yang memberikan cahaya bagi peradaban.

Samata, 1 Nopember 2012
Rektor

Prof. Dr. H. A. Qadir Gassing. HT, MS

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah yang tiada pembicara manapun mampu meliputi dan mengungkap segala puji bagi-Nya, tiada penghitung manapun mampu mencakup bilangan nikmat karunia-Nya. Tiada daya upaya bagaimanapun yang mampu memenuhi kewajiban pengabdian kepada-Nya. Tiada pikiran sejauh apapun yang mampu mencapai-Nya dan tiada kearifan sedalam apapun yang mampu menyalami hakikatnya. Salawat serta salam selalu menyertai Muhammad Rasulullah beserta keluarganya yang disucikan oleh Allah untuk dijadikan sebagai panutan sepanjang masa. Dengan ungkapan puji dan salawat tersebut sebagai pengiring terselesainya buku yang berjudul: “*E-Commerce dan Hukum Islam*”. Buku ini merupakan hasil penelitian dan kajian yang mendalam tentang bisnis *e-commerce* melalui internet dalam perspektif hukum Islam. di tengah perkembangan zaman yang senantiasa mengalami perubahan dan paradigma baru, jual-beli tradisional dan konvensional mengalami lonjakan perkembangan yang begitu maju, seiring dengan perkembangan teknologi. *E-Commerce* merupakan penemuan baru dalam bentuk perdagangan yang dinilai lebih dari perdagang pada umumnya. Prinsip perdagangan tradisional yang dikenal adalah penjual dan pembeli bertemu secara fisik atau *face to face*, kini berubah menjadi konsep telemarketing yakni perdagangan jarak jauh dengan menggunakan media internet. Dan yang menjadi masalah inti dalam buku ini adalah bagaimana pandangan hukum islam tentang bisnis *e-commerce*

melalui internet, apakah sesuai etika, norma, dan nilai-nilai ajaran agama.

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa bisnis *e-commerce* melalui internet begitu pesat saat ini. *E-commerce* merupakan suatu sistem yang dibangun dengan tujuan untuk meningkatkan *efesiensi* dan *efektifitas* dalam berbisnis dengan memanfaatkan teknologi informasi (internet) untuk meningkatkan kualitas produk atau *service* dan informasi serta mengurangi biaya-biaya yang tidak diperlukan sehingga harga dari produk dan informasi tersebut dapat ditekan sedemikian rupa tanpa mengurangi kualitas yang ada. Proses Pelaksanaan *e-commerce* di kota Makassar telah berjalan sesuai dengan dinamika dan perkembangan teknologi IT. Terdapat sejumlah alasan mengapa masyarakat Makassar termotivasi untuk melakukan transaksi bisnis *e-commerce* melalui internet, karena bisnis ini memberikan banyak manfaat dan kemudahan antara lain: (1) efisien; hemat, singkat, terjangkau, (2) Tanpa batas; tidak mengenal tapal batas negara, benua, dan samudera; (3) Terbuka 24 jam; pengguna dapat melakukan transaksi kapan saja waktu yang diinginkan selama tersedia jaringan internet; (4) Terjadi Komunikasi dua arah; (5) Terjalin dalam sekejap; (6) Tanpa perlu izin kepada pemerintah; (7) Tanpa sensor. Sementara proses atau sistem transaksi bisnis *e-commerce* melalui internet menggunakan sistem order dengan *order form*, order dengan email dan sistem order dengan telepon. Mengenai obyek atau jenis transaksi yang sering diminati oleh pengguna *e-commerce* di Makassar adalah; ***barang, jasa dan informasi***; sementara proses pembayaran yang sering digunakan oleh pengguna *e-commerce* di Makasasar adalah menggunakan rekening

by rekening, kartu kredit dan *digital cash*. Dalam hal pelayanan keamanan dalam bertransaksi melalui internet mereka pada umumnya menyatakan aman selama ada kehati-hatian dan pintar menyeleksi toko *online* yang terpercaya, sejumlah informan mengaku pernah mengalami kegagalan dengan alasan karena mereka belum memahami sistem transaksi *e-commerce*, setelah mereka memahami tidak mengami lagi kegagalan ada yang tertipu melalui facebook dan twiter (ini adalah jaringan social yg digunakan untuk menjalin pertemanan di seluruh dunia, bukan diciptakan untuk bisnis *e-commerce*) Dari proses rangkaian implementasi atau pelaksanaan transaksi *e-commerce* melalui internet penulis berijtihad bahwa Bisnis *e-commerce* tidak bertentangan dengan hukum Islam karena dapat memenuhi rukun dan syarat jual-beli yang terdapat pada sistem perjanjian (akad) yang sah dalam hukum Islam. Hal ini dapat dibuktikan dengan mengadakan analisis terhadap unsur-unsur yang membentuk akad jual-beli dalam *e-commerce* yaitu, *sighot* (formulasi akad) yang substansinya adalah pernyataan kehendak yaitu perizinan dalam hal ini di sampaikan dengan tulisan, pihak-pihak yang terlibat di dalamnya adalah pihak yang berkompoten dalam melaksanakan akad minimal berada pada periode *tamyiz*, obyek transaksi halal selama klausa yang menjadi alat bayar dan komoditi yang dibeli halal secara *syar'iy*, begitu pula tujuan akadnya halal yaitu memindahkan hak milik atas barang dengan imbalan jual-beli. Dari sejumlah prosedur dari pelaksanaan penelitian *e-commerce* di kota Makassar, didukung dengan data-data yang penulis temukan, jika dikaitkan dengan perspektif hukum Islam dengan dikaitkan dengan syarat dan rukun jual-beli yang

ditetapkan dalam hukum perikatan Islam yang berdasarkan pada teori yang dikemukakan para pakar hukum Islam di antaranya syatibi dalam teori maqasid al-Syariah, ibn Qayim al-jauziy dalam teori perubahannya, al-gazali dalam teori masalah mursalah dan lowrance dengan teori perubahannya, karena *e-commerce* tidak ada pada masa nabi, sahabat, dan tabi-tabiin, adanya pada saat sekarang ini maka, penulis berijtihad untuk menetapkan/mengistinbatkan rumusan hukum *e-commerce* bahwa *e-commerce* adalah halal atau diperbolehkan menurut perikatan hukum Islam, karena tidak ada dalil yang menunjukkan keharamannya, bahkan *e-commerce* bisa dipandang sunnat apabila memenuhi syarat dan rukun jual-beli. Yang kedua *e-commerce* hukumnya haram, jika bertentangan dengan nilai normatif (Alquran dan sunnah, nilai moral dan nilai sosial) seperti; transaksi seks, judi *online*, narkoba, game yang mengumbar hawa nafsu, dan sejenisnya. Penelitian ini merekomendasikan : 1. kepada pakar IT untuk menciptakan provider *e-commerce* yang Islamiy yang substansi dan implementasinya tidak bertentangan dengan al-Quran dan Hadis.2. Agar umat Islam lebih cerdas dan trampil dalam memanfaatkan teknologi IT agar tidak meleak teknologi dan mampu berkompentisi dan berkontribusi terhadap percepatan dan perkembangan aktifitas bisnis dan ekonomi.

Last but not the least, penulis mengucapkan terimakasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebut satu persatu. Dengan iringan doa, penulis berharap semoga budi baik mereka dilipatgandakan oleh Tuhan Yang Maha Kuasa. Amin.

Dengan segala keterbatasan yang ada, penulis menyadari bahwa buku ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu, demi kesempurnaannya di kemudian hari, kontribusi yang konstruktif dari pihak mana pun sangatlah diharapkan. Akhirnya, penulis berharap semoga buku ini bermanfaat.

Makassar, 20 September 2012

Penulis

Misbahuddin.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TRANSLITERASI	
BABI PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan dan Batasan Masalah	32
C. Tujuan dan Kegunaan	32
D. Pengertian Judul dan Ruang Lingkup Pembahasan	34
E. Tinjauan Pustaka	39
F. Kerangka Pikir	51
G. Garis Besar Isi Buku	55
BAB II TINJAUAN TEORITIS TENTANG BISNIS ATAU PERNIAGAAN	59
A. Pengertian Bisnis	59
B. Bisnis dan Perkembangannya	61
1. Era Entrepreneurial	62
2. Era Produksi	63
3. Era Pemasaran	65
4. Era Global	66
5. Era Internet	67
C. Tujuan Bisnis	68
D. Aktivitas Bisnis	71
1. Produksi	71
2. Distribusi	72
3. Konsumsi	74
E. Peranan Manusia dalam Bisnis	75
F. Bisnis Tradisional	78

1.	Pengertian Usaha Kecil atau Tradisional	78
2.	Karakteristik Usaha Kecil atau Tradisional	78
3.	Keunggulan dan Kelemahan Usaha Kecil	79
G.	Bisnis Modern	80
1.	Karakteristik Bisnis Modern	82
2.	Bisnis Konvensional	83
3.	Bisnis <i>Online</i>	83
H.	Prinsip-Prinsip Jual Beli dalam Perspektif Hukum Islam	85
1.	Pengertian Hukum Islam	85
2.	Tujuan Hukum Islam	92
3.	<i>Istishab</i> sebagai Metode dalam Penetapan Hukum Kasus Fikih Kontemporer	96
4.	Jual Beli dalam Hukum Islam	107
a.	Pengertian Jual-Beli	107
b.	Dasar Hukum Jual-Beli	111
c.	Hukum Jual-Beli	115
d.	Rukun dan Syarat Jual-Beli	116
e.	Jual-Beli yang Dilarang	133
f.	Jual-beli <i>Salam</i> dan <i>Istishna</i>	140
g.	Unsur <i>Garar</i> yang Masuk dalam Jual-Beli	145
I.	Sejarah Perkembangan Bisnis <i>E-Commerce</i> Melalui Internet	149
1.	Sejarah Internet dan <i>E-Commerce</i>	149
2.	Sejarah Singkat <i>E-Commerce</i>	154
3.	Definisi <i>E-Commerce</i>	155
4.	Manfaat <i>E-Commerce</i>	160
5.	Kerangka <i>E-Commerce</i>	164

6.	Aplikasi <i>E-Commerce</i>	166
a.	Aplikasi <i>e-commerce</i> dalam Bidang Saham	166
b.	Aplikasi <i>e-commerce</i> dalam Bidang Pencarian Pekerjaan	167
c.	Aplikasi <i>e-commerce</i> dalam Bidang Pelayanan Keuangan	168
d.	Aplikasi <i>e-commerce</i> dalam Bidang Asuransi	171
e.	Aplikasi <i>e-commerce</i> dalam Bidang Ritel dan Mall	172
f.	Aplikasi <i>e-commerce</i> dalam Bidang Travel	173
g.	Aplikasi <i>e-commerce</i> dalam Bidang Lelang	174
h.	Aplikasi <i>e-commerce</i> dalam Bidang <i>Online Publishing</i>	176
BAB III	BISNIS E-COMMERCE DAN HUKUM	
	ISLAM	183
A.	Kondisi Sosial dan Ekonomi Kota Makassar	183
	1. Kondisi Geografis	184
	2. Wilayah Administratif Pemerintahan	186
	3. Topografi	187
	4. Demografi	188
	5. Pendidikan	193
B.	Sistem Transaksi/Proses Transaksi Bisnis <i>E-Commerce</i> Melalui Internet	197
	1. <i>Electronic Marke</i>	197
	2. <i>Interorganizational Information Sistem (IOS)</i>	198
	3. Proses Pemasaran <i>E-Commerce</i>	200

4.	Sistem Pembayaran <i>E-Commerce</i>	201
C.	Implementasi <i>E-Commerce</i> di Kota Makassar	215
1.	Pemanfaatan Teknologi Dunia Maya	216
2.	<i>E-Commerce</i> sebagai Layanan Sosial....	220
3.	Objek (Barang-Jasa) <i>E-Commerce</i>	224
4.	Motivasi Transaksi <i>E-Commerce</i>	225
a.	<i>Efficiency</i> (Efisien)	231
b.	<i>Without Boundary</i> (Tanpa Batas)	232
c.	<i>Hours Online</i> (Terbuka 24 jam)	232
d.	<i>Interaktif</i> (Komunikasi dua arah ...	233
e.	<i>Hyperlink</i> (Terjalin dalam)	235
f.	<i>No License Required</i> (Tanpa perlu izin)	236
g.	<i>No Censorship</i> (Tanpa Sensor)	237
5.	Proses Transaksi <i>E-Commerce</i>	240
6.	Keamanan Transaksi <i>E-Commerce</i>	243
7.	Kendala <i>E-Commerce</i>	249
8.	Regulasi Transaksi <i>E-Commerce</i>	249
D.	Tinjauan Hukum Islam tentang Bisnis <i>E-Commerce</i> melalui Internet	253
1.	Pelaku Transaksi Bisnis <i>E-Commerce</i> melalui Internet	260
2.	Obyek Transaksi Bisnis <i>E-Commerce</i> melalui Internet	262
3.	<i>Ijab Qabul</i> Transaksi Bisnis <i>E-Commerce</i> melalui Internet	271
4.	<i>Sihgat</i> (Bentuk) Transaksi Bisnis <i>E-Commerce</i> melalui Internet	273

BAB IV	PENUTUP	279
A.	Kesimpulan	279
B.	Implikasi Penelitian.....	282
DAFTAR PUSTAKA	285
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	305

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam dalam konteks sejarahnya telah menempuh perjalanan panjang yang tidak bisa dilepaskan dari sebuah sistem perekonomian, sebagaimana yang lazim dijalankan oleh Rasulullah saw, sejak kecil bersama pamannya Abu Thalib. Mereka berdagang ke berbagai pelosok *jazirah* Arab, kemudian berlanjut dengan melakukan hubungan kerja sama antara Nabi saw dengan Sitti Khadijah, baik sebelum maupun sesudah menikahinya. Sejarah telah mencatat bahwa modal dasar perdagangan yang dijalankan Nabi saw adalah kejujuran (*al-shiddiq*) dan kepercayaan (*amanah*), sehingga rasa simpati konsumen kepadanya semakin meningkat. Tercermin dengan keuntungan yang dia capai dalam masa relatif singkat. Tanpa harus menghindari pesaingnya.¹

Islam adalah pandangan hidup yang seimbang dan terpadu,² didesain untuk mengantarkan

¹ Lihat Ali Yafie dkk, *Fiqih Perdagangan Bebas* (Cet. III; Jakarta: Teraju, 2003), h. ii.

² Selama ini Islam banyak dipahami dari segi teologis dan normatif, jika seseorang kurang beruntung misalnya, maka secara teologis hal itu terjadi karena takdir Tuhan, atau karena yang bersangkutan menganut paham teologis fatalis (*jabariyah*). Secara teologis jawaban tersebut boleh jadi benar, tetapi hendak juga dilihat sebab-sebab dari sudut sosiologis, historis, kultur, dan sebagainya; diketahui juga bahwa Islam sebagai agama yang memiliki banyak dimensi, yaitu mulai dari dimensi

kebahagiaan manusia (*falah*) melalui penegakan keharmonisan antara kebutuhan-kebutuhan moral dan materil manusia,³ dan aktualisasi keadilan sosio ekonomi dan persaudaraan dalam masyarakat. Kebangkitan tercermin juga dalam lapangan intelektual. Dengan memperbaiki sistem ekonomi umat, sumber daya manusia yang berkualitas, infra struktur yang memadai dapat meningkatkan tarap hidup umat yang lebih baik, demikian juga perlu dilakukan penataan lembaga-lembaga kemasyarakatan yang lebih profesional dalam mengantisipasi perkembangan global. Mengingat reformasi ekonomi, dan reorganisasi merupakan isu penting dari kebangkitan umat Islam.⁴

keimanan, akal pikiran, ekonomi, politik, ilmu pengetahuan dan teknologi, lingkungan hidup, sejarah, dan hingga kepada kehidupan rumah tangga. Lihat H. Abuddin Nata, *Metodologi Studi Islam* (Cet. II; Jakarta: PT Raja Grafindo, 2007), h. 5. ; Lihat juga Riaz Hasan, *Keragaman Iman: Studi Komparatif Masyarakat Manusia* (Cet. I; Jakarta: PT Raja Grafindo, 2006), h. 5.

³ *Falah* berasal dari bahasa Arab dari kata kerja *aflaha-yuflihu* yang berarti kesuksesan, kemuliaan atau kemenangan. Dalam pengertian literal, *falah* adalah kemuliaan dan kemenangan dalam hidup. Istilah *falah* menurut Islam diambil dari kata-kata Alquran yang sering dimaknai sebagai keberuntungan jangka panjang, dunia dan akhirat. Untuk kehidupan dunia, *falah* mencakup tiga pengertian, yaitu kelangsungan hidup, kebebasan berkeinginan, serta kekuatan dan kehormatan. Sedangkan untuk kehidupan akhirat, *falah* mencakup pengertian kelangsungan hidup yang abadi, kesejahteraan, kemuliaan yang abadi, dan pengetahuan abadi; bebas dari segala kebodohan. Lihat Pusat Pengkajian dan Pengembangan, *Ekonomi Islam* (Cet. I; Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), h. 2.

⁴ Reformasi adalah upaya manusia untuk berusaha menciptakan sesuatu yang baru, yang baik (*saleh*) dan membawa kebaikan (*maslahat*) untuk manusia; ia juga merupakan upaya perbaikan terhadap penyimpangan dan penyelewengan dari nilai-nilai ajaran agama termasuk dalam bidang ekonomi karena perubahan kondisi dan zaman yang didasarkan pada nilai-nilai *ijtihadiah*; Lihat M. Umer Chapra, *Sistem*

Hampir setiap kegiatan manusia merupakan bagian dari sistem bisnis. Setiap kegiatan yang dilakukannya sudah tentu merupakan perwujudan dari aktivitas bisnis. Seorang petani yang mengolah sawah, menggiling padi, menjual beras, semua itu merupakan aktivitas bisnis. Pada bidang jasa, dokter melayani pasien, Perusahaan Listrik Negara (PLN) melayani penerangan masyarakat, Perguruan Tinggi mendidik mahasiswa, dan perusahaan jaringan tenaga kerja Indonesia (PJTKI) yang menyalurkan tenaga kerja merupakan perwujudan aktivitas bisnis.⁵

Warga negara dan masyarakat merupakan bagian dari sistem bisnis, membeli barang dari warung tetangga sebelah rumah, *Supermarket*, atau *departement stores*, makan di warung, kantin, atau di restoran. Melakukan perjalanan dengan bus, taksi, kereta api, pesawat terbang, dan kapal laut. Pemerintah pusat maupun daerah menyediakan fasilitas jalan, listrik, air minum, dan fasilitas publik lainnya. Berkomunikasi dengan orang lain melalui telepon dan mengirim surat melalui kantor pos. Menyimpan dan meminjam dana dari bank, buku yang telah dibaca dan dibeli dikeluarkan oleh perusahaan penerbitan, dan bersama dengan majalah, surat kabar dapat diperoleh dari toko buku merupakan aktivitas bisnis. Bisnis merupakan bagian dari hidup sehari-hari. Setiap orang sebaiknya

Moneter Islam; diterjemahkan oleh Ikhwan Abidin Basri dengan judul Asli: *Towards a Just Monetary System* (Cet. I; Jakarta: Gema Insani Press, 2000), h. xi.

⁵Lihat Amirullah dan Hardjanto, *Pengantar Bisnis* (Cet. I; Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), h.1.

mempunyai pengetahuan tentang bisnis dan memahami bagaimana pengaruh bisnis dalam kehidupan manusia.⁶

Kegiatan di atas adalah kegiatan yang menciptakan nilai. Dengan demikian, bisnis dapat dikatakan sebagai kegiatan penciptaan nilai yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhan manusia.

Bisnis⁷ adalah suatu sistem yang menghasilkan barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan konsumen atau pelanggan. Dengan menckankan pada definisi” sistem”, dapat mengapresiasi keterkaitan hubungan antara perusahaan bisnis dan konstituen-konstituen lain dalam masyarakat. Setiap aktivitas yang dilakukan oleh sektor bisnis berdampak pada sistem sosial yang lebih besar. Sistem bisnis sangat berkaitan dengan sistem politik, sistem ekonomi, sistem sosial, sistem hukum dan perundang-undangan yang berlaku. Bisnis dianggap sebagai suatu sistem total yang terdiri atas sub-sub sistem yang lebih kecil yang disebut industri. setiap industri terdiri atas banyak ukuran perusahaan. Setiap perusahaan mencakup beberapa sub-sub sistem seperti produksi, pemasaran, dan keuangan.⁸

Bisnis selalu memainkan peranan penting dalam kehidupan sosial, ekonomi manusia sepanjang abad, Hal

⁶Lihat Rohmat Dwi Jatmiko, *Pengantar Bisnis* (Cet. II; Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2005), h. 2.

⁷ Islam menetapkan prinsip dasar perdagangan dan niaga, yaitu: kejujuran, kepercayaan, dan ketulusan. Dewasa ini terjadi banyak ketidaksempurnaan pasar, yang seharusnya dapat dienyapkan bila prinsip dasar tersebut diterima oleh masyarakat bisnis dari bangsa-bangsa beradab di dunia. Lihat Rohmad Dwi Jatmiko, *Pengantar Bisnis* (Cet. II; Malang: UMM Press, 2004), h. 14.

⁸ Lihat Sonny Keraf, *Etika Bisnis; Tuntutan dan Relevansinya* (Cet. XVI; Yogyakarta: Kanisius, 2003), h. 69.

ini juga berlaku pada dunia kerja sekarang ini.⁹ Masyarakat Islam tidak terkecualikan dari aturan ini. Karena merasakan perlu dan pentingnya bisnis. Agama Islam tidak hanya mengizinkan, tetapi juga mendorong orang-orang muslim untuk berbisnis. Nabi Muhammad saw adalah seorang pengusaha penuh jangka waktu yang lama. Namun masyarakat Islam kontemporer berhadapan dengan dilema yang berat. mereka tidak yakin apakah bisnis yang mereka jalankan benar atau tidak. Bukan hanya bisnis yang membingungkan mereka, tetapi lebih pada bentuk bisnis yang baru, kelembagaan, metode-metode dan teknik-teknik bisnis modern.¹⁰

Apakah persoalan itu nyata atau sekedar ilusi akibat kurangnya pengetahuan, masih perlu diselidiki secara mendalam. Situasi sekarang ini menjamin perlunya teori etika bisnis Islami yang dirumuskan dengan jelas. Idealnya “teori” semacam itu harus mampu berfungsi sebagai suatu ujian untuk menegaskan validitas setiap praktik bisnis.¹¹

Tidak ada keraguan tentang kenyataan bahwa legalitas bisnis pasti diakui oleh Alquran. Alquran tidak

⁹Lihat Robert T. Kiyosaki bersama Sharon L. Lechter C.P.A, *Rich Dad's Guide To Investing; What The Rich Invest In, That The Poor and Middle Class Do Not*; diterjemahkan oleh Bern Hidayat dengan judul; *Model Investasi Orang Kaya yang tidak dilakukan Orang Miskin dan Kelas Menengah* (Cet. VI, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003), h. 154.

¹⁰Dalam era perkembangan bisnis global atau bisnis modern saat ini, terdapat beberapa praktik-praktik bisnis yang menyimpan dari aturan-aturan hukum Agama. Lihat H. Adiwarmanto Azwar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam* (Cet.I; Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), h. 8-9.

¹¹Lihat H. Karnaen Perwataatmadja dan H. Muhammad Syafii Antonio, *Apa dan Bagaimana Bank Islam* (Cet. III, Yogyakarta: PT Amanah Bunda Sejahtera Solo, 1997), h.2-5.

hanya memutuskan legalitasnya, tetapi terdapat sejumlah perintah dan larangan yang eksplisit dan implisit berkenaan dengan transaksi bisnis, pernyataan-pernyataan tegas tentang pentingnya penyebaran kekayaan dalam masyarakat, sebagaimana perintah-perintah lainnya, menjadi pertimbangan menyusun sebuah “teori” *etika bisnis*.¹²

Agama Islam sangat mementingkan semua jenis kerja produktif. Alquran tidak saja mengangkat *al-amal* (kerja produktif) ke tingkat ibadah, tetapi juga berulang-ulang menyebutnya, *term amal* dalam Alquran lebih dari 50 ayat, bersama dengan iman.¹³ Hubungan antara iman dengan amal seperti hubungan akar dengan pohon. Yang satu tidak bisa ada tanpa yang lainnya. Alquran misalnya, memerintahkan orang muslim supaya melanjutkan kembali pekerjaannya segera setelah menunaikan salat berjamaah. Sebagai khalifah, tugas manusia adalah bekerja keras membangun dunia, menggali sumber-sumber alamnya dengan cara yang paling baik. Alquran sangat menentang kemalasan dan membuang-buang waktu baik karena malas atau melibatkan diri pada kegiatan yang tidak produktif.¹⁴

¹² Etika Bisnis yang dimaksud adalah berdasar pada nilai etika dan moral atau seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis berarti seperangkap prinsip dan norma di mana para pelaku bisnis harus komitmen dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai daratan atau tujuan-tujuan bisnisnya yang selamat. Lihat Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis Islami, diterjemahkan oleh Muhammad*, dengan judul asli; *Islamic Business Ethics* (Cet. I; Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), h. 87.

¹³ Lihat QS Al-Nahl [16]: 97; QS Al-Kahfi [18]: 110; QS Al-Baqarah [2]: 62; QS An-Nisa [5]: 69.

¹⁴ Lihat M. Nastagin, *Islamic Economic: Theory and Practice*,

Alquran mendorong manusia untuk memperoleh keahlian dalam berbagai bidang keilmuan termasuk teknologi moderen dengan menyebutnya *fadhhal* (keutamaan) dari Allah, dan sangat memuji orang-orang yang bekerja keras untuk mencari nafkah.¹⁵ Etika Islam jelas-jelas menganjurkan untuk menghindari perilaku mengemis, menjadi parasit hidup atas kerja keras orang lain. Pentingnya kegiatan bisnis dapat dilihat dari banyaknya penggunaan terminologi bisnis dalam Alquran, bukan saja penuh dengan berbagai nasihat untuk pekerjaan berdagang, tetapi juga mendorong para pedagang untuk melakukan perjalanan jauh dan menjalankan bisnis dengan penduduk negeri lain.¹⁶

Alquran menyeru untuk menyebarkan kekayaan yang wajar dan adil dalam masyarakat. Di samping anjuran moral untuk berinfak, *qard hasan* (pinjaman tanpa bunga bagi yang membutuhkan), terdapat pula kecaman terhadap perilaku menumpuk-numpuk dan menimbun kekayaan. Melalui aturan hukum yang didasarkan pada Alquran, pemerintah telah mendirikan beberapa lembaga untuk mendistribusikan kekayaan; seperti zakat, hukum waris, dan nafkah, yang harus disediakan untuk kerabat terdekat. Di samping itu, pemerintah berusaha menyelesaikan problem

terjemah M. Abdul Mannan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, (Cet. III, Yogyakarta: PT Dana Bhakti Prima Yasa, 2003), h. 19.

¹⁵ Keutamaan akan diperoleh jika seseorang itu giat, ulet, rajin, disiplin, dinamis, optimis dalam melakukan amal atau bekerja keras dengan cerdas dalam setiap aktivitasnya; Lihat Sofyan Syafri Harahap, *Akuntansi Islam* (Cet. III; Jakarta: Bumi Aksara, 2003), h. 77.

¹⁶Lihat Ahmad Muhammad Al-Assal dan Fathi Ahmad Abd. Karim, *Sistem, Prinsip dan Tujuan Ekonomi Islam* (Cet. I; Bandung: CV Pustaka Setia, 1999), h. 23-25.

kemiskinan (*fakr*), menjamin keamanan sosial setiap anggota masyarakat, sistem distributif, membuang unsur-unsur eksploitatif dari bidang bisnis. Membantu menjaga aktivitas bisnis agar tetap pada jalan yang adil dan etis, tetapi juga pertumbuhan dan peningkatannya.¹⁷

Kehidupan Rasulullah saw. dan masyarakat muslim pada masa Nabi hidup adalah teladan yang paling baik dalam menerapkan dan mengamalkan nilai-nilai syariat Islam, termasuk dalam bidang ekonomi. Meskipun pada masa sebelum kenabian Muhammad saw adalah seorang pebisnis, tetapi yang dimaksudkan perekonomian di sini adalah pada masa Madinah. Madinah merupakan negara yang baru terbentuk dengan kemampuan daya mobilitas yang sangat rendah dari sisi ekonomi. peletakan dasar-dasar sistem keuangan negara yang dilakukan oleh Rasulullah saw. merupakan langkah yang sangat signifikan, sekaligus brilliant dan spektakuler pada masa itu, sehingga Islam sebagai sebuah agama dan negara dapat berkembang dengan pesat dalam jangka waktu yang relatif singkat. Sistem ekonomi yang diterapkan oleh Rasulullah saw.¹⁸ berakar dari prinsip-prinsip qur'ani.¹⁹

Dalam perkembangan selanjutnya dunia semakin maju dan sistem teknologi informasi telah berkembang dari waktu ke waktu. Setiap satu dekade, terjadi perkembangan yang cukup signifikan dari sistem teknologi informasi. Dimulai dari era operasional pada

¹⁷Lihat M. Quraish Shihab, *Wawasan al-Qur'an; Tafsir Maudu'i atas Pelbagai Persoalan umat* (Cet. I; Bandung: Mizan, 1996), h. 408.

¹⁸Lihat H. Adiwarmanto Azwar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam* (Cet. I; Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), h. 27.

¹⁹Faisal Badroen dkk, *Etika Bisnis dalam Islam* (Cet. I; Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), h. 19.

tahun 1960, ke era informasi tahun 1970, menuju ke era jejaring tahun 1980, ke era jejaring global tahun 1990 sampai ke era *mobile* dewasa ini.²⁰ Perkembangan dari sistem teknologi informasi menyebabkan perubahan-perubahan peran dari sistem teknologi informasi, yaitu mulai dari peran efisiensi, efektivitas sampai ke peran strategik. Peran efisiensi yaitu menggantikan manusia dengan teknologi informasi yang lebih efisien. Peranan efektivitas yaitu menyediakan informasi untuk pengambilan keputusan manajemen yang efektif. Peranan sistem teknologi informasi tidak hanya untuk efisiensi dan efektivitas, tetapi sudah untuk strategik, yaitu digunakan untuk memenangkan persaingan.²¹

Karena perannya yang strategis, sistem teknologi informasi sekarang juga disebut sebagai senjata strategi (*strategic weapon*) atau senjata kompetitif (*competitive weapon*), yaitu mampu digunakan sebagai alat ampuh untuk berkompetisi. Sistem teknologi informasi sekarang juga disebut sebagai pemampu (*enabler*), yaitu membuat organisasi mampu mendapatkan keunggulan kompetitif. Sistem teknologi informasi yang digunakan untuk memenangkan persaingan ini disebut dengan sistem informasi strategik.²²

Suatu perusahaan dikatakan mempunyai keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) jika mempunyai kelebihan dari pesaing-pesaingnya untuk menarik pelanggan dan dapat mempertahankan diri dari

²⁰Jogiyanto HM, *Sistem Informasi Strategik untuk keunggulan kompetitif* (Cet. I; Yogyakarta: CV Andi Offset, 2005), h. 1.

²¹Jogianto HM, *Ibid.*, h. 1.

²²Jogianto HM, *Ibid.*, h. 2.; lihat juga Abdul Kadir dan Terra CH. Triwahyuni, *Pengenalan Teknologi Informasi* (Cet. II; Yogyakarta: Andi Offset, 2005), h. 29.

tekanan-tekanan kompetitif di pasar. Supaya perusahaan dapat memenangkan persaingan, maka perusahaan harus mempunyai keunggulan kompetitif (*competitive advantage*). Keunggulan kompetitif dapat diperoleh dari posisi perusahaan yang lebih baik dibandingkan dengan pesaing-pesaingnya di pasar dan ini tergantung dari strategi-strategi yang diterapkan oleh perusahaan. Perusahaan dapat memperoleh keunggulan kompetitif jika strategi-strategi yang dipilih perusahaan dapat diimplementasikan dan dieksekusi dengan baik dan mengena. Salah satu cara yang efektif untuk mengimplementasikan dan mengeksekusi strategi-strategi adalah dengan menggunakan sistem teknologi informasi yaitu dengan bisnis *e-commerce*.²³

Perkembangan teknologi saat ini mempengaruhi kehidupan masyarakat global, yang salah satu wujudnya adalah internet. Internet yang pada mulanya hanya dikembangkan untuk kepentingan militer, riset dan pendidikan terus berkembang memasuki seluruh aspek kehidupan umat manusia. Internet saat ini telah membentuk masyarakat dengan kebudayaan baru. Masyarakat yang tak lagi dihalangi oleh batas-batas teritorial antara negara yang dahulu ditetapkan sangat rigid sekali. Masyarakat baru dengan kebebasan beraktivitas dan berkreasi yang paling sempurna. Namun dibalik kegemerlapan itu, internet juga melahirkan keresahan-keresahan baru. Di antaranya, muncul kejahatan yang lebih canggih dalam bentuk *cyber crime*. Hal ini ditandai dengan berkembang pesatnya situs-situs porno dalam berbagai tampilan situs yang

²³ Jogianto Hm, *Ibid.*, h. 2; Lihat juga Edhy Sutanta, *Pengantar Teknologi Informasi* (Cet. I; Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), h. 535.

sangat menggoda atau tempat penyebaran kabar bohong (fitnah) yang paling efektif, propaganda yang menyesatkan masyarakat, penipuan, judi *online*, jual-beli narkotik dan obat-obat terlarang, transaksi seks *online*, game yang mengumbar hawa nafsu, klip-klip video yang menggambarkan proses penyiksaan, pemerkosaan dan pembunuhan sesama manusia yang sangat sadis dapat pula ditemui di internet. Bahkan, berbagai data terakhir menunjukkan bahwa transaksi terbesar perdagangan melalui internet diperoleh dari bisnis pornografi.²⁴

Menjadi pertanyaan, mengapa dalam perkembangannya sekarang internet menjadi alat yang paling efektif dalam menyebarkan pornografi, fitnah atau informasi bias lainnya? Bila dicermati, internet memiliki karakteristik tersendiri yang membedakannya dengan media lain, seperti media cetak, penyiaran, film atau telekomunikasi. Internet mempunyai kemampuan dalam mengkonvergensi ke empat media di atas dalam sebuah media yang disebut *global network*, karena itu, internet dapat berfungsi sebagai media komunikasi dan sekaligus pula sebagai media massa.²⁵

Hukum terkadang dijadikan alasan sebagai penghalang laju perkembangan teknologi yang dinamis. Sistem hukum dianggap tidak mampu mendorong arus perubahan masyarakat global yang diyakini telah beralih memasuki abad informasi. Paradigma seperti ini yang berkembang di masyarakat, dalam melihat hubungan

²⁴Edmon Makarin, *Kompilasi Hukum Telematika* (Cet. II; Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), h. 196.

²⁵Edmon Makarin., *Ibid.*, h. 197. Lihat juga Soendro Herlambang dan Haryono Tanuwijaya, *Sistem Informasi Konsep Teknologi dan Manajemen* (Cet. I; Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), h. 117.

perkembangan teknologi informasi dan hukum. Apalagi, sempat muncul ide dalam wacana akademik di Indonesia bahwa semua hukum harus diamandemen untuk melegalkan teknologi informasi.

Sebuah argumentasi yang sangat berlebihan dalam menyikapi perkembangan teknologi informasi.²⁶

Perkembangan hukum di negara-negara lain terhadap efek negatif dari konten internet telah melahirkan perdebatan antara pemerintah dan pengguna jasa internet tentang pengaturan konten internet (*internet content regulation*). Di Cina, pengaturan terhadap konten internet sangat ketat sekali. Bahkan pada tahun 1996 pemerintah Cina melarang sekitar 100 situs diakses masyarakat Cina karena isinya menentang pemerintah Cina, mengkritik pelaksanaan Hak Asasi Manusia dan memberikan komentar-komentar politik yang mendiskreditkan pemerintah. Sampai sekarang tindakan pembatasan terhadap internet masih berlaku bagi masyarakat Cina. Praktek pembatasan yang sangat ketat terhadap konten internet juga dilakukan Kerajaan Arab Saudi . Selain karena alasan-alasan politik, pencegahan dilakukan untuk mencegah pornografi.²⁷

Di Australia, salah satu negara yang demokratis dan sangat baik dalam pengaturan media dan komunikasi, ternyata juga mengambil kebijakan tegas bagi informasi ilegal yang disebarluaskan melalui internet. Bahkan *commonwealth legislation* dan parlemen

²⁶Edmon Makarin, *Ibid.*, h. 197. Lihat juga Adi Nugroho, *Analisis Perancangan Sistem Informasi dengan Metodologi Berorientasi objek* (Cet. I; Bandung: Informatika Bandung, 2005), h. 432.

²⁷ Edmon Makarin, *Ibid.*, h. 198. Lihat juga Alan Dennis, *Networking in The Internet Age* (Cet. I; New York: United States of America, 2002), h. vii.

negara bagian memberlakukan rezim sensor terhadap konten Internet di Australia. Sejak 1 Januari Tahun 2000, *commonwealth legislation* (legislasi tingkat negara federal) memberlakukan regulasi tentang *internet content hosts and Internet service providers*, negara federal memaksakan agar peduli terhadap konten yang berada dalam kekuasaan mereka. Ini artinya ICH dan ISP harus memastikan bahwa anak-anak dan masyarakat umum harus terlindungi dari informasi yang bertentangan dengan norma hukum.

Berbeda dengan kedua negara di atas, Canada melalui *the Canadian Radio-television and Telecommunications Commission* (CRTC) mengadakan debat publik untuk memutuskan perlu tidaknya pengaturan tentang konten internet di Canada. Namun, mulai 17 Mei 1999 diputuskan bahwa *the CRTC* tidak akan melakukan pengaturan terhadap konten internet dengan alasan bahwa media-media yang terdapat di internet tersebut sebenarnya telah dicakup dalam *the Broadcasting Act* dan *The Telecommunications Act*.²⁸

Kelima contoh pengaturan terhadap konten internet di atas, dapat dilihat bahwa setiap pemerintahan mempunyai *policy* yang berbeda-beda. Namun, pada umumnya *policy* yang dibuat akan sangat tergantung dari tingkat adopsi demokrasi di negara-negara tersebut. Sebagai contoh; negara yang tingkat demokrasinya rendah akan mengambil kebijakan yang cenderung otoriter; yaitu memberikan peran negara untuk melakukan sensor atau pembatasan informasi di internet secara langsung, terutama menyangkut informasi yang

²⁸Edmon Makarin, *op.cit.* , h. 201.

dianggap membahayakan negara atau mengganggu kepentingan elit pemerintahan.²⁹

Di negara-negara yang menganut sistem demokrasi, sensor terhadap konten internet juga diberlakukan. Namun, satu hal yang menarik bahwa sensor tersebut lebih ditekankan untuk perlindungan terhadap anak-anak pengguna internet dan informasi yang merupakan pelanggaran atau kejahatan yang bertentangan dengan norma yang telah lama ada. Partisipasi masyarakat dalam negara yang demokratis untuk tetap menjaga internet sebagai media yang sehat, juga sangat besar. Hal ini terbukti dengan tindakan masyarakat untuk berpartisipasi bersama menemukan beberapa *software* (suatu alat yang menyaring informasi layak tidaknya dipublikasikan, terutama informasi atau konten yang merusak mental generasi muda) yang mampu memfilter informasi yang bertentangan dengan hukum.³⁰

Kehadiran teknologi informasi dan komunikasi khususnya di Indonesia bukan berarti merevolusi semua produk hukum yang sedang berlaku di Indonesia saat ini. Pembuat kebijakan hukum harus melihat bahwa sebenarnya produk hukum yang berlaku sekarang mampu mengeliminir bentuk kejahatan yang berlaku di internet. Walaupun diakui ada beberapa hal yang masih dalam perdebatan akademik saat ini, terutama menyangkut masalah-masalah pembuktian dan yuridiksi di *internet*. Oleh karena itu, kehadiran aturan

²⁹Edmon Makarin, *Ibid.*, h. 201. Lihat juga David Miller, *Data Communication and Networks* (Cet. I: New York: The McGraw-Hill Companies, 2006), h. 5.

³⁰Edmon Makarin, *op. cit.*, h. 202. Lihat juga William Stallings, *Komunikasi dan Jaringan Nirkabel* (Cet. II: Jakarta: Erlangga, 2007), h. 150.

hukum baru memang tidak bisa dihindari, namun sifatnya hanya pelengkap dari perangkat hukum yang telah ada sekarang.

Di dalam aspek hukum media internet, kajian tentang hukum dapat menggunakan aturan hukum yang berlaku di Indonesia saat ini, dengan tidak menutup kemungkinan ada pembentukan produk hukum baru. Pembahasan aspek hukum media di internet menurut Edmon Makarin harus dimulai dengan pembagian internet sebagai media massa dan media komunikasi dengan memegang *basic value* ; yaitu kebebasan berpendapat dan kebebasan memperoleh informasi. Sebagai media massa, dihadapkan dengan kenyataan berkembangnya media massa di internet, yang lebih dikenal sebagai media *online* seperti; www.detik.com, www.kompas.com, www.hukumonline.com, dan lain-lain. Maka untuk media *online* seperti ini dapat digunakan UU RI No. 40 Tahun 1999 tentang Pers. Di pasal 1 ayat 2 jelas disebutkan bahwa perusahaan pers adalah badan hukum di Indonesia yang menyelenggarakan usaha pers meliputi perusahaan media cetak, media elektronik, dan kantor berita, serta perusahaan media lainnya yang secara khusus menyelenggarakan, menyiarkan, atau menyalurkan informasi.³¹

Walaupun masih terjadi perdebatan sampai saat ini, apakah jenis media *online* termasuk media cetak atau media penyiaran, namun satu yang patut dicatat bahwa Undang-Undang Pers hanya menekankan bentuk badan

³¹Edmon Makarin, *op. cit.*, h. 203; Lihat juga *Dinamika Informasi Dalam Era Global* (Cet. I; Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset Bandung, 2002), h. 185.

hukum Indonesia dari penyelenggara Pers, bukan jenis media tersebut. Dengan status badan hukum Indonesia, maka seluruh media *online* yang menyelenggarakan kegiatan jurnalistik di internet dapat diberlakukan peraturan media yang telah ada, seperti UU RI No. 40 tahun 1999 tentang Pers.³²

Bagi Media *online* yang melanggar beberapa norma yang dilarang dalam masyarakat, seperti pornografi, yang terdapat dalam pasal 5 ayat 1; Pers nasional berkewajiban memberitakan peristiwa dan opini dengan menghormati norma-norma agama dan rasa kesusilaan masyarakat serta asas praduga tak bersalah. Atau Pasal 13, Perusahaan Pers dilarang memuat iklan: a) yang berakibat merendahkan martabat suatu agama dan atau mengganggu kerukunan hidup antar umat beragama, serta bertentangan dengan rasa kesusilaan masyarakat; b) minuman keras, narkotika, psikotropika, dan zat adiktif lainnya sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku; c) peragaan wujud rokok dan atau penggunaan rokok, maka ketentuan pidana juga dapat diterapkan dalam kasus ini.³³

Dari uraian di atas jelaslah bahwa aspek hukum media di internet sebagai media massa telah ada. Hal ini dilakukan dengan mengakomodasi berbagai peraturan perundang-undangan yang telah ada selama ini. Oleh karena itu, tidak tepat bila aspek hukum media di

³²Eric Cole, Ronal Krutz dan W. Conley, *Network Security* (Cet. I; New York: Wiley Publishing, Inc. 10475 Crosspoint Boulevard Indianapolis, IN 46256, 2005), h. 288.

³³Edmon Makarin, *op. cit.*, h. 203; Lihat juga Edward Evans dan Patricia Layzell Ward, *Management Basics for Information Professionals* (Cet. II; New York: Neal-Schuman Publisher, Inc, 2007), h. 505.

internet sebagai media massa selama ini tidak ada sama sekali, sehingga menyebarkan nilai-nilai yang melanggar norma-norma positif yang berlaku.

Pada saat yang bersamaan dengan semakin berkembangnya dunia maya dan bentuk-bentuk kejahatan yang diakibatkannya, Makassar kian tumbuh pesat sebagai "**kota metropolitan, niaga, wisata dan maritim**" Makassar dengan tingkat penetrasi jaringan internet yang cukup luas dan terus berkembang dari waktu ke waktu. Transformasi Makassar menjadi sebuah "*Cyber City*" (kota berbasis internet dengan teknologi modern; di dalamnya terdapat ruang untuk mengakses informasi) yang telah dicanangkan Walikota Makassar; Ilham Arif Sirajuddin tahun 2008, bukanlah hal mustahil dan niscaya adanya terlebih setelah melihat pembangunan infrastruktur berbasis *online* makin meningkat dari segi kuantitas maupun kualitasnya.³⁴

Cyber City merupakan salah satu konsep kota modern berbasis teknologi informasi yang kini telah banyak diterapkan di sejumlah kota besar di seluruh dunia. Konsep *cyber city* merupakan salah satu upaya pemberdayaan masyarakat di bidang teknologi informasi. Di Indonesia sendiri sejumlah kota sudah mencanangkan antara lain Makassar *Cyber City* (MCC), Malang *Cyber City* (MCC), Sukabumi *Cyber City* (SCC), Bandung *Cyber City* (BCC), Yogya *Cyber City* (YCC), Solo *Cyber City* (SCC), Denpasar *Cyber City* (DCC), dan lain-lain. Makassar, tentu saja diharapkan akan menjadi kota

³⁴Lihat Bloggerbekasi.com, "Makassar *Cyber City* Mungkinkah" *Situs resmi bloggerbekasi*. <http://bloggerbekasi.com/2009/12/27/Makassar-cyber-city-mungkinkah.html> (28 Januari 2012).

yang lebih cepat berkembang *cyber city*nya, karena lebih dahulu mencanangkannya.³⁵

Di era informasi sekarang, alasan ini cukup realistis karena setiap orang, siapapun juga, memiliki peluang yang sama dan setara untuk menjalin pergaulan secara luas melalui dunia maya baik secara nasional maupun internasional. Dukungan piranti telekomunikasi yang kian canggih dengan harga terjangkau memungkinkan fenomena “gaul” di dunia maya tumbuh dengan laju yang signifikan. Kehadiran *Hot Spot Wi Fi (Wireless Fidelity)* di berbagai tempat di Makassar, mulai dari Pelabuhan, Pusat Perbelanjaan modern, Terminal, Bandara, Rumah Sakit hingga sarana olahraga kian memberikan iklim strategis menyemarakkan nuansa *online* di berbagai ruang publik.³⁶

Di Makassar saat ini, sudah bukan pemandangan aneh lagi menyaksikan sejumlah orang di sebuah pusat perbelanjaan modern asyik berselancar di internet melalui *netbook* atau laptop sembari santai menyeruput kopi di sebuah café. Transaksi Bisnis dari pengguna *e-commerce* (jual-beli barang, jasa *ticketing* dan jasa reservasi hotel serta informasi *e-learning*) kini bisa dengan mudah dilakukan di Makassar sepanjang memiliki piranti yang mendukung serta fasilitas koneksi internet yang luas dan handal. Pola komunikasi *online*

³⁵ Lihat Antaranews.com, “makassar-menjadi-cyber-city” *Situs Resmi Antaranews*. <http://www.antaranews.com/print/1183035920/makassar-menjadi-cyber-city> (28 Januari 2012)

³⁶ Lihat Putra Bulukmba.blogspot.com, “Makassar Kota Cyber Pertama Indonesia” *Situs resmi Putra Bulukumba.blogspot*. <http://putra-bulukumba.blogspot.com/2007/05/makassar-kota-cyber-pertama-indonesia.html> (28 Januari 2012)

pada masyarakat Makassar, bukan hal baru lagi. Walikota Makassar sempat berseloroh; “Kini, bahkan penjual mi ayam langganannya pun sudah gaul dan aktif melakukan *update* statusnya di jejaring sosial seperti *Facebook* lewat *handphonenya*.” Jadi bisa dikatakan internet menjadi salah satu kebutuhan mendasar yang layak disediakan untuk kota-kota modern, termasuk Makassar.³⁷

Sejatinya, konsep *cyber city* adalah ketika sebuah kota yang telah mapan dan terkoneksi di segala bidang. Kebutuhan masyarakat kota bersangkutan mulai dari bidang pendidikan, sosial, ekonomi, dan berbagai aspek lainnya “terhidang” dalam sebuah koneksi konstruktif yang berinteraksi satu sama lain. Misalnya pembuatan KTP atau pembaruan SIM bisa dilaksanakan secara *online* sehingga bisa memangkas waktu, biaya dan rantai birokrasi yang panjang. Pengambilan suara untuk kandidat pemilukada cukup dilakukan via SMS (*short message service*) atau “coblos *online*” dari rumah dan rekapitulasi serta sistem verifikasi suaranya dilakukan secara otomatis oleh Komputer. Arus informasi digital berjalan lebih cepat, efektif dan tepat sasaran. Harapan tersebut telah direncanakan oleh Walikota Makassar Ilham Arif Sirajuddin empat tahun yang lalu tepatnya tahun 2008.³⁸

³⁷ “Telkom Cyber City,” *Situs Resmi Merdeka.Com*. <http://www.merdeka.com/tekno/telkom-cyber-city-makassar-diresmikan.html> (28 Januari 2012)

³⁸ “Seven Miracles of Makassar.” *Situs Resmi Makassar terkini.com*. http://www.makassarterkini.com/index.php?option=com_content&view=article&id=1053:seven-miracles-of-makassar&catid=54:cover-story (28 Januari 2012).

Optimalisasi transparansi dan partisipasi publik sebagai bagian dari teori *good governance*, dapat diwujudkan secara nyata. Hal ini disebabkan karena di dalam sebuah *cyber city*, secara simultan bisa dilaksanakan *e-government*, *e-education* dan *e-commerce* yang nantinya membuka akses akan transparansi pengelolaan pemerintahan. Ujung-ujungnya efisiensi birokrasi bukanlah hal yang mustahil adanya.

Konsep *Cyber City* digambarkan oleh pemerintah sebagai konsep kawasan dengan infrastruktur teknologi informasi memadai, baik dari sisi konektivitas jaringan terpadu, kapasitas *bandwidth*, internet nirkabel, kabel, infrastruktur, serat optik mencukupi dan sarana pusat riset yang dikelola bersama perguruan tinggi dan swasta. *Cyber* tersebut akan bertemu penyedia infrastruktur teknologi informasi atau aplikasi dengan pembeli dari berbagai segmen dan bidang industri. Secara sederhana, *core idea* dari *cyber city* adalah kota yang terintegrasi melalui fasilitas berjaringan dalam rangka aksesibilitas masyarakat yang lebih optimal.

Keinginan untuk mewujudkan kota Makassar sebagai kota dunia maya ini bukan tanpa alasan. Menurut Walikota Makassar, Ilham Arief Sirajuddin, *cybercity* menjadi salah satu cara pemerintah kota untuk mencerdaskan masyarakat agar melek teknologi. Dengan langkah ini diharapkan semakin banyak pengguna dan masyarakat tidak gagap lagi dengan teknologi informasi khususnya untuk mengakses internet dan melakukan bisnis *e-commerce*.³⁹

³⁹ Fahri, "Makassar Cyber City," *Media Center bologspot.com; Pelayanan Informasi Publik yang akurat, cepat, mudah dan merata*, 28 Januari 2012. <http://artikeldanopini.blogspot.com/2010/04/makassar-cyber-city.html>

Keberadaan layanan akses internet akan memancing minat wisatawan, baik mancanegara maupun domestik untuk berdatangan ke lokasi *hot spot* layanan internet. Para pebisnis dapat memanfaatkan internet di ruang publik sehingga lambat laun Kota Makassar akan menjadi salah satu daerah tujuan bisnis dan objek wisata yang diharapkan bisa semakin terkenal dalam skala nasional maupun internasional. Saat ini, pemerintah sedang berupaya memasang puluhan bahkan ratusan *access point* atau titik akses internet di berbagai wilayah kota Makassar.

Puluhan *hot spot* pun sudah terpasang di sejumlah hotel berbintang, mal, kampus dan instansi-instansi swasta dengan menggunakan teknologi *Wi-Fi*. Bahkan sejumlah *provider* berusaha mendapatkan izin pemerintah untuk menggunakan teknologi *Wi-Max* (*Worldwide Interoperability for Microwave Access*) yang memiliki daya jangkauan hingga 50 km dengan kecepatan transfer bisa mencapai 75 *megabyte* per detik dimana ribuan orang dapat mengakses internet dalam satu waktu sekaligus. Dengan teknologi *Wi-Max* ini sinyal internet akan dipancarkan melalui sebuah menara semacam terminal untuk layanan telepon seluler (*Base Transceiver Station/BTS*). Saat teknologi itu hadir, seluruh kota Makassar akan menjadi "*hot spot*". Pengguna laptop, "*Windows Mobile*" atau "*Smart Phone*" dapat berinternet dari mobil yang melaju di jalan raya, rumah, kantor, kafe, bahkan di tengah sawah di pinggiran kota Makassar. Dengan demikian, peluang masyarakat Makassar untuk menjadi *cybercity* akan semakin cepat.⁴⁰

⁴⁰ "Mewujudkan Cyber City di Indonesia Bagian Timur," *Situs Resmi Ufoakses.net*. <http://www.ufoakses.net/news/nid-63/mewujudkan-cyber-city-di-indonesia.html> (28 Januari 2012)

Selain untuk penggunaan secara umum, penggunaan jaringan komunikasi data antar Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) untuk pelayanan masyarakat sangat bermanfaat dari pelaksanaan konsep sebuah *Cyber City*. Minimal ada 3 manfaat yang dapat diambil dalam pelaksanaan sebuah konsep *Cyber City*, antara lain:

1. *Komunikasi Data*

Data merupakan jantung dari sebuah organisasi apapun bentuk dari organisasi tersebut, karena data adalah dasar dari sebuah suksesnya pengambilan keputusan. Karena itulah maka integritas data di dalam pemerintahan sangat diperlukan. Dengan penggunaan komunikasi data antar SKPD dan penciptaan *database* yang efektif akan tercipta data yang terintegrasi. Sehingga keputusan yang akan diambil oleh pucuk pimpinan atau kepala pemerintahan tidak akan meleset jauh dari kenyataan di lapangan. Manfaat lain dari adanya komunikasi data antar SKPD ini adalah dimungkinkannya diciptakan komunikasi yang lebih efektif dan efisien untuk internal pemerintah. Penggunaan teknologi yang tepat guna dapat digunakan untuk mereduksi biaya yang selama ini ada untuk komunikasi suara (telepon) antar SKPD, faksimile dan bahkan meningkatkan performa dengan penggunaan teknologi *video conference*.⁴¹

⁴¹"Telkom Cyber City Makassar," Situs Resmi Merdeka.Com. <http://www.merdeka.com/teknologi/telkom-cyber-city-makassar-diresmikan.html> (28 Januari 2012)

2. *Pelayanan Masyarakat*

Peningkatan pelayanan masyarakat melalui konsep *Cyber City* ini bisa didapatkan dari dua sisi yang berbeda, yaitu:

- a. Pertama adalah dampak dari peningkatan kinerja SKPD itu sendiri. Dengan jaringan komunikasi data yang luas, maka pelayanan masyarakat bisa lebih didekatkan pada lokasi di mana mereka berada. Dengan semakin dekatnya pelayanan masyarakat tersebut, tentu saja membantu masyarakat dalam mobilitas mereka untuk mencari pelayanan publik.
- b. Kedua adalah dimungkinkannya penempatan *Base Transceiver Station* (BTS) *WIFI hot spot* yang diperluas, pada areal dimana SKPD berada. Dengan penempatan BTS *WIFI* ini maka, masyarakat di areal sekitar SKPD dapat menggunakan jaringan tersebut untuk mengakses *self-serviced system* atau sistem layanan mandiri berbasis TIK semisal untuk *e-learning*, *e-procurement* dan layanan mandiri lainnya yang dibuat oleh pemerintah kota/kabupaten.

3. *Pendapatan Asli Daerah*

Pembangunan jaringan *Cyber City* ini, memiliki kapasitas yang cukup besar dan dapat digunakan untuk menyelesaikan kebutuhan internal pemerintahan, dapat pula dikerjasamakan dengan pihak swasta untuk digunakan dalam sisi bisnis. Pemanfaatan ini tentu saja bisa mendatangkan *Pendapatan Asli Daerah* dengan konsep *Public-Private Partnership* (PPP).⁴²

⁴² "Walikota Makassar Resmikan Telkom Cyber City," *Situs Resmi makassar.antarnews.com*. <http://makassar.antarnews.com/berita/4365/wali-kota-makassar-resmikan-telkom-cyber-city> (28 Januari 2012).

Bekerjasama dengan pihak swasta, bukan saja dapat mendatangkan PAD dalam pemanfaatan sumber daya tersebut, namun juga bisa mengurangi kesulitan pemerintah dalam perawatan jaringan. Penggunaan jaringan *Cyber City* ini dapat pula dimanfaatkan sebagai awal dari penggunaan jaringan komunikasi berbasis IP (*internet protocol*) bagi masyarakat. Sehingga pelayanan komunikasi di masyarakat akan berbasis IP (*internet protocol*) dengan konsep *triple play: high speed data access, video dan voice telephone* dalam satu jaringan bersama

Pada acara Ulang Tahun Pertama Komunitas *Blogger* Makassar Anging Mammiri bulan November tahun 2007, Para Profesional *Blogger* Pertama di Indonesia yang kini juga adalah *Country Editor Yahoo* Indonesia sempat berbincang soal fenomena *Cyber City* yang baru saja dicanangkan di Makassar namun gaung dan spiritnya tak terasa. Konsep *Cybercity* yang digaungkan secara gegap gempita ternyata tidak menyentuh esensi sesungguhnya dan lebih terkesan berada di "awang-awang". Masih banyak warga Makassar yang tidak mengerti apa itu sesungguhnya *Cyber City* akibat minimnya sosialisasi dan edukasi soal konsep ini. "Harus ada pra-kondisi sebelum menuju ke sana, tidak hanya sebatas slogan bombastis," tegas Budi Putra. Ia mencontohkan, salah satu kota di Korea Selatan menerapkan konsep *Cyber City* secara perlahan-lahan. Dua tahun pertama dimulai dengan tahapan sosialisasi dan pengetahuan dasar mengenai internet serta manfaat-manfaat yang dapat diperoleh pada segenap lapisan masyarakat, setelah itu baru melangkah menjadi pembangunan infrastruktur pendukung serta membenahi yang sudah ada. Sehingga ketika konsep ini

dicanangkan oleh pemerintah kota, masyarakat sudah benar-benar siap, infrastruktur sudah tersedia dan apa yang sudah diprogramkan akan dapat berjalan sesuai ekspektasi.⁴³ Kehadiran *hot spot* di berbagai tempat akan terasa mubazir ketika yang menggunakannya hanya orang-orang itu saja serta manfaat keberadaannya tidak dirasakan secara luas.

Pemkot Makassar harus bersyukur memiliki sosok pemimpin yang visioner yang menggandeng Komunitas *Blogger* sebagai mitra strategis dalam upaya melakukan sosialisasi penggunaan teknologi informasi dan internet melalui blog. Ini sebuah awal yang baik untuk membentuk “fondasi” awal menjadi Makassar *Cyber City*. Iklim ini kian cerah ketika Telkom Makassar, sebagai pengelola jasa pelayanan telekomunikasi terbesar di Indonesia, ikut mendukung dan menjadi bagian dari upaya sinergis ini melalui penandatanganan kerjasama dengan komunitas *Blogger* Makassar yang dilaksanakan awal bulan Desember tahun 2008 lalu.

Di bawah dukungan pemerintah dan Telkom serta mitra swasta yang lain, Komunitas *Blogger* Makassar tentu akan menjadi garda terdepan mendukung segenap program “menjadi Makassar *Cyber City*” melalui aktivitas-aktivitas konstruktif “membangkitkan” edukasi *internet* dan *blogging* ke segenap khalayak masyarakat Makassar. Akselerasi pencanangan “Makassar *Cyber City*” bisa kian cepat

⁴³ Fahri, “Makassar Cyber City,” *Media Center.blogspot.com*, 28 Januari 2012. <http://artikeldanopini.blogspot.com/2010/04/makassar-cyber-city.html>

dengan memberdayakan segenap potensi strategis yang dimiliki wilayah ini.⁴⁴

Pada sisi lain, laju perkembangan teknologi informasi dan komunikasi tidak hanya memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi masyarakat pengguna, tetapi dampak negatif dari perkembangan tersebut, melahirkan kejahatan internet yang marak di Indonesia meliputi penipuan kartu kredit, penipuan perbankan, *defacing*, *cracking*, transaksi seks, judi *online* dan terorisme dengan korban berasal selain dari negara-negara luar, seperti Amerika Serikat, Australia, Jerman, Korea dan Singapura. Bidang yang paling riskan terkena imbas *cyber crime* adalah perbankan dan bisnis. Bank selama ini dijadikan target yang paling "sexy" para *hacker* karena dianggap institusi yang otomatis paling gigih membuat lapisan keamanan jaringan. Mulai dari data rahasia nasabah sampai uang miliaran rupiah tersimpan rapi di sistem jaringan sebuah bank.⁴⁵

Penulisan yang dilakukan *The American Bar Assosiation* menunjukkan bahwa kerugian finansial yang diakibatkan *computer-related crime* sebesar 145-730 juta dolar AS per Tahun, tertangkapnya Davit Smith (pembuat virus Melissa), Enud Tanebaum, dan Vice Miscovic (pembobol sistem pertahanan komputer pentagon) ternyata tidak membuat jera pembuat virus lainnya. Onel de Gusman, pembuat virus *Love Bug* ternyata menimbulkan kerugian finansial Amerika

⁴⁴"Seven Miracles of Makassar," *Situs resmi makassarterkini.com*. http://www.makassarterkini.com/index.php?option=com_content&view=article&id=1053:seven-miracles-of-makassar&catid=54:cover-story (28 Januari 2012).

⁴⁵ Lihat Dikdik M dkk, *Cyber Law; Aspek Hukum Teknologi informasi* (Cet I; Bandung: PT Refika Aditama, 2005), h. 24.

Serikat sebesar 8 miliar dolar. Tim Loyd pembuat *time-bomb software* menimbulkan kerugian 12 juta dolar US. Hasil survei AC Nielson menunjukkan, Indonesia menempati posisi ke enam terbesar di dunia atau ke empat di Asia dalam kejahatan internet atau *cyber crime*.⁴⁶

Cyber crime adalah sebuah perbuatan yang tercela dan melanggar kepatutan di dalam masyarakat serta melanggar hukum, sekalipun sampai sekarang sukar untuk menemukan norma hukum yang secara khusus mengatur *cyber crime*. Karena itu, peran masyarakat dalam upaya penegakan hukum terhadap *cyber crime* adalah penting untuk menentukan sifat dapat dicela dan melanggar kepatutan masyarakat dari suatu *cyber crime*.⁴⁷

Faktor penegak hukum sering menjadi penyebab maraknya kejahatan *cyber crime*. Hal ini dilatarbelakangi masih sedikit aparat penegak hukum yang memahami seluk beluk teknologi informasi (internet) serta belum adanya peraturan perundang-undangan yang mengatur secara jelas tentang kejahatan *cyber crime*, sehingga pada saat pelaku tindak pidana ditangkap, aparat penegak hukum mengalami kesulitan untuk menemukan alat bukti yang dapat dipakai menjerat pelaku.

Terlebih apabila kejahatan yang dilakukan memiliki sistem pengoperasian yang sangat rumit.⁴⁸

⁴⁶ Lihat Merry Magdalena dan Maswigrantoro Roes Setiyadi, *Cyberlaw; Tidak perlu Takut* (Cet I; Yogyakarta: Andi, 2007), h. 55.

⁴⁷ Lihat Rahmat Putra, *Pengguna Hacking dan Bahayanya* (Cet. I; Jakarta: PT Kawan Pustaka, 2008), h. 88.

⁴⁸ Lihat H. Ahmad M. Ramli, *Cyber Law dan HAKI; Dalam Sistem Hukum Indonesia* (Cet. I; Bandung: PT Refika Aditama, 2007), h. 27.

'Thinking the unthinkable' (berpikir *out of box*; berpikir di luar dari kebiasaan yang sulit dijangkau oleh akal (irrasional), namun ada langkah-langkah tepat untuk mengatasi suatu masalah). mungkin inilah pemero yang terlintas dalam pikiran seseorang ketika membicarakan masalah pengaturan konten dalam ruang maya (*Internet Content Regulation*) ini memang telah menghamparkan polemik yang masih belum selesai. Berbagai pendekatan diambil di berbagai negara, masalah ini belum mendapat perhatian sama sekali.⁴⁹

Minimnya perhatian ini disebabkan oleh berbagai faktor, setidaknya dapat digambarkan dalam dua skenario: pertama, di negara yang tingkat kemajuan digitalnya rendah, pengaturan konten tentunya dianggap sebagai inisiatif prematur. Biasanya di negara ini internet masih merupakan barang mewah dan langka, yang pasti belum terlihat penyalahgunaan konten yang merugikan masyarakat, ini merupakan faktor prioritas. Skenario kedua, ketika infrastruktur internet sudah cukup luas dan masyarakat mulai merasakan dampak konten yang tidak sehat, tentunya prioritas untuk menengok ke masalah ini sudah tidak perlu diperdebatkan lagi. Biasanya di negara ini mulai timbul permintaan atau desakan berbagai elemen masyarakat kepada pemerintah untuk mengontrol konten internet.⁵⁰

Untuk menghindari disorientasi industri konten internet, dan untuk memastikan berkembangnya

⁴⁹Lihat Andy Krisianto, *Mengoptimalkan Peta Dunia Intraktif di Internet* (Cet. I; Jakarta: PT Trand Media, 2008), h. 17-18.

⁵⁰Lihat Mico Pardosi, *Sistem Operasi Windows dan Internet* (Cet. I; Surabaya: Indah Surabaya, 2004), h. 347.

industri tersebut untuk kesejahteraan bangsa dan negara, maka diperlukan perumusan kebijakan yang mensinergikan inisiatif dan kreativitas nasional dalam bidang yang baru ini.

Pada akhir tahun 1990-an, *e-commerce* mulai menggunakan teknologi internet, terutama menggunakan teknologi *web*. *e-commerce* melalui internet juga mempunyai keuntungan yang sama dengan yang dimiliki oleh *Electronic Data Interchange* (EDI). Keuntungan yang lain melalui internet adalah pengurangan biaya yang lebih besar dibandingkan dengan pengurangan biaya akibat penggunaan *Electronic Data Interchange* (EDI), karena biaya akses internet lebih murah dibandingkan dengan biaya komunikasi dengan *Electronic Data Interchange* (EDI). Tambahan keuntungan lainnya adalah penggunaan internet dapat menjangkau lebih jauh sampai ke pelanggan akhir. Lebih lanjut, Martin mengutarakan tambahan keuntungan *e-commerce* melalui internet dibandingkan dengan melalui EDI adalah sebagai berikut: Distribusi lebih murah dari dokumen dan digital,⁵¹ kemampuan memberikan layanan dukungan kepada pelanggan, kanal pemasaran yang baru, mempunyai kemampuan untuk menarik pelanggan baru, menyediakan satu titik lokasi kontak untuk bermacam produk dan jasa yang dapat digunakan sebagai media riset pasar. Selain keuntungan yang diperoleh *e-commerce* dari penggunaan internet, beberapa hambatan juga ditemui, misalnya sebagai berikut: keamanan, keamanan akses, keamanan transmisi, beban trafik yang terlalu banyak, kesulitan sensor dan kegiatan

⁵¹Lihat Martin dan Edhy Sutanta, *Pengantar Teknologi Informasi* (Cet. I; Yogyakarta; Graha Ilmu, 2005), h. 542.

mengukur kinerja dari situs, apakah keberhasilannya akan diukur dari jumlah orang yang mengunjungi atau diukur dengan cara lain.⁵²

E-Commerce merupakan bagian terbesar dalam setiap industri dan pasar saat ini. Disebut juga sebagai *e-business* umurnya kurang dari 10 Tahun tetapi telah menjadi nama yang sangat dikenal dan pemain utama dalam transformasi Amerika ke dalam perekonomian yang berdasarkan pada informasi. Dihadapkan pada perubahan yang cepat dan dinamis itu, usaha yang lebih dulu tetap penting dengan melibatkan perdagangan dan elektronik.⁵³

Bisnis *e-commerce* adalah obyek kajian dari penulisan buku ini, bisnis *e-commerce* tidak saja menarik untuk dikaji tetapi memiliki tantangan dan nilai manfaat dan kontribusi konstruktif yang sangat tinggi bagi pengembangan hukum Islam. Dengan mencermati kecenderungan bisnis global dan perkembangan teknologi sistem informasi dan komunikasi, orientasi penegakan aturan hukum dalam multimedia atau telematika saat ini, terkhusus pada perspektif hukum Islam. Bisnis *e-commerce* melalui internet⁵⁴ merupakan sesuatu yang masih perlu dikaji secara mendalam dari berbagai aspeknya: bagaimana sistem penjualannya, bagaimana sistem kerjanya, bagaimana sistem pengamanannya, bagaimana menu barang jualannya, bagaimana sistem pengiriman dan penerimaan

⁵²Lihat Eko Priyo Utomo, *Berbisnis di Era Internet dengan E-commerce* (Cet. I; Bandung: Rama Widya, 2005), h. 11-17.

⁵³ Lihat Sunarto, *Bisnis* (Cet. I; Yogyakarta: Amus Yogyakarta, 2003), h. 2.

⁵⁴Lihat Ward Hanson, *Pemasaran Internet; Principles of Internet Marketing* (Cet. I; Jakarta: Salemba Empat, 2000), h. 4.

barangnya, dan bagaimana kelemahan, konsekuensi dan akibat-akibat hukum bisnis melalui internet dalam perspektif hukum Islam tersebut, hal ini merupakan sesuatu yang belum jelas dan perlu upaya eksplorasi melalui penulisan untuk menjawab keseluruhan permasalahan tersebut. Eksplorasi penulisan terhadap bisnis *e-commerce* melalui internet sebagai obyek penulisan didukung oleh beberapa faktor, di antaranya; hasil penulisan sebelumnya, referensi dari buku-buku yang terkait, jurnal ilmiah, majalah dan para ahli dalam bidang hukum telematika, bisnis dan hukum Islam.⁵⁵

Lalu, bagaimana sistem hukum Islam melihat fenomena internet sebagai sebuah kenyataan sosial yang tidak dapat dipungkiri lagi keberadaannya?

Ijtihad sebagai sumber Hukum Islam ketiga memberi peluang untuk berkembangnya pemikiran umat Islam dalam menghadapi segala permasalahan di era globalisasi saat ini. Berbagai jenis transaksi telah muncul dan menyebar ke seluruh penjuru dunia, termasuk Indonesia. Banyak jenis transaksi baru yang ditawarkan yang juga menjanjikan keuntungan yang berlipat ganda. Di samping itu, terdapat pula ketentuan-ketentuan hukum yang dikeluarkan oleh otoritas pemerintah untuk menertibkan kegiatan-kegiatan bisnis modern tersebut secara konvensional.⁵⁶ Di sisi lain, untuk melindungi masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam, perlu dikaji kejelasan bisnis *e-commerce* dalam perspektif hukum Islam. Oleh karena itu, dalam

⁵⁵ Lihat Richardus Eko Indarajit, *E-commerce; Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya* (Cet. I; Jakarta: PT Gramedia, 2001), h. 111-115.

⁵⁶ Lihat Gemala Dewi, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia* (Cet. I; Jakarta: Prenada Media, 2005), h. 187.

tulisan selanjutnya akan ditinjau transaksi bisnis *e-commerce* melalui internet dalam perspektif hukum Islam yang dikategorikan sebagai salah satu bisnis modern.

B. Rumusan dan Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka masalah pokok yang dibahas dalam buku ini adalah; **“Bagaimana Bisnis E-Commerce melalui internet dalam Perspektif Hukum Islam di kota Makassar,** selanjutnya pokok masalah tersebut diurai menjadi beberapa sub masalah menjadi;

1. Bagaimana hakikat bisnis *e-commerce* melalui internet di kota Makassar?;
2. Bagaimana Proses transaksi bisnis *e-commerce* melalui internet di kota Makassar?;
3. Bagaimana Tinjauan Hukum Islam (*Fiqh*) tentang jual-beli barang, jasa dan informasi melalui Internet di kota Makassar?

C. Tujuan dan Kegunaan

1. Tujuan Penulisan

Berdasarkan uraian tersebut di atas penulisan buku ini bertujuan untuk:

- a. Untuk mengetahui hakikat *e-commerce* dan motivasi pengguna *e-commerce* dalam melakukan transaksi bisnis *e-commerce* melalui internet di Makassar
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis proses transaksi bisnis *e-commerce* melalui internet di Makassar.
- c. Untuk mengetahui dan menemukan rumusan hukum baru tentang transaksi bisnis *e-commerce* di Makassar setelah mengeksplorasi tinjauan hukum Islam tentang transaksi bisnis *e-commerce* melalui internet.

2. Kegunaan Penulisan
Penulisan ini mempunyai dua kegunaan yaitu:
 - a. Kegunaan teoretis
 - 1) Sebagai kontribusi di bidang akademik dan praktis. Secara akademik, hasil penulisan ini diharapkan untuk memperkaya khasanah perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya kajian tentang bisnis *e-commerce* melalui internet dalam perspektif hukum Islam di Makassar. yang digali melalui penulisan lapangan (*field reseach*) yang berlandaskan pada nilai-nilai hukum dari ajaran Alquran dan hadis sebagai kajian dasar serta referensi aktual yang mendukung dalam kaitannya dengan pembahasan terhadap tinjauan hukum Islam tentang sistem transaksi bisnis *e-commerce* melalui internet. Secara praktis, kontribusi yang diharapkan dari hasil penulisan ini dapat menjadi bahan acuan bagi peneliti selanjutnya.
 - 2) Sebagai informasi dan konfirmasi. Sebagai informasi diharapkan hasil penulisan ini akan menjadi warisan intelektual. Budaya serta memelihara nilai-nilai yuridis tentang transaksi bisnis *e-commerce* melalui internet dalam perspektif hukum Islam yang masih relevan dengan kehidupan modern. Sebagai konfirmasi bahwa hasil penulisan ini akan berdaya guna kepada para peneliti selanjutnya untuk mengadakan studi komparasi literatur terhadap data berikutnya agar meningkatkan kualitas penulisan yang lebih obyektif.
 - 3) Memberi nilai kontributif bagi upaya pembaruan hukum Islam, pada organisasi lembaga hukum,

sehingga hukum Islam akan selalu sesuai dengan tuntutan zaman.

b. Kegunaan Praktis

- 1) Hasil penulisan ini dapat dijadikan panduan menyusun kebijakan dalam menjalankan usaha bisnis *e-commerce* melalui internet, perdagangan, ritel, dan perbankan syariah dalam kaitannya dengan etika bisnis.
- 2) Menjadi rujukan bagi pelaku bisnis internet di lapangan dalam melakukan transaksi bisnis *e-commerce* melalui internet.
- 3) Kajian ini sekaligus menjadi salah satu upaya memasyarakatkan metode penemuan hukum Islam, terutama di Indonesia, sehingga hukum Islam menjadi norma yang hidup dalam masyarakat dan materinya dapat diserap ke dalam hukum nasional negara Republik Indonesia yang sedang melakukan perbaikan di segala bidang termasuk bidang hukum.
- 4) Kajian ini menjadi acuan dan informasi bagi pengguna *e-commerce* bagi masyarakat Makassar

D. Definisi Operasional dan Ruang Lingkup Pembahasan

Untuk membatasi ruang lingkup pembahasan dan menghindari terjadinya kesalahan persepsi mengenai tema sentral penulisan buku ini, maka perlu adanya pembahasan pengertian judul, terdapat lima istilah yang perlu didefinisikan secara operasional, kelima istilah tersebut adalah bisnis, *e-commerce*, perspektif, hukum Islam, dan internet

Bisnis berasal dari bahasa Inggris, dari kata *business* yang berarti perusahaan, urusan dan usaha.⁵⁷ Dalam *Webster's world university dictionary*, bisnis diartikan: "*business; trade profession; something to be transacted; an enterprise in trade; amount of trade.* Bisnis dalam arti leksikal adalah usaha perdagangan,⁵⁸ *selling china is my business.* Huat dan T Chwee, et. al mendefinisikan bisnis adalah suatu sistem yang memproduksi barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan masyarakat (*business is then simply a sistem that produces goods and service to satisfy the needs of our society*). Dengan mengambil definisi sistem tersebut, diharapkan suatu hubungan yang saling mengisi antara bisnis dan pilihan kebutuhan dalam suatu masyarakat. Setiap tindakan yang diambil dalam bisnis berakibat pada suatu sistem sosial yang lebih besar, sistem bisnis berhubungan dengan sistem politik, sistem ekonomi dan sistem hukum.⁵⁹

Istilah *E-commerce* yang didefinisikan oleh Julian Ding adalah sebagai berikut:

"Electronic Commerce or E-commerce at is also Known, is a commercial transaction between avendor and purchaser or parties or similar contractual relationship for the supply of goods, services or

⁵⁷Lihat John M. Echols dan Hassan Shadily, *Kamus Inggris Indonesia dengan judul asli; An English-Indonesia Dictionary* (Cet XVIII; Jakarta: PT Gramedia, 1989), h.90.

⁵⁸Lihat Ralph Taylor, A.M, *Webster's World University Dictionary* (t. ct; Wasinton Dc: US Press, 1965), h. 150. Lihat juga Peter Salim, *The Contemporary English-Indonesia Dictionary* (Cet. II; Jakarta: Modern English Press, 1986), h. 265.

⁵⁹Lihat Amirullah dan Imam Hardjanto, *Pengantar Bisnis* (Cet I; Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), h. 2.

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 not sistem as apposed to private network (closed sistem). The public networ sistem must considered on open sistem (e.g the internet or word wide web).the transaction concluded regardless of national bound aries or local requirement".⁶⁰

Dalam pengertian ini yang dimaksud *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 di dalam media elektronik (media digital) yang secara fisik tidak memerlukan pertemuan para pihak dan keberadaan media ini dalam *public network* atas sistem berlawanan dengan *private network* (sistem tertutup).dan sistem the *public network* ini harus mempertimbangkan sistem terbuka.

Dalam kamus *Blak's Law Dictionary Seventh Edition* *E-commerce* didefinisikan:

"E-Commrce; the practice of buying and selling goods and services through online consumer services on the internet. The shortened form electronic,has become a populer prefix for other terms assosiated with electronic transaction.⁶¹

⁶⁰Julian Ding, *E-commerce: Law and Office* (Cet. V; Kuala lumpur: Sweet and Maxwell Asia Press, 1999), h. 25.

⁶¹Lihat Bryan A Garner, *A Black's Law Dictionary* (Cet. VII; St Paul Minn: West Group, 1999), h. 530.

Artinya:

Pengertian *e-commerce* yang dimaksud adalah pembelian dan penjualan barang dan jasa dengan menggunakan jasa konsumen *online* di internet. Model transaksi seperti ini dikenal dengan istilah *electronic transaction*.

Definisi Internet yang lengkap dari *website* wikipedia.org adalah:

The internet is a worldwide, publicly accessible series of interconnected computer networks that transmit data by packet switching using the standar internet Protocol (IP). It is a network of network that consist of millions of smaller domestic, academic, business, and government networks, which together carry various information and services, such as electronic mail, online chat, file transfer, and the interlinked web pages and other resources of the World Wide Web (WWW).⁶²

Artinya:

Internet adalah rangkaian hubungan jaringan komputer yang dapat diakses secara umum di seluruh dunia, yang mengirimkan data dalam bentuk paket data berdasarkan standar *Internet Protocol* (IP). Lebih dalam lagi, Internet adalah kumpulan jaringan dari jaringan-jaringan komputer dunia yang terdiri dari jutaan unit-unit kecil, seperti jaringan pendidikan, jaringan bisnis, jaringan pemerintahan dan lain-lain, yang secara bersama menyediakan layanan informasi seperti *e-mail*, *online chatting*, *transfer file* dan saling

⁶²Lihat Yuherfizar, *10 Jam Menguasai Internet: Teknologi dan Aplikasinya* (Cet. I; Jakarta: PT. Gramedia, 2008), h. 2.

keterhubungan (*linked*) antara satu halaman *web* dengan sumber halaman *web* yang lainnya.

Istilah “perspektif” berasal dari bahasa Inggris, dari kata “*perspective*”⁶³ yang berarti pemandangan atau cara melukiskan terhadap suatu obyek. Jadi, sudut pandang yang dimaksud dalam pembahasan ini adalah tinjauan menurut hukum Islam terhadap bisnis *e-commerce* melalui internet, kata hukum Islam tidak ditemukan sama sekali dalam Alquran dan literatur hukum dalam Islam, yang ada dalam Alquran adalah kata syari’ah, fiqh, hukum Allah dan seakar dengannya. Kata-kata hukum Islam merupakan terjemahan dari term *Islamic Law* dari literatur Barat.⁶⁴

Hasbi Asy-Syiddiqi memberikan definisi hukum Islam adalah: koleksi upaya *fuqaha* dalam menerapkan syariat Islam sesuai dengan kebutuhan masyarakat.⁶⁵ Pengertian hukum Islam dalam definisi ini mendekati kepada makna *fiqh*.

Untuk lebih memberikan kejelasan tentang arti hukum Islam, perlu diketahui lebih dahulu arti dari kata hukum. Sebenarnya tidak ada arti yang sempurna tentang hukum. Namun untuk mendekati kepada pengertian yang mudah dipahami, meski masih mengandung kelemahan, definisi yang diambil oleh

⁶³John M. Echols dan Hassan Sadiliy, *loc.cit.*, h. 426.

⁶⁴Dalam penjelasan tentang hukum Islam dari literatur barat ditemukan definisi: Keseluruhan kitab Allah yang mengatur kehidupan setiap muslim dalam segala aspeknya. Dari definisi ini arti hukum Islam lebih dekat dengan pengertian syariah Lihat Joseph Schact, *An Intruduction to Islamic Law* (t.ct; Oxford: University Press, 1964), h. 1.

⁶⁵ Muhammad Hasbi Ash-Shiddiqi, *Falsafah Hukum Islam* (Cet. V; Jakarta: Bulan Bintang, 2003), h. 21.

Muhammad Muslehuddin dari *Oxford English Dictionary* perlu diungkapkan. Menurutnya, hukum adalah *the body of rules, wether proceeding from formal enactment or from custom, which a particuler satate or community recognize as bidding on its members or subjects*.⁶⁶ (Sekumpulan aturan, baik yang berasal dari aturan formal maupun adat, yang diakui oleh masyarakat dan bangsa tertentu sebagai mengikat bagi anggotanya).

Bila hukum dihubungkan dengan Islam, maka hukum Islam berarti: seperangkat aturan berdasarkan wahyu Allah dan sunnah Rasul tentang tingkah laku manusia *mukallaf* yang diakui dan diyakini berlaku dan mengikat untuk semua umat yang beragama Islam.⁶⁷

Berangkat dari pengertian sejumlah istilah di atas, dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa yang dimaksud dalam kajian ini adalah telaah secara mendalam tentang pelaksanaan transaksi bisnis *e-commerce* melalui internet di Makassar dengan pendekatan hukum bisnis dan hukum Islam. Terutama adalah teori hukum Islam yang menjadi dasar pijakan utama (primer) dalam merumuskan hukum dari bisnis *e-commerce* melalui internet, yang tentunya berlandaskan pada kajian dalil-dalil Alquran dan hadis.

E. Kajian Pustaka

Kajian tentang bisnis modern dalam perspektif hukum Islam, telaah terhadap bisnis *e-commerce* melalui internet, dapat ditemukan dan terwujud dalam bisnis *e-*

⁶⁶ AS Honrby, *Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English* (Britain: Oxford University Press, 1986), h. 478.

⁶⁷ Amir Syarifuddin, *Pengertian dan Sumber Hukum Islam; dalam Falsafah Hukum Islam* (Cet. III; Jakarta: Bumi Aksara dan Depag, 2003), h. 15.

commerce dan *e-business* telah banyak dilakukan orang dengan fokus pembahasan yang berbeda-beda, seperti kajian tentang sejarah perkembangan *e-commerce*, manfaat *e-commerce* dan keuntungan bagi pengguna, efek positif dan negatif *e-commerce* melalui internet, misalnya; buku Jogiyanto HM, dalam karyanya, *Sistem Teknologi Informasi; Pendekatan Terintegrasi Konsep Dasar Teknologi Aplikasi Pengembangan dan Pengelolaan*. Buku ini membahas tentang sistem informasi kegiatan manajemen, sistem teknologi komputer, teknologi sistem telekomunikasi, jejaring, strategi kebijakan pengaturan konten sebuah tinjauan komparatif ke arah penyehatan.⁶⁸ Demikian juga James A.O'Brien, dengan bukunya *Pengantar Sistem Informasi*, dengan judul asli: *Introduction to Information Sistem*, membahas upaya membantu mahasiswa program bisnis, belajar menggunakan dan mengelola teknologi informasi untuk menghidupkan proses bisnis, memperbaiki pengambilan keputusan bisnis dan memperoleh keunggulan kompetitif. Buku ini juga memberikan penekanan utama pada cakupan yang terbaru. Peran penting teknologi dalam menyediakan landasan untuk proses bisnis, perdagangan dan kerjasama antara semua pemilik kepentingan bisnis dalam perusahaan jejaringan pasar global saat ini. Di samping itu, buku ini menjelaskan cakupan realistis dari *e-business* dan *e-commerce*. Lebih lanjut buku ini menjelaskan bahwa *e-business* tidak sama dengan *e-commerce*. *e-business* lebih luas cakupannya, bukan sekedar transaksi namun juga, penggunaan internet

⁶⁸Lihat Jogiyanto HM, *Sistem Teknologi Informasi; Pendekatan Terintegrasi Konsep Dasar Teknologi Aplikasi Pengembangan dan Pengelolaan* (Cet II; Yogyakarta: Andi Offset, 2005), h . 195.

dalam kombinasi teknologi jaringan lainnya dan membentuk komunikasi elektronik untuk memungkinkan semua jenis aktivitas bisnis saat ini. Bisnis pada semua ukuran dan jenis sedang menggunakan teknologi untuk memungkinkan semua jenis aktivitas bisnis, itulah inti dari *e-business*. Selain itu, Janner Simarmata dalam bukunya, *Teknologi Komputer dan Informasi* membahas tentang teknologi komputer, era globalisasi informasi, arsitektur informasi, konsep, sejarah, aplikasi, *e-commerce* dan *e-business*.⁶⁹

Sudomo Sukirno dkk, dalam bukunya *Pengantar Bisnis*, membahas tentang gambaran umum mengenai dunia bisnis dan lingkungannya, peranan sektor perusahaan atau dunia bisnis dalam melakukan kegiatan ekonomi, serta menghasilkan barang dan jasa dalam era globalisasi. Dia sangat menekankan peranan pasar bebas, dan kegiatan dunia bisnis, menurutnya ini merupakan faktor utama dalam menentukan tingkat kegiatan ekonomi yang dicapai pada suatu waktu tertentu dan pertumbuhannya dari waktu ke waktu, studi kasus Indonesia dan analisis kualitatif.⁷⁰

Buku Suryadi Prawirosentono, *Pengantar Bisnis Modern*, terbitan Jakarta tahun 2002, menyuguhkan berbagai aspek yang terdapat dalam suatu bisnis modern antara lain: etika bisnis dan etika global berbagai terminologi industri dan klasifikasinya, aspek teknik perencanaan bisnis, aspek kelayakan suatu bisnis, aspek sumber daya manusia dan keselamatan serta lingkungan

⁶⁹Lihat James A.O' Brien, *Pengantar Sistem Informasi*, diterjemahkan oleh Dewi Fitriya Sari, SS; dkk dengan judul asli: *Introduction to Information System* (Cet. XII.); Jakarta: PT Salemba Empat Putra), h. 313.

⁷⁰Lihat Sudono Sukirno dkk. *Pengantar Bisnis* (cet. I; Jakarta: Prenada Media, 2004), h. viii.

kerja, aspek permodalan, aspek perencanaan dan pengendalian mutu produk terpadu (*total quality control/TQL*), aspek lingkungan hidup dan bisnis. Di samping itu, buku ini juga membahas tentang hasil kajian suatu lembaga penulisan yang berpusat di Hongkong, Indonesia diklasifikasikan nomor tiga terburuk ditinjau dari *corporate governance* (pengelolaan perusahaan). Bila dibiarkan berlarut bukan tidak mungkin kehidupan bisnis di Indonesia akan dijauhi oleh investor luar negeri. Keterpurukan bisnis di Indonesia tidak terlepas dari masa depan, etika global akan menjadi isu penting, dalam arti bisnis melanggar etika kemanusiaan, akan diembargo oleh negara-negara lain.⁷¹

Buku. Baso Swastha DH dan Ibnu Sukatjo, *Pengantar Bisnis Modern; Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern*, terbitan Yogyakarta tahun 2002 membahas tentang sistem perekonomian Pancasila yang dianggap cocok untuk Indonesia meskipun secara formal belum diakhiri problem bisnis saat ini di samping itu juga memberi gambaran tentang investasi, tabungan dan peranan pemerintah sebagai faktor penentu iklim bisnis, sedangkan inflasi, produktivitas dan pengangguran menjadi bahasan utamanya.⁷²

Buku Efrain Turben dkk, dengan judul *Pengantar Teknologi Informasi* diterjemahkan oleh Deny Arnos, dan dewi Fitra Sari ; dengan judul asli: *Introduction to Information Tegnologi*, terbitan Jakarta. membahas tentang

⁷¹Lihat Suryadi Prawirosentono, *Pengantar Bisnis Modern* (Cet.I; Jakarta: PT Bumi Aksara, 2002), h. v.

⁷²Lihat Baso Swastha DH dan Ibnu Sukatjo, *Pengantar Bisnis Modern; Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern* (Cet.X; Yogyakarta: Libery Yogyakarta, 2002), h. iii.

teknologi *mobile* dan telah menciptakan pergeseran paradigma dalam cara dunia melakukan bisnis secara komprehensif, juga menjelaskan teknologi *nirkabel* dan membahas tentang *e-commerce*, Selain itu buku ini menawarkan banyak sekali contoh mengenai layanan *Web*, termasuk bagaimana perusahaan menggunakan layanan *Web* untuk dapat meningkatkan rantai pasokannya.⁷³ Dalam buku *Panduan Aplikasi; Sistem Akuntansi Online Berbasis Komputer*, yang diprakarsai oleh Wahana komputer Semarang, terbitan Yogyakarta tahun 2003 membahas tentang pengembangan sistem ke depan, sistem integrasi, sistem penjualan *online*, sistem pengendalian persediaan barang *online*, sistem hutang piutang *online*, sistem perencanaan produksi *online*, bisnis persewaan *software* aplikasi, dan aplikasi akuntansi berbasis *Web*⁷⁴

Buku Edhy Sutanto, *Pengantar Teknologi Informasi* terbitan Yogyakarta, menjelaskan juga tentang internet yang dapat dipandang sebagai jaringan komputer global yang berkomunikasi dengan menggunakan sistem jaringan yang umum. Pemanfaatan atau penggunaan telah merasuk pada hampir semua kehidupan, baik sosial, ekonomi, pendidikan, hiburan, bahkan keagamaan. Di samping itu kata beliau dalam berinteraksi dengan internet akhir-akhir ini, cenderung

⁷³Lihat Efrain turben dkk, *Pengantar Teknologi Informasi* diterjemahkan oleh Deny Amos Kary,M.Hum dan dewi Fitra Sari ,M.si;dengan judul asli:*Introduction to Information Tegnologi* (Cet. I; Jakarta: Salemba Infotek, 2006), h. 179.

⁷⁴Lihat Wahana Komputer Semarang, *Panduan Aplikasi; Sistem Akuntansi Online Berbasis Komputer* (Cet.I; Yogyakarta: Andi, 2003), h. 286-279.

semakin akrab dengan istilah-istilah *e-commerce*, *e-banking*, *e-government*, *e-learning* dan sebagainya.⁷⁵

Hall Singleton, dalam bukunya *Audit Teknologi Informasi Asurance* terbitan Jakarta Buku ini fokus pada identifikasi lembaga, ancaman utama dan menjelaskan berbagai isu serta prosedur audit dalam bidang: sistem operasional, manajemen, pengembangan sistem perdagangan elektronik (internet), struktur organisasi dan koperasi.⁷⁶ Buku Fred R. David. *Menejemen Strategis*; diterjemahkan oleh: Ichsan Setiya Budi dengan judul asli *Strategic Menejemen; consef and cases*, terbitan Jakarta tahun 2006 Buku ini membahas tentang *karaktarik menejemen strategik*, formulasi visi dan misi bisnis, implementasi strategi ,evaluasi strategi analisis luar dan strategi internal.⁷⁷

Fandji Tjiptono dalam bukunya. *Strategi Pemasaran* menjelaskan, dewasa ini pemasaran merupakan ujung tombak dalam rangka mencapai tujuan, setiap perusahaan telah berkembang begitu pesat, ini terbaca dari ungkapan seorang begawan pemasaran *Theodore Levitt* "kunci manajemen bisnis terletak pada pemasaran karena itu, penerapan strategi sebagai hal utama setiap perusahaan."⁷⁸

⁷⁵Lihat Edhy Sutanto, *Pengantar Teknologi Informasi* (Cet II; Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), h. 542.

⁷⁶Lihat Hall Singleton, *Audit Teknologi Informasi Asurance* (Cet.II; Jakarta: Salemba Empat, 2007), h. 272.

⁷⁷Lihat Buku Fred R.David. *Menejemen Strategis*; diterjemahkan oleh:Ichsan setiya Budi dengan judul asli: *Strategic Menejemen; consef and cases* (Cet.X; Jakarta: Salemba Empat, 2006), h. 13.

⁷⁸ Lihat Fanji Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Cet,VI; Yogyakarta: Andi, 2003), h. 6.

Dari beberapa buku atau referensi tersebut di atas, belum ada satu buku atau referensi yang fokus membahas tentang rumusan hukum Islam tentang bisnis *e-commerce* dalam perspektif hukum Islam, yang menjadi pokok masalah dalam penulisan ini.

Karya ilmiah yang khusus memfokuskan pembahasan pada Bisnis *e-commerce* dalam perspektif hukum Islam, dalam kaitannya dengan bisnis *e-commerce* adalah karya Assafa Enderson, yang berjudul *Hukum E-commerce dan Internet*; dengan fokus di Asia Pasifik; diterjemahkan oleh Fitri Purwandari dan Mursyid Hamato dari judul asli; *Internet and E-commerce Law: with fokus on Asia Pasifik* terbitan Yogyakarta tahun 2007. Buku ini mengeksplorasi persoalan khusus maupun umum menurut hukum yang dihadapi negara Asia Pasifik yang ingin mengubah negara menjadi masyarakat informasi. Buku ini dibagi menjadi lima bagian, bagian pertama terdiri atas dua bab menyajikan gambaran umum tentang pengaruh kemajuan teknologi informasi, kedua informasi dan komunikasi dalam kaitannya dengan hukum, bagian dua, terdiri empat bab, membahas persoalan yang terkait dengan kerangka aturan yang diperlukan sebagai media komunikasi, transformasi dan pertukaran informasi secara panjang lebar. Bagian tiga, empat bab, terfokus pada *Electronic-Commerce* yaitu implikasi ekonomi atau perdagangan dari . Bagian empat; dua bab, membicarakan topik khusus yang dengan pengaturan dan undang-undang *Electronic-commerce*. Bagian lima, I bab, mencoba memberikan pencerahan untuk *cyberlaw* dan mengusulkan arah yang mungkin dimasa datang bentuk *cyberlaw* akan terus ditetapkan oleh tiga kekuatan aktif.

Perkembangan terakhir internet dan hukum *electronic-commerce* di Amerika Serikat dan Uni Eropa.⁷⁹

Selain Assafa Enderson, ada pula karya dari buku Edmon Makarin, *Pengantar Hukum Telematika*, terbitan Jakarta tahun 2005 menjelaskan bahwa dalam rangka mengakomodasi perkembangan teknologi industri, ada beberapa sudut pandang yang telah dikaji beberapa bidang hukum yang juga relatif baru, yakni *information law, informatic law dan telekomunikasi law*. Seiring dengan perkembangan konvergensi telekomunikasi, bidang kajian tersebut konvergen dalam hukum telematika yang esensinya adalah hukum terhadap informasi dan komunikasi.⁸⁰

Buku yang lain yang ditulis Edmon makarin, *Mengenai Kompilasi Hukum Telematika* terbitan Jakarta tahun 2004, menjelaskan secara alamiah manusia tidak mungkin bisa lepas dari kemajuan teknologi yang tujuannya untuk memudahkan kehidupannya. Secara alamiah pula manusia tidak bisa dilepaskan dari hukum yang tujuannya adalah menjaga eksistensi keberadaannya. Bagi manusia, teknologi tanpa disertai dengan hukum akan berakibat pada kekacauan (*chaos*) yang pada gilirannya akan merusak manusia itu sendiri. Sebaliknya hukum yang semata-mata membatasi kemajuan teknologi akan memotong peradaban

⁷⁹ Lihat Assafa Enderson, *Hukum E-commerce dan Internet: dengan fokus di Asia Pasifik*; diterjemahkan oleh Fitri Purwandari dan Mursyid Hamato dengan judul asli *Internet and E-commerce law: with fokus on Asia Pasifik* (Cet,I; Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007), h. 243.

⁸⁰Lihat Edmon Makarin, *Pengantar Hukum Telematika* (Cet,I; Jakarta: PT Raya Grafindo, 2005), h. 1.

manusia, maka perlu adanya keseimbangan antara hukum dan teknologi.⁸¹

Dari kelimabelas karya tersebut di atas, baik Assafa Enderson, Edmon Makarin, Edhy Sutanto, Efrain Turben, Baso Swastha, Suryadi Prawirosentono, Sudomo Sukirno, maupun Jogiyanto HM, Fandji Tjiptono, dan James A.O'Brien belum ditemukan ulasan yang khusus membahas Bisnis *e-commerce* melalui internet dalam perspektif hukum Islam.

Ditinjau dari segi konsep dasar metodologi yang digunakan, baik Assafa Enderson maupun Edmon Makarin, dan James A.O'Brien lebih menekankan metode deskriptif yang tampak dalam pembahasannya. Assafa Enderson dalam membahas Hukum *E-commerce* dan Internet; Mefokuskan di Asia Pasific mengangkat bagaimana mengeksplorasi persoalan umum dan khusus menurut hukum yang dihadapi oleh negara-negara Asia-Pasifik. Dia Juga membahas topik khusus yang berkaitan dengan pengaturan internet dan undang-undang *e-commerce*. Sementara itu, Edmon Makarin menggunakan pendekatan yuridis dengan fokus pembahasan; Bagi manusia, teknologi tanpa disertai dengan hukum akan berakibat pada kekacauan (caos) yang pada gilirannya akan merusak manusia itu sendiri. Lain halnya dengan James A.O'Brien, lebih mengarahkan kajiannya dengan pendekatan ekonomi dengan melengkapi pembahasannya tentang perbedaan bisnis *e-commerce* dan *e-business*; menjelaskan bahwa *e-bussines* tidak sama dengan *e-commerce*. *E-business* lebih luas cakupannya, bukan sekedar transaksi namun juga, penggunaan net dalam

⁸¹Lihat Edmon Makarin, *Mengenai Kompilasi Hukum Telematika* (Cet,II; Jakarta: PT Raja Grafindo, 2004), h. 7

kombinasi teknologi jaringan lainnya dan membentuk komunikasi elektronik untuk memungkinkan semua jenis aktivitas bisnis saat ini.

Karya-karya yang berkaitan dengan Kajian hukum Islam adalah karya Abu Ishaq al-Syatibi dengan judul *Al-Muwaffakat fi al-Usul al-Syar'iyah* yang fokus pembahasannya pada tiga tingkat kebutuhan manusia dilihat dari sisi kemaslahatannya yaitu *maqasid al-Daruriyat*, *maqasid al-Hajiyyat* dan *maqasid al-Tahsiniyyat* dalam kaitannya dengan *e-commerce* sebagai obyek kajian, menggunakan *e-commerce* sebagai media dalam berbisnis dapat meningkatkan volume bisnis, meringankan biaya-biaya, memberi kemudahan bagi manusia dalam berbisnis maka metode *maqasid al-Syar'iyah* pada tingkatan *hajiyyat* sangat relevan dijadikan sebagai metode penetapan hukum tentang *e-commerce*. Selain itu karya Abdul Wahab Khallaf, tentang *usul fiqh* dengan fokus pembahasan tentang sumber hukum Islam, sumber hukum Islam yang disepakati dan tidak disepakati, jual-beli yang dibolehkan dan jual-beli yang dilarang, karya ini juga menjadi penunjang dalam membedah dan menyorot *e-commerce*. Demikian juga dengan Wahbah Zuhaili dengan karya *Al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu* dengan fokus pembahasan dasar hukum Islam, Aqidah, akhlak, jual-beli, hukum jual-beli, dasar hukum jual-beli, jual-beli *salam* dan *istishna*, buku ini menjadi salah satu pegangan dalam membahas *e-commerce*. Selanjutnya Ibn Qudama dengan karya *Al-Mugni* fokus pembahasannya pada aspek ibadah, muamalah, jinayat, karya ini dapat dijadikan argument pembahasan dalam mengkaji *e-commerce*. Berikutnya Abdul al-Rahman al-Jaziri, dengan karya *Al-Fiqh ala Mazahibi al-Arbaah*, membahas tentang pendapat empat

mazhab dalam ibadah, muamalah, jinayat, dan siyasah, karya ini kaya dengan argumen dari empat mazhab tentang pandangannya dari beberapa materi dari karya tersebut. Karya dari Muhammad bin Ahmad bin Rasyid Al-Qurtubiy, dengan judul *Bidayah al-Mujatahid*, dengan fokus pembahasan tentang Ibadah, jinayah, dan muamalah. Karya lainnya adalah Abu Zahra dengan judul *Usul Fiqh*, membahas tentang ruang lingkup usul fiqh, sumber hukum Islam, dan kaedah-kaedah istinbat hukum. Muhammad Syaltut dengan judul *Al-Islam Aqidah wa Syariah*, fokus pembahasannya mengenai akidah, akhlak dan syariah Muhammad Al-Gazali dengan judul *al-Mustafa min al-Ilmi al-Subul*, selanjutnya Noel J Coulson, dengan judul *Complict and Tenssion in Islamic Jurisprudence*, dengan fokus pembahasan terhadap komplik ketetapan hukum-hukum Islam yang dihasilkan oleh lembaga legislative (*ijma'*) McDonald, dengan karyanya *Development of Muslim Teologi Jurisprudence and constitutiona*, Tahir Mahmud dengan karya *Personal Law in Islamic Countries*, dengan fokus pembahasan bagaimana konsep hukum perdata di Negara-negara Islam; karya selanjutnya Amir Syarifuddin dengan judul *Pembaruan Pemikiran Hukum Islam*, yang mencoba memformulasi bagaimana hukum Islam diperbaharui sesuai kondisi dan zamannya, Selain itu ada karya dari Abdul Aziz Muhammad Azzam dengan judul *Al-Qawaid al-Fiqhiyah*, dengan fokus pembahasan tentang kaedah-kaedah fiqh yang menjadi salah satu bagian yang penting dalam menetapkan suatu hukum terhadap suatu masalah umat demikian juga karya dari Imam Musbikin dengan judul *Qawaid al-Fiqhiyah* yang fokus bahasanya hampir sama dengan sebelumnya.

Karya-karya lain yang membahas tentang, *e-commerce* dan *e-business* dalam bisnis modern adalah *Bisnis E-commerce* oleh Abdullah Halim Barakatullah dan Teguh Prasetyo, dengan fokus pembahasan; *E-commerce* merupakan model bisnis moderen yang *non-fice* (tidak menghadirkan pelaku bisnis secara fisik) dan *non-sign* (tidak memakai tanda tangan) Hadirnya *E-commerce* memungkinkan terciptanya persaingan yang sehat antara perusahaan kecil, menengah dan besar dalam merebut pangsa pasar. *Islamic Business Athics* oleh Rafik Issa Beekum, mengetengahkan tentang bisnis yang berlandaskan pada nilai-nilai etika dan moral, *Towards a Just Monetary Sistem* oleh M. Umar Capra, dengan memperkenalkan sebuah tatanan ekonomi yang baru berdasarkan pokok-pokok syariat Islam, perlu segera diwujudkan. *Rich Dad's Guide To Investing; what The Rich Invest In, That The Poor and Middle class Do Not* oleh Robert T. Kiyosaki dan Lechter C.P.A Sharon L, mengemukakan bahwa investasi mempunyai arti yang berbeda bagi setiap orang. Kenyataannya, ada investasi-investasi untuk orang kaya, orang miskin, dan kelas menengah. *Economic Doctrin of Islam* oleh Fazlur Rahman, dia menyatakan ajaran Islam sungguh sempurna, di dalamnya telah dikemukakan dasar-dasar melakukan transaksi dalam berbagai aspeknya. *Lembaga-lembaga Perekonomian Umat* oleh A. Jazuli dan Yadi Januari, mereka berpendapat, lembaga-lembaga perekonomian umat perlu diberdayakan dan dioptimalkan fungsinya di dalam masyarakat. *Ekonomi Makro Islam Pendekatan Teoritis*, oleh Nurul Huda dkk, mengetengahkan sebuah usaha konstruktif merespon perkembangan kontribusi terhadap pengembangan

konsep dan teori ekonomi bernuansa Islam, khususnya dalam bidang makro ekonomi.

Dari beberapa referensi buku, hasil penelitian, jurnal, tesis, buku, media massa dan elektronik tersebut di atas, penulis belum menemukan referensi yang membahas secara khusus tentang bisnis *e-commerce* melalui internet dalam perspektif hukum Islam, sehingga penulis perlu melakukan penelusuran, pengkajian dan penulisan terkait obyek tersebut di atas. Ada sebuah buku yang membahas tentang *Hukum E-commerce dan Internet menurut hukum Asia Pasific* oleh Assafa Andersen, tapi buku ini lebih menekankan pada hukum yang berlaku pada setiap negara masing-masing. Demikian juga buku yang membahas tentang *Bisnis E-commerce* oleh Abdul Halim Barakatullah dan Teguh Prasetyo, lebih mengedepankan tentang aspek pengamanan transaksi *e-commerce* dengan pendekatan hukum positif. Alasan tersebut di atas, penulis berminat dan ingin melakukan penulisan, sebagaimana dengan studi pendahuluan penulis terhadap obyek tersebut di atas, banyak faktor yang mendukung diadakannya penulisan tersebut termasuk di dalamnya hasil penulisan sebelumnya, referensi buku, jurnal dan lain-lain.

F. Kerangka Pikir

E-Commerce merupakan penemuan baru dalam bentuk perdagangan yang dinilai lebih dari perdagangan pada umumnya. Prinsip perdagangan dengan sistem pembayaran tradisional yang dikenal adalah 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.

Kitab-kitab fikih klasik merekomendasikan atau mensyaratkan adanya kejelasan subyek atau obyek yang ditransaksikan, disertai adanya *ijab* dan *qabul*, *sigat ta'lik*. Hal ini menjadi menarik untuk dikaji dan diteliti jika dikaitkan dengan *electronic-commerce*, yang menggunakan media internet dalam melakukan transaksi, dan keseluruhan proses transaksinya menggunakan elektronik, tanpa bertatap muka, misalnya transaksi bisnis konvensional **dan bisnis ini belum pada masa nabi dan para sahabat**. Fenomena di atas, perlu penelaahan lebih lanjut, bagaimana hukum Islam melihat atau menemukan *istinbat* hukumnya ataupun mengkompromikan kedua problem di atas. Untuk memberikan solusi dari masalah tersebut, hukum Islam kaya dengan teori-teori kemaslahatan seperti yang dikemukakan oleh Syatibi dengan konsep kemaslahatannya dengan mengacu kepada kemaslahatan *daruriyat*, *hajiyyat* dan *tahsiniyat*.

Perkembangan *e-commerce* membawa banyak perubahan terhadap sektor aktivitas bisnis yang selama ini dijalankan di dunia nyata. Perubahan tersebut ditandai adanya sejumlah upaya dari sektor aktivitas bisnis yang semula berbasis di dunia nyata (*real*), kemudian mengembangkannya ke dunia maya (*virtual*).

Penggunaan internet dalam *e-commerce* ini memberikan dampak yang sangat positif yakni dalam kecepatan dan kemudahan serta kecanggihannya dalam melakukan interaksi global tanpa batasan tempat dan

waktu yang kini menjadi hal yang biasa. Transaksi bisnis yang lebih praktis tanpa perlu kertas dan pena, perjanjian *face to face* (bertemu secara langsung) pelaku bisnis kini tidak diperlukan lagi, sehingga dapat dikatakan perdagangan *e-commerce* ini menjadi penggerak ekonomi baru dalam bidang teknologi khususnya di Indonesia.

Masalah keamanan masih menjadi masalah dalam internet. Aspek-aspek yang dipermasalahkan itu antara lain: masalah kerahasiaan (*confidentiality*) pesan, masalah bagaimana cara agar pesan yang dikirimkan itu keutuhannya (*integrity*) sampai ke tangan penerima, masalah keabsahan (*authenticity*) pelaku transaksi, masalah keaslian pesan agar bisa dijadikan barang bukti.

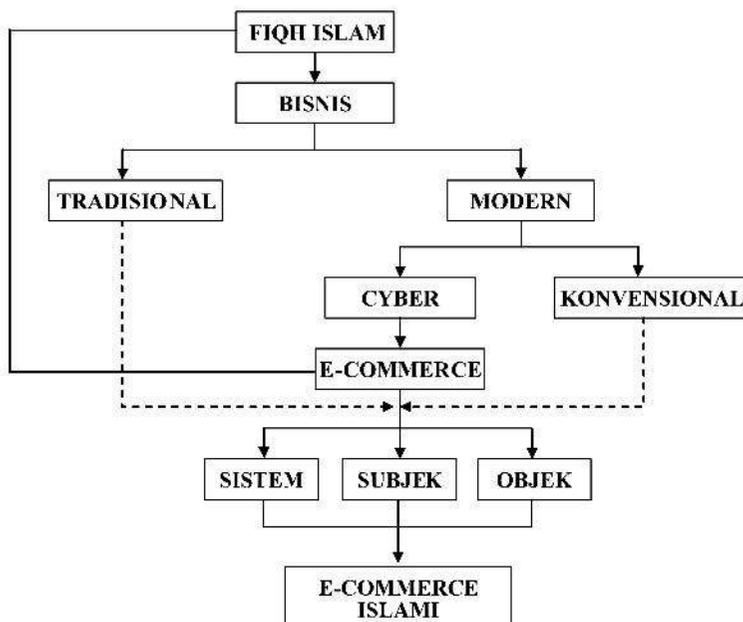
Perdagangan ini juga melahirkan resiko negatif yang sering kali muncul dalam bentuk penyelewengan yang cenderung merugikan konsumen dalam melakukan *e-commerce* atau perdagangan elektronik. Di antaranya dalam hal yang terkait dengan produk yang dipesan tidak sesuai dengan produk yang ditawarkan, kesalahan dalam pembayaran, ketidaktepatan waktu menyerahkan barang atau pengiriman barang dan hal-hal lain yang tidak sesuai dengan kesepakatan sebelumnya. Keberadaan konsumen yang melakukan bisnis *e-commerce* tidak *tervisual* secara jelas mengingat transaksi dilakukan dalam dunia maya, sehingga terdapat kemungkinan-kemungkinan seperti pihak yang secara hukum tidak diperkenankan melakukan tindakan hukum. Berbelanja atau melakukan transaksi secara elektronik di dunia internet atau yang dikenal dengan dunia maya sangat berbeda dengan transaksi sebelumnya atau yang dikenal dalam dunia nyata.

Perubahan drastis ini menimbulkan perubahan dalam sistem kehidupan manusia.

Gaya hidup yang beralih dalam alam yang nyata ke alam elektronik disebut dunia maya (*cyberspace*). Kenyataan ini menimbulkan keragu-raguan mengenai hukum yang ada dan yurisdiksi hukum yang mengikat kedua belah pihak yang melakukan bisnis atau transaksi. Ada sementara pihak yang berpendapat bahwa transaksi tersebut terjadi di dunia maya, maka hukum yang berlaku di dunia maya tidak dapat diberlakukan walaupun dalam beberapa hal terdapat pula ketentuan yang dapat dikenakan pada transaksi di dunia maya. Singkatnya eksistensi internet di samping menjadikan sejumlah harapan, pada saat yang sama juga menghasilkan kecemasan-kecemasan antara lain dengan munculnya kejahatan-kejahatan baru yang lebih canggih dalam bentuk "*cybercruel*", karakteristik internet yang tidak mengenal batas-batas teritorial dan sepenuhnya beroperasi secara maya (*virtual*) sehingga aktivitas-aktivitas yang baru khususnya dalam bidang perdagangan secara elektronik, tidak dapat sepenuhnya diatur oleh hukum yang berlaku di Indonesia pada saat ini khususnya, mengingat hukum Indonesia pun belum mengatur secara khusus mengenai hukum yang terkait dengan aktivitas perdagangan secara elektronik. Implikasi dari pengembangan ini dirasa ada sisi positif dan negatif. Aspek positifnya bahwa perdagangan di internet melalui jaringan *online*, telah meningkatkan peranan dan fungsi perdagangan sekaligus memberikan kemudahan dan efisiensi. Aspek negatif dari pengembangan ini adalah berkaitan dengan persoalan keamanan dalam bertransaksi dengan menggunakan

media *e-commerce* dan secara yuridis terkait pula dengan jaminan kepastian hukum (*legal certainty*).

Kerangka Pikir



H. Garis Besar Isi Buku

Penulisan ini akan membahas tentang “*Bisnis E-Commerce melalui Internet dalam Perspektif Hukum Islam di Makassar*” secara garis besar disusun sebagai berikut :

Bab pertama, merupakan pendahuluan yang meliputi latar belakang diadakannya penulisan ini, rumusan dan batasan masalah, tujuan dan kegunaan penulisan, pengertian judul dan ruang lingkup pembahasan, tinjauan pustaka, kerangka pikir, serta garis besar isi buku.

Bab kedua, pembahasan difokuskan pada kerangka tinjauan teoritis tentang bisnis atau perniagaan yang meliputi, pengertian bisnis, bisnis dan perkembangannya (era entrepreneurial, era produksi, era pemasaran, era global, dan era internet), tujuan bisnis, aktivitas bisnis (produksi, distribusi, dan konsumsi), peranan manusia dalam bisnis, bisnis tradisional (pengertian usaha kecil atau tradisional, karakteristik usaha kecil atau tradisional, serta keunggulan dan kelemahan usaha kecil atau tradisional), bisnis modern (karakteristik bisnis modern, bisnis konvensional, dan bisnis *online*), prinsip-prinsip jual beli dalam perspektif Islam (pengertian hukum Islam, tujuan hukum Islam, *Istishab* sebagai metode dalam penetapan hukum kasus fikih kontemporer, jual beli dalam hukum Islam (pengertian jual beli, dasar hukum jual beli, hukum jual beli, rukun dan syarat jual beli), jual beli yang dilarang), Jual-beli salam dan *istishna*, *garar*, sejarah perkembangan bisnis *e-commerce* melalui internet (sejarah internet dan *e-commerce*, *sejarah singkat e-commerce*, *aplikasi e-commerce* (aplikasi *e-commerce* dalam bidang saham, aplikasi *e-commerce* dalam bidang pencarian pekerjaan, aplikasi *e-commerce* dalam bidang pelayanan keuangan, aplikasi *e-commerce* dalam bidang asuransi, aplikasi *e-commerce* dalam bidang ritel dan mall, aplikasi *e-commerce* dalam bidang travel, aplikasi *e-commerce* dalam bidang lelang, serta aplikasi *e-commerce* dalam bidang *Online publishing*).

Bab ketiga, uraian yang berkaitan dengan metode penulisan yang meliputi, jenis penulisan, tempat dan waktu penulisan, desain penulisan, informan, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, serta teknik pengolahan dan analisis data.

Bab keempat, uraian yang berkaitan dengan laporan hasil penulisan, yang meliputi, kondisi sosial dan ekonomi kota Makassar (kondisi geografis, wilayah administratif, topografi, demografi, pendidikan, pertumbuhan ekonomi, dan pendapatan daerah), motivasi masyarakat Makassar melakukan transaksi bisnis *e-commerce* melalui internet (*effeciency, without boundary, hours Online, interactive, hyperlink, no licence required, no censorship*), sistem transaksi atau transaksi bisnis *e-commerce* melalui internet (*electronic marked, interorganizational information sistem, proses pemasaran e-commerce, sistem pembayaran e-commerce*), implementasi *e-commerce* di kota Makassar (pemanfaatan teknologi dunia maya, *e-commerce* sebagai layanan sosial, objek *e-commerce*, motivasi transaksi *e-commerce*, proses transaksi *e-commerce*, keamanan transaksi *e-commerce*, kendala *e-commerce*, regulasi transaksi *e-commerce*), tinjauan hukum Islam tentang bisnis *e-commerce* melalui internet (pelaku transaksi *e-commerce* melalui internet, obyek transaksi *e-commerce* melalui internet, *ijab qabul* transaksi *e-commerce* melalui internet, *sighat* transaksi *e-commerce* melalui internet).

Bab kelima, merupakan bab penutup yang memuat beberapa kesimpulan berdasarkan pembahasan dari permasalahan yang diajukan, kemudian diakhiri dengan implikasi penelitian sebagai penjabaran dari kesimpulan.

BAB II

TINJAUAN TEORETIS

TENTANG BISNIS ATAU

PERNIAGAAN

A. Pengertian Bisnis

Untuk memahami tentang bisnis, maka pertama kali yang harus diketahui apa yang dimaksud dengan bisnis. Menurut Skinner, bisnis adalah pertukaran barang, jasa atau yang saling menguntungkan atau memberikan manfaat. Pada dasarnya, bisnis memiliki makna sebagai "*the buying and selling of goods service*". Sedangkan perusahaan bisnis adalah suatu organisasi yang terlibat dalam pertukaran barang, jasa, atau uang untuk menghasilkan keuntungan.¹ Sedangkan Raymond E. Gos et. al menyebutkan bahwa bisnis adalah jumlah seluruh kegiatan yang diorganisasi oleh orang-orang yang berkecimpung dalam bidang perniagaan dan industri, menyediakan barang dan jasa untuk kebutuhan mempertahankan dan memperbaiki standar serta kualitas hidup mereka.² Menurut J.S. Nimpoena, pengertian bisnis dapat dibedakan dalam pengertian sempit dan pengertian luas. Jika berorientasi pada

¹Lihat Francis Tantri, *Pengantar Bisnis* (Cet. I; Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2009), h.4.

²Lihat *Ibid.*, Lihat juga Manullah, *Pengantar Bisnis*, (Cet. II; Yogyakarta: Gadjah Madah University Presss, 2008), h. 3.

pengertian sempit maka bisnis tidak lain dari fiksi. Sedangkan dalam arti yang lebih luas, bisnis merupakan usaha yang terkait erat dengan dunia ekonomi dan politik. Hal ini disebabkan dunia ekonomi dan dunia politik pada dasarnya merupakan suatu hubungan yang saling tergantung, dan turut mencerminkan efektivitas suatu masyarakat dalam gerak usahanya.³

Sedangkan M. Manullah berpendapat kata bisnis berasal dari bahasa Inggris, yaitu *business*. Bisnis dapat didefinisikan sebagai "segala aktivitas dari berbagai institusi yang menghasilkan barang dan jasa yang perlu untuk kehidupan masyarakat sehari-hari."

Dengan pengertian tersebut, terdapat sejumlah unsur penting, dalam definisi tersebut, yaitu: 1.) Segala aktivitas⁴ berarti: beraneka warna aktivitas, seperti: produksi, distribusi, konsumsi, dan berbagai aktivitas lainnya yang ada kaitannya pada ketiga aktivitas tersebut, seperti: transportasi, pembelian dan lain-lainnya. 2.) Institusi, badan, lembaga atau organisasi merupakan sekumpulan faktor-faktor produksi terdiri: tanah, tenaga kerja, modal dan pemimpin (manejer), yang menghasilkan barang atau jasa, misalnya perusahaan-perusahaan, rumah sakit, sekolah dan berbagai macam organisasi yang ada dalam suatu masyarakat. 3.) Menghasilkan barang dan jasa, artinya ada *output* dari institusi tersebut baik berupa barang berwujud maupun tidak berwujud. Barang berwujud dihasilkan oleh perusahaan, sedang barang tidak

³Lihat Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis* (Cet. II; Jakarta: PT Rineka Cipta, 2000), h. 4.

⁴Lihat Jatmiko, *Pengantar Bisnis* (Cet. II; Malang; Universitas Muhammadiyah Malang, 2005), h. 6.

berwujud misalnya: saran, nasehat, pendapat atau buah pikiran, dihasilkan oleh institusi, seperti pendidikan, rumah sakit, kantor konsultan, kantor pengacara dan lain sebagainya. 4.) Perlu untuk kehidupan masyarakat berarti ada manfaatnya kepada kehidupan masyarakat,⁵ seperti dihasilkannya berbagai jenis barang, peningkatan kesehatan atau peningkatan pendidikan anggota masyarakat dan lain sebagainya. Secara sederhana, bisnis adalah semua kegiatan yang dilakukan seseorang atau lebih yang terorganisasi dalam mencari laba melalui penyediaan produk yang dibutuhkan oleh masyarakat. Kegiatan bisnis meliputi semua aspek kegiatan untuk menyalurkan barang dan jasa melalui saluran produktif, dari membeli bahan baku (bahan mentah) sampai dengan menjual barang jadi. Pada pokoknya, kegiatan bisnis memiliki cakupan sebagai berikut; perdagangan, pengangkutan, penyimpanan, pembelajaran dan pemberian informasi.

B. Bisnis dan Perkembangannya

Dengan datangnya revolusi industri dipertengahan abad ke 18, revolusi manufaktur terjadi akibat adanya kemajuan teknologi dan adanya perkembangan sistem pabrik. Sistem itu menggantikan ratusan pekerja rumahan yang memproduksi satu jenis barang satu per satu, yaitu dengan menempatkan bahan baku dan para pekerja yang dibutuhkan pada satu tempat untuk memproduksi barang dalam jumlah besar dan mesin baru dibutuhkan untuk produksi massal.⁶

⁵Lihat K. Bertens, *Pengantar Etika Bisnis* (Cet. XII; Yogyakarta: Kanisius, 2000), h. 13.

⁶Lihat Buchari Alma, *Pengantar Bisnis* (Cet. IV; Bandung: CV Alfabeta, 2009), h. 22.

Sebaliknya, produksi massal mengurangi peralatan ganda dan memungkinkan perusahaan membeli bahan baku pada harga yang lebih murah dengan cara membeli dalam jumlah besar. Hal itu mendorong spesialisasi tenaga kerja. Produksi massal menggantikan sistem bagi orang-orang yang sangat terampil melakukan semua tugas yang berbeda-beda, dibutuhkan membuat suatu barang tunggal. Sebagai gantinya, sekelompok yang semi terampil, masing-masing dilatih untuk melakukan hanya sebatas tugas dan didukung oleh mesin dan alat khusus, sangat meningkatkan keluarannya.

1. *Era Entrepreneurial*

Selama abad ke 19, sistem perbankan AS mulai menyediakan bagi bisnis domestik beberapa kebebasan dari pasar-pasar modal Eropa. Sebagai tambahan, kemajuan dalam transportasi kapal uap, dan perkembangan perkeretaapian menyebabkan pemindahan produk-produk ke sejumlah pasar yang jauh menjadi mungkin dan juga ekonomis.

Munculnya para wirausahawan (entrepreneur) pada skala yang sangat besar, seperti bisnis di banyak negara di abad ke-19, bisnis AS menekankan filsafat *laissez-faire*-suatu prinsip di mana pemerintah seharusnya tidak campur tangan dalam perekonomian, tetapi membiarkan fungsi bisnis berjalan tanpa peraturan dan sesuai dengan hukum-hukum alamnya. Pengambilan resiko dan kewirausahawan menjadi tanda atas praktik-praktik agresif yang membentuk beberapa perusahaan terbesar dalam negeri, dan pada akhirnya, di dunia.⁷

⁷Lihat Sunarto, *Bisnis* (Cet. I; Yogyakarta: Amus, 2003), h. 27.

Timbulnya perusahaan-perusahaan raksasa meningkatkan standar hidup dan menjadikan sebagai suatu kekuatan. Tapi ukuran dan kekuatan perekonomian perusahaan seperti itu mempersulit para pesaing untuk memasuki pasar. Kontrol pasar secara menyeluruh di berbagai industri, dengan banyaknya korporasi besar yang lebih memilih untuk bergabung daripada bersaing. Berbagai kritik dilancarkan sebagai reaksi melawan praktek yang tidak etis dan perjuangan yang tidak diatur untuk memperoleh kekuasaan, dengan cara meminta diberlakukannya undang-undang anti trust (*antitrust law*) dan penghentian praktek monopoli.

Di antara undang-undang penting lain, Sherman Antitrust Act Tahun 1890 dan Clayton tahun 1914 disahkan khususnya untuk membatasi kontrol yang dapat diperoleh suatu bisnis tunggal dalam setiap pasar yang ada. Undang-undang lain yang dikeluarkan selama era itu berusaha mengatur bermacam praktik pengkayaan dan periklanan, dan undang-undang lainnya mencoba mengatur cara-cara bisnis menangani urusan keuangannya.

2. Era Produksi

Konsep spesialisasi dan produksi massal yang berawal pada zaman Revolusi Industri lebih dikembangkan lagi pada awal abad ke-20. Pada saat itu, banyak analis organisasi bisnis berusaha memfokuskan perhatian manajemen pada proses produksi. Terutama di antara para pembuat teori yang sering disebut sebagai manajemen ilmiah, meningkatkan efisiensi melalui suatu cara yang terbaik untuk menyelesaikan tugas-tugas produksi menjadi tujuan utama manajemen. Manajemen ilmiah, yang berkembang selama awal Tahun 1900, memusatkan perhatian pada cara-cara yang paling

efisien dan produktif bagi para pekerja dalam melakukan tugas-tugas yang dirancang dengan hati-hati.⁸

Tahun 1913, Henry Ford memperkenalkan lini perakitan bergerak dan mengarah kepada era produksi. Sebagian besar berfokus pada efisiensi manufaktur. Dengan menggunakan stasium kerja tetap, meningkatkan spesialisasi tugas, dan memindahkan pekerjaan kepada pekerja, Ford meningkatkan produktivitas dan menurunkan harga. Dalam melakukan hal tersebut, ia juga menjadikan mobil lebih terjangkau oleh orang kelas menengah.⁹

Konsep *Countervailing Power*, pertumbuhan korporasi maupun perbaikan *output* lini perakitan telah mengorbankan kebebasan pekerja. Dominasi perusahaan-perusahaan besar mempersulit individu-individu untuk memasuki bisnis pribadi. Di beberapa kasus, perusahaan-perusahaan yang dijalankan oleh para pemberi lapangan kerja hanya menyisakan sedikit kebebasan memilih bagi orang-orang, baik dalam memilih tempat bekerja maupun dalam memilih produk-produk apa yang akan dibeli.¹⁰ Apabila keseluruhan sistem akan diseimbangkan, ada dua unsur didalamnya yang harus diperkuat: pemerintah dan tenaga kerja yang terorganisasi. Jadi era produksi menjadi saksi bangkitnya serikat kerja dan praktik tawar-menawar kolektif. Selain itu, masa depresi tahun

⁸Lihat *Ibid.*, h. 28-29, Lihat juga M Puad dkk, *Pengantar Bisnis* (Cet VI; Jakarta: PT Garamedia Pustaka Utama, 2009), h. 142.

⁹Lihat *Ibid.*, h. 28.

¹⁰ Lihat William G. Nickel, James M, Mchungh dan Susan M. Mchugh, *Understanding Business* (Edisi VI; New York: McGraw-Hill, 2002), h. 263-264.

1930-an dan perang dunia II mendorong pemerintah campur tangan atas sistem perekonomian pada skala yang tidak dapat diduga sebelumnya. Dewasa ini, bisnis, pemerintah dan tenaga kerja sering disebut oleh para ekonom dan politikus sebagai tiga *countervailing power* (kekuatan dengan keinginan yang bertolak belakang) dalam masyarakat; walaupun semuanya besar dan kuat, tidak satupun yang mendominasi penuh atas lainnya.

3. *Era Pemasaran*

Pasca Perang Dunia II, permintaan untuk barang-barang konsumen yang tertekan akibat kekurangan sewaktu perang mulai memicu perekonomian untuk beberapa waktu. Meskipun terjadi beberapa resesi periodik yang berlangsung singkat, Tahun 1950-an dan 1960-an merupakan waktu-waktu yang relatif makmur. Produksi terus meningkat, teknologi semakin maju, dan standar hidup pun meningkat. Era itu berkembang filsafat bisnis baru konsep pemasaran. Sebelumnya, bisnis pada dasarnya berorientasi pada produksi bisnis lain, apa yang mereka pikir diinginkan oleh pelanggan, atau hanya memproduksi apa yang ingin diproduksi oleh para pemilik.¹¹

Menurut konsep pemasaran, bisnis bermula dari pelanggan, produsen barang atau jasa mulai dengan menetapkan apa yang pelanggan inginkan dan menyediakannya. Para pelaksana konsep pemasaran yang paling berhasil adalah perusahaan seperti procter dan Gamble (www.pg.com) dan Anheuser-Busch (www.anheuser-busch.com). Perusahaan-perusahaan

¹¹Lihat *Ibid.*, h. 28-29; Lihat juga M Mursid, *Manajemen Pemasaran* (Cet II; Jakarta: Bumi Aksara, 1997), h. 3-5; Lihat juga Basu Swastha DN dan Ibnu Sukarjo, *Pengantar Bisnis Modern* (Cet. X; Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2002), h. 178.

seperti itu membebaskan para konsumennya untuk memilih sesuai dengan kebutuhan dengan menawarkan serangkaian produk dalam suatu pasar.¹²

4. *Era Global*

Tahun 1980-an merupakan kelanjutan kemajuan teknologi produksi, teknologi komputer, sistem informasi, dan kemajuan komunikasi. Tahun-tahun tersebut juga merupakan tahun perekonomian global. Para konsumen mendengarkan CD Player buatan Taiwan. Di seluruh dunia, orang-orang minum pepsi, memakai jeans Levis, menggunakan komputer IBM, minum teh industri dan menonton film-film dan pertunjukan-pertunjukan televisi produksi paramount.¹³

Globalisasi adalah fakta kehidupan bagi kebanyakan bisnis dewasa ini. Komunikasi dan transportasi yang semakin membaik, sebagai tambahan terhadap semakin efisiennya metode-metode internasional untuk pembiayaan produksi, distribusi, serta pemasaran produk dan jasa, telah berpadu sehingga membuka kesempatan bagi dunia usaha meraih tempat pasar yang luas.¹⁴

Tidak dapat disangkal lagi, banyak bisnis telah dirugikan oleh persaingan asing. Akan tetapi, banyak perusahaan telah mendapatkan keuntungan, dari kegiatan mencari pasar baru di luar negeri. Sebagai tambahan, persaingan internasional telah memaksa

¹²Lihat juga F. Robert Dwyer dan John F. Tanner, Jr, *Business Marketing; connecting Strategy, Relationship, and Learning* (Edisi II; New York: Mc Graw Hill, 2002), h. 4-7.

¹³Lihat Suryadi Prawiro Sentono, *Pengantar Bisnis Modern; studi kasus Indonesia dan analisis kuantitatif* (Cet II; Jakarta: PT Bumi Aksara, 2007), h. 8.

¹⁴Lihat *Ibid.*, h. 30.

banyak bisnis lebih banyak memotong biaya, meningkatkan efisiensi, dan memperbaiki kualitas. Beragam trend, kesempatan, dan tantangan yang penting dalam era global.

5. *Era Internet*

Peralihan abad ke 21 telah disertai oleh apa yang para ahli sebut sebagai era internet. Diperkirakan akan tumbuh mencapai ratusan juta pengguna pada tahun 2015. Akan tetapi, tingkat pertumbuhan di Eropa diperkirakan lebih cepat lagi dan pada tahun 2015, akan menjadi signifikan pula untuk wilayah Asia-Pasifik.

Bagaimana internet mempengaruhi dunia usaha? Paling tidak ada tiga macam cara, sebagai berikut:

- a. Internet akan meningkatkan perdagangan secara drastis di seluruh sektor perekonomian, terutama di bidang jasa. Apabila internet mempermudah pertumbuhan seluruh perdagangan, hal itu akan terjadi pula pada perdagangan jasa pada skala internasional.
- b. Internet akan berperan penting, paling tidak sampai tarap tertentu, dalam perusahaan besar maupun kecil tanpa memandang produk atau jasa apa yang mereka jual. Di masa lampau, intervensi yang cukup besar diperlukan untuk memasuki beberapa industri dan untuk memasuki pasar asing. Akan tetapi, sekarang suatu bisnis kecil yang berbasis di Missouri, Italia Utara, Malaysia Barat, atau Brasil Utara dapat memiliki situs *web* dan bersaing secara efektif dengan bisnis-bisnis yang lebih besar yang berlokasi di seluruh dunia.¹⁵

¹⁵Lihat *ibid.*, h. 31.

- c. Internet juga memiliki potensi yang cukup besar menjadi mekanisme *networking* yang efektif dan efisien di antara bisnis-bisnis. Yang disebut sebagai *business to business network* dapat menghubungkan suatu perusahaan dengan semua pemasoknya, pelanggan bisnisnya, dan sekutu strategisnya dengan cara-cara yang dapat mempercepat dan mempermudah mereka melakukan bisnis bersama-sama.

C. Tujuan Bisnis

Mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan merupakan tujuan yang wajar, karena tujuan yang lain dapat dicapai hanya bila bisnis tetap bertahan hidup. Sedangkan pertumbuhan merupakan tujuan karena bisnis tidak dapat tetap seperti semula adanya. Seperti manusia, bisnis pun perlu tumbuh dan berkembang, peningkatan *market share*, pengembangan pribadi atau individu, dan peningkatan produktivitas merupakan tujuan pertumbuhan yang penting.¹⁶

Agar tetap beroperasi dan memiliki kelangsungan hidup, setiap bisnis harus memiliki tujuan. Ada berbagai tujuan dari suatu bisnis, namun pada umumnya tujuan bisnis meliputi: 1. Profit (keuntungan); 2. Mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan; 3. Pertumbuhan perusahaan, dan 4. Tanggung jawab sosial.

Saat ini pertanggungjawaban sosial merupakan tujuan yang penting. Bisnis, seperti manusia di masyarakat harus menerima tanggung jawab mereka

¹⁶Lihat O.P. Simorangkir, *Etika: Bisnis Jabatan dan Perbankan* (Cet. I; Jakarta: PT Rineka Cipta, 2003), h. 21-22.

seperti pengendalian polusi, menghapuskan praktik-praktik diskriminasi, dan penghematan energi. Misalnya McDonald's, yang memproduksi berjuta-juta pon limbah kertas dan plastik setiap tahunnya, mulai menggunakan alat penghancur limbah untuk mendaur ulang.¹⁷

Meskipun kelangsungan hidup, pertumbuhan, dan pertanggungjawaban sosial merupakan tujuan yang penting, profit memegang peranan penting dalam bisnis. Profit dapat dipandang dari dua sisi, yaitu keuntungan bisnis dan keuntungan ekonomis. Keuntungan bisnis merupakan selisih antara pendapatan (penghasilan) dan pengeluaran (biaya-biaya). Yaitu selisih antara harga jual dengan semua biaya produksi dan penjualan produk termasuk pajak. Kesuksesan organisasi bisnis dalam menghasilkan keuntungan karena produk dan jasa mereka secara efektif memenuhi kebutuhan dan permintaan konsumen.

Untuk menghasilkan keuntungan dalam bisnis terkandung faktor resiko, Makin tinggi keuntungan yang diharapkan, akan semakin besar pula resiko yang dihadapi bisnis perusahaan, karena itu, faktor resiko perlu diperhitungkan dengan matang dalam menjalankan bisnis tersebut.

Bisnis dapat menghasilkan suatu keuntungan jika ia mengambil risiko memasuki pasar baru atau dengan menghadapi persaingan dengan bisnis lain. Organisasi bisnis yang mengevaluasi kebutuhan dan permintaan konsumen dan bergerak secara efektif, masuk dalam suatu pasar, dapat menghasilkan keuntungan substansial. Sedangkan kegagalan bisnis, sebagian besar

¹⁷Lihat juga Sukmani, *Pengantar Ekonomi Bisnis* (Cet. I; Bandung: Humaniora Utama Press, 2010), h. 130.

adalah karena kesalahan atau kekurangan manajemen atas manusia, teknologi, bahan baku, dan modal. Perencanaan, pengorganisasian, pengendalian, pengarahan, dan *staffing* yang efisien dapat menghasilkan keuntungan yang memuaskan. Namun demikian, selain efektivitas manajerial tingkat keuntungan bisnis sangatlah tergantung pada besarnya industri, besarnya bisnis, dan lokasi bisnis.¹⁸

Kuntungan ekonomis adalah sisa usaha setelah pengeluaran aktual dan biaya peluang (*opportunity cost*) dikurangi dari pendapatan. Yang dimaksud dengan biaya peluang adalah biaya pemilihan untuk menggunakan sumber daya untuk satu tujuan sementara mengorbankan alternatif terbaik lainnya bagi penggunaan sumber daya tersebut. Misalnya Raihan, pemilik sebuah toko bunga kecil, membayar dirinya sendiri sebesar Rp. 90.000 untuk mengoperasikan bisnisnya. Tetapi, jika ia bekerja di sebuah toko bunga besar yang mengirim bunga ke rumah-rumah, ia akan mendapatkan Rp. 200.000. Maka biaya peluangnya adalah sebesar Rp. 110.000. Biaya peluang merupakan suatu ukuran dari segala pengorbanan seseorang untuk mencapai suatu tujuan.

Dalam praktik, sangatlah sulit untuk memasukkan biaya peluang dalam perhitungan. Apalagi pada beberapa kasus, sulit sekali merupiahkan pengorbanan yang ada. Seperti merupiahkan pengorbanan saat memilih untuk tidak menemui pelanggan potensial karena ada pertemuan lain yang penting. Oleh karena itu, lebih mudah untuk

¹⁸Lihat Kasmir dan Jafar, *Studi Kelayakan Bisnis* (Cet VII; Jakarta: Prenada Media Group, 2010), h. 10.

menghitung keuntungan bisnis daripada keuntungan ekonomis.

D. Aktivitas Bisnis

Ruang lingkup aktivitas bisnis sangat luas. Namun pada dasarnya aktivitas bisnis terdiri atas produksi, distribusi dan konsumsi.

1. Produksi.

Dalam pengertian luas, produksi berarti setiap aktivitas untuk memuaskan kebutuhan manusia. Produksi itu dapat dibedakan atas produksi primer, sekunder, dan tersier.¹⁹

Produksi primer berarti aktivitas bisnis menarik sumber daya alam yang ada dilingkungkannya, misalnya dalam pertambangan orang menarik biji besi dari dalam tanah. Pada perikanan orang mengumpulkan ikan dari sungai dan pada pertanian petani menanam sesuatu dan menuai hasilnya. Di hutan-hutan, pemotong kayu memperoleh balok-balok kayu.²⁰

Pada tingkat produksi sekunder, sumber daya alam atau bahan mentah diproses atau diolah menjadi barang jadi. Biji besi diolah menjadi pipa atau lempengan besi. Balok-balok kayu, diubah menjadi meubel. Pabrik-pabrik memproduksi tekstil dari bahan mentah seperti kapas, sutra, atau dari bahan sintesis. Pabrik lainnya menggunakan tekstil sebagai bahan mentah untuk membuat pakaian dan keperluan-keperluan rumah tangga lain.

¹⁹ H.M. Yacob Ibrahim, *Studi Kelayakan Bisnis* (Cet. III; Jakarta: Rineka Cipta, 2008), h. 118.

²⁰ M Fuad dkk, *Pengantar bisnis* (Cet. VI; Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009), h. 142.

Pada produksi tertier, yang diproduksi umumnya berupa jasa-jasa. Industri manufaktur dibantu oleh sejumlah jasa-jasa dan fasilitas. Perusahaan transportasi membawa produk manufaktur dari pabrik ke penyalur-penyalar. Pedagang besar dan pedagang kecil menyediakan jasa pendistribusian kepada pemakai terakhir. Termasuk jasa-jasa lain di dalam produksi tertier seperti pengapalan, transportasi udara, telekomunikasi dan pos, utilitas umum, perumahan, perbankan, keuangan, perasuransian, perhotelan dan restoran. Termasuk juga dalam kategori ini berupa jasa-jasa yang dipersiapkan oleh para profesional seperti dokter, akuntan, ahli hukum, guru, ahli teknik, para musisi dan banyak lagi yang lain. Jasa yang disediakan oleh pemerintah juga merupakan bentuk dari produksi tertier.

2. *Distribusi*

Distribusi pemindahan tempat barang atau jasa dari produsen ke konsumen. Termasuk ke dalamnya pemindahan material dari lini permulaan dari produksi. Ini meliputi penyimpanan dan pengolahan bahan mentah dan barang jadi, pengepakan, pengawasan, persediaan dan transportasi kepada pemakai akhir. Sebuah sistem distribusi yang efisien akan mengurangi modal yang terikat di dalam bahan mentah dan barang jadi yang belum terjual.²¹

Seorang produser mungkin lebih suka mendistribusikan secara langsung kepada konsumen. Tukang susu misalnya menyerahkan langsung kepada rumah tangga. Petani menjual produksinya langsung

²¹Lihat Francis Tantri, *Pengantar Bisnis* (Edisi I; Jakarta: Rajawali Press, 2009), h.7.

kepada ibu rumah tangga. Namun dewasa ini sangat sedikit barang-barang didistribusikan dengan cara seperti itu. Kebanyakan pabrik tergantung kepada suatu jalinan kerja pedagang besar dan kecil agar barang-barang mereka mencapai konsumen.

Produsen barang-barang industri seperti mesin-mesin, juga membutuhkan jalinan distribusi, apakah langsung atau tidak langsung, untuk menyiapkan barang tersebut dapat diperoleh pembeli barang. Barang industri seperti mesin-mesin memilih industri langsung, karena mengandung berbagai keuntungan khusus. Terutama hal ini penting bila mesin-mesin membutuhkan ahli pemasangan, modifikasi untuk menyesuaikan kebutuhan pemakai atau bila membutuhkan pemeliharaan khusus.²²

Distribusi juga terlaksana karena adanya penyedia jasa-jasa penyedia listrik. Atau air harus memiliki suatu jaringan untuk membawa jasa tersebut kepada pengguna. Perusahaan telepon harus sanggup menghubungkan panggilan domestik dan internasional. Perusahaan transportasi harus sanggup bekerja dalam suatu jaringan kerja angkutan untuk memberi layanan kepada pengguna dengan cara yang paling efisien.

Sistem distribusi yang baik memberi kontribusi kepada pemakai dalam memperluas pasar, ini berarti dapat mengurangi kebutuhan persediaan yang besar, baik bahan mentah atau barang jadi. Harus diusahakan agar barang dan jasa dapat diperoleh bila mana dibutuhkan.

²²Lihat M Fuad dkk, *Pengantar Bisnis* (Cet. VI; Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009), h. 146.

3. *Konsumsi*

Tes terakhir dari keberhasilan produsen adalah permintaan kepada barang-barang dan jasa-jasa yang ditunjukkan oleh volume penjualan barang dan jasa. Namun seorang konsumen harus sadar bahwa barang yang dibutuhkannya dapat dibeli di pasar.²³ Karena alasan ini produsen biasanya memberi usaha yang cukup untuk mempromosikan atau menciptakan suatu kesadaran akan produksi atau jasanya. Aktivitas promosi seperti ini boleh juga diarahkan pada konsumen potensial yang mungkin memiliki daya beli namun belum ada keinginan untuk kembali.

Konsumsi yang besar dapat dipertahankan jika para pembeli memiliki tenaga beli yang perlu. Hal ini dipengaruhi oleh penghasilan konsumen dan pola konsumsinya. Tidak seluruh penghasilan pribadi dapat menjadi pengeluaran.²⁴

Seseorang mempunyai tanggungjawab keuangan seperti membayar pajak penghasilan dan menempatkan sejumlah tertentu dana persediaan untuk rekening-rekening lain. Mungkin ia juga harus membayar sejumlah tertentu sebagai sewa. Setelah dikurangi seluruh kewajiban, yang tertinggal merupakan penghasilan bersih untuk keperluan-keperluan lain.

Konsumsi seseorang polanya tergantung juga pada faktor-faktor lain. Salah satunya pada kelompok umurnya. Untuk seorang anak kecil. Produk-produk populer adalah mainan dan pakaian anak-anak. Anak sekolah dan para remaja membutuhkan buku-buku,

²³Lihat M. Manullah, *Pengantar Bisnis* (Cet. II; Yogyakarta: Gaja Mada University, 2008), h. 15.

²⁴Lihat Indriyo Gito Sudarmo, *Pengantar Bisnis* (Cet. VIII; Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2003), h. 41.

peralatan olah raga orang dewasa, yang berkeluarga membutuhkan meubel dan barang-barang rumah tangga. Orang yang berumur setengah baya. Mungkin akan sering membutuhkan barang-barang lux. Orang tua membutuhkan pelayanan kesehatan dan peralatan khusus kesehatan.

E. Peran Manusia dalam Bisnis

Elemen manusia merupakan inti dari bisnis. Bisnis membutuhkan orang sebagai pemilik, manajer, pekerja, dan konsumen. Manusia diperlukan dalam bisnis untuk memproduksi barang dan jasa dan menciptakan pekerjaan. Bisnis mungkin beroperasi secara berbeda dan tujuan bisnis mungkin berbeda, namun elemen universal dalam semua aktivitas adalah manusia.²⁵

Pemilik adalah orang yang memiliki bisnis; yang menanamkan uangnya dalam bisnis tertentu dengan mengharapkan adanya pendapatan dalam bentuk keuntungan dari bisnis tersebut. Saat membuat keputusan, manajer profesional dalam organisasi bisnis perlu mempertimbangkan pemilik dan apa yang mereka harapkan dari bisnisnya.

Manajer merupakan orang yang menjalankan bisnis dan bertanggungjawab terhadap pemilik bisnis atau perusahaan. Tipe manajer yang banyak dicari pemilik bisnis adalah yang mempunyai kemampuan atau kemauan untuk menghasilkan keuntungan, menumbuhkan perusahaan, mempertahankan hidup perusahaan, dan memiliki tanggung jawab.

²⁵Lihat Sobarsah Kosasih, *Menejemen Operasi* (Edisi I; Jakarta: Mitra Wacana Media, 2009), h. 35.

Pemilik bisnis seringkali juga merangkap sebagai manajer dari bisnisnya. Dalam konteks ini dikenal wirausaha (*entrepreneur*) yang merupakan orang yang mempunyai risiko dengan mengorganisir dan mengelola bisnis serta menerima keuntungan dalam bentuk uang atau dalam bentuk lainnya.²⁶

Pekerja menawarkan keterampilan dan kemampuan yang diperlukan untuk menyediakan barang dan jasa serta untuk menghasilkan keuntungan. Dari keterampilan dan keuntungan yang diberikannya, para pekerja mengharapkan menerima upah atau gaji yang berangsur-angsur meningkat jumlahnya. Perhatian bisnis terhadap pekerja merupakan tanggung jawab sosial dari perusahaan bisnis. Perhatian bisnis terhadap faktor pekerja ini juga meningkat, sejalan dengan meningkatnya kesadaran masyarakat mengenai hak asasi manusia. Bisnis sekarang dan masa yang akan datang tidak dapat mengabaikan hak-hak para pekerja.

Perusahaan bisnis berusaha untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Konsumen adalah seorang atau suatu bisnis yang membeli barang atau jasa untuk digunakan secara pribadi atau organisasi. Konsumen selalu menginginkan produk dan jasa yang terbaik, membeli produk yang sesuai dengan harga yang harus dibayarnya, dan menginginkan produk yang dibelinya dapat diandalkan.

Perusahaan bisnis berusaha untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen dan sementara itu juga menghasilkan keuntungan. Oleh karena itu, perusahaan harus menentukan apa kebutuhan dan

²⁶Lihat Sony Keraf, *Etika Bisnis: Tuntutan dan Relevansinya* (Cet. XVI; Yogyakarta: Kanisius, 1998), h. 127.

keinginan konsumen. Banyak bisnis baru terbentuk dan banyak bisnis lain melakukan penyesuaian untuk mengakomodasikan permintaan, karena konsumen terus menerus ingin produk lebih banyak dan lebih baik.²⁷

Perhatian bisnis terhadap konsumen dewasa ini tampak semakin besar, karena persaingan dalam bisnis makin ketat dan adanya anggapan bahwa konsumen merupakan "raja" maka dengan memperhatikan konsumen diharapkan kelangsungan bisnis dapat dipertahankan. Motto "konsumen adalah raja" seharusnya dianut oleh pelaku bisnis di masa mendatang. Pebisnis yang baik dan berhasil akan selalu memperhatikan perilaku pelanggan dan berusaha untuk memenuhi kebutuhan pelanggan tersebut.

Selain alasan-alasan di atas, munculnya konsumerisme juga mendorong perusahaan untuk lebih memperhatikan konsumen. Konsumerisme merupakan kegiatan yang dilakukan oleh kelompok konsumen, pemerintah, dan kadang organisasi bisnis yang dibentuk untuk melindungi konsumen. Perhatian utama konsumerisme adalah untuk menjamin hak konsumen dalam proses pertukaran. Hak ini meliputi hak atas informasi yang menyeluruh dan akurat tentang suatu produk, Jaminan keamanan dalam proses konsumsi (aman digunakan dan tidak merusak lingkungan), hak untuk mendapatkan pilihan produk yang memadai. Bisnis kadangkala melupakan hak konsumen ini dalam kegiatan untuk memaksimalkan profit, walaupun saat ini perusahaan mulai

²⁷Lihat Aminullah dan Imam Hardjanto, *Pengantar Bisnis* (Cet. 1; Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), h. 12.

bertanggungjawab memasukkan hal tersebut dalam suatu fokus strategis.

F. Bisnis Tradisional

1. Pengertian usaha kecil atau tradisional

Usaha kecil atau tradisional yang dimaksud menurut surat edaran Bank Indonesia No. 26/I/UKK. Tanggal 29 Mei 1993 perihal Kredit Usaha Kecil dan tradisional (KUK) adalah usaha yang memiliki total aset maksimum Rp 600.000.000,- tidak termasuk tanah dan rumah yang ditempati. Pengertian usaha kecil itu meliputi, badan usaha swasta, dan koperasi, sepanjang aset yang dimiliki tidak melebihi nilai Rp. 600.000.000,-²⁸

Sementara itu, berdasarkan UU RI No. 9/1995 tentang usaha kecil dan tradisional, usaha kecil yang dimaksud adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dalam memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan seperti kepemilikan. Usaha kecil yang dimaksud di sini meliputi juga usaha kecil informal dan usaha kecil tradisional. Usaha kecil informal adalah berbagai usaha yang belum terdaftar, belum tercatat, dan belum berbadan hukum. Sementara, usaha kecil tradisional adalah usaha dengan alat produksi sederhana yang digunakan secara turun temurun dan atau berkaitan dengan seni kebudayaan.

2. Karakteristik Usaha Kecil atau Tradisional

Secara umum, sektor usaha kecil memiliki karakteristik sebagai berikut:

- a. Sistem pembukuan yang relatif sederhana dan cenderung tidak mengikuti kaidah administrasi pembukuan standar.

²⁸Lihat Amirullah dan Imam Harjanto, *ibid.*, h. 78.

- b. Margin yang cenderung tipis mengingat persaingan yang sangat tinggi.
- c. Modal terbatas
- d. Pengalaman menejerial dalam mengelola perusahaan yang masih sangat terbatas.
- e. Skala ekonomi yang terlalu kecil sehingga sulit mengharapkan ditekannya biaya mencapai titik efisiensi jangka panjang.
- f. Kemampuan pemasaran dan negosiasi serta diversifikasi pasar sangat terbatas.
- g. Kemampuan untuk memperoleh sumber dana dari pasar modal rendah, mengingat keterbatasan dalam sistem administrasinya.²⁹

3. *Keunggulan dan Kelemahan Usaha Kecil atau Tradisional*

- a. Keunggulan Usaha Kecil dan Tradisional.
 - 1) Usaha kecil dan tradisional bertebaran di seluruh pelosok dengan berbagai ragam usaha.
 - 2) Usaha kecil dan tradisional beroperasi dengan investasi modal untuk aktiva tetap pada tingkat yang rendah.
 - 3) Sebahagian usaha kecil dan tradisional bisa dikatakan padat karya yang disebabkan oleh penggunaan teknologi sederhana.
- b. Kelemahan Usaha kecil dan tradisional
 - 1) Kemungkinan kerugian pada saat investasi awal
 - 2) Pendapatan yang tidak terukur
 - 3) Diperlukan adanya kerja keras dan waktu yang lama sebelum usaha berkembang.

²⁹ lihat William G. Nickls, James Mc Hugh dan Susan M. Mc Hugh, *Pengantar Bisnis* dengan judul asli *Understanding Business* (Edisi VIII; Jakarta: Salemba, 2009), h. 208-209.

- 4) Kualitas kehidupan yang tetap rendah meskipun usahanya mantap.³⁰

Bisnis tradisional adalah bisnis yang bersifat lokal atau kedaerahan, mungkin dalam pikiran, menganggapnya, bisnis yang dilakukan pada masa lampau, tidak seperti itu memahaminya, tapi lebih kepada kriteria bisnis tradisional itu sendiri, dari segi bentuknya, modalnya, pengelolaannya, tempatnya.

G. Bisnis Modern

Modern adalah kata sifat yang berasal dari kata bahasa Inggris *modern is pertaining to recent or present time and thought*.³¹ Secara leksikal modern berarti: terbaru, mutakhir atau sikap dan cara berpikir serta cara bertindak sesuai dengan tuntutan zaman.³² Kaitannya dengan definisi tersebut dengan kata modern adalah terkait dengan bisnis *electronic commerce* melalui internet yang di era sekarang adalah bisnis yang aktual, terkini dan mutakhir. Meskipun referensi yang mengkaji secara khusus tentang indikator bisnis modern, belum penulis temukan paling tidak, buku Suryadi Prawirosentono, *Pengantar Bisnis Modern*, terbitan Jakarta tahun 2002, memberi informasi berbagai aspek yang terdapat dalam suatu bisnis modern antara lain: etika bisnis dan etika global berbagai terminologi industri dan klasifikasinya, aspek teknik perencanaan bisnis, aspek kelayakan suatu

³⁰Lihat Mahmud Machfoedz, *Pengantar Bisnis Modern* (Edisi I; Yogyakarta: Andi Offset, 2007), h. 32.

³¹ Lihat Ralph Taylor, A.M, *Webster's World University Dictionary*, *op. cit*, h. 626; Lihat juga Peter Salim, *The Contemporary English-Indonesia Dictionary*, *op. cit*, h. 871.

³² Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Cet. II; Jakarta: Balai Pustaka, 1995), h. 662.

bisnis, aspek sumber daya manusia dan keselamatan serta lingkungan kerja, aspek permodalan, aspek perencanaan dan pengendalian mutu produk terpadu (Total Quality Control/TQL), aspek lingkungan hidup dan bisnis. Demikian juga Basu Swastha DH, dalam bukunya Pengantar Bisnis Modern menyatakan bahwa indikator bisnis global atau modern itu adalah harus memiliki modal besar, menggunakan teknologi informasi yang canggih, sistem kerja yang sistematis, fasilitas yang memadai dan memiliki kualitas sumber daya manusia.³³

Pada umumnya, kewirausahaan (*entrepreneurship*) memiliki hakikat, yaitu merujuk pada sifat, watak, dan ciri-ciri yang melekat pada seseorang yang memiliki kemauan keras untuk mewujudkan gagasan inovatif dalam dunia usaha yang nyata serta dapat mengembangkannya dengan tangguh. Menurut Drucker, kewirausahaan adalah suatu kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Sementara menurut Daft, kewirausahaan merupakan suatu proses memulai bisnis baru, mengorganisir sumber-sumber daya yang diperlukan, dengan mempertimbangkan risiko yang terkait serta balas jasa yang akan diterima sehingga seorang wirausahawan (*entrepreneur*) mampu mengenali ide-ide yang muncul bagi produk bisnis atau jasa dan dapat membisniskannya.

Dari pendapat ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan adalah suatu kemampuan (*ability*) dalam berpikir kreatif dan berperilaku inovatif yang

³³Lihat Sentot Imam Wahjono, *Bisnis Modern* (Cet I; Jakarta: Graha Ilmu, 2010),h. 73.

dijadikan dasar, sumber daya, tenaga penggerak, tujuan, siasat, kiat, dan proses dalam menghadapi tantangan hidup.

1. *Karakteristik Bisnis Modern*

Menurut M. Scarborough dan T. M Zimmerer, ada beberapa macam karakteristik bisnis modern antara lain :

- a. *Desire for responsibility* : memiliki rasa tanggung jawab atas usaha yang dilakukannya.
- b. *Preference for moderate risk*: Lebih memilih risiko yang moderat, yaitu menghindari risiko yang rendah maupun yang tinggi
- c. *Confidance in their ability to success*: Percaya akan kemampuan dirinya akan berhasil.
- d. *Desire for immediate feedback*: Selalu menghendaki umpan balik segera.
- e. *High level of energy*: Memiliki semangat dan kerja keras untuk mewujudkan keinginannya demi masa depan yang baik.
- f. *Future orientation*: Berorientasi masa depan, perspektif dan berwawasan jauh ke depan.
- g. *Skill at organizing*: memiliki keterampilan dalam mengorganisasikan sumber daya untuk menciptakan nilai tambah.
- h. *Value of achievement over money*: lebih menghargai prestasi dari pada uang.³⁴

Bisnis Modern adalah bisnis yang sudah maju dan memanfaatkan teknologi dalam menjalankan proses bisnisnya

³⁴Lihat Louis E. Boone dan David L. Kurtz, *Pengantar Bisnis Kontemporer* dengan judul asli: *Contemporary Business* (Edisi XI; Jakarta: Salemba Empat, 2007), h. 222.

2. *Bisnis Konvensional*

Bisnis konvensional adalah bisnis yang berorientasi dalam berbagai sektor usaha misalnya jasa, ritel, pabrik, dan lain-lain sebagainya, dalam proses menjalankan bisnis ini masih mengandalkan tatap muka (*face to face*) baik ketika terjadi penawaran dan pembelian dari berbagai jenis barang yang diperjual-belikan, demikian halnya dalam proses pembayaran dan pengiriman barangnya.

3. *Bisnis online*

Bisnis *online* merupakan sebuah kata yang sangat digemari oleh mereka yang menginginkan pendapatan lebih bahkan berlipat ganda. Di era modernisasi yang serba digital ini, bisnis tidak hanya dijalankan oleh pelakunya di lapangan saja atau dengan kata lain pelaku menjalankan bisnisnya di dunia nyata. Dengan kecanggihan internet yang merupakan salah satu landasan berkembangnya bisnis, menjadikan internet sebagai lahan bisnis yang luar biasa. Bagaimana tidak, pangsa pasar saat ini sulit dicari di dunia nyata, begitu bebas dan mudahnya mendapatkan pangsa pasar di dunia maya. Bisnis *online* saat ini banyak dilirik oleh seluruh pelaku bisnis yang ingin meraup keuntungan berlipat ganda. Namun, hal yang perlu diperhatikan adalah kecerdasan, kecerdikan dalam berbisnis *online*. Hal ini dikarenakan begitu banyaknya penipuan yang menjamur seiring dengan begitu banyaknya bisnis *online*.

Bisnis *online* sudah sering kali didengar dan dibaca dalam berbagai hal ketika seseorang berhubungan dengan internet. Bisnis *online* sering kali didefinisikan sebagai sebuah bisnis yang dijalankan secara *online* melalui media internet. Jadi dalam hal ini,

internet hanya sebagai media yang terdiri dari ribuan bahkan jutaan halaman *web*. Yang menyediakan informasi bagi setiap pengguna internet. Oleh karena itu, bukan tidak mungkin internet menjadi salah satu lahan yang sangat potensial bagi pengguna untuk meraup keuntungan sebesar-besarnya dengan menjalankan usaha atau bisnis di dunia internet.³⁵

Internet menjadi sebuah media ampuh bagi pelaku bisnis untuk memasarkan, mengkomersilkan dan mempromosikan setiap produk-produk mereka. Di sini terdapat harapan agar setiap pengguna internet mengetahui, memahami, dan akhirnya tertarik dengan produk mereka, sehingga akan membeli produk tersebut. Hal inilah yang menjadi salah satu pemicu pelaku bisnis *online* untuk terus mengembangkan bisnisnya pada media internet.

Bisnis *online* merupakan lahan bisnis yang tidak terbatas. Praktis setiap pengguna atau pelaku bisnis menggunakan media internet, karena setiap hal yang mereka lakukan tidak memerlukan usaha yang memeras tenaga dan waktu.³⁶

Bisnis *online* dapat dilakukan di manapun dan kapan pun, tidak terikat oleh waktu dan tanpa batas wilayah, cakupan wilayah pada media internet dengan melakukan bisnis *online* tidak hanya cakupan lokal kota atau daerah saja. Bahkan dapat melalui benua, samudra dan seluruh negara di pelosok dunia yang menggunakan media internet.

³⁵ Lihat Linga Buana, *Smart Bisnis Online* (Cet. I; Jakarta: Laskar Aksara, t.th), 1.

³⁶ Lihat Linga Buana, *Smart Bisnis Online*, *Ibid.*, h. 2.

H. Prinsip Jual-beli dalam Perspektif Hukum Islam

1. Pengertian Hukum Islam

Istilah "Hukum Islam" merupakan istilah khas Indonesia, sebagai terjemahan *al-fiqh al-Islamiy* atau dalam konteks tertentu dari *al-Syari'ah al-Islamiy*. Istilah ini dalam wacana ahli hukum Barat digunakan *Islamic Law*. Dalam al-Quran maupun al-Sunnah, istilah *al-hukm al-Islam* tidak dijumpai. Yang digunakan adalah kata *syariat* yang dalam penjabarannya kemudian lahir istilah *fiqh*. Untuk memperoleh gambaran yang jelas mengenai pengertian hukum Islam, terlebih dahulu akan dijelaskan pengertian *syariah* dan *Fiqh*.³⁷

Kata *syariah* dan derivasinya digunakan lima kali dalam al-Quran (al-Syura : 13,21; al-A'raf: 163; al-Maidah: 48; dan al-jasiyah: 18). Secara harfiah *syariah* artinya jalan ke tempat mata air, atau tempat yang dilalui air sungai. Penggunaannya dalam al-Quran diartikan dengan jalan yang jelas yang membawa kemenangan. Dalam terminologi ulama *ushul al-Fiqh*, *syariah* adalah titah (*khutab*) Allah yang berhubungan dengan perbuatan *mukallaf* (muslim, balig, berakal dan sehat), baik berupa tuntutan, pilihan atau perantara (sebab, syarat atau penghalang).³⁸ Jadi konteksnya adalah hukum-hukum yang bersifat praktis (*'amaliyah*).

Pada mulanya kata *syariat* meliputi semua aspek ajaran agama; yakni akidah, *syariat* (hukum) dan akhlak. Ini terlihat pada *syariat* setiap agama yang diturunkan sebelum Islam. Karena bagi setiap umat, Allah

³⁷Lihat Ahmad Rafiq, *Hukum Islam di Indonesia* (Cet. VI; Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003), 3

³⁸Abdul Wahab al-Khallaf, *Ilmu Usul al-Fiqh* (Cet. II. Jakarta: Maktabah al-Dakwah al-Islamiyah Syabab al-Azhar 2003), h. 96; Lihat juga Ahmad Rafiq, *op. cit.*, h. 3.

memberikan *syariat* dan jalan yang terang. Namun karena agama-agama yang diturunkan sebelum Nabi Muhammad saw inti akidahnya adalah *tauhid* (mengesakan Tuhan), dapat dipahami bahwa cakupan *syariah*, adalah *amaliyah* sebagai konsekuensi dari akidah yang diimani setiap umat. Kendatipun demikian, ketika menggunakan kata *syariat*, maka pemahaman kita tertuju pada semua aspek ajaran Islam.

Mahmud Syaltut dalam bukunya *al-Islam Aqidah wa Syari'ah* mendefinisikan *syariah* adalah peraturan yang diturunkan Allah kepada manusia agar dipedomani dalam berhubungan dengan Tuhannya, dengan sesamanya, dengan lingkungannya, dan dengan kehidupan.³⁹ Sebagai penjabaran dari akidah, *syariah* tidak bisa terlepas dari akidah. Keduanya memiliki hubungan ketergantungan. Akidah tanpa *syariah* tidak menjadikan pelakunya muslim, demikian juga *syariah* tanpa akidah akan sesat.

Adapun kata *fiqh* yang dalam al-Quran digunakan dalam bentuk kata kerja (*fi'il*) disebut sebanyak 20 kali. Penggunaannya dalam Alquran berarti memahami. *Perhatikanlah betapa kami mendatangkan tanda-tanda kebesaran Kami silih berganti, agar mereka memahaminya* (al-An'am: 65, lihat juga al-A'raf: 179, al-Anfal: 65, at-Taubah: 81 dan al-Munafiqun: 3). Secara etimologis, *fiqh* artinya paham. Namun berbeda dengan *'ilm* yang artinya mengerti. Ilmu bisa diperoleh secara nalar atau wahyu, *fiqh* menekankan pada penalaran, meski penggunaannya nanti ia terikat kepada wahyu. Dalam pengertian terminologis, *fiqh* adalah hukum-

³⁹Mahmud Syaltut, *al-Islam Aqidah wa Syariah* (t.c. ; Mesir: Dar al-Qalam, 2002), h. 12.

hukum syara yang bersifat praktis (*amaliyah*) yang diperoleh dari dalil-dalil yang terperinci.⁴⁰ Contohnya, hukum wajib shalat, diambil dari perintah Allah dalam ayat *aqimu al-shhalat* (dirikanlah salat). Karena dalam al-Quran tidak dirinci tata cara menjalankan salat, maka dijelaskan melalui sabda Nabi saw.

Penjelasan di atas menunjukkan bahwa antara *syari'ah* dan *fiqh* memiliki hubungan yang sangat erat. Karena *fiqh* adalah formula yang dipahami dari *syari'ah*. *Syari'ah* tidak bisa dipahami dengan baik tanpa dipahami melalui *fiqh* atau pemahaman yang memadai dan diformulasikan secara baku. *Fiqh* sebagai hasil usaha memahami, sangat dipengaruhi oleh tuntutan ruang dan waktu yang melingkupi *fuqih* (jamak *fuqaha*) yang memformulasikannya. Karena itulah, sangat wajar jika kemudian, terdapat perbedaan-perbedaan dalam rumusan mereka. Kristalisasinya kemudian dicatat dalam sejarah, terhadap *fiqh sunni* (berpaham *ahl sunnah wa al-jama'ah*) dan *fiqh syi'i* (berpaham Syi'ah, yang mengaku pengikut Ali bin Abi Thalib). Di kalangan Sunni sendiri, dikenal *fiqh Hanafi*, *fiqh Maliki*, *fiqh Syafi'i*, *fiqh hambali* dan *fiqh Auza'iy*. Yang terakhir kurang populer di Indonesia.

Kendatipun demikian terdapat perbedaan karakteristik antara *syariah* dan *fiqh*, yang apabila tidak dipahami proporsional, akan menimbulkan kerancuan yang bukan tidak mungkin akan melahirkan sikap salah kaprah terhadap *fiqh*. *Fiqh* diidentikkan dengan *syari'ah*. Agar jelas duduk soalnya, berikut akan dikemukakan perbedaan-perbedaan tersebut. *Pertama*, *syari'ah* diturunkan oleh Allah, jadi kebenaran bersifat mutlak

⁴⁰Abdul Wahab Khallaf, *op. cit.*, h. 11.

(*absolute*), sementara *fiqh* adalah formula hasil kajian *fukaha'*, dan kebenarannya bersifat relatif (*nisbi*). Karena *syari'ah* adalah wahyu sementara *fiqh* adalah penalaran manusia. Kedua, *syari'ah* adalah satu (*unity*) dan *fiqh* beragam (*diversity*). Ketiga, *syari'ah* bersifat otoritatif, maka *fiqh* berwatak liberal. Keempat, *syari'ah* stabil atau tidak berubah, *fiqh* mengalami perubahan seiring dengan tuntutan ruang dan waktu. Kelima, *syari'ah* bersifat idealistis, *fiqh* bercorak realistik.⁴¹

Terdapat perbedaan pemahaman substansi *syariah* dan *fiqh* ini, setidaknya menjadikan seorang dapat arif dan bijaksana menyikapi *fiqh*. Dengan kata lain, perbedaan pendapat dan pengamalan *fiqh* adalah sesuatu yang lumrah dan tidak perlu dipertengkarkan. Pada gilirannya, di antara para pengikut ulama mazhab, akan saling toleran untuk mengerti formula *fiqh* dari ulama yang diikutinya. *Fiqh* sebagai hasil *istimbath* (upaya mengeluarkan hukum dari nash) atau *ijtihad fuqaha'* yang manusia biasa, meski telah diyakini kebenarannya, tidaklah tertutup kemungkinan terjadi kesalahan di dalamnya. Meskipun dalam hal ini, apabila terjadi kesalahan tidak berakibat dikenai sanksi hukum.

Amir Syarifuddin merinci cakupan pengertian *fiqh*, yaitu:

- 1) Bahwa *fiqh* itu adalah ilmu tentang hukum syara',
- 2) Bahwa yang dibicarakan *fiqh* adalah hal yang bersifat *amaliyah furu'iyah*
- 3) Bahwa pengetahuan tentang hukum syara' itu didasarkan pada dalil-dalil *tafsili* (rinci).

⁴¹Noel J Coulson, *Complict and Tension in Islamic Juriprudence* (Cet. IV; Chicago: The University of Chicago Press, 2003), h. 116.

- 4) Bahwa *fiqh* itu digali dan ditemukan melalui penalaran dan *istidlal* (penggunaan dalil) si mujtahid atau *faqih*.⁴²

Dengan demikian, memperhatikan watak dan sifat *fiqh* adalah hasil jerih payah *fuqaha*, yang dapat saja menerima perubahan atau pembaruan, karena tuntutan ruang dan waktu.

Contoh yang sangat jelas adalah bahwa al-Syafi'i mempunyai *qaul qadim* (pendapat terdahulu) dan *qaul jadid* (pendapat kemudian) akibat tuntutan ruang yang berbeda, yaitu Bagdad dan Mesir. Dalam konteks keindonesiaan, seperti akan terlihat nanti, adalah kajian hukum Islam di Indonesia merupakan penjabaran pembaruan *fiqh* menurut versi Indonesia.

Seperti penulis kemukakan, bahwa hukum Islam adalah terjemahan dari *al-fiqh al-Islamiy* atau *al-Syariah al-Islamiy*, dan yang penekanannya lebih besar adalah *al-fiqh al-Islamiy*. Hasbi ash-Shiddieqi mendefinisikan, hukum Islam adalah koleksi daya upaya para ahli hukum untuk menetapkan syariat atas kebutuhan masyarakat.⁴³ Dalam khasanah ilmu hukum di Indonesia, istilah hukum Islam dipahami sebagai penggabungan dua kata, hukum dan Islam. Hukum adalah seperangkat peraturan tentang tindak tanduk atau tingkah laku yang diakui oleh suatu negara atau masyarakat yang berlaku dan mengikat untuk seluruh anggotanya.⁴⁴ Kemudian kata hukum disandarkan kepada kata Islam. Jadi dapat dipahami bahwa hukum

⁴² Amir Syarifuddin, *Pembaharuan Pemikiran dalam Hukum Islam* (Cet. II; Padang: Angkasa Raya, 2003), h. 16-17.

⁴³ Amir Syarifuddin, *ibid.*, h. 18.

⁴⁴ McDonald, *Development of Muslim Theology, Jurisprudence and Constitutional* (Cet. V; Beirut: Khayat Oriental Reprints, 2003), h. 66.

Islam adalah peraturan yang dirumuskan berdasarkan wahyu Allah dan sunnah Rasul tentang tingkah laku *mukallaf* yang diakui dan diyakini berlaku bagi semua pemeluk Islam.⁴⁵

Kedudukan hukum Islam sangat penting dan menentukan pandangan hidup serta tingkah laku mereka, tidak kecuali bagi pemeluk Islam di Indonesia. Di sinilah kata hukum Islam merupakan terjemahan - atau penjabaran- *syariah* dan *fiqh* sekaligus.

Jika dalam sepanjang sejarah, kata hukum Islam (*Islamic law*) diasosiasikan sebagai *fiqh*, maka dalam perkembangannya, produk pemikiran hukum Islam, tidak lagi didominasi oleh *fiqh*. Setidaknya masih ada tiga jenis produk lainnya. *Pertama*, Fatwa adalah hasil ijtihad seorang mufti sehubungan dengan peristiwa hukum yang diajukan kepadanya. Jadi fatwa lebih khusus daripada *fiqh* atau *ijtihad* secara umum.⁴⁶ Boleh jadi fatwa yang dikeluarkan oleh *mufti*, sudah dirumuskan dalam *fiqh*, hanya belum dipahami si peminta fatwa. Para ulama dalam hal ini menentukan seorang *mufti* harusnya memiliki syarat sebagai seorang *mujtahid*. Fatwa juga memiliki dinamika yang relatif tinggi, terlebih lagi *concern* dari fatwa tersebut adalah bagi orang yang meminta fatwa saja.

Kedua, keputusan pengadilan. Produk pemikiran ini merupakan keputusan hakim pengadilan berdasarkan pemeriksaan perkara di depan persidangan, dalam istilah teknis disebut dengan *al-qada'* atau *al-hukm*, yaitu ucapan dan tulisan, penetapan atau keputusan

⁴⁵ Amir Syarifuddin, *op. cit.*, h. 18.

⁴⁶ Muhammad Abu Zahrah, *Ushul al-Fiqh* (t.c : Mesir: Dar al-Fikr al-Araby, t.th), h. 401.

yang dikeluarkan oleh badan yang diberi kewenangan untuk itu (*al-wilayah al-qada'*). Ada yang mendefinisikan sebagai ketetapan hukum *Syar'i* disampaikan melalui seorang *qadi* atau hakim yang diangkat untuk itu.⁴⁷ Idealnya, seorang hakim juga memiliki syarat sebagaimana seorang mujtahid atau mufti. Mengingat, keputusan pengadilan, selain sebagai kepentingan keadilan pihak yang berperkara, ia dapat sebagai referensi hukum (yurisprudensi) bagi hakim yang lain.

Ketiga: undang-undang, yaitu peraturan yang dibuat oleh suatu badan legislasi (*sultah al-tasyri'iyah*) yang mengikat kepada setiap warga negara di mana undang-undang itu diberlakukan, yang apabila dilanggar akan mendatangkan sanksi. Undang-undang sebagai hasil ijtihad kolektif (*jama'iy*) dinamikanya relatif lamban. Karena biasanya, untuk mengubah suatu undang-undang memerlukan waktu, biaya, persiapan yang tidak kecil. Produk pemikiran hukum jenis undang-undang ini, memang tidak setiap negara muslim mempunyainya. Saudi Arabia misalnya, belum dijumpai adanya undang-undang. Karena mereka merasa cukup dengan ketentuan hukum syari'ah atau dalam batas-batas tertentu *fiqh*. Belakangan terdengar, dibentuk lembaga legislatif namun belum diketahui perkembangannya. Mayoritas negara-negara muslim di dunia ini, seperti al-Jazair, Mesir, Irak, Yordania, termasuk Indonesia, memiliki undang-undang sebagai peraturan organik tentang masalah tertentu.⁴⁸

⁴⁷ Muhammad Salam Maskur, *Peradilan Dalam Islam* (Cet. V; Surabaya: Bina Ilmu, 2004), h. 20.

⁴⁸ Lihat Tahir Mahmood, *Personal Law in Islamic Countries* (Cet. V; New Delhy: Academy of Law and Religion, 2003), h. 40.

Dari uraian di atas dapat dipahami bahwa hukum Islam adalah peraturan-peraturan yang diambil dari wahyu dan diformulasikan dalam keempat produk pemikiran hukum - fiqh, fatwa, keputusan pengadilan, dan undang-undang - yang dipedomani dan diberlakukan bagi umat Islam di Indonesia.

2. Tujuan Hukum Islam

Kalau dipelajari dengan saksama ketetapan Allah dan ketentuan rasul-Nya yang terdapat di dalam Alquran dan kitab-kitab serta hadis shahih, dapat diketahui tujuan hukum Islam. Secara umum sering dirumuskan bahwa tujuan hukum Islam adalah kebahagiaan hidup manusia di dunia dan di akhirat, dengan jalan mengambil (segala) yang bermanfaat dan mencegah atau menolak yang mudarat, yaitu yang tidak berguna bagi hidup dan kehidupan. Dengan kata lain, tujuan hukum Islam adalah kemaslahatan hidup manusia,⁴⁹ baik rohani maupun jasmani. kemaslahatan itu tidak hanya untuk kehidupan di dunia ini saja tetapi juga untuk kehidupan di akhirat. Abu Ishak al-syatibi (m.d.790/1388) merumuskan lima tujuan hukum Islam, yakni memelihara (1) agama, (2) jiwa, (3) akal (4) keturunan (5) harta, yang kemudian di sepakati oleh ilmuan hukum Islam lainnya . kelima tujuan hukum Islam itu di dalam kepustakaan disebut *al-Maqasid al-Khamsah* atau *al-Maqasid al-Syariah* ⁵⁰ (tujuan-tujuan hukum Islam)

⁴⁹Lihat Muhammad Daud Ali, *Hukum Islam; Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Islam di Indonesia* (Cet. Xv; Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2009), h. 61.

⁵⁰Abu Ishaq al-Syatibi, *al-Muwaffakat fi al-Ushul al-Syari'ah*, Juz II (t.c; Beirut: Dar al-Kutub al-Ilmi, t.th), h. 8.

Tujuan hukum Islam tersebut di atas dapat dilihat dari dua segi yakni (1) segi pembuat hukum Islam yaitu Allah dan Rasul-Nya dan (2) segi manusia yang menjadi pelaku dan pelaksanaan hukum Islam. Kalau di lihat dari pembuat hukum Islam, tujuan hukum Islam itu adalah : *Pertama* , untuk memenuhi keperluan hidup manusia yang bersifat primer, sekunder dan tertier yang dalam kepustakaan hukum Islam masing-masing disebut dengan istilah *daruriyat*, *hajiyat* dan *tahsiniyat* kebutuhan primer (*daruriyat*) adalah kebutuhan utama yang harus dilindungi dan dipelihara dan sebaik-baiknya oleh hukum Islam agar kemaslahatan hidup manusia benar-benar terwujud. Kebutuhan sekunder (*hajiyat*) adalah kebutuhan yang diperlukan untuk mencapai kehidupan primer seperti misalnya kemerdekaan, persamaan, dan sebagainya yang bersifat menunjang eksistensi kebutuhan primer. Kebutuhan tertier (*tahsiniyat*) adalah kebutuhan hidup manusia selain dari yang sifatnya primer dan sekunder itu yang perlu diadakan dan dipelihara untuk kebaikan hidup manusia dalam masyarakat misalnya sandang pangan, perumahan dan lain-lain.⁵¹ *Kedua*, tujuan hukum Islam adalah untuk ditaati dan dilaksanakan oleh manusia dalam kehidupannya sehari-hari. *Ketiga*, supaya dapat ditaati dan dilaksanakan dengan baik dan benar, manusia wajib meningkatkan kemampuannya untuk memahami hukum Islam dengan mempelajari *usul al-fiqh* yakni dasar pembentukan dan pemahaman hukum Islam sebagai metodologinya.

Di samping itu, dari segi pelaku hukum Islam yakni manusia sendiri, tujuan hukum Islam adalah

⁵¹ *Ibid.*, h. 9-10.

untuk mencapai kehidupan yang berbahagia dan sejahtera. Caranya adalah, seperti yang telah disinggung di muka, dengan mengambil yang bermanfaat, mencegah atau menolak yang mudarat bagi kehidupan. Dengan kata lain, tujuan hakiki hukum Islam, jika dirumuskan secara umum, adalah tercapainya keridhaan Allah dalam kehidupan manusia di dunia dan di akhirat.⁵²

Kepentingan hidup manusia yang bersifat primer yang disebut dengan istilah *daruriyyat* tersebut di atas merupakan tujuan utama yang harus dipelihara oleh hukum Islam. Kepentingan-kepentingan yang harus dipelihara itu, yang juga telah disinggung di atas, adalah lima, yaitu pemeliharaan (1) agama, (2) jiwa, (3) akal, (4) keturunan, dan (5) harta.

Pemeliharaan (1) agama merupakan tujuan pertama hukum Islam. Sebabnya adalah karena agama merupakan pedoman hidup manusia, dan di dalam agama Islam selain komponen-komponen akidah yang merupakan pegangan hidup setiap muslim serta akhlak yang merupakan sikap hidup seorang muslim, terdapat syariah yang merupakan jalan hidup seorang muslim baik dalam berhubungan dengan manusia lain dan benda dalam masyarakat. Karena itulah maka hukum Islam wajib melindungi agama yang dianut oleh seseorang dan menjamin kemerdekaan setiap orang untuk beribadah menurut keyakinan agamanya.⁵³

Pemeliharaan jiwa merupakan tujuan kedua hukum Islam. Karena itu hukum Islam wajib memelihara hak manusia untuk hidup dan

⁵² *Ibid.*, h. 11.

⁵³ *Ibid.*, h. 12.

mempertahankan kehidupannya. Untuk itu hukum Islam melarang pembunuhan (QS. Al-Isra (17): 33) sebagai upaya menghilangkan jiwa manusia dan melindungi berbagai sarana yang dipergunakan oleh manusia untuk dan mempertahankan kemaslahatan kehidupannya.

Pemeliharaan akal sangat diutamakan dalam hukum Islam, karena dengan mempergunakan akal, manusia dapat berpikir tentang Allah, alam semesta dan dirinya sendiri. Dengan mempergunakan akal manusia dapat mengembangkan ilmu pengetahuan dan teknologi. Tanpa akal, manusia tidak mungkin pula menjadi pelaku dan pelaksana hukum Islam. Oleh karena itu, pemeliharaan akal menjadi salah satu tujuan hukum Islam. Penggunaan akal itu harus diarahkan pada hal-hal atau sesuatu yang bermanfaat bagi kepentingan hidup manusia, tidak untuk hal-hal yang merugikan kehidupan.⁵⁴ Memelihara akal itulah maka hukum Islam melarang orang meminum setiap minuman yang memabukkan yang disebut dengan istilah *khamar* dalam al-Quran (QS. al-Maidah (5): 90) dan menghukum setiap perbuatan yang dapat merusak akal manusia.

Pemeliharaan keturunan, agar kemurnian darah dapat dijaga dan kelanjutan umat manusia dapat diteruskan, merupakan tujuan keempat hukum Islam. Hal ini tercermin dalam hubungan darah yang menjadi syarat untuk saling mewarisi (QS. An-Nisa (4): 11) larangan-larangan perkawinan yang disebut secara rinci dalam al-Quran (QS An-Nisa (4): 23), dan larangan berzina (QS Al-Isra (17): 32). Hukum kekeluargaan dan

⁵⁴ *Ibid.*, 12-13.

kewarisan Islam adalah hukum-hukum yang secara khusus di ciptakan Allah untuk memelihara kemurnian darah dan kemaslahatan keturunan. Dalam hubungan ini perlu dicatat bahwa dalam Alquran, ayat-ayat hukum mengenai kedua bagian hukum Islam ini diatur lebih rinci dan pasti dibandingkan dengan ayat-ayat hukum lainnya. Maksudnya adalah agar pemeliharaan dan kelanjutan keturunan dapat berlangsung sebaik-baiknya.

Pemeliharaan harta adalah tujuan kelima hukum Islam. Menurut ajaran Islam, harta adalah pemberian Tuhan kepada manusia, agar manusia dapat mempertahankan hidup dan melangsungkan kehidupannya. Oleh karena itu hukum Islam melindungi hak manusia untuk memperoleh harta dengan cara-cara yang halal dan sah serta melindungi kepentingan harta seseorang, masyarakat dan negara, misalnya dari penipuan (QS. An-Nisa (4): 29), penggelapan (QS. An-Nisa (4): 58), perampasan (QS. Al-Maidah (5): 33), pencurian (QS. al-Maidah (5): 38), dan kejahatan lain terhadap harta orang lain. Peralihan harta seseorang setelah ia meninggal dunia diatur secara rinci oleh hukum Islam agar peralihan itu dapat berlangsung dengan baik dan adil berdasarkan fungsi dan tanggung jawab seseorang dalam kehidupan rumah tangga dan masyarakat (QS. An-Nisa (4): 7,11,12,176).

3. *Istishab* Sebagai Metode dalam Penetapan Hukum Kasus Fiqih Kontemporer

a. *Pengertian Istishab*

Istishab secara etimologi berarti membandingkan sesuatu atau mendekatkannya.⁵⁵ Imam al-Gazali mendefinisikan *Istishab* yaitu:

⁵⁵Nasrun Haroen, *Ushul Fiqh* (Cet. III; Jakarta: Logos, 2003), h. 128.

الإِسْتِصْحَابُ عِبَارَةٌ عَنِ التَّمَسُّكِ بِدَلِيلٍ عَقْلِيٍّ أَوْ
 شَرْعِيٍّ وَلَيْسَ ذَلِكَ رَاجِعًا إِلَى عَدَمِ الْعِلْمِ بِالذَّلِيلِ بَلْ
 إِلَى دَلِيلٍ مَعَ الْعِلْمِ بِإِنْتِفَاءِ الْمُغَيَّرِ ، أَوْ مَعَ ظَنِّ انْتِفَاءِ
 الْمُغَيَّرِ عِنْدَ بَدَلِ الْجُهْدِ فِي الْبَحْثِ وَالطَّلَبِ⁵⁶

Artinya;

Istishab adalah berpegang pada dalil akal atau syara bukan didasarkan karena tidak mengetahui adanya dalil, tetapi setelah dilakukan pembahasan dan penelitian cermat, diketahui tidak ada dalil yang mengubah hukum yang telah ada.

Dari definisi yang dikemukakan di atas dipahami bahwa apabila dalam suatu kasus telah ada hukumnya dan tidak diketahui ada dalil yang mengubah hukum tersebut, maka hukumnya telah ada di masa lampau itu tetap berlaku sebagaimana adanya. Contoh dalam masalah perkawinan. Setelah berlangsungnya akad nikah antara seorang perjaka dengan seorang perawan dan setelah berlangsungnya hubungan intim (*duhhul*), suami mengatakan bahwa istrinya tidak perawan lagi. Tuduhan suami ini tidak dapat dibenarkan kecuali ia dapat mengemukakan bukti-bukti yang valid dan kuat untuk memberikan justifikasi terhadap tuduhannya, karena seorang perawan pada dasarnya belum

⁵⁶Abu Hamid Muhammad bin Muhammad al-Gazali, *al-Mustasfa min Ilmi al-Ushul* (Cet. I; Beirut: Muassasah al-Risalah, 1997), h. 379-380.

melakukan hubungan suami-istri. Oleh sebab itu, jika ada tuduhan dari suaminya bahwa ia tidak perawan lagi ketika kawin, maka tuduhan itu harus dibuktikan dengan bukti dan data yang valid.⁵⁷

b. *Macam-Macam Istishab*

Kalangan Ushuliyun mengatakan bahwa *Istishab* ada lima macam. yaitu:

1). *Istishab* hukum *al-ibahah al-ashliyah*

Maksudnya, menetapkan hukum sesuatu yang bermanfaat bagi manusia adalah boleh, selama belum ada dalil yang menunjukkan keharamannya. Misalnya semua pasir dan bebatuan yang ada di pinggir sungai merupakan milik umat manusia dan masing-masing orang berhak untuk mengais dan memanfaatkan pasir dan bebatuan itu sampai ada bukti yang menunjukkan bahwa pasir itu telah menjadi milik seseorang.⁵⁸ Dalam kaitan ini, alasannya yang dikemukakan para ahli *Ushul Fiqh* adalah firman Allah QS. Al-Baqarah (2) : 29 yang berbunyi:

هُوَ الَّذِي خَلَقَ لَكُمْ مَّا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا

Terjemahnya;

Dialah yang telah menjadikan bagi kamu seluruh yang ada di bumi ini.

Menurut mereka, kalimat "*lakum*" dalam ayat ini menunjukkan kebolehan.⁵⁹ memanfaatkan apa saja yang ada di bumi.

⁵⁷ *Ibid.*, h. 379-380.

⁵⁸ *Op. Cit.*, h. 129.

⁵⁹ Khadim al-Haramain asy-Syarifain Fahd ibn 'Abd al-Aziz Al-Sa'ud, *Alquran dan terjemahannya* (Cet. I; Saudi Arabiyah: Al-Mujamma, 2002), h. 13.

- 2). *Istishab* yang menurut akal dan syara hukumnya tetap dan berlangsung terus.

Ibnu Qayyim al-Jauziyah menyebutkan dengan “Sifat yang melekat pada suatu hukum sampai ditetapkan hukum yang berbeda dengan itu”. Misalnya, hukum wudhu seseorang yang telah berwudhu dianggap berlangsung terus sampai adanya penyebab yang membatalkannya. Apabila seseorang merasa ragu apakah wudhunya masih ada atau telah batal, maka berdasarkan *Istishab* wudhunya itu dianggap masih ada karena keraguan yang muncul terhadap batal atau tidaknya wudhu tersebut, tidak bisa mengalahkan keyakinan seseorang bahwa ia masih dalam keadaan berwudhu.⁶⁰ Hal ini senada dengan sabda Rasulullah saw. terhadap seseorang yang merasa ragu terhadap keutuhan wudhunya. Ketika itu Rasulullah menyatakan:

حَدَّثَنِي زُهَيْرُ بْنُ حَرْبٍ حَدَّثَنَا جَرِيرٌ عَنْ سَهْلٍ عَنْ أَبِيهِ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إِذَا وَجَدَ أَحَدُكُمْ فِي بَطْنِهِ شَيْئًا فَأَشْكَلَ عَلَيْهِ أَخْرَجَ مِنْهُ شَيْءٌ أَمْ لَا فَلَا يَخْرُجَنَّ مِنَ الْمَسْجِدِ حَتَّى يَسْمَعَ صَوْتًا أَوْ يَجِدَ رِيحًا (رواه مسلم)⁶¹

⁶⁰H. Minhajuddin, Misbahuddin dan Wahid Haddade, *Ushul al-Fiqh I* (Cet. I; Makassar: Alauddin Press, 2009), h. 139.

⁶¹Al-Imam Muslim bin al-Hajjaj al-Qusairiy al-NaisAburiy, *Shahih Muslim*, Juz I (t. Cet: Beirut-Libanon: Dar al-Kutub al-Ilmiyah), h. 156. Liha pula *Shahih Muslim, kitab al-Haid* hadis no. 541. Lihat juga Muhammad bin Ali al-Syauqaniy, *Nail al-Autar min 'Ahadis Sayyid al-Akhyar*, Jilid I (Cet. I;

Artinya;

Telah meriwayatkan kepada kami Zuhair bin Harb telah meriwayatkan kepada kami Jarir dari Suhail dari ayahandanya dari Abu Hurairah berkata: Telah bersabda Rasulullah saw. : Apabila seseorang merasakan sesuatu dalam perutnya lalu ia ragu apakah ada sesuatu yang keluar atau tidak, maka sekali-kali jangan ia keluar dari masjid (membatalkan shalat) sampai kamu mendengar suara atau mencium bau (kentut). (H.R. Muslim).

- 3). *Istishab* terhadap dalil yang bersifat umum sebelum datangnya dalil yang mengkhususkannya dan *Istishab* dengan *nash* selama tidak adanya *nasakh*

Contoh yaitu kewajiban berpuasa di bulan Ramadhan. Kewajiban berpuasa di bulan Ramadhan, yang berlaku bagi umat sebelum Islam, tetap wajib bagi umat Islam berdasarkan ayat selama tidak ada *nash* lain yang membatalkannya.

- 4). *Istishab* hukum akal sampai datangnya hukum *Syar'i*

Maksudnya, umat manusia tidak dikenakan hukum *Syar'i* sebelum datangnya syara seperti tidak adanya pembebanan hukum dan akibat hukumnya terhadap umat manusia, sampai datangnya dalil syara yang menentukan hukum. Misalnya, apabila seorang menggugat (Penggugat) orang lain (tergugat) bahwa berhutang kepada penggugat sejumlah uang,

Damaskus: Dar al-Khair, 1996), h. 195.

maka penggugat berkewajiban untuk mengemukakan alat-alat bukti atas tuduhannya tersebut. Apabila ia tidak sanggup, maka tergugat bebas dari tuntutan dan ia dinyatakan tidak pernah berhutang pada penggugat. *Istishab* seperti ini pun diperselisihkan para ulama *ushul fiqh*.

Menurut ulama Hanafiyyah, *Istishab* dalam format seperti ini hanya bisa menegaskan hukum yang telah ada dan tidak bisa menetapkan hukum yang akan datang. Sedangkan menurut ulama Malikiyah, Syafiiyyah dan Hanabilah, *Istishab* seperti ini juga dapat menetapkan hukum *Syar'i* baik untuk mempertegas hukum yang telah ada maupun hukum yang bakal ditetapkan⁶²

5). *Istishab* hukum yang ditetapkan berdasarkan *ijma*, tetapi keberadaan *ijma* itu diperselisihkan.

Istishab seperti ini diperselisihkan para ulama tentang keujubannya. Misalnya, para ulama fikih menetapkan berdasarkan *ijma'* bahwa tatkala air tidak ada, seseorang boleh bertayammum untuk mengerjakan shalat. Apabila shalatnya selesai ia kerjakan, maka shalatnya dinyatakan sah. Akan tetapi, apabila dalam keadaan shalat ia melihat ada air, apakah shalatnya harus dibatalkan untuk kemudian berwudu atau shalat itu ia teruskan?

Menurut ulama Malikiyyah dan Syafiiyyah orang tersebut tidak boleh membatalkan shalatnya, karena adanya *ijma* yang menyatakan bahwa shalat itu sah apabila dikerjakan sebelum melihat air. Mereka menganggap hukum *ijma'* itu tetap berlaku sampai adanya dalil yang menunjukkan bahwa ia harus

⁶²Nasrun Haroen, *Usul al-Fiqh, op. cit.*, 130.

membatalkan shalatnya untuk kemudian berwudu dan mengulang kembali shalatnya.

Akan tetapi ulama Hanafiyah dan Hanabilah mengatakan orang yang melakukan salat dengan tayamum dan ketika shalat melihat air, ia harus membatalkan shalatnya, untuk kemudian berwudu dan mengulangi shalatnya itu. Mereka tidak menerima *ijma* tentang sahnya salat orang yang bertayamum sebelum melihat air, karena *ijma'* menurut mereka hanya terkait dengan hukum sahnya shalat bagi orang dalam keadaan ketiadaan air, bukan dalam keadaan tersedianya air.

c. *Kaidah - Kaidah Istishab*

Para ulama fikih menetapkan beberapa kaidah umum yang didasarkan kepada *Istishab*, di antaranya adalah:

الأَصْلُ بَقَاءُ مَا كَانَ عَلَى مَا كَانَ حَتَّى يَثْبُتَ مَا يُغَيِّرُهُ⁶³

Artinya;

Hukum dasar sesuatu adalah ketetapanya seperti semula hingga ada dalil yang merubah ketetapan hukum dasar tersebut

Maksudnya, pada dasarnya seluruh hukum yang sudah ada dianggap berlaku terus sampai ditemukan dalil yang menunjukkan hukum itu tidak berlaku lagi. Contoh penerapan kaidah ini yaitu dalam kasus orang hilang yang tidak diketahui rimbanya, apakah dia masih hidup atau sudah meninggal dunia. Dalam kasus tersebut tetap digunakan kaidah *Istishab* dalam artian

⁶³Abdul al-Aziz Muhammad Azzam, *al-Qawaid al-Fiqhiyah* (t.c.; Qairo: Dar al-Hadis, 2005), h. 101.

bahwa orang tersebut masih dikategorikan sebagai orang hidup karena keberadaannya sebelum menghilangkan masih hidup dan belum ada indikator yang bisa mengubah statusnya sebagai orang hidup. Oleh karena itu, tidak ada alasan bagi siapapun untuk membagi harta warisannya kepada ahli warisnya dan juga tidak ada alasan untuk menceraikan istrinya.⁶⁴

الأَصْلُ فِي الْأَشْيَاءِ الْإِبَاحَةُ⁶⁵

Artinya;

Hukum dasar sesuatu adalah mubah (dibolehkan)

Maksudnya, pada dasarnya dalam hal-hal yang sifatnya bermanfaat bagi manusia hukumnya adalah boleh dimanfaatkan. Melalui kaedah ini, maka seluruh transaksi dianggap sah, selama tidak ada dalil yang membatalkannya sebagaimana juga pada sesuatu yang tidak ada dalil syara' yang melarangnya, maka hukumnya adalah boleh.

الْيَقِينُ لَا يُزَالُ بِالشَّكِّ⁶⁶

Artinya;

Keyakinan tidak akan pernah diubah dengan keraguan

⁶⁴Imam Musbikin, *Qawaid al-Fiqhiyah* (Cet. III; Jakarta: PT Raja Grafindo, 2003), 53.

⁶⁵Jalaluddin al-Rahman al-Suyuti, *Al-Asbah wa al-Nadhair* (Cet.I;Beirut: Dar al-Kutub al-Ilmiyah, 983),h.60.

⁶⁶*Op. cit.*, h. 95.

Maksudnya, suatu keyakinan tidak bisa dibatalkan oleh sesuatu yang diragukan. Melalui kaidah ini, apabila seseorang makan sahur di akhir malam, dia tidak mengetahui apakah sudah terbit fajar atau belum. Dalam kasus seperti ini, maka sahurnya dilanjutkan terus dan puasanya sah karena keyakinan bahwa hari masih malam, lebih kuat dibanding keraguan bahwa fajar telah terbit. Demikian pula sebaliknya, jika ada orang yang berbuka di siang hari Ramadhan dan dia ragu akan terbenamnya matahari, maka puasanya batal dan diwajibkan untuk mengganti puasa yang ditinggalkannya karena siang hari merupakan hal yang masih patut untuk diyakini sementara terbenamnya matahari merupakan hal yang diragukan. Masyarakat dianjurkan untuk beramal (melakukan aktivitas) pada hal-hal yang diyakini bukan pada hal-hal yang diragukan.

الأَصْلُ فِي الذِّمَّةِ الْبَرَاءَةُ مِنَ التَّكْلِيفِ وَالْحَقُّوقِ⁶⁷

Artinya;

Hukum dasar dari setiap satu dalam genggaman adalah kebebasan dari tanggung jawab, hak dan kewajiban.

Maksudnya, pada dasarnya seseorang tidak dibebani tanggung jawab sebelum adanya dalil yang menetapkan tanggung jawab seseorang. Oleh sebab itu, seorang tergugat dalam kasus apa pun tidak bisa dinyatakan bersalah sebelum adanya pembuktian yang kuat dan meyakinkan bahwa ia bersalah.

⁶⁷Ali Ahmad al-Nadwi, *al-Qawaid al-Fiqhiyah* (Cet. III; Damaskus: Dar al-Kalam, 1994), h. 120.

d. *Kehujjahan Istishab*

Dengan mengacu kepada beberapa kitab *ushul fiqh mu'tabara* ditemukan adanya perbedaan pendapat dari kalangan pakar *ushul fiqh* tentang kehujjahan *Istishab*.

Pertama, menurut mayoritas mutakallimin, *Istishab* tidak bisa dijadikan sebagai dalil dengan argumentasi bahwa hukum yang ditetapkan pada masa lampau menghendaki adanya dalil. Demikian juga untuk menetapkan hukum yang sama pada masa sekarang dan yang akan datang, harus pula berdasarkan dalil. *Istishab* menurut mereka bukan dalil. Karenanya menetapkan hukum yang ada di masa lampau berlangsung terus menerus untuk masa yang akan datang berarti menetapkan suatu hukum tanpa ada landasan dalil. Hal ini tidak dibolehkan sama sekali oleh *syara'*.⁶⁸

Kedua, menurut mayoritas ulama Hanafiyah khususnya kalangan *Mutaakhirin*, *Istishab* bisa menjadi *hujjah* untuk menetapkan hukum yang telah ada sebelumnya dan menganggap hukum itu tetap berlaku untuk masa yang akan datang, tetapi tidak bisa menetapkan hukum yang akan ada. Dengan alasan bahwa seorang mujtahid dalam melakukan penelitian terhadap hukum suatu masalah yang sudah ada, mempunyai gambaran bahwa hukumnya sudah ada atau sudah dibatalkan. Akan tetapi ia tidak mengetahui atau tidak menemukan dalil yang menyatakan bahwa hukum itu telah dibatalkan. Dalam kaitan ini, mujtahid tersebut harus berpegang kepada hukum yang sudah ada, karena ia tidak mengetahui adanya dalil yang membatalkan hukum itu. Namun, penetapan ini hanya

⁶⁸Nasrun Haroen, *Ushul al-Fiqh, op. cit.*, h. 130.

berlaku pada kasus yang sudah ada status hukumnya dan tidak berlaku bagi kasus yang akan ditetapkan hukumnya. Artinya, *Istishab* hanya bisa dijadikan hujjah untuk melegitimasi hukum yang sudah ada, selama tidak ditemukan dalil yang membatalkannya, tetapi tidak berlaku untuk menetapkan hak yang bakal mencuat ke permukaan. Inilah yang disebut oleh kalangan Hanafiyyah bahwa (*al-Istishab hujjah li al-dafi la li al-itsbat: Istishab menjadi hujjah dalam melegitimasi hak, bukan untuk menetapkan hak*).

Ketiga, ulama Malikiyyah, Hanabilah, Syafiiyah, Dzahiriyyah dan Syiah berpendapat bahwa *Istishab* dapat menjadi *hujjah* secara mutlak untuk menetapkan hukum yang sudah ada, selama belum ada dalil yang mengubahnya.⁶⁹

Argumentasi yang dikemukakan adalah sesuatu yang telah ditetapkan pada masa lampau, selama tidak ada dalil yang mengubahnya, baik secara *qath'i* maupun *zanni*, maka hukum yang telah ditetapkan itu berlaku secara kontinyu karena diduga keras belum ada yang mengubahnya. Menurut versi mereka, suatu dugaan keras (*zhanni*) bisa dijadikan sebagai landasan hukum. Jika tidak demikian, maka boleh jadi membawa akibat kepada tidak berlakunya seluruh hukum-hukum yang disyariatkan Allah dan Rasulullah saw. bagi generasi sesudahnya. Bila dikatakan bahwa *Istishab* tidak bisa menetapkan hukum, maka ada kemungkinan terjadinya *nasakh* (pembatalan) syariat tersebut. Hal ini akan berimplikasi pada pandangan bahwa tidak bisa dipastikan berlakunya syariat di zaman Rasulullah saw.

⁶⁹Lihat H. Amir Syarifuddin, *Ushul Fiqh*, Jilid II (Cet.III; Jakarta: Logos Wacana Ilmu, 2003), h. 352.

bagi generasi sesudahnya. Oleh sebab itu, mereka yang menganggap berlakunya syariat di zaman Rasulullah saw. sampai hari kiamat, menduga keras berlakunya syariat itu sampai sekarang, tanpa ada suatu pun dalil yang mengubah dan membatalkannya.

Al-Khawarizmi dalam kitab *al-Kafiy* dikutip oleh Amir Syarifuddin berkata: “*Istishab* itu adalah poros terakhir dalam aktivitas berfatwa” dalam artian bahwa seorang mufti jika ditanya tentang suatu kasus, maka ia harus mencari jawaban hukumnya di dalam Alquran, hadis, ijma dan *qiyas*. Jika ia tidak menemukan jawaban hukumnya itu, maka ia harus menggunakan *Istishab* untuk menetapkan dan meniadakan status hukumnya. Karena itu, jika keraguan itu berada pada taraf peniadaannya, maka hukum asalnya adalah tetap. Akan tetapi sebaliknya, jika keraguan itu berada taraf penetapannya, maka hukum asalnya adalah ketiadaan.⁷⁰

4. Jual-beli dalam Hukum Islam.

a. Pengertian jual-beli.

Perdagangan atau jual-beli menurut bahasa berarti *al-Bai'*, *al-Tijarah*, dan *al-Mubadalah*⁷¹, sebagaimana Allah. Swt berfirman QS. Fathir /22 : 29.

إِنَّ الَّذِينَ يَتْلُونَ كِتَابَ اللَّهِ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَنفَقُوا

مِمَّا رَزَقْنَاهُمْ سِرًّا وَعَلَانِيَةً يَرْتَجُونَ تِجَارَةً لَّن تَبُورَ ﴿٢٩﴾

⁷⁰*Ibid.*, 353.

⁷¹Lihat H. Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Cet. 1; Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), h. 67. Lihat juga; Ghufuran A. Mas'adi, *Fiqh Muamalah Kontekstual* (Cet. 1; Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), h. 119.

Terjemahnya:

Sesungguhnya orang-orang yang selalu membaca kitab Allah dan mendirikan salat dan menafkahkan sebahagian dari rezeki yang Kami anugerahkan kepada mereka dengan diam-diam dan terang-terangan, mereka itu mengharapkan perniagaan yang tidak akan merugi.⁷²

Jual-beli (البيع) artinya menjual, mengganti dan menukar (sesuatu dengan sesuatu yang lain), Kata, البيع dalam bahasa Arab terkadang digunakan untuk pengertian lawannya, yaitu kata: الشراء artinya beli. Dengan demikian kata البيع berarti kata jual dan sekaligus juga berarti beli.⁷³ Secara terminologi, terdapat beberapa definisi, di antaranya:

Ulama Hanafiyah mendefinisikan dengan:

مبا دلة مال بمال على وجه مخصوص⁷⁴

Artinya:

Saling menukarkan harta dengan harta melalui cara tertentu, atau.

مبادلة شي مرغوب فيه على وجه مفيد مخصوص⁷⁵

⁷²Khadim al-Haramain asy-Syarifain Fahd ibn 'Abd al-Aziz al-Sa'ud, *Alquran dan terjemahannya* (Cet. I; Saudi Arabiyah: Al-Mujamma, 2002), h. 700.

⁷³Lihat M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam* (Cet. I; Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2003), 113.

⁷⁴ Wahbah al-Zuhaili, *al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu* (Juz IV; Damaskus: Dar al-Fikr, 1989), h. 344.

⁷⁵ *Ibid.*, h 345.

Artinya:

Tukar menukar sesuatu yang diinginkan dengan yang sepadan melalui cara tertentu yang bermanfaat.

Unsur-unsur definisi yang dikemukakan ulama Hanafiyah tersebut adalah, bahwa yang dimaksud dengan cara khusus adalah *ijab* dan *qabul*, atau juga bisa melalui saling memberikan barang dan menetapkan harga antara penjual dan pembeli. Selain itu harta yang diperjualbelikan itu harus bermanfaat bagi manusia, seperti menjual bangkai, minuman keras dan darah tidak dibenarkan.

Sayyid Sabiq mendefinisikannya:

مبادلة مال بمال على سبيل التراضي⁷⁶

Artinya:

Saling menukar harta dengan harta atas dasar suka sama suka.

Imam An-Nawawi mendefinisikan:

مقابلة مال بمال تمليكا⁷⁷

Artinya:

Saling menukar harta dengan harta dalam bentuk pemindahan milik

Ibnu Qudama mendefinisikan:

46.

⁷⁶Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah* (Jilid III; Beirut: Dar al-Fikr, 1971), h.

⁷⁷*Op. cit.*, h 345.

مبادلة المال بالمال تمليكاً وتملكاً⁷⁸

Artinya:

Saling menukar harta dengan harta dalam bentuk pemindahan milik dan pemilikan.

Dalam definisi di atas ditckankan kepada hak milik dan pemilikan, sebab ada tukar-menukar harta yang sifatnya tidak harus dimiliki seperti sewa-menyewa. Dalam kaitannya dengan harta, terdapat pula perbedaan pendapat antara Mazhab Hanafi dan jumhur ulama.

Menurut jumhur ulama yang dimaksud harta adalah materi dan manfaat. Oleh sebab itu, manfaat dari suatu benda boleh diperjual-belikan. Sedangkan ulama Mazhab Hanafi berpendapat, bahwa yang dimaksud dengan harta (*al-Mal*) adalah sesuatu yang mempunyai nilai. Karena itu manfaat dan hak-hak, tidak dapat dijadikan obyek jual-beli.⁷⁹

Pada masyarakat primitif, jual-beli biasanya dilakukan dengan tukar-menukar barang (harta), tidak dengan uang seperti yang berlaku di masyarakat pada umumnya. Mereka umpamanya, menukarkan rotan (hasil hutan) dengan pakaian, garam dan sebagainya yang menjadi keperluan pokok mereka sehari-hari. Mereka belum menggunakan alat tukar seperti uang.

⁷⁸ Al-Muawaffaq al-Din Abi Muhammad Abdullah bin Ahmad bin Qudama al-Maqdisiy al-Jammailiy al-Dimasqiy al-Shaleh, *Al-Mugniy*, juz VI (t. Cet; Beirut-Libanon: Dar Alimu al-Kutub, 1999), h. 5. Lihat juga *op.cit.*, h 345; Lihat juga Abd Rahman al-Jaziri, *Kitab al-Fiqh al- Mazahibi al-Arbaah*, juz II (t. Cet; Beirut:Dar al-Kutub al-Ilmiah, 1990), h. 141-147.

⁷⁹Lihat Wahbah al-Zuhaili, *op.cit.*, h 347.

Namun, pada saat ini orang yang tinggal di pedalaman, sudah mengenal mata uang sebagai alat tukar.

Tukar-menukar barang seperti yang berlaku pada zaman primitif, pada zaman modern ini pun kenyataannya dilakukan oleh satu negara dengan negara lain, yaitu dengan sistem barter. Umpamanya, gandum atau beras dari luar negeri ditukar dengan kopi atau lada dari Indonesia yang dalam jumlah yang amat besar.

b. Dasar Hukum jual-beli

Jual-beli sebagai sarana tolong-menolong antara sesama manusia mempunyai landasan yang amat kuat dalam Islam.

Dalam al-Qur'an Allah berfirman dalam QS. al-Baqarah/2 : 275.

..... وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا⁸⁰

Terjemahnya:

Padahal Allah telah menghalalkan jual-beli dan mengharamkan riba.⁸¹

Firman Allah dalam QS. al-Baqarah (2) : 198

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِنْ رَبِّكُمْ⁸²

Terjemahnya:

Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezeki hasil perniagaan) dari Tuhanmu.⁸³

⁸⁰ QS. al-Baqarah (2) : 275.

⁸¹Wakaf dari Pelayan Dua Tanah Suci Raja Fahd bin Abdul Aziz Al-Su'ud, *Alquran dan Terjemahnya* (Cet. I; Jakarta: Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Penafsir, 2003), h. 69.

⁸²QS. al-Baqarah (2) : 198

⁸³Wakaf dari Pelayan Dua Tanah Suci Raja Fahd bin Abdul Aziz Al-Su'ud, *op. cit.*, h. 48.

Firman Allah dalam QS an-Nisa (4): 29

... إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ⁸⁴

Terjemahnya:

... kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. ...⁸⁵

Firman Allah dalam QS al-Baqarah (2) : 282

وَأَشْهِدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ⁸⁶

Terjemahnya:

Dan persaksikanlah apabila kamu berjual beli⁸⁷

Rasulullah saw bersabda:

حدثنا أبو العباس محمد بن يعقوب ، حدثنا العباس بن محمد الدوري ، حدثنا الأسود بن عامر ، حدثنا شريك ، عن وائل بن داود ، عن جميع بن عمير ، عن خاله أبي بردة ، قال : سئل رسول الله صلى الله عليه وسلم

⁸⁴ QS an-Nisa (4): 29

⁸⁵ Wakaf dari Pelayan Dua Tanah Suci Raja Fahd bin Abdul Aziz Al-Su'ud, *op. cit.*, h. 122.

⁸⁶ QS al-Baqarah (2) : 282

⁸⁷ Wakaf dari Pelayan Dua Tanah Suci Raja Fahd bin Abdul Aziz Al-Su'ud, *op. cit.*, h. 70.

أي الكسب أطيب أو أفضل ؟ قال : « عمل الرجل بيده ، وكل بيع مبرور (رواه الحاكم) **

Artinya:

Telah meriwayatkan kepada kami Abu al-'Abbas Muhammad bin Ya'qub, telah meriwayatkan kepada kami al-Abbas bin Muhammad al-Dauri, telah meriwayatkan kepada kami al-Aswad bin Amir, telah meriwayatkan kepada kami Syarik, dari Wa'il bin Dawud, dari Jami' bin 'Umair dari Pamannya Abi Burdah berkata, Rasulullah saw. ditanya tentang pekerjaan apa yang baik atau utama? Jawab beliau : Yaitu Pekerjaan seseorang dengan tangannya sendiri, dan semua jual-beli yang diberkati. (H.R. Al-Hakim).

Jual-beli yang mendapat berkah dari Allah adalah jual-beli yang jujur, yang tidak curang, tidak mengandung unsur penipuan dan pengkhianatan.

Sabda Rasulullah:

حَدَّثَنَا الْعَبَّاسُ بْنُ الْوَلِيدِ الدَّمَشَقِيُّ حَدَّثَنَا مَرْوَانُ بْنُ مُحَمَّدٍ حَدَّثَنَا عَبْدُ الْعَزِيزِ بْنُ مُحَمَّدٍ عَنْ دَاوُدَ بْنِ صَالِحِ الْمَدِينِيِّ عَنْ أَبِيهِ قَالَ سَمِعْتُ أَبَا سَعِيدٍ

⁸⁸ Lihat Al-Hakim al-Naisaburi, hadis no. 2117, juz 5, h. 261

الْخُدْرِيِّ يَقُولُ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ
إِنَّمَا الْبَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ (رواه ابن ماجه)⁸⁹

Artinya:

Telah meriwayatkan kepada kami al-'Abbas bin al-Walid al-Dimasyqi telah meriwayatkan kepada kami Marwan bin Muhammad telah meriwayatkan kepada kami 'Abd al-'Aziz bin Muhammad dari Dawud bin Shalihh al-Madini dari ayahandanya berkata, Saya telah mendengar Abu Sa'id al-Khudri berkata, telah bersabda Rasulullah saw. sesungguhnya jual-beli itu atas dasar suka sama suka. (H. R. Ibn Majah)

Rasulullah saw bersabda :

حَدَّثَنَا هَنَادٌ حَدَّثَنَا قَبِيصَةُ عَنْ سُفْيَانَ عَنْ أَبِي حَمْرَةَ
عَنِ الْحَسَنِ عَنْ أَبِي سَعِيدٍ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ
وَسَلَّمَ قَالَ التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّينَ
وَالصِّدِّيقِينَ وَالشُّهَدَاءِ (رواه الترمذي)⁹⁰

⁸⁹ Al-Hafidz Abdullah bin Yazid al-Quswaini, *Sunan Ibn Majah*, Kitab al-Tijarat, bab al-khiyar, hadits ke 2185, Juz I (t. Cet; Beirut: Dar al-Fikr, 2008), 687. Lihat pula *Sunan Ibn Majah*, kitab al-Tijarat, hadis no. 2176.

⁹⁰ Abi Isya Muhammad bin Isya bin Saura al-Mutaufiy, *Sunan at-Tirmidzi*, Katab al-Buyu, hadis ke 1213, Juz III (t. Cet; Beirut-Libanon: Dar al-Fikr, 1994), h. 5. Lihat juga *Sunan at-Tirmidzi, kitab al-Buyu'*, hadis no. 1130.

Artinya:

Telah meriwayatkan kepada kami Hannad telah meriwayatkan kepada kami Qabishah dari Sufyan dari Abu Hamzah dari al-Hasan dari Abu Sa'id al-Khudri dari Nabi saw bersabda: Pedagang yang jujur dan terpercaya sejajar (tempatnyanya di surga) dengan para Nabi, *Siddiqin*, dan *Syuhada'* (H.R. al-Tirmizi).

c. *Hukum jual-beli*

Dari kandungan ayat-ayat dan hadis-hadis yang dikemukakan di atas sebagai dasar jual-beli, para ulama fikih mengambil suatu kesimpulan, bahwa jual-beli itu hukumnya *mubah* (boleh). Namun menurut Imam al-Syatibi (ahli fiqh Mazhab Imam Maliki), hukumnya bisa berubah menjadi wajib dalam situasi tertentu. Sebagai contoh dikemukakannya, bila suatu waktu terjadi praktik *ihtikar* (الاختكار), yaitu penimbunan barang, sehingga persediaan (stok) hilang dari pasar dan harga menjadi naik. Apabila terjadi praktek semacam itu, maka pemerintah boleh memaksa para pedagang menjual barang-barang sesuai dengan harga-harga pasar sebelum terjadi pelonjakan harga barang itu. Para pedagang wajib memenuhi ketentuan pemerintah di dalam menentukan harga di pasaran.⁹¹

Di samping wajib menjual barang dagangannya, dapat juga dikenakan sanksi hukum, karena tindakan

⁹¹Lihat M Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam* (Cet. I; Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003), h. 117; Lihat juga Syaikh al-Allamah Muhammad bin Abdurrahman ad-Dimasyqi, *Fiqh Empat Mazhab* diterjemahkan oleh Abdullah Zaki Alkaf dengan judul asli: *Rahmah al-Ummah fi ihtikar al-A'imma*, (Cet. II; Bandung: Hasyimi, 2004), h. 214.

tersebut dapat merusak atau mengacaukan ekonomi rakyat.

d. Rukun dan syarat-syarat jual-beli

Jual-beli adalah suatu *aqad*, dan dipandang sah apabila telah memenuhi rukun dan syarat jual-beli. *Aqad* ialah ikatan kata antara penjual dan pembeli, jual-beli belum dikatakan sah sebelum *ijab* dan *qabul* dilakukan, sebab *ijab qabul* menunjukkan kerelaan (keridaan), pada dasarnya *ijab qabul* dilakukan dengan lisan, tapi kalau tidak mungkin, seperti orang bisu atau yang lainnya, maka boleh *ijab qabul* dengan surat-menyurat yang mengandung arti *ijab* dan *qabul*.⁹²

Adanya kerelaan tidak dapat dilihat sebab kerelaan berhubung dengan hati, oleh karena itu kerelaan dapat diketahui melalui tanda-tanda lahirnya, tanda yang jelas menunjukkan kerelaan adalah *ijab* dan *qabul*.

Rasulullah saw bersabda:

حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ حَاتِمٍ الْجَزْرَائِيُّ قَالَ مَرَّوَانُ الْفَزَارِيُّ
أَخْبَرَنَا عَنْ يَحْيَى بْنِ أَيُّوبَ قَالَ كَانَ أَبُو زُرْعَةَ إِذَا بَايَعَ
رَجُلًا خَيْرَهُ قَالَ ثُمَّ يَقُولُ خَيْرَنِي وَيَقُولُ سَمِعْتُ أَبَا
هُرَيْرَةَ يَقُولُ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ لَا
يَفْتَرِقَنَّ اثْنَانِ إِلَّا عَنْ تَرَاضٍ (رواه أبو داود)⁹³

⁹² Hendi Suhenda, *Op.Cit*, 2002), h. 70.

⁹³ Al-Imam al-Hafidz Abu Daud Sulaiman bin Asaad al-Sijistani, *Sunan Abu Daud*, Kitab al-Buyu, hadits ke 3457, Juz II (t. Cet; Beirut: Dar al-

Artinya:

Telah meriwayatkan kepada kami Muhammad bin Hatim al-Jarjar telah berkata Marwan al-Fazzari telah memberitakan kepada kami dari Yahya bin Ayyub berkata bahwasanya Abu Zur'ah apabila seseorang menjual hartanya ia berkata: pilihkanlah kepadamu, lalu berkata saya telah mendengar Abu Hurairah berkata, telah bersabda Rasulullah saw. janganlah dua orang yang melakukan jual beli berpisah sebelum saling meridai. (H.R. Abu Dawud)

حَدَّثَنَا الْعَبَّاسُ بْنُ الْوَلِيدِ الدَّمَشْقِيُّ حَدَّثَنَا مَرْوَانُ بْنُ
مُحَمَّدٍ حَدَّثَنَا عَبْدُ الْعَزِيزِ بْنُ مُحَمَّدٍ عَنْ دَاوُدَ بْنِ
صَالِحِ الْمَدِينِيِّ عَنْ أَبِيهِ قَالَ سَمِعْتُ أَبَا سَعِيدٍ
الْخُدْرِيَّ يَقُولُ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ
إِنَّمَا الْبَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ (رواه ابن ماجه)⁹⁴

Artinya:

Telah meriwayatkan kepada kami al-'Abbas bin al-Walid al-Dimasyqi telah meriwayatkan kepada kami Marwan bin Muhammad telah

Kutub al-Ilmiah,1971), h. 480.Lihat juga *Sunan Abu Daud*, kitab al-Buyu', hadis no. 2999.

⁹⁴ Al-Hafidz Abdullah bin Yazid al-Quswaini, *Sunan Ibn Majah*, Kitab al-Tijarat, bab buyu al-khiyar, hadits ke 2185, *op.cit.*, h. 687. Lihat juga *Sunan Ibn Majah*, kitab al-Tijarat, hadis no. 2176.

meriwayatkan kepada kami 'Abd al-'Aziz bin Muhammad dari Dawud bin Shalihh al-Madini dari ayahandanya berkata, Saya telah mendengar Abu Sa'id al-Khudri berkata, telah bersabda Rasulullah saw. sesungguhnya jual-beli itu atas dasar suka sama suka. (H. R. Ibn Majah)

Menurut mazhab Hanafi, rukun jual-beli hanya *ijab* dan *qabul* saja. Mereka berpendapat bahwa yang menjadi rukun dalam jual-beli itu hanyalah kerelaan antara kedua belah pihak untuk berjual-beli. Namun, karena unsur kerelaan berhubungan dengan hati yang sering tidak kelihatan, maka diperlukan indikator (*Qarinah*) yang menunjukkan kerelaan tersebut dari kedua belah pihak. Dapat dalam bentuk perkataan (*ijab* dan *qabul*) atau dalam bentuk perbuatan, yaitu saling memberi (penyerahan barang dan penerimaan uang).⁹⁵

Dalam fikih terkenal dengan istilah *بيع المعاطة*.

Menurut jumbuh ulama rukun jual-beli itu ada empat:

- 1) Orang yang berakad (penjual dan pembeli)
- 2) *Sighat* (lafal *ijab* dan *qabul*)
- 3) Ada barang yang dibeli
- 4) Ada nilai tukar pengganti barang.⁹⁶

Menurut Mazhab Hanafi orang yang berakad, barang yang dibeli dan nilai tukar barang (1,2,4) di atas termasuk syarat jual-beli, bukan rukun jual-beli.

⁹⁵ Lihat M. Ali Hasan, *op.cit.*, h. 118.

⁹⁶ Lihat M. Ali Hasan, *ibid.*, 118; Lihat juga Kamil Musa, *Ahkam al-Muamalat* (jilid II; Beirut: Muasshasatu al-Risalah, 1994), h. 240.

Menurut jumhur ulama,⁹⁷ bahwa syarat jual-beli sesuai dengan rukun jual-beli yang disebutkan di atas adalah sebagai berikut:

a) Orang yang berakad

Ulama fikih sepakat, bahwa orang yang melakukan akad jual-beli harus memenuhi syarat:

- (1) Berakal. Dengan demikian, jual-beli yang dilakukan anak kecil yang belum berakal hukumnya tidak sah. Anak kecil yang sudah *mumayyiz* (menjelang *baligh*), apabila akad yang dilakukannya membawa keuntungan baginya, seperti menerima hibah, wasiat, dan sedekah, maka akadnya sah menurut mazhab hanafi. Sebaliknya apabila akad itu membawa kerugian bagi dirinya, seperti meminjamkan harta kepada orang lain, mewakafkan atau menghibahkannya tidak dibenarkan menurut hukum.

Transaksi yang dilakukan anak kecil yang *mumayyiz* yang mengandung manfaat dan *mudarat* sekaligus, seperti jual-beli, sewa-menyewa dan perserikatan dagang, dipandang sah menurut hukum dengan ketentuan bila walinya mengizinkan setelah dipertimbangkan dengan sematangmatangnya.⁹⁸

Jumhur ulama berpendapat, bahwa orang yang melakukan akad jual-beli itu, harus telah akil *baligh* dan berakal. Apabila orang yang berakad itu masih *mumayyis*, maka akad jual-beli itu tidak sah, sekalipun mendapat izin dari walinya.

⁹⁷Lihat M. Ali Hasan, *ibid.*, 118.

⁹⁸Lihat M. Ali Hasan, *ibid.*, 119.

Kemudian, bagaimana halnya dengan jual-beli yang berlaku dalam masyarakat, yaitu jual-beli anak kecil yang belum dewasa? Umpamanya, anak kecil penjaja koran, majalah, makanan kecil, minuman yang nilainya relatif kecil juga.⁹⁹

Sebagian ulama berpendapat, jual-beli semacam ini dapat disahkan karena telah menjadi tradisi adat-istiadat (العرف). Berbeda apabila jual-beli itu nilainya besar seperti menjual kambing, sepeda dan sebagainya. Sebab, apabila terjadi sengketa, maka akan berakhir di pengadilan. Sedangkan pengakuan atau kesaksian anak kecil yang di bawah umur tidak mempunyai kekuatan hukum.

Dengan demikian sebagai patokannya adalah nilai barang itu apakah pantas di bawah ke pengadilan atau tidak.

- (2) Orang yang melakukan akad itu, adalah orang yang berbeda. Maksudnya, seseorang tidak dapat bertindak sebagai pembeli dan penjual dalam waktu yang bersamaan.

b) Syarat yang terkait dengan *ijab* dan *qabul*

Ulama fikih sepakat menyatakan, bahwa urusan utama dalam jual-beli adalah kerelaan kedua belah pihak. Kerelaan ini dapat terlihat pada saat akad berlangsung. *Ijab qabul* harus diungkapkan secara jelas dalam transaksi yang bersifat mengikat kedua belah pihak, seperti akad jual-beli dan sewa-menyewa.¹⁰⁰

Terhadap transaksi yang sifatnya mengikat salah satu pihak, seperti wasiat, hibah atau wakaf, tidak perlu

⁹⁹Lihat Nazar Bakri, *Problematika Pelaksanaan Fiqh Islam* (Cet. I; Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1994), h. 59.

¹⁰⁰Lihat M. Ali Hasan, *op.cit.*, h. 120.

ada *qabul*, dan cukup dengan *ijab* saja. Bahkan menurut Ibnu Taimiyah dan ulama lainnya *ijab* pun tidak diperlukan dalam masalah wakaf.

Apabila *ijab* dan *qabul* telah diucapkan dalam akad jual-beli, maka pemilikan barang dan uang telah berpindah tangan.

Ulama fikih menyatakan bahwa syarat *ijab* dan *qabul* itu adalah sebagai berikut:

- (1) Orang yang mengucapkannya telah akil baligh dan berakal atau telah berakal, sesuai dengan perbedaan mereka dalam menentukan syarat-syarat seperti telah dikemukakan di atas.
- (2) *Qabul* sesuai dengan *ijab*. Contohnya: Saya jual sepeda ini dengan harga sepuluh ribu, lalu pembeli menjawab: saya beli dengan harga sepuluh ribu.
- (3) *Ijab* dan *qabul* dilakukan dalam satu majlis. Maksudnya kedua belah pihak yang melakukan akad jual-beli hadir dan membicarakan masalah yang sama.

Apabila penjual mengucapkan *ijab*, lalu pembeli beranjak sebelum mengucapkan *qabul* atau pembeli mengadakan aktivitas lain yang tidak ada kaitannya dengan akad jual-beli tersebut, kemudian sesudah itu dia mengucapkan *qabul*, maka menurut kesepakatan ulama fikih, jual-beli itu tidak sah, sekalipun mereka berpendirian, bahwa *ijab* tidak mesti dijawab langsung dengan *qabul*.

Berkenaan dengan hal ini, Mazhab Hanafi dan Mazhab Maliki mempunyai pandangan lain, bahwa *ijab* dan *qabul* boleh saja di antarai oleh waktu, dengan perkiraan bahwa pihak pembeli mempunyai kesempatan untuk berpikir.¹⁰¹

¹⁰¹Lihat M. Ali Hasan, *ibid.*, h. 121.

Ulama Mazhab Syafi'i dan Mazhab Hambali berpendapat, bahwa jarak antara *ijab* dan *qabul* jangan terlalu lama, karena dapat menimbulkan dugaan bahwa obyek pembicaraan jual-beli telah berubah.

Pada Zaman sekarang ini, *ijab* dan *qabul* tidak lagi diucapkan, tetapi dilakukan dengan tindakan, bahwa penjual menyerahkan barang dan pembeli menyerahkan uang dengan harga yang telah disepakati, seperti yang berlaku di toko swalayan, mall dan toko-toko lainnya.

Berbeda dengan jual-beli di sebagian pedesaan masih dilihat ada *ijab* dan *qabul*, karena transaksi akad jual-beli tidak begitu banyak. Lain halnya dengan di kota-kota, terutama di kota besar, *ijab* dan *qabul* sudah tidak terlihat lagi.

Dalam fikih Islam, jual-beli semacam ini disebut:

بيع المعاطة

Masih dalam persoalan *ijab* dan *qabul* seperti yang dikemukakan di atas, ulama fikih berbeda pendapat.

Jumhur ulama berpendapat, bahwa jual-beli semacam ini hukumnya boleh, apabila hal tersebut sudah menjadi adat kebiasaan suatu masyarakat, karena dalam kegiatan jual-beli telah ada unsur rela (suka sama suka) antara kedua belah pihak. Menurut Jumhur ulama di antara unsur terpenting dalam akad jual-beli itu adalah suka sama suka seperti yang disebutkan dalam QS. an-Nisa (4): 29

Ulama Mazhab Syafi'i mempunyai pendirian lain, bahwa *ijab* dan *qabul* harus dilakukan dengan jelas dengan kalimat *ijab* dan *qabul*. Oleh sebab itu, *bay al mu'thah* hukumnya tidak sah, baik transaksi itu dalam

partai besar maupun kecil. Alasan yang mereka kemukakan adalah, bahwa unsur utama jual-beli adalah kerelaan kedua-belah pihak. Unsur kerelaan berada dan tersembunyi dalam hati masing-masing. Oleh sebab itu kerelaan itu harus diungkapkan dengan *ijab* dan *qabul*, apabila ada persengketaan jual-beli, maka akhirnya bisa berlanjut ke pengadilan.

Namun, sebagian pengikut Mazhab Syafi'i seperti Imam Nawawi, al-Baghawi dan al-Mutawalli menyatakan, bahwa jual-beli *al-Muaathah* tersebut adalah sah, apabila telah menjadi tradisi yang berlaku dalam masyarakat.

Sebagian ulama Syafi'i lainnya seperti Ibnu Suraj dan al-Rumyani membedakan antara jual-beli dalam partai besar dan kecil. Apabila transaksi itu dilakukan dalam partai besar, maka hukumnya tidak sah, sedangkan dalam partai kecil hukumnya sah atau barang yang nilainya besar tidak sah, sedangkan yang nilainya kecil dipandang sah.¹⁰²

Terkait dengan masalah *ijab* dan *qabul* ini adalah jual-beli yang melalui perantara, baik melalui orang yang diutus maupun melalui media tertentu seperti surat-menyurat, dan faksimile.

Ulama fikih sepakat, bahwa jual-beli melalui perantara seperti yang disebutkan hukumnya sah, asal saja *ijab* dan *qabul* sesuai dengan ketentuan yang telah disepakati. Kendati pun masalah tersebut tidak ditemukan dalam *fiqh* yang sama, tetapi ulama fikih kontemporer seperti Mustafa Ahmad al-Zarqa dan Wahbah Az-Zuhaili, menyatakan, bahwa jual-beli melalui perantara dibolehkan. Menurut mereka, satu

¹⁰²Lihat M. Ali Hasan, *ibid.*, h. 122.

majelis tidak harus diartikan sama-sama hadir dalam *majlis* (tempat) secara lahir, tetapi dapat diartikan satu situasi dan satu kondisi, sekalipun antara kedua belah pihak yang mengadakan transaksi tempatnya berjauhan, asal topik yang dibicarakan berkisar jual-beli.¹⁰³

Dengan demikian, *ijab* dan *qabul* dalam bentuk tulisan dan media lainnya mempunyai kekuatan hukum yang sama dengan *ijab* dan *qabul* melalui lisan. Hal ini berarti, bahwa hukum *fiqh* Islam (terutama muamalah), bisa saja berkembang sesuai dengan tuntutan zaman, asal tidak ada unsur merugikan salah satu pihak yang mengadakan transaksi.

c) Syarat yang diperjual-belikan adalah sebagai berikut:

- (1) Barang itu ada, atau tidak ada di tempat, tetapi pihak penjual menyatakan kesanggupannya untuk mengadakan barang itu. Umpamanya, barang itu ada pada sebuah toko atau masih di pabrik dan lainnya di simpan di gudang. Sebab adakalanya tidak semua barang yang akan dijual berada di toko atau belum dikirim dari pabrik. Mungkin karena tempat sempit dan alasan-alasan lainnya.

Hal terpenting adalah pada saat diperlukan barang itu sudah ada dan dapat dihadirkan pada tempat disepakati bersama.

- (2) Dapat dimanfaatkan dan bermanfaat bagi manusia. Oleh sebab itu, bangkai, khamar dan benda-benda haram lainnya, tidak sah menjadi obyek jual-beli, karena benda-benda tersebut

¹⁰³Lihat H.E. Hasan Saleh dkk, *Kajian Fiqh Nabawi dan Fiqh Kontemporer* (Cet. I; Jakarta: PT Raja Grafindo Persada), h. 380.

tidak bermanfaat bagi manusia dalam pandangan syara'.

- (3) Milik seseorang. Barang yang sifatnya belum dimiliki seseorang, tidak boleh diperjual-belikan, seperti memperjual-belikan ikan di laut, emas dalam tanah, karena ikan dan emas itu belum dimiliki penjual.
- (4) Dapat diserahkan pada saat akad berlangsung, atau pada waktu yang telah disepakati bersama ketika akad berlangsung.¹⁰⁴

d) Syarat nilai tukar.

Nilai tukar barang termasuk unsur yang terpenting. Zaman sekarang disebut uang. Berkaitan dengan nilai tukar ini, ulama fikih membedakan antara *al-shamn* (الضمن) dan *al-si'ir* (السعر).

Menurut mereka, *al-shamn* adalah harga pasar yang berlaku di tengah-tengah masyarakat, sedangkan *al-Si'ir* adalah modal barang yang seharusnya diterima para pedagang sebelum dijual kepada konsumen. Dengan demikian, ada dua harga, yaitu harga antara sesama pedagang dan harga antara pedagang dan konsumen (harga jual pasar).

Harga yang dapat dipermainkan para pedagang adalah *al-shamn*, bukan harga *al-Si'ir*.

Ulama Fikih mengemukakan syarat *al-shamn* sebagai berikut:

- (1) Harga yang disepakati kedua belah pihak harus jelas jumlahnya.
- (2) Dapat diserahkan pada saat akad (transaksi), sekalipun secara hukum seperti pembayaran dengan cek atau kartu kredit. Apabila barang itu

¹⁰⁴Lihat H. Hendi Suhendi, *op. cit.*, h. 74.

dibayar kemudian (berutang), maka waktu pembayarannya pun harus jelas waktunya.

- (3) Apabila jual-beli itu dilakukan secara barter (المقايضة), maka barang-barang yang dijadikan nilai tukar, bukan barang yang diharamkan syara, seperti babi dan khamar, karena kedua jenis benda itu tidak bernilai dalam pandangan syara,

Di samping syarat yang berkaitan dengan rukun jual-beli di atas, ulama fikih juga mengemukakan beberapa syarat lain:

a) Syarat sah jual-beli.¹⁰⁵

Ulama fikih menyatakan, bahwa suatu jual-beli baru dianggap sah, apabila terpenuhi dua hal:

- (1) Jual-beli terhindar dari cacat seperti barang yang diperjual-belikan tidak jelas, baik jenis, kualitas maupun kuantitasnya. Begitu juga harga tidak jelas, jual-beli itu mengandung unsur paksaan, penipuan dan syarat-syarat lain yang mengakibatkan jual-beli rusak.
- (2) Apabila barang yang diperjualbelikan itu benda bergerak, maka barang itu langsung dikuasai pembeli dan harga dikuasai penjual. Sedangkan barang yang tidak bergerak, dapat dikuasai pembeli setelah surat-menyuratnya diselesaikan sesuai dengan kebiasaan (عرف) setempat.

b) Syarat yang terkait dengan pelaksanaan jual-beli.

Jual-beli baru dapat dilaksanakan apabila yang berakad tersebut mempunyai kekuasaan untuk

¹⁰⁵Lihat Abdul Aziz Muhammad Azzam, *Nidzam al-Muamalat fi al-Fiqh al-Islami* diterjemahkan oleh Nadirsyah Hawari dengan judul *Fiqh Muamalat; Sistem transaksi dalam Fiqh Islam* (Cet I; Jakarta: Amzah, 2010), h. 25.

melakukan jual-beli. Umpamanya barang itu milik sendiri, bukan milik orang lain.

Akad jual-beli tidak dapat dilaksanakan, apabila orang yang melakukan akad itu tidak memiliki kekuasaan secara langsung melakukan akad. Umpamanya, ada orang lain yang bertindak sebagai wakil dalam jual-beli. Dalam hal ini, pihak wakil harus mendapat persetujuan dari orang yang diwakilinya. Jual-beli semacam ini disebut:

بيع الفضولي

Dalam masalah jual-beli *الفضولي* terdapat perbedaan pendapat para ulama fikih.

Ulama Mazhab Hanafi membedakan antara wakil dalam menjual barang dan wakil dalam membeli barang. Menurut mereka apabila wakil itu ditunjuk untuk menjual barang, maka tidak perlu mendapatkan surat kuasa dari orang yang diwakilinya. Namun apabila wakil itu ditunjuk untuk membeli barang, maka jual-beli baru dipandang sah, setelah mendapat persetujuan dari orang yang diwakilinya.

Menurut Ulama Mazhab Syafi'i dan al-Zahiri *bay al-fuduly* tidak sah sekalipun diizinkan orang yang mewakilkannya itu. Mereka beralasan dengan sabda Rasulullah:

حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ بَشَّارٍ حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ جَعْفَرٍ حَدَّثَنَا
شُعْبَةُ عَنْ أَبِي بَشْرِ قَالَ سَمِعْتُ يُوسُفَ بْنَ مَاهَكَ
يُحَدِّثُ عَنْ حَكِيمِ بْنِ حِرَامٍ قَالَ قَالَ يَا رَسُولَ اللَّهِ

الرَّجُلُ يَسْأَلُنِي الْبَيْعَ وَلَيْسَ عِنْدِي أَفَأَبِيعُهُ قَالَ لَا تَبِعْ
مَا لَيْسَ عِنْدَكَ (رواه ابن ماجه)¹⁰⁶

Artinya:

Telah meriwayatkan kepada kami Muhammad bin Basysyar telah meriwayatkan kepada kami Muhammad bin Ja'far telah meriwayatkan kepada kami Syu'bah dari Abi Bisyr berkata, saya telah mendengar Yusuf bin Mahak memberitakan dari Hakim bin Hizam berkata, saya bertanya wahai Rasulullah, seseorang telah menanyakan kepadaku tentang menjual (sesuatu) yang tidak dimilikinya, apakah saya boleh menjualnya, Nabi bersabda : Tidaklah sah menjual-beli, barang yang tidak dimiliki (H.R. Ibn Majah).

c) Syarat yang terkait dengan kekuatan hukum akad jual-beli.

Ulama fikih sepakat menyatakan bahwa suatu jual-beli baru bersifat mengikat, apabila jual-beli itu terbatas dari segala macam خيار, yaitu hak pilih untuk meneruskan atau membatalkan jual-beli. Apabila jual-beli itu masih mempunyai hak *khuyar*, maka jual-beli itu belum mengikat dan masih dapat dibatalkan.

Apabila semua syarat jual-beli di atas terpenuhi secara hukum, maka jual-beli telah dianggap sah, Oleh

¹⁰⁶Lihat Al-Hafidz Abdullah bin Yazid al-Quswaini, *Sunan Ibn Majah*, Kitab al-Tijarat, bab an-bay ma laisa indaka, hadits ke 2187, Juz I, *op. Cit.*, h. 737. Lihat juga *Sunan Ibn Majah*, Kitab al-Tijarat, hadis no. 2178

sebab itu, kedua belah pihak tidak dapat lagi membatalkan jual-beli itu.

1. Macam-macam jual-beli

Jual-beli dapat ditinjau dari beberapa segi. Ditinjau dari segi hukumnya, jual-beli ada dua macam, jual-beli yang sah menurut hukum dan batal menurut hukum, dari segi obyek jual-beli dan segi pelaku jual-beli.

Ditinjau dari segi benda yang dijadikan obyek jual-beli dapat dikemukakan pendapat Abdurrahman bin Rajab al-Hambali,¹⁰⁷ bahwa jual-beli dibagi menjadi tiga bentuk:

البيوع ثلاثة بيع عين مشاهدة وبيع شي

موصوف في الذمة وبيع عين غيبة لم تشهد¹⁰⁸

Artinya:

Jual-beli itu ada tiga macam: 1) jual-beli benda yang kelihatan, 2) jual-beli yang disebutkan sifat-sifatnya dalam janji, dan 3) jual-beli benda yang tidak ada.

Jual-beli benda yang kelihatan ialah pada waktu melakukan akad jual-beli benda atau barang yang diperjual-belikan ada di depan penjual dan pembeli. Hal ini lazim dilakukan masyarakat banyak dan boleh dilakukan, seperti membeli beras di pasar.

¹⁰⁷Lihat Hendi Suhendi, *op.cit.*, 75.

¹⁰⁸Al-Hafizh Abi al-Farah Abd al-Rahman Rajab al-Hambali, *Al-Qawaid Fi al-Fiqh al-Islami* (t. Cet: Beirut-Libanon: Dar al-Jibil, 1988), h. 54.

Jual-beli yang disebutkan sifat-sifatnya dalam perjanjian ialah jual-beli salam (pesanan) Menurut kebiasaan para pedagang, salam adalah untuk jual-beli yang tidak tunai (kontan), salam pada awalnya meminjamkan barang atau sesuatu yang seimbang dengan harga tertentu, maksudnya ialah perjanjian yang penyerahan barang-barangnya ditangguhkan hingga masa tertentu, sebagai imbalan harga yang telah ditetapkan ketika akad.

Dalam salam berlaku semua syarat jual-beli dan syarat-syarat tambahannya seperti berikut ini:

- (1) Ketika melakukan akad salam,¹⁰⁹ disebutkan sifat-sifatnya yang mungkin dijangkau oleh pembeli, baik berupa barang yang dapat ditakar maupun yang ditimbang.
- (2) Dalam akad harus disebutkan segala sesuatu yang bisa mempertinggi dan memperendah harga barang itu, umpamanya benda tersebut berupa kapas, sebutkan jenis kapas nomor satu, nomor dua, dan seterusnya, kalau kain, sebutkan jenis kainnya. Pada intinya sebutkan semua identitasnya yang dikenal oleh orang-orang yang ahli di bidang ini yang menyangkut kualitas barang tersebut.
- (3) Barang yang akan diserahkan hendaknya barang-barang yang biasa didapatkan di pasar.
- (4) Harga hendaknya dipegang di tempat akad berlangsung.¹¹⁰

¹⁰⁹ Ibnu Rusyd, *Bidayat al-Mujtahid*, diterjemahkan oleh Abdurrahman dan Haris Abdullah dengan judul *Bidayatul Mujtahid* (Cet. I; Semarang: Asy-Syifa, 1990), h. 158.

¹¹⁰ Lihat Amir Syarifuddin, *Garis-Garis Besar Fiqh* (Cet. III; Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), h. 203. Lihat juga Ghufuran A. Mas'adi, *op. cit.*, h. 31.

Jual-beli benda yang tidak ada, sesuatu yang tidak dapat dilihat ialah jual-beli yang dilarang oleh agama Islam karena barangnya tidak tentu atau masih gelap sehingga dikhawatirkan barang tersebut diperoleh dari curian atau barang titipan yang akibatnya dapat menimbulkan kerugian salah satu pihak. Sementara itu, merugikan dan menghancurkan harta benda seseorang tidak diperbolehkan, seperti yang dijelaskan oleh Muhammad syarbini Khatib, bahwa penjualan bawang merah dan wartel serta yang lainnya yang berada di dalam tanah adalah batal sebab hal tersebut merupakan perbuatan *gharar*, Rasulullah saw bersabda:

حَدَّثَنَا الْحَسَنُ بْنُ عَلِيٍّ حَدَّثَنَا أَبُو الْوَلِيدِ عَنْ حَمَّادِ بْنِ
 سَلَمَةَ عَنْ حُمَيْدٍ عَنْ أَنَسٍ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ
 وَسَلَّمَ نَهَى عَنْ بَيْعِ الْعِنَبِ حَتَّى يَسْوَدَ وَعَنْ بَيْعِ الْحَبِّ
 حَتَّى يَشْتَدَّ (رواه أبو داود)¹¹¹

Artinya:

Telah meriwayatkan kepada kami al-Hasana bin 'Ali telah meriwayatkan kepada kami abu al-Walid dari Hammad bin Salamah dari Humaid dari Anas bahwasanya Nabi saw. melarang menjual anggur menta hingga kelihatan hitam, dan melarang menjual biji hingga keras. (H.R. Abu Dawud).

¹¹¹Al-Imam al-Hafidz Abu Daud Sulaiman bin Asaad al-Sijistani, *Sunan Abu Daud*, Kitab al-Buyu, hadits ke 3371, Juz II, *op. cit.*, h. 459. Lihat juga *Sunan Abu Daud*, kitab al-Buyu', hadis no. 2927.

Akad jual-beli yang dilakukan dengan lisan adalah akad yang dilakukan oleh kebanyakan orang. Bagi orang bisu diganti dengan isyarat karena isyarat merupakan pembawaan alami dalam menampakkan kehendak. Hal yang dipandang dalam akad adalah maksud atau kehendak dan pengertian, bukan pembicaraan dan pernyataan.¹¹²

Penyampaian akad jual-beli melalui utusan, perantara, tulisan atau surat-menyurat,¹¹³ jual-beli seperti ini sama halnya dengan *ijab qabul* dengan ucapan, misalnya via pos dan giro, jual-beli ini dilakukan antara penjual dan pembeli tidak berhadapan dalam satu majelis akad, tapi melalui pos dan giro, jual-beli seperti ini dibolehkan menurut *syara*, dalam pemahaman sebahagian ulama, bentuk ini hampir sama dengan bentuk jual-beli salam, hanya saja jual-beli salam antara penjual dan pembeli saling berhadapan dalam satu majelis akad. Sedangkan dalam jual-beli via pos dan giro antara penjual dan pembeli tidak berada dalam satu majelis akad.

Jual-beli dengan perbuatan (saling memberikan) atau dikenal dengan istilah *mu'athab* yaitu mengambil dan memberikan barang tanpa *ijab* dan *qabul*, seperti seseorang mengambil rokok yang sudah bertulis label haramnya, dibandrol oleh penjual dan kemudian diberikan uang pembayarannya kepada penjual. Jual-beli dengan cara demikian dilakukan tanpa *sigat ijab qabul* antara penjual dan pembeli, menurut sebahagian Syafi'iyah tentu hal ini dilarang, sebab *ijab qabul* sebagai

¹¹²Sayyid Sabiq, *Fiqh al-Sunnah* diterjemahkan oleh Moh. Thalib dengan judul *FiqhSunnah* (Cet. XII; Bandung, 2003), h. 127.

¹¹³Ibnu Rusyd, *op. cit.*, h. 161.

rukun jual-beli. Tetapi sebagian Syafi'iyah lainnya, seperti Imam Nawawi membolehkan jual-beli barang kebutuhan sehari-hari dengan cara yang demikian, yakni tanpa *ijab qabul* terlebih dahulu.

Selain pembelian di atas, jual-beli juga ada yang dibolehkan dan juga ada yang dilarang, jual-beli yang dilarang juga ada yang batal ada pula yang terlarang tapi sah.

e. *Jual-beli yang dilarang*

Jual-beli yang dilarang dan batal hukumnya adalah sebagai berikut:

- 1) Barang yang dihukumkan najis oleh agama, seperti anjing, babi, berhala, bangkai dan khamar,¹¹⁴ Rasulullah saw bersabda:

حَدَّثَنَا قُتَيْبَةُ بْنُ سَعِيدٍ حَدَّثَنَا اللَّيْثُ عَنْ يَزِيدَ بْنِ أَبِي حَبِيبٍ عَنْ عَطَاءِ بْنِ أَبِي رَبَاحٍ عَنْ جَابِرِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ أَنَّهُ سَمِعَ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ عَامَ الْفَتْحِ وَهُوَ بِمَكَّةَ إِنَّ اللَّهَ حَرَّمَ بَيْعَ الْخَمْرِ وَالْمَيْتَةِ وَالْخِنْزِيرِ وَالْأَصْنَامِ (رواه أبي داود)¹¹⁵

¹¹⁴Syaikh al-Allamah Muhammad bin Abdurrahman ad-Dimasyqy, *Rahmah al-Ummah fi ikhtilaf al-Aimmah*, diterjemahkan oleh Abdurrahman dengan judul *Fiqh Mazhab* (Cet. II; Bandung: Hasimi, 2002), h. 217.

¹¹⁵ Al-Imam al-Hafidz Abu Daud Sulaiman bin Asaad al-Sijistani, *Sunan Abu Daud*, Kitab at-Tijarat, bab al-Hamru wa al-Maitatu, hadits ke 3486, Juz II, *op. cit.*, h. 486. Lihat Juga *Sunan Abu Dawud*, kitab al-Buyu', hadis no. 2035.

Artinya:

Telah meriwayatkan kepada kami Qutaibah bin Sa'id telah meriwayatkan kepada kami al-Laish dari Yazid bin Abi Habib dari 'Atha' bin Abi Rabah dari Jabir bin 'Abdullah sesungguhnya ia telah mendengar Rasulullah saw. bersabda pada saat pembebasan Mekkah, sesungguhnya Allah mengharamkan menjual khamar, bangkai, babi, dan berhala. (H.R. Abu Dawud).

- 2) Jual-beli sperma (mani) hewan, seperti mengawinkan seekor domba jantan dengan betina, agar dapat memperoleh keturunan, jual-beli mani (sperma) haram hukumnya karena Rasulullah saw bersabda.

حَدَّثَنَا مُسَدَّدُ بْنُ مُسْرَهَدٍ حَدَّثَنَا إِسْمَاعِيلُ عَنْ عَلِيِّ بْنِ الْحَكَمِ عَنْ نَافِعٍ عَنْ ابْنِ عُمَرَ قَالَ نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ عَسْبِ الْفَحْلِ (رواه أبي

داود)¹¹⁶

Artinya:

Telah meriwayatkan kepada kami Musaddad bin Musarhad telah meriwayatkan kepada kami Ismail dari 'Ali bin al-Hakam dari Nafi' dari Ibn 'Umar berkata: Rasulullah saw. melarang menjual mani binatang. (H.R. Abu Dawud).

¹¹⁶ Al-Imam al-Hafidz Abu Daud Sulaiman bin Asaad al-Sijistani, *Sunan Abu Daud*, Kitab bay al-Ijarah, bab asbu al-fahla, hadits ke 3429, Juz II, *ibid.*, h. 474. Lihat juga *Sunan Abu Daud*, kitab *al-Buyu'*, hadis no. 2975.

- 3) Jual-beli anak binatang yang masih berada dalam perut induknya. Jual-beli seperti ini dilarang, karena barangnya belum ada dan tidak tampak, Rasulullah saw bersabda:

حَدَّثَنَا عَبْدُ اللَّهِ بْنُ مَسْلَمَةَ عَنْ مَالِكٍ عَنْ نَافِعٍ عَنْ
عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عُمَرَ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ
وَسَلَّمَ نَهَى عَنْ بَيْعِ حَبْلِ الْحَبَلَةِ (رواه أبو داود)¹¹⁷

Artinya:

Telah meriwayatkan kepada kami 'Abdullah bin Maslamah dari Malik dari Nafi' dari Abdullah bin Umar sesungguhnya Rasulullah saw melarang menjual sesuatu yang masih dalam kandungan induknya (H.R. Abu dawud).¹¹⁷

- 4) Jual-beli dengan *muhaqalah*, *baqalah* berarti tanah, sawah, dan kebun, yang dimaksud *muhaqalah* adalah menjual tanam-tanaman yang masih di ladang atau di sawah. Hal ini dilarang agama sebab ada persangkaan riba di dalamnya.¹¹⁸
- 5) Jual-beli dengan *mukhadharah*, yaitu menjual buah-buahan yang belum pantas untuk dipanen, seperti menjual rambutan yang masih hijau, mangga yang masih kecil-kecil, dan yang lainnya. Hal ini dilarang karena barang tersebut masih samar, dalam artian

¹¹⁷ Al-Imam al-Hafidz Abu Daud Sulaiman bin Asaad al-Sijistani, *Sunan Abu Daud*, Kitab at-Tijaaraat, bab bai' al-garar, hadits ke 3380, Juz II, *ibid.*, h. 461. Lihat juga *Sunan Abu Daud*, kitab al-Buyu' hadis no. 2934.

¹¹⁸ Lihat Syaikh al-Allamah Muhammad bin Abdurrahman ad-Dimasyq, *ibid.*, h. 218.

mungkin saja buah tersebut jatuh tertiuip angin kencang atau yang lainnya sebelum diambil oleh si pembelinya.

- 6) Jual-beli dengan *muammassah*, yaitu jual-beli secara sentuh-menyentuh, misalkan seseorang menyentuh sehelai kain dengan tangannya di waktu malam atau siang hari, maka orang yang menyentuh berarti telah membeli kain tersebut. Hal ini dilarang karena mengandung tipuan dan kemungkinan akan menimbulkan kerugian bagi salah satu pihak.
- 7) Jual-beli dengan *munabadzah*, yaitu jual-beli secara lempar-melempar, seperti seorang berkata, lemparkan kepadaku apa yang ada padaku apa yang ada padamu, nanti kulemparkan pula kepada apa yang ada padaku. Setelah terjadi lempar-melempar, terjadilah jual-beli. Hal ini dilarang karena mengandung tipuan dan tidak ada *ijab qabul*.
- 8) Jual-beli dengan muzabanah, yaitu menjual buah yang basah dengan buah yang kering, seperti menjual padi kering dengan bayaran padi basah, sedangkan ukurannya dengan kilo sehingga akan merugikan pemilik padi kering. Hal ini dilarang oleh Rasulullah saw sebagaimana Nabi bersabda:

حَدَّثَنَا إِسْمَاعِيلُ قَالَ حَدَّثَنِي مَالِكٌ عَنْ مُحَمَّدِ بْنِ يَحْيَى
بْنِ حَبَّانَ وَعَنْ أَبِي الزِّنَادِ عَنِ الْأَعْرَجِ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ
رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ نَهَى
عَنْ الْمَلَامَسَةِ وَالْمُنَابَذَةِ (رواه البخاري)¹¹⁹

¹¹⁹ Abi Abdullah Muhammad bin Ismail al-Bukhari, *Shahih al-*

Artinya:

Telah meriwayatkan kepada kami Ismail berkata telah meriwayatkan kepadaku Malik dari Muhammad bin yahya bin Habban dan dari Abu al-Zanad dari al-A'raj dari Abu Hurairah ra. sesungguhnya Rasulullah melarang jual beli mulamasah,dan munabazah. (H.R. Al-Bukhari)

- 9) Menentukan dua harga untuk satu barang yang diperjual-belikan. Menurut Syafi'i penjualan seperti ini mengandung dua arti, yang pertama seperti seseorang berkata; kujual buku ini seharga

حَدَّثَنَا أَبُو بَكْرِ بْنُ أَبِي شَيْبَةَ عَنْ يَحْيَى بْنِ زَكَرِيَّا عَنْ مُحَمَّدِ بْنِ عَمْرٍو عَنْ أَبِي سَلَمَةَ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ قَالَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مَنْ بَاعَ بَيْعَتَيْنِ فِي بَيْعَةٍ فَلَهُ أَوْكُسُهُمَا أَوْ الرَّبَا (رواه أبو داود)¹²⁰

Artinya:

Telah meriwayatkan kepada kami Abu Bakar bin Abu Syaibah dari Yahya bin Zakariya dari Muhammad bin 'Amr dari Abi Salamah dari Abu Hurairah berkata: Telah bersabda Nabi saw. barangsiapa menjual dengan dua harga dalam satu penjualan barang maka baginya

Bukhari, Kitab al-Buyu, hadis ke 89, juz II (t.Cet; Beirut: Dar Ihya al-Kutub al-Arabiah, t.th), h. 17. Lihat juga *Shahih al-Bukhari*, kitab al-Buyu', hadis no. 2002.

¹²⁰Al-Imam al-Hafidz Abu Daud Sulaiman bin Asaad al-Sijistani, *op. cit.*, h. 481. Lihat juga *Sunan Abu Daud*, kitab al-Buyu', hadis no. 3002

adalah kerugian atau tergolong riba. (H.R. Abu Dawud)

- 10) Jual beli dengan syarat (*iwadah mahjul*), jual beli seperti ini, hampir sama dengan jual beli dengan menentukan dua harga, hanya saja di sini dianggap sebagai syarat, seperti seorang berkata, “aku jual rumahku yang butut ini kepadamu dengan syarat kamu mau menjual mobilmu kepadaku.” Lebih jelasnya, jual beli ini sama dengan jual beli dengan dua harga arti yang kedua menurut al-Syafi’i.
- 11) Jual beli *gharar*, yaitu jual beli yang samar sehingga ada kemungkinan terjadi penipuan, seperti menjual ikan yang masih di kolam atau menjual kacang tanah yang atasnya kelihatan bagus tetapi di bawahnya jelek. Menjual seperti ini dilarang, karena Rasulullah Saw bersabda :

حَدَّثَنَا أَبُو كُرَيْبٍ وَالْعَبَّاسُ بْنُ عَبْدِ الْعَظِيمِ الْعَنْبَرِيُّ قَالَا
حَدَّثَنَا أَسْوَدُ بْنُ عَامِرٍ حَدَّثَنَا أَيُّوبُ بْنُ عُتْبَةَ عَنْ يَحْيَى بْنِ
أَبِي كَثِيرٍ عَنْ عَطَاءٍ عَنْ ابْنِ عَبَّاسٍ قَالَ نَهَى رَسُولُ اللَّهِ
صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْغَرَرِ (رواه ابن ماجه)¹²¹

Artinya:

Telah meriwayatkan kepada kami Abu Kuraib dan al-‘Abbas bin ‘Abd al-Azim al-Anbari telah meriwayatkan kepada kami Aswad bin ‘Amir

¹²¹Al-Hafidz Abdullah bin Yazid al-Quswaini, *op.cit.*, h. 690. Lihat *Sunan Ibn Majah*, kitab al-Tijarat, hadis no. 2186.

telah meriwayatkan kepad kami Ayyub bin 'Utaibah dari yahya bin Abi Kasir dari Ata' dari Ibn 'Abbas berkata: Rasulullah saw. melarang menjual secara gharar (menipu). (.H.R. Ibn Majah).

- 12) Jual beli dengan mengecualikan sebagian benda yang dijual, seperti seseorang menjual sesuatu dari benda itu ada yang dikecualikan salah satu bagiannya, misalnya A menjual seluruh pohon-pohon yang ada di kebunnya, kecuali pohon pisang. Jual beli ini sah sebab yang dikecualikannya jelas. Namun, bila yang dikecualikannya tidak jelas (*majhul*), jual beli tersebut batal.
- 13) Larangan menjual makanan hingga dua kali ditakar. Hal ini menunjukkan kurang saling percaya antara penjual dan pembeli. Jumhur ulama berpendapat bahwa seseorang yang membeli sesuatu dengan takaran dan telah diterimanya, kemudian ia jual kembali, maka ia tidak boleh menyerahkan kepada pembeli kedua dengan takaran yang pertama sehingga ia harus menakarnya lagi untuk pembeli yang kedua itu. Rasulullah saw melarang jual beli makanan yang dua kali ditakar, dengan takaran penjual dan takaran pembeli (Riwayat Ibnu Majah dan Daruquthni). Ada beberapa macam jual beli yang dilarang agama, tetapi sah hukumnya¹²²

¹²²Lihat Syaikh al-Allamah Muhammad bin Abdurrahman al-Dimasyqy, *op. cit.*, h. 219.

f. *Jual-beli Salam dan Istishna*

Jual-beli Salam adalah jual-beli barang secara tangguh dengan harga yang dibayarkan di muka, atau dengan bahasa lain "jual-beli di mana harga barang dibayar lebih dahulu, sedangkan barang dengan kriteria tertentu akan diserahkan pada waktu tertentu.¹²³

Beberapa definisi salam yang berkembang dikalangan fuqaha antara lain: Definisi fuqaha Syafi'iyah dan Hanabilah:

هو عقد على موصوف بذمة مؤءخل بثمان مقبوض
بمجلس¹²⁴

Artinya:

Salam adalah akad atas suatu barang dengan kriteria tertentu sebagai tanggungan tertunda dengan harga yang dibayarkan dalam majlis akad.

Definisi fuqaha Malikiyah:

¹²⁵ انه بيع يتقدم فيه رأس المال ويتاخر الثمن لاجل

Artinya:

Salam adalah jual-beli dengan modal pokok yang dibayarkan lebih dahulu sedang barangnya diakhirkan atau ditunda penyerahannya sampai batas waktu tertentu.

¹²³Wahbah al-Zuhaili, *op. cit.*, h.597

¹²⁴Wahbah al-Zuhaili, *ibid.*, h.598

¹²⁵Wahbah al-Zuhaili, *ibid.*, h. 599

Sedangkan *al-Istisna* adalah akad dengan pihak pengrajin atau pekerja untuk mengerjakan suatu produk barang (pesanan) tertentu di mana materi dan biaya produksi menjadi tanggung jawab pihak pengrajin. Jika materinya berasal dari pihak pemesan berlaku sebagai akad *ijrah*.

Akad *istishna*, masing-masing pihak mempunyai *hak khiyar*, *hak khiyar* pihak pengrajin berakhir ketika ia mendapatkan produk kepada pihak pemesan. Sedang pihak pemesan mempunyai *khiyar ru'yat*, yang demikian ini merupakan pandangan fuqaha Hanafiyah.

Pada prinsip akad *istishna* menyerupai akad *salam* di mana keduanya tergolong *bay al-ma'dum* (yakni jual-beli barang yang belum wujud). Namun antara keduanya terdapat beberapa perbedaan sebagai berikut:

- 1) Obyek *salam* bersifat *al-dain* (tanggungan), sedangkan obyek *istishna* bersifat *al-ain* (benda).
- 2) Dalam akad *salam* dibatasi dengan tempo waktu yang pasti.
- 3) Akad *salam* bersifat mengikat kedua belah pihak, sedang akad *istishna* tidak bersifat mengikat kedua belah pihak.
- 4) Harga pokok dalam akad *salam* harus dibayarkan secara kontan dalam majlis akad. tidak berlaku dalam akad *istishna*. Sedang menurut jumhur, harga kedua akad tersebut harus dibayar tunai ketika akad berlangsung.¹²⁶

¹²⁶ Wahbah al-Zuhaili, *ibid*

Landasan *Syar'iy* akad *salam* adalah ketentuan Qs al-Baqarah (2): 282, tentang utang-piutang.

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ¹²⁷

Terjemahnya:

Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar.

Kaitan ayat tersebut di atas sebagai landasan *Syar'iy* akad *salam* dinyatakan secara tegas oleh Ibn Abbas ra. Sebagaimana berikut.

أخبرنا أبو بكر محمد بن أحمد بن بالويه ، ثنا أبو مسلم ، ثنا إبراهيم بن بشار ، ثنا سفيان ، عن أيوب ، عن قتادة ، عن أبي حسان ، قال : قال ابن عباس رضي الله عنهما : « أشهد أن السلف المضمون إلى أجل مسمى قد أحله الله في الكتاب وأذن فيه ، قال

¹²⁷Qs al-Baqarah (2): 282

الله عز وجل (يا أيها الذين آمنوا إذا تداينتم بدين إلى أجل مسمى فاكتبوه) الآية » « هذا حديث صحيح على شرط الشيخين ولم يخرجاه » (رواه الحاكم)¹²⁸

Artinya:

Telah memberitakan kepada kami Abu Bakar Muhammad bin Ahmad bin Balwiyah, telah meriwayatkan kepada kami Abu Muslim, telah meriwayatkan kepada kami Ibrahim bin Basyar, telah meriwayatkan kepada kami Sufyan, dari Ayub, dari Qatadah, dari Abu Hasan berkata, telah berkata Ibn Abbas ra.: Saya bersaksi bahwa sesungguhnya akad salaf atas barang tanggungan dalam batas waktu tertentu benar-benar dihalalkan dan diizinkan oleh Allah dalam kitab-Nya. Allah swt. berfirman (hai orang-orang yang beriman apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang telah ditentukan hendaklah kamu menuliskannya). (H.R. Al-Hakim, *Shahih* menurut Syarat Syaikhani).

Adapun keterangan al-Sunnah mengenai hal ini adalah sebagai berikut:

حَدَّثَنَا يَحْيَى بْنُ يَحْيَى وَعَمْرُو النَّاقِدُ وَاللَّفْظُ لِيَحْيَى
قَالَ عَمْرُو حَدَّثَنَا وَقَالَ يَحْيَى أَخْبَرَنَا سُفْيَانُ بْنُ عُيَيْنَةَ

¹²⁸ Al-Hakim al-Naisaburi, *Mustadrak Hakim*, hadis no. 3086, Jilid VI, h. 258.

عَنْ ابْنِ أَبِي نَجِيحٍ عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ كَثِيرٍ عَنْ أَبِي
 الْمِنْهَالِ عَنْ ابْنِ عَبَّاسٍ قَالَ قَدِمَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ
 عَلَيْهِ وَسَلَّمَ الْمَدِينَةَ وَهُمْ يُسْلِفُونَ فِي الثَّمَارِ السَّنَةَ
 وَالسَّنَتَيْنِ فَقَالَ مَنْ أَسْلَفَ فِي تَمْرٍ فَلْيُسْلِفْ فِي كَيْلٍ
 مَعْلُومٍ وَوَزْنٍ مَعْلُومٍ إِلَى أَجَلٍ مَعْلُومٍ (رواه مسلم)¹²⁹

Artinya:

Telah meriwayatkan kepada kami Yahya bin Yahya dan 'Amr al-Naqid, dan lafat ini dari Yahya, 'Amr berkata telah meriwayatkan kepada kami, sedangkan Yahya berkata telah memberitakan kepada kami, Sufyan bin 'Uyaynah dari Ibn Abi Najih dari 'Abdullah bin Kashir dari Abi al-Minhag dari Ibn 'Abbas berkata: Sesungguhnya Nabi saw. datang ke kota Madinah, ketika itu penduduk Madinah meminjamkan buah-buahan selama satu tahun atau dua tahun, kemudian beliau bersabda: "Barangsiapa meminjamkan buah kurma hendaklah menjaminkan dengan takaran atau timbangan tertentu dan dalam batas waktu tertentu". (H.R. Muslim).

Menurut Ibn Mundzir seluruh ulama sepakat (*ijma'*) bahwa akad *al-salaf* (*al-salam*) adalah boleh dan kebanyakan manusia berhajat (berkepentingan) terhadap

¹²⁹ Shahih Muslim, *kitab al-musaqah*, hadis no. 3010.

akad ini, demikian juga mereka sepakat atas kebolehan akad *istishna* meskipun tanpaknya bertentangan dengan larangan Nabi perihal *bay al-ma'dum* (yakni jual-beli barang yang tidak ada) dan mengandung unsur spekulasi. Dalam Mazhab Hanafiah kebolehan *istishna* didasarkan pada prinsip *istihsan*, sedang jumhur mengkiyaskannya kepada *al-Salam*.

Adapun Syarat akad *salam* dan *istishna*, para imam dan tokoh-tokoh mazhab sepakat terhadap enam persyaratan akad *salam* berikut ini:

1. Barang yang dipesan harus dinyatakan secara jelas jenisnya,
2. Jelas sifat-sifatnya.
3. Jelas ukurannya.
4. Jelas batas waktunya.
5. Jelas harganya.
6. Tempat penyerahannya juga harus dinyatakan secara jelas.¹³⁰

g. *Unsur Garar yang Masuk dalam Jual-Beli.*

Secara etimologi kata *al-Garar* (الغرار) berarti bahaya (الخطر) atau tipuan (الخداع). Pada asalnya pemakaian kata *al-garar* adalah; apa-apa yang secara Zhohirnya baik akan tetapi hakikat di dalamnya dibenci. *Al-Garar* juga bermakna “menjerumuskan” diri sendiri atau harta ke dalam kehancuran tanpa di sadari”.¹³¹

Al-Garar juga bermakna penipuan yang diduga jika terjadi tidak akan disukai, sehingga masuk dalam kategori memakan harta orang lain dengan cara batil.

¹³⁰ Al-Imam al-Qadi Abu al-Walid Muhammad bin Ahmad bin Muhammad Ahmad bin Rasyid al-Qurtubi, *Bidayatu al-Mujtahid fi Nihayati al-Muktasadi* Juz II (t. Cet; Beirut: Dar Alfikr, 1990), h. 154

¹³¹ Abdul Aziz Muhammad 'Azam, *Fiqh al-Muamalah* (t. Cet; Kairo: Maktabah al-Risalah, 1998), h. 49.

Kalimat *al-Garar* dalam fiqh mencakup, pengkhianatan (الغش), penipuan (الخداع), ketidakjelasan dalam obyek transaksi (الجهالة), dan ketidakmampaun menyerahkan barang setelah transaksi.¹³²

Dalam terminology hukum Islam para Ulama berbeda-beda dalam mendefinisikan makna istilah dari kata *al-Garar* di antaranya adalah:

- 1) *Garar* dikategorikan dan dibatasi terhadap sesuatu yang tidak diketahui antara tercapai dan tidaknya suatu tujuan, dan tidak termasuk di dalamnya hal yang *majhul* (tidak diketahui). Sebagai contoh definisi yang diberikan oleh Ibn Abidin yaitu: “*Garar* adalah keraguan atas wujud fisik dari obyek transaksi.”¹³³
- 2) *Garar* dibatasi dengan sesuatu yang *majhul* (tidak diketahui), dan tidak masuk ke dalamnya unsur keraguan dalam pencapaiannya. Contoh dari definisi adalah definisi Ibn Hazm “*unsur garar* dalam transaksi jual-beli adalah sesuatu yang tidak diketahui oleh pembeli apa yang ia beli dan penjual yang dia jual.
- 3) Kombinasi antar dua pendapat tersebut di atas, yaitu *garar* meliputi yang tidak diketahui pencapaiannya dan juga sesuatu yang *majhul*. Contoh dari definisi ini adalah yang dipaparkan oleh Imam Sarkhasi: “*garar* adalah sesuatu yang akibatnya tidak dapat diperidiksi”. Terminologi ketiga inilah yang paling kuat dan dirajihkan oleh sebagian besar ulama, definisi ini

¹³² *Ibid*

¹³³ Al-Asnawy, *Nihaya al-SUI* (Cet. IV; Beirut: Dar Al-Fikr, 1999), h. 2

merangkum semua jenis yang terjadi dalam jual-beli.¹³⁴

Adapun klasifikasi *garar* yang terjadi dalam jual-beli dapat dibagi dua yaitu:

1. *Garar* dalam *sigat* akad (kalimat transaksi), yaitu kalimat transaksi dilakukan atas sebuah sifat dan karakter tertentu yang menyebabkan adanya unsur *garar* sebagai contoh scandainya seseorang berkata kepada pihak lain: “ saya jual rumah saya kepada anda dengan harga sekian apabila si fulan menjual rumahnya kepada saya”, kemudian orang tersebut menjawab, saya terima! Sesungguhnya jual-beli semacam ini termasuk *garar* karena akibat atau efek dari transaksi tersebut tidak dapat diketahui, hanya saja *garar* di sini tidak terjadi dalam obyek transaksi melainkan ada dalam kalimat transaksi itu sendiri, masing-masing pihak baik penjual maupun pembeli tidak mengetahui apakah transaksi tersebut dapat berlangsung secara sempurna atau tidak (tergantung dengan si fulan).¹³⁵

Jual-beli seperti ini meliputi dua kesepakatan dalam satu transaksi (*بيعتان في بيعة*), jual-beli dengan hilangnya uang muka (*بيع عربون*), jual-beli bergantung (*بيع معلق*),¹³⁶ jual-beli *al-Mudaf*,¹³⁷ dan jual-beli jahiliah (dengan batu, sentuhan dan lemparan). Namun demikian penulis cenderung tidak menjelaskan panjang lebar tentang kategori *garar* ini, karena tidak

¹³⁴Wahbah Zuhaili, *op. cit.*, h. 3409.

¹³⁵ Abdul Aziz Muhammad Azam, *op. cit.*, h. 50.

¹³⁶ Al-Muaffak al-Din Abi Muhammad Abdullah bin Ahmad bin Qudama al-Maqdisi al-Jammali al-Dimasqi al-Saleh al-Hambali, *Al-Mugni* Juz VI (t. Cet; Beirut: Dar 'Alimu al-Kutub, 1999), h. 232.

¹³⁷ Imam Qarafi, *al-Furuq* (t. Cet; Kairo: Dar al-Hadis, 1980), h. 45.

berkaitan langsung dengan objek penelitian *e-commerce*, jual-beli melalui internet baik pembeli/customer dan penjual/merchant harus memenuhi syarat dan tahapan-tahapan tertentu hingga transaksi bisa terlaksana dengan sempurna. Syarat dan tahapan-tahapan ini justru menjauhkan penjual dan pembeli dari unsur *garar* yang terjadi dalam sigat akad.

2. *Garar* dalam obyek transaksi, yang dimaksud dengan obyek transaksi adalah sesuatu yang dengannya suatu transaksi dapat berlangsung serta utuhnya aspek hukum yang menyertainya, dan ia adalah kemutlakan dari dua pertukaran dalam jual-beli. Dalam akad jual-beli biasa disebut komoditi atau barang dan uang.¹³⁸

Unsur *garar* yang terkandung dalam kedua obyek transaksi tersebut tidak pernah lepas dari beberapa permasalahan sebagai berikut:

- a. Ketidakjelasan jenis obyek transaksi.
- b. Ketidakjelasan dalam sifat dan karakter obyek transaksi.
- c. Ketidakjelasan dalam macam obyek transaksi.
- d. Ketidakmampuan dalam penyerahan obyek transaksi.
- e. Obyek transaksi yang spekulatif keberadaannya.
- f. Tidak ada pilihan pasca melihat obyek transaksi.¹³⁹

¹³⁸Imam Dardiri, *al-Syarah al-Kabir*, Juz III (Cet. IV; Beirut: Dar al-Fikr, 1999), h. 10

¹³⁹Wahbah Zuhaili, *op. cit.*, h. 3449. Lihat juga Ibnu Abidin, *Hasyiyah ibn Abidin*, Juz IV (Cet. II; Kairo: Dar al-Hadis, 1997), h. 87

I. Sejarah Perkembangan Bisnis E-commerce Melalui Internet

1. Sejarah Internet dan E-commerce

a. Sejarah Singkat Internet

Sejarah penemuan teknologi internet bermula dari negara Amerika Serikat. Sejarah internet ini mengalami perkembangan dan membutuhkan waktu cukup panjang. Deskripsi pertama yang terekam secara tertulis mengenai interaksi sosial yang mungkin terjadi melalui sebuah jaringan adalah sebuah buku berjudul *Series of Memos* yang ditulis oleh J.C.R Licklider dari MIT Agustus 1962 mengulas mengenai konsepnya Galatik Network. Dia memimpikan sebuah jaringan global yang terkoneksi dengan menggunakan komputer, sehingga memungkinkan setiap orang dengan mudah mengakses data dan program dari sebuah *website*. Saat ini sangat mirip dengan fungsi internet sekarang.

Licklider adalah direktur pertama dari komputer *research* program DARPA yang dibuka pertama kali pada bulan Oktober 1962. Selama bergabung dengan DARPA Licklider membuktikan kesuksesannya di DARPA bersama dengan Ivan Sutherland, Bob Tyler, dan peneliti MIT Lawrence G, Robert. Mereka melakukan penelitian mengenai pentingnya konsep jaringan ini.¹⁴⁰

Leonard Kleinrock dari MIT menerbitkan tulisan pertamanya tentang teori packet switching pada Juli 1961 dan buku pertamanya dengan subjek yang sama 1964. Kleinrock berusaha meyakinkan Robert secara teoritikal mengenai kemungkinan komunikasi

¹⁴⁰ Guno W Putro, *Awal Sejarah Internet di Indonesia*, Karya Tulis, 8 Februari 2011. <http://artikel.total.or.id/artikel.php?id=11288> judul = Awal Sejarah (8 Februari 2011).

menggunakan Packet dibanding menggunakan circuit, di mana hal ini nantinya menjadi pijakan utama dalam pengembangan jaringan komputer. Langkah kunci lainnya adalah membuat komputer ini dapat berkomunikasi antara satu dengan yang lainnya. Untuk mengeskplorasi ini, tahun 1965 bekerjasama dengan Thomas Merrill, Robert berusaha mengkoneksikan TX-2 Komputer di Mass dengan Q-32 di California dengan menggunakan *low speed dial-up telephon line*, yang telah menciptakan *wide area computer network* yang pertama.

Hasil eksperimen pada saat itu adalah realisasi bahwa *time shared computer* dapat bekerja dengan baik secara bersama-sama, menjalankan program, dan menerima data pada *remote mechine*, tetapi penggunaan *switching* dengan sistem telepon tidak mampu untuk menjalankan tugas ini secara maksimal.

Bulan Agustus 1968, setelah Robert dan DARPA mendapatkan sponsor, komunitas ini telah menyaring dan memperbaiki keseluruhan struktur dan spesifikasi ARPANET, dan RPQ diperkenalkan oleh DARPA untuk pembuatan salah satu komponen kunci *packet switches* yang disebut *Interface Message Processor (IMP,s)*. RPQ ini dimenangkan oleh sebuah grup yang diketuai oleh frank Heart di bolt beranek and newman (BBN). BBN tim ini telah mengerjakan IMP,s dengan bob Khan sebagai pemain utamanya di keseluruhan wilayah desain arsitektur ARPANET, tipologi jaringan dan ekonomi ditangani oleh roberts bekerjasama dengan howard frank dan tim kerjanya di *network Analysis corporation*, dan *network measurement*, sistemnya ditangani oleh tim Klienrock dan fokusnya pada analisis. Desain dan

pengukuran, *network measurement center*nya di UCLA terpilih menjadi mode pertama ARPANET.¹⁴¹

Dalam perkembangannya upaya-upaya tersebut terus dikembangkan. Pada Oktober 1972, Khan mengorganisir sebuah demonstrasi ARPANET yang cukup besar, dan sukses di *International Computer Communication conference* (ICCC). Ini adalah tampilan demo publik pertama dari teknologi baru kepada publik, Begitu juga di tahun 1972, aplikasi terpanas *electronic mail* diperkenalkan. Pada bulan Maret Ray Tomlinson dari BBN membuat *software* dasar untuk penulisan, pengiriman dan pembaca pesan email, termotivasi dari kebutuhan pengembangan ARPANET atas mekanisme sederhana, cepat dan terkoordinasi antara mereka.

Bulan Juli Roberts memperluas kemampuan *software* ini dengan menciptakan program *e-mail* pertama yang dapat dipakai untuk mendaftar, menyeleksi, membuat *file*, *forward* dan respon atas pesan *e-mail*. Sejak inilah internet terus berkembang seiring dengan penemuan-penemuan aplikasi barunya.

b. Internet dan Perkembangannya

Tak ada seorang pun yang pernah membayangkan sebelumnya bahkan perintisnya sendiri, bahwa internet akan mengalami perkembangan yang sedemikian pesat seperti yang terwujud sekarang ini. Ia lahir dari ARPANET, yang merupakan jaringan komputer milik Departemen Pertahanan Amerika Serikat yang ditujukan untuk mempermudah pertukaran

¹⁴¹ Tskauo Tripod, *Sejarah Internet, Pengertian Internet dan Manfaat Internet*, Artikel online, 17 Maret 2011. <http://www.sejarahinternet.com> (8 April 2011).

informasi di antara para pengkaji pertahanan (*defence researchers*).¹⁴²

Boleh dikatakan bahwa internet baru mulai populer sekitar lima- enam tahun belakangan ini. Sebelumnya, para pemakai hanya terbatas pada para peneliti, pegawai pemerintah, dosen dan mahasiswa. Kini anak-anak kecil tahu tentang internet. Menyadari semakin perlunya internet dalam bidang pendidikan, di era pemerintahan Presiden Bill Clinton, pemerintah AS menghadiahkan hubungan internet kepada 2.000-an sekolah menengah di California. Dalam tahun-tahun berikutnya seluruh penduduk AS diharapkan telah memiliki paling tidak fasilitas surat elektronik (kata Bill Clinton pada saat itu). Telah menjadi kebijakan pemerintah AS untuk membuat internet terjangkau oleh setiap penduduknya. Upaya pemberantasan buta huruf adalah perjuangan masa lampau, sedangkan kebutaan terhadap internet menjadi tantangan baru.¹⁴³

Internet saat ini telah menghubungkan jaringan komputer lebih dari ratusan Juta jumlahnya (*network of networks*), yang menjangkau sekitar seratus negara di dunia ini. Dalam setiap tiga puluh detik (waktu rata-rata) muncul satu jaringan tambahan lagi. Ratusan halaman informasi (*web pages*) yang baru tersajikan setiap menitnya dari 50 juta halaman.

Beberapa analis memperkirakan, apabila TV-Net (pesawat televisi dengan kemampuan menjelajah informasi di internet) telah diproduksi serta dipasarkan

¹⁴² Salim, *Pengertian Internet*, Artikel online, 28 Mei 2011. <http://id.shvoong.com> (8 juni 2011).

¹⁴³ Fachrul Admin, *Internet; Pengertian, Sejarah dan Fasilitasnya*, Artikel online, 7 Agustus 2011. <http://id.shvoong.com> (20 Agustus 2011).

(dalam waktu dekat ini), internet menjadi salah satu kebutuhan pokok dalam setiap rumah tangga, Inovasi ini membuat orang-orang yang sama sekali tidak mempunyai pengetahuan tentang komputer pun dapat memanfaatkan kecanggihan teknologi, *informasi superhighway* bagi kehidupan mereka sehari-hari, misalnya untuk berbelanja jarak jauh (tanpa perlu beranjak dari rumah), menyaksikan *live concert*, mengikuti seminar internasional, melacak informasi dan sebagainya.

Sedikit berbeda dengan negara-negara maju seperti Amerika Serikat, internet boleh dianggap masih merupakan barang baru bagi orang-orang di kawasan Asia Tenggara.

Hal ini menimbulkan beragam pergeseran dan perubahan dalam sistem berbagai hal, seperti yang akan dibahas ini adalah sistem pembayaran di internet. Sistem dengan basis elektronik seperti yang ada saat ini ternyata cukup berbeda dengan sistem pembayaran di internet, hal yang sangat signifikan menimbulkan perubahan adalah sistem otorisasi dan perlindungan secara hukum pada setiap pelaku pembayaran secara *online*, baik pemilik situs maupun si pembeli yang melakukan pembayaran di internet.

Khususnya di Indonesia, perlakuan sistem pembayaran ini masih belum diperhatikan oleh pemerintah yang akan melindungi para pelaku di internet secara hukum maupun organisasi IAI internet. Hal ini mengingatkan bahwa dengan jaringan *online* sedunia, membawa kehidupan baru dan kehidupan nyata ke sebuah komputer. Sangat menakjubkan, bagaimana sistem ini akan berjalan, dan bagaimana

hukumnya agar menjadi suatu akselerasi syarat bagi suatu sistem yang terjadi pada suatu wilayah.

2. Sejarah Singkat E-commerce

Penerapan *e-commerce* bermula di awal tahun 1970-an, dengan adanya inovasi semacam *electronic fund transfer* (EFT). Saat itu tingkat aplikasinya masih terbatas pada perusahaan-perusahaan besar, lembaga keuangan, dan segelintir perusahaan kecil yang nekat. Lalu muncullah *Electronic Data Interchange* (EDI), yang berkembang dari transaksi keuangan ke pemrosesan transaksi lain serta memperbesar jumlah perusahaan yang berperan serta, mulai lembaga-lembaga keuangan hingga perusahaan manufaktur, ritel, layanan dan sebagainya. Aplikasi-aplikasi lain kemudian menyusul, yang memiliki jangkauan dari perdagangan saham hingga sistem reservasi perjalanan. Pada saat itu sistem tersebut disebut sebagai *aplikasi telekomunikasi* yang nilai strategisnya sudah dikenal secara umum. Dengan adanya komersialisasi internet diawal tahun 1990-an, serta pesatnya pertumbuhan yang mencapai hingga jutaan pelanggan potensial, maka muncullah istilah *electronic commerce* (*e-commerce*), yang aplikasinya segera berkembang pesat. Pusat riset *e-commerce* di Universitas Texas yang mempelajari 2000 perusahaan internet, sektor yang tumbuh paling cepat adalah *e-commerce*, yang naik sampai 72% dari \$99,8 milyar menjadi \$171,5 milyar. Pada tahun 2002, di atas satu triliun dolar pendapatan dihasilkan dari internet.¹⁴⁴

¹⁴⁴Hendra W Saputro, *Pengertian E-commerce dan Sejarah Perkembangan E-commerce*, artikel online, 06 Februari 2008. [http://www.baliorange.web.id/pengertian e-commerce](http://www.baliorange.web.id/pengertian-e-commerce) (8 Mei 2011).

Satu alasan bagi pesatnya perkembangan teknologi tersebut adalah adanya perkembangan jaringan, *protocol*, perangkat lunak, dan spesifikasi. Alasan lain adalah meningkatnya persaingan dan berbagai tekanan bisnis lainnya.

Dari tahun 1995 hingga 1999 berbagai aplikasi inovatif, mulai iklan hingga ke pelelangan dan pengalaman realitas maya. Hampir tiap organisasi menengah dan besar di AS telah memiliki situs *web* sendiri. Ada yang sangat besar; misalnya, Tahun 1998, General Motors Corporation (www.gm.com) menawarkan 18.000 halaman informasi yang mencakup 98.000 *link* ke berbagai produk, layanan dan dealer-dealernya.

3. Definisi E- Commerce

E- Commerce (EC) merupakan konsep baru yang biasa digambarkan sebagai proses jual beli barang atau jasa pada *World Wide Web Internet* atau proses jual beli atau pertukaran produk, jasa dan informasi termasuk Internet, Kalakota dan Whinston mendefinisikan *e-commerce* dari beberapa perspektif berikut:¹⁴⁵

- 1) Dari perspektif komunikasi, *e-commerce* merupakan pengiriman informasi, produk, layanan, atau pembayaran melalui lini telepon, jaringan komputer atau sarana elektronik lainnya.
- 2) Dari perspektif proses bisnis, *e-commerce* merupakan aplikasi teknologi menuju otomatisasi transaksi dan aliran kerja perusahaan.

¹⁴⁵Okky Arif Wicaksono, *E-commerce*, Artikel Online, 13 Juli 2011. <http://wartawarga.gunadarma.ac.id/2011/w/e-commerce> (8 Agustus 2011).

- 3) Dari perspektif layanan, *e-commerce* merupakan satu alat yang memenuhi keinginan perusahaan, konsumen, dan manajemen dalam memangkas *Service Cost* ketika meningkatkan mutu barang dan kecepatan layanan.
- 4) Dari perspektif *online*, *e-commerce* berkaitan dengan kapasitas jual beli produk dan informasi di internet dan jasa *online* lainnya.

Sejumlah orang memandang istilah *commerce* (perdagangan) sebagai transaksi yang dilakukan antara perusahaan yang berpartner. Karena itu istilah *e-commerce* berkesan sempit bagi sejumlah orang. Banyak yang lebih suka menggunakan istilah *e-business*, yang mengacu pada definisi *e-commerce* secara lebih luas, tidak sekedar menjual dan membeli, namun juga berarti melayani pelanggan dan berkolaborasi dengan partner bisnis, serta pelaksanaan transaksi elektronik dalam suatu organisasi. Menurut Lou Gerstner, CEO di IBM, "*E-business* merupakan semua hal yang menyangkut masa siklus (*cycle time*), kecepatan, globalisasi, produktivitas tinggi, penjangkauan pelanggan baru, serta antar perusahaan lintas lembaga untuk mencapai keunggulan kompetitif."

Penggunaan istilah *e-commerce*¹⁴⁶ dalam lingkungannya yang paling luas, yang secara mendasar memiliki kesamaan dengan *e-business*, *e-commerce* bisa beragam bentuknya tergantung pada tingkat digitalisasi produk (layanan) yang dijual, prosesnya, serta agen-agen pengiriman (atau perantara). Choi membuat suatu model yang menjelaskan kemungkinan konfigurasi

¹⁴⁶Onti Pug, *Perjanjian Jual-Beli melalui Internet*, e-mail online. <http://www.lowskripsi.com/index.php?> (8 Desember 2009).

ketiga dimensi ini. Baik produk, agen, maupun prosesnya bisa bentuk fisik maupun digital. Ini akan membentuk delapan kubus, masing-masing berdimensi tiga. Dalam perdagangan tradisional, semua dimensi berbentuk fisik dan di dalam perdagangan yang betul-betul merupakan *e-commerce* (*e-commerce murni*), semuanya dalam bentuk digital (kubus kanan atas). Kubus-kubus lain memiliki unsur pencampuran antara dimensi digital dan fisik. Kalau setidaknya ada satu dimensi digital, Situasi itu disebut sebagai *e-commerce* (tetap bukan yang murni). Misalnya, membeli buku dari Amazon.com bukanlah murni *e-commerce*, sebab buku tersebut nantinya dikirim oleh FedEx. Akan tetapi membeli *software* dari Egghead merupakan *e-commerce* murni, sebab baik pengiriman, pembayaran maupun perantara perdagangan semuanya digital. *e-commerce* menggunakan sejumlah teknologi yang beragam, mulai EDI hingga *e-mail*. Misalnya, membeli makanan dari *vending machine* (mesin penjaja otomatis) dengan menggunakan *smart card* bisa juga dianggap sebagai *e-commerce*.

Definisi *e-commerce* sendiri sangat beragam, bergantung pada perspektif atau kacamata yang memanfaatkannya. *Association for Electronic Commerce* secara sederhana mendefinisikan *e-commerce* sebagai mekanisme bisnis secara elektronik. *Commerce Net* sebuah konsorsium industri, memberikan definisi yang lebih lengkap, yaitu penggunaan jejaring komputer (komputer yang saling terhubung) sebagai sarana penciptaan relasi bisnis. Tidak puas dengan definisi tersebut, *Commerce net* menambahkan bahwa di dalam *e-commerce* terjadi proses pembelian dan penjualan jasa atau produk antara dua pihak di dalam satu perusahaan

dengan menggunakan intranet. Sementara Amir Hartman dalam bukunya *Net-Ready* 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 buah institusi (B-to-B) maupun antara institusi dan konsumen langsung (B-to-C). Beberapa kalangan akademisi pun 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.¹⁴⁷

Terlepas dari berbagai jenis 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;
- 2) Adanya pertukaran barang, jasa, atau informasi, dan
- 3) Internet merupakan medium utama dalam proses atau mekanisme perdagangan tersebut.

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

¹⁴⁷YounGau, *Pengertian Ecommerce*, giftblogonline.<http://dirgta84.blog.perhanas.ac.id/2009/06/18/pengertian-e-commerce> (8 Desember 2009).

Semakin meningkatnya komunitas bisnis yang mempergunakan internet dalam melakukan aktivitas sehari-hari, secara tidak langsung menciptakan sebuah domain dunia baru yang kerap diistilahkan sebagai *cyberspace* atau dunia maya. Berbeda dengan dunia nyata (*real world*), *cyberspace* memiliki karakteristik yang unik. Karakteristik unit tersebut memperlihatkan bahwa seorang manusia dapat dengan mudah berinteraksi dengan siapa saja di dunia ini sejauh yang bersangkutan terhubung ke internet. Hilangnya batasan dunia yang memungkinkan seseorang berkomunikasi dengan orang lain secara efisien dan efektif ini secara langsung mengubah cara perusahaan dalam melakukan bisnis dengan perusahaan lain atau konsumen.

Peter Fingar mengungkapkan bahwa pada prinsipnya *e-commerce* menyediakan infrastruktur bagi perusahaan untuk melakukan ekspansi proses bisnis internal menuju lingkungan eksternal tanpa harus menghadapi rintangan waktu dan ruang (*time and space*) yang selama ini menjadi isu utama. Peluang untuk membangun jejaring dengan berbagai institusi lain harus dimanfaatkan karena dewasa ini persaingan sesungguhnya terletak pada bagaimana sebuah perusahaan dapat memanfaatkan *e-commerce* untuk meningkatkan kinerja dalam bisnis inti yang digelutinya.

Jika dilihat secara saksama, pada dasarnya ada empat jenis relasi dalam dunia bisnis yang biasa dijalin oleh sebuah perusahaan, yaitu:

- 1) Relasi dengan pemasok (*Supplier*)
- 2) Relasi dengan distributor;
- 3) Relasi dengan rekanan (*Partner*) dan
- 4) Relasi dengan konsumen (*Kustomer*)

Berdasarkan bisnis intinya, masing-masing perusahaan memiliki urutan proses utamanya sendiri-sendiri (*core process*). Pada berbagai titik subproses, terjadi interaksi antara perusahaan dan salah satu entitas relasi di atas, jika dahulu kebanyakan relasi hanya dapat terjalin secara *one-to-one relationship* karena alasan efisiensi, dengan adanya *e-commerce*, hubungan antar perusahaan dengan entitas eksternal lainnya dapat dilakukan secara *many-to-many relationship* dengan lebih cepat, lebih baik, dan lebih murah.¹⁴⁸

4 Manfaat E-Commerce

Dalam sejarah peradaban manusia, hanya sedikit inovasi yang memiliki banyak keuntungan potensial sebagaimana *e-commerce*. Sifat global teknologi tersebut, biaya rendah, peluang menjangkau ratusan juta orang (diproyeksikan dalam 10 Tahun), sifat interaktif, keragaman kemungkinan, dan berbagai kemungkinan serta perkembangan pesat infrastruktur pendukungnya (khususnya web) telah menghasilkan banyak keuntungan potensial bagi organisasi, perorangan, dan masyarakat. Ini hanya beberapa manfaat yang bisa disebutkan, dan akan meningkat secara signifikan seiring kian berkembang *e-commerce*.¹⁴⁹ Maka tidaklah mengejutkan kalau ada yang berpendapat bahwa revolusi *e-commerce* “sama besarnya dengan perubahan yang dibawa oleh revolusi industri” .

Manfaat yang bisa diperoleh organisasi diantaranya :

¹⁴⁸ Arifin, *Content Management Sistem (CMS); product & service elektronik commerce situs remisi myido*. <http://www.myido.co.id/productservice/20/index.html>. (11 juli 2011).

¹⁴⁹ M. Suyanto, *Strategi Periklanan pada E-Commerce Perusahaan Top Dunia*, Edisi I (Cet.IX; Yogyakarta: Andi Offset, 2003), h. 49-50.

- 1) *E-Commerce* memperluas *market place* hingga ke pasar nasional dan internasional. Dengan *capital outlay* yang minim, sebuah perusahaan dapat secara mudah menemukan lebih banyak pelanggan, supplier yang lebih baik, dan partner bisnis yang paling cocok dari seluruh dunia. Misalnya, tahun 1997. Boeng Corporation menyatakan bisa melakukan penghematan sebesar 20 % setelah memasang pemberitahuan di internet yang berisi pembukaan pengajuan proposal untuk membuat suatu sub-sistem. Sebuah Vender kecil di Hungaria mengajukan proposal dan memenangkan tawar-menawar yang dilangsungkan secara elektronik. Akhirnya tidak hanya lebih cepat, sub sistem itupun dikirim dengan cepat.¹⁵⁰
- 2) *E-Commerce* menurunkan biaya pembuatan, pemrosesan, pendistribusian, penyimpanan dan pencarian informasi yang menggunakan kertas. Misalnya, dengan menggunakan sistem *procurement* elektronik, Perusahaan dapat memangkas biaya administratif bagi *purchasing* sebesar 85%. Contoh lain adalah *benefit payment*. Bagi pemerintah federal AS biaya untuk mengeluarkan selebar cek kertas adalah 43 cent. Biaya pembayaran elektronik adalah 2 cent (lebih murah 95%). Penghematan ini menjadi lebih dari 100 juta dolar per Tahun. Karena itu pada Tahun 2000 pemerintah federal telah beralih sepenuhnya ke pembayaran *benefit elektronik*, dengan mentransfer uang ke rekening bank atau *smart card*.
- 3) *E-commerce* memungkinkan pengurangan *inventory* dan *overhead* dengan menyederhanakan *supply chain*

¹⁵⁰M. Suyanto, *ibid.*, h. 50.

management tipe "pull". Dalam supply chain management tipe pull, proses dimulai dari pesanan pelanggan serta digunakan manufacturing just-in-time.

- 4) Pemrosesan *pull-type* memungkinkan *customization* produk dan layanan yang sebetulnya mahal menjadi lebih memiliki keunggulan komparatif bagi yang menerapkan. Satu contoh klasik adalah Dell Computers Corp, yang nanti juga akan di bahas kasusnya.
- 5) *E-Commerce* mengurangi waktu antara *outlay* modal dan penerimaan produk dan jasa.
- 6) *E-Commerce* Mendukung upaya-upaya *business process reengineering*. Dengan mengubah prosesnya, maka produktivitas *sales people*, pegawai yang berpengetahuan dan administrator bisa meningkat 100 % atau lebih.¹⁵¹
- 7) *E-Commerce* memperkecil biaya telekomunikasi-internet lebih murah dibanding VAN.
- 8) Keuntungan lain meliputi, layanan konsumen dan cinta perusahaan menjadi lebih baik, menemukan partner bisnis yang baru, proses menjadi sederhana, waktu bisa dipadatkan, produktivitas meningkat, kertas bisa dihindari, akses informasi menjadi cepat, biaya transportasi berkurang, dan fleksibilitas bertambah.

Manfaat *E-Commerce* bagi konsumen diantaranya:

- 1) *E-Commerce* memungkinkan pelanggan untuk berbelanja atau melakukan transaksi lain selama 24 jam sehari sepanjang tahun dari hampir setiap lokasi

¹⁵¹M. Suyanto, *ibid.*, 51.

- 2) *E-Commerce* memberikan lebih banyak pilihan kepada pelanggan; mereka bisa memilih berbagai produk dari banyak vendor.
- 3) *E-Commerce* menyediakan produk dan jasa yang tidak mahal kepada pelanggan dengan cara mengunjungi banyak tempat dan melakukan perbandingan secara cepat.
- 4) Dalam beberapa kasus, khususnya pada produk-produk yang *digitized*, *e-commerce* menjadikan pengiriman menjadi sangat cepat.
- 5) Pelanggan bisa menerima informasi yang relevan secara detail dalam hitungan detik, bukan lagi hari atau minggu.
- 6) *E-commerce* memungkinkan partisipasi dalam pelelangan maya (*virtual auction*).
- 7) *E-Commerce* memberikan tempat bagi para pelanggan untuk berinteraksi dengan pelanggan lain di *electronic community* dan bertukar pikiran serta pengalaman.
- 8) *E-Commerce* memudahkan persaingan, yang pada akhirnya akan menghasilkan diskon secara substansial.¹⁵²

Manfaat *E-Commerce* bagi masyarakat di antaranya adalah :

- (a) *E-Commerce* memungkinkan orang untuk bekerja di dalam rumah dan tidak harus keluar rumah untuk berbelanja. Ini berakibat menurunkan arus kepadatan lalu lintas di jalan serta mengurangi polusi udara.

¹⁵²M. Suyanto, *ibid.*, 52. Lihat juga Rahmat, *Meraih Berkah dan Pahala melalui Internet* (Cet. I; Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2009), h. 93

- (b) *E-Commerce* memungkinkan sejumlah barang dagangan dijual dengan harga lebih rendah, sehingga orang yang kurang mampu bisa membeli lebih banyak yang pada gilirannya akan meningkatkan taraf hidup mereka.
- (c) *E-Commerce* memungkinkan orang di negara-negara dunia ketiga dan wilayah pedesaan untuk menikmati aneka produk dan jasa yang akan susah mereka dapatkan tanpa *Electronic Commerce*. Ini juga termasuk peluang untuk belajar berprofesi serta mendapatkan gelar akademik.
- (d) *E-Commerce* memfasilitasi layanan publik, seperti perawatan kesehatan, pendidikan, dan pemerataan layanan sosial yang dilaksanakan pemerintah dengan biaya yang lebih rendah, dan atau dengan kualitas yang lebih baik. Layanan perawatan kesehatan, misalnya, bisa menjangkau pasien di daerah pedesaan.¹⁵³

5. Kerangka *E-Commerce*

Aktivitas bisnis selalu membutuhkan tempat. Maka jelaslah bahwa aplikasi *e-commerce* di bangun di atas infrastruktur teknologi yang ada. Banyak orang mengira *e-commerce* hanya sekedar situs *web*, padahal *e-commerce* sesungguhnya lebih dari itu. Turban menunjukkan bahwa aplikasi *e-commerce* ditopang oleh berbagai infrastruktur sedang implementasinya tidak lepas dari 4 wilayah utama (ditunjukkan sebagai empat pilar penyangga): manusia, kebijakan publik, standar dan

¹⁵³Lihat Riyeke Ustadiyanto, *Framework e-Commerce* (Cet. II; Yogyakarta: Andi Offset, 2003), h. 139.

protokoler teknis, serta organisasi lain. Manajemen *e-commerce* yang akan mengkoordinasi aplikasi, infrastruktur dan pilar-pilarnya.

Aplikasi *e-commerce* meliputi bidang saham, pekerjaan, pelayanan, keuangan, asuransi, mall, pemasaran dan periklanan *online*, pelayanan pelanggan, lelang, travel, *hardware* dan *software PC*, hiburan, buku dan musik, pakaian ritel, dan publikasi *online*.¹⁵⁴

Pilar orang terdiri pembeli, penjual, perantara, jasa, orang, sistem informasi dan manajemen. Pilar kebijakan publik meliputi pajak, hukum dan isu privasi, bebas bicara dan nama domain. Pilar standar teknis mencakup dokumen, keamanan dan *protocol* jaringan dan sistem pembayaran. Sedangkan pilar organisasi adalah partner, pesaing, asosiasi dan pelayanan pemerintah.

Infrastruktur pelayanan bisnis umum terdiri dari keamanan kartu cerdas (otentikasi), pembayaran elektronik, direktori/catalog. Infrastruktur distribusi informasi dan pesan meliputi EDI (*Electronic Data Interchange*), *e-mail*, *hypertext transfer Protocol*. Infrastruktur Publikasi jaringan dan kandungan multimedia mencakup HTML, Java, Flash, WWW, VRML, PHP, ASP dan sebagainya. Infrastruktur jaringan terdiri dari telekom, TV Kabel, Wireless, Internet (VAN (*Vender Area Network*), WAN (*Wireles Area Network*), LAN (*Large Area Network*), Intranet, Ekstranet).¹⁵⁵

Gambar 4.1 bisa dipandang sebagai kerangka untuk memahami hubungan antara komponen dalam *e-commerce* serta untuk melakukan riset di bidang tersebut.

¹⁵⁴ M Suyanto, *op.cit.*, h. 12.

¹⁵⁵ Lihat Madcoms, *Rahasia Sukses Menjual Pruduk Lewat WordPress e-Commerce* (Cet. I; Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2010), h. 6

Aplikasi *e-commerce* meliputi bidang saham, pekerjaan, pelayanan, keuangan, asuransi, mall, pemasaran dan periklanan *on-line*, pelayanan pelanggan, lelang, travel, *hardware* dan *software* PC, hiburan, buku dan musik, pakaian ritel, dan publikasi *online*.¹⁵⁶



Gambar 2.1 : Aplikasi *e-commerce*

6. Aplikasi E-commerce

Aplikasi *e-commerce* meliputi bidang saham, pekerjaan, pelayanan, keuangan, asuransi, mall, pemasaran, dan periklanan *online*, pelayanan pelanggan, lelang, travel *hardware* dan *software person computer*, hiburan, buku dan musik, pakaian, ritel dan publikasi *online*.¹⁵⁷

a. Aplikasi *e-commerce* dalam Bidang Saham.

Pada bidang saham, *e-commerce* dari Smart Money, Forbes, Worth, Barron, dan menurut survei dari

¹⁵⁶ M Suyanto, *op. cit.*, h. 12

¹⁵⁷ M Suyanto, *ibid.*, h. 13.

Gomes pada tahun 2001 yang melaporkan bahwa investor sungguh-sungguh menyukai Charles Schwab, karena menyediakan informasi "account" secara *real-time*, data laba dan rugi secara otomatis, dan menyediakan data riset secara fungsional dan mendetail. Charles Schwab juga merupakan broker *online* yang terbaik dalam jual-beli saham pada tahun 2002 menurut majalah Yahoo. Perusahaan ini selain menyediakan fasilitas *online*, juga menyediakan fasilitas *offline* dengan 400 kantor cabang yang memungkinkan pembeli saham dapat bertatap muka dengan para ahli di Charles Schwab, membantu belajar berinvestasi, menemukan *investasi online* membaca artikel, merencanakan sekolah, merencanakan pension, atau merencanakan rumah anda. Charles Schwab juga menyediakan fasilitas untuk mengetahui dana dan saham yang mempunyai prospek, dapat berpartisipasi dalam bisnis saham, dan berinvestasi dalam "Option" dan "IPO" bagi investor yang berpengalaman. Alamat situs *e-commerce* Charles Schwab adalah www.Charlesschwab.com.¹⁵⁸

b. Aplikasi e-commerce dalam Bidang Pencarian Pekerjaan

Pada bidang pekerjaan, *e-commerce* terbaik diduduki oleh Monster.com dan disusul oleh Jobsonline.com dan Hotjob.com yang baru saja diakuisisi Monster.com. *e-commerce* dari Monster.com selain memberikan fasilitas job-hunting, juga memberikan fasilitas karir untuk orang cacat, memberikan tip untuk menghadapi wawancara, sampai membantu menemukan penyewaan truk sedangkan Jobsonline merupakan sumber karir terkemuka yang menyediakan nilai posisi terbaik, baik bagi pencari kerja

¹⁵⁸ Lihat M Suyanto, *ibid.*, h. 13.

maupun perusahaan yang membutuhkan tenaga kerja. Dengan menyediakan pelayanan tanpa biaya, [jobsonline.com](http://www.jobsonline.com) menjadi sumber karir yang bernilai bagi para pencari kerja, termasuk daftar perusahaan dunia yang membutuhkan tenaga kerja serta lowongan yang ada di perusahaan itu di internet. Alamatnya ada di www.Jobsonline.com

c. *Aplikasi E-Commerce dalam Bidang Pelayanan keuangan*

Bidang pelayanan keuangan meliputi pelayanan keuangan personal, pajak, perencanaan keuangan, sumber pinjaman, dan perbankan. *E-Commerce* yang melayani keuangan personal adalah SmartMoney.com perencanaan pelayanan dari pengelolaan keuangan pendidikan anak, manajemen hutang, perawatan kesehatan, perencanaan rumah, asuransi, pajak, investasi, pernikahan dan perceraian sampai masalah perencanaan pensiun. [SmartMoney](http://SmartMoney.com) juga menyediakan fasilitas daftar harga asuransi mobil, daftar harga produk di suatu toko, daftar harga sewa ISP (*Internet Service Provider*), menemukan broker terbaik berdasarkan gaya investasi personal, menyediakan daftar pekerjaan yang lowong, *booking travel*, harga tiket yang murah, sekitar 1000 dolar untuk Safari Afrika, membeli mobil dengan harga murah atau menyewa mobil dengan harga yang murah. Dapat dilihat *e-commerce*-nya pada alamat www.smartmoney.com.¹⁵⁹

Aplikasi *e-commerce* yang berkaitan dengan pajak, situs terbaiknya milik TaxPlanet.com fasilitas yang diberikan pada *e-commerce* ini adalah menyediakan *update* pajak istimewa setelah penyerangan 11

¹⁵⁹Lihat Riyeke Ustadiyanto, *Framework e-Commerce* (Cet. I; Yogyakarta: Andi Offset, 2001), h. 36.

september, bagaimana pembayaran pajak yang perusahaannya mengalami kerugian bisa mendapatkan pengembalian pajak dan sebagainya. Fasilitas yang lain dari TaxPlanet adalah memberikan berita hangat yang berkaitan dengan pajak, hukum-hukum yang baru yang berhubungan dengan pajak, kalender pajak, petunjuk pembayaran pajak dan formulir pajak. *e-commerce*-nya dapat dilihat di www.taxplanet.com.¹⁶⁰

Situs *e-commerce* perencanaan keuangan terbaik tahun 2002 versi majalah Yahoo adalah Financial Engine. Perusahaan ini memberikan informasi investasi yang cocok, portofolio dalam jangka panjang, menyarankan agar dana bernilai “menjual atau membeli saham”. *Financial Engine* merupakan perusahaan yang telah menangani ratusan perencanaan keuangan perusahaan dan jutaan investor, menggunakan metodologi berbasis pendapatan, memberikan rekomendasi investasi yang spesifik, memberikan nasihat yang komprehensif, berbasis pada pelanggan dan sangat berpengalaman. Bill Sharp mangkal di Financial Engine. Ia penerima hadiah Nobel untuk ekonomi. Financial Engine beralamat di www.financialengines.com.¹⁶¹

Aplikasi *e-commerce* dalam mencari sumber pinjaman diterapkan oleh GetSmart.com. Perusahaan ini mempunyai *database* yang memuat lebih dari 100 penyedia dana yang dapat dipinjam sesuai dengan keinginan peminjam. GetSmart menyediakan fasilitas pelayanan kartu kredit, meliputi aplikasi kartu kredit Platinum, Gold, Classic, mencari kartu kredit yang

¹⁶⁰ Lihat Richardus Eko Indrajit, *E-commerce Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya*(t.c; Jakarta:PT Gramedia, 2001), h. 22.

¹⁶¹ Lihat Riyeke Ustadiyanto, *op.cit.*, h. 37.

sesuai, mengaktifkan kembali kartu kredit, dan mengakses kartu kredit. Fasilitas lain yang disediakan adalah pengelolaan hipotek, konsolidasi hutang, informasi broker dan asuransi mobil. GetSmart juga merupakan tempat untuk membandingkan kartu kredit, bunga deposito, dan bunga tabungan, bunga pinjaman pembelian mobil, dan bunga pinjaman untuk pendidikan. *e-commerce* GetSmart beralamat di www.getsmart.com.

Citi.com merupakan aplikasi *e-commerce* dalam bidang perbankan. Citigroup merupakan perusahaan megabank yang menempati peringkat delapan perusahaan top dunia yang mengagumkan (The World's Most Admired Companies). *E-commerce* dari citi group ini merupakan aplikasi *e-commerce* dalam bidang perbankan terbaik versi majalah Yahoo pada tahun 2002. Sebelumnya, citigroup ini menempati peringkat delapan belas. Citigroup menyediakan fasilitas pelayanan perbankan untuk pribadi, perusahaan kecil dan perusahaan besar. Fasilitas yang disediakan untuk keuangan pribadi berupa pelayanan pembukaan rekening, kartu kredit, hipotik dan pinjaman, investasi, perencanaan pensiun, asuransi, pelayanan internasional dan pelayanan khusus. Fasilitas yang disediakan untuk keuangan perusahaan kecil meliputi city business, kartu kredit, pembayaran, investasi, perencanaan pensiun, asuransi, pelayanan internasional, dan pelayanan khusus.¹⁶² Untuk perusahaan besar fasilitas yang disediakan oleh citi.com adalah perusahaan global/bank

¹⁶²Lihat Kumpulan Artikel Hasil Penelitian Bisnis dari Jurnal *Strategic, Manajemen Bisnis; Berbasis Hasil Penelitian* (Cet. I; Bandung: CV. Alfabeta, 2007), h. 276.

investasi, e-Business, manajemen asset City Group, Deposito Amerika, Asuransi Bisnis Traveler, Pelayanan pemerintah, kartu kredit, *private banking*, *expatriate banking* dan pembayaran internasional. Desain dan pernik-pernik dari citi.com bagus. Citi.com (www.citi.com) menyediakan fasilitas untuk mengecek neraca keuangan, pembayaran bon dari transaksi, mengecek catatan pembayaran, dan menggunakan citi.com untuk melayani "e-mail money".¹⁶³

d. Aplikasi E-Commerce dalam Bidang Asuransi

Aplikasi *e-commerce* dalam bidang asuransi dilakukan oleh Berkshire Hathway, menurut majalah Fortune Berkshire merupakan perusahaan asuransi yang paling mengagumkan (peringkat satu) dunia pada tahun 2002. Berkshire Hathway dari 50 perusahaan paling mengagumkan (*The World's Most Admired Companies 2002*) berada pada peringkat empat. Berkshire Hathway melompat dari yang sebelumnya peringkat empat belas menjadi peringkat empat Standard and Poor's memberikan nilai "AAA" dan AM. Best memberi nilai "A++" untuk kekuatan keuangannya. Disamping itu, Berkshire Hathway menyatakan bahwa produknya mempunyai kualitas tertinggi pada harga premi yang bersaing. Situs *e-commerce*-nya dapat dilihat pada alamat www.brkdirect.com.

Aplikasi *e-commerce* terbaik versi majalah Yahoo tahun 2002 untuk broker asuransi adalah InsWeb.com Perusahaan broker asuransi ini memberikan fasilitas tutorial sangat yang baik untuk memilih asuransi. InsWeb.com merupakan contoh dari aplikasi *e-commerce* pada bidang broker asuransi yang sangat baik. InsWeb

¹⁶³ Lihat Richardus Eko Indrajit, *op.cit.*, h. 23.

(www.insweb.com) merupakan broker asuransi yang menyediakan fasilitas tutorial yang sangat baik. Di sini terdapat perbandingan besarnya asuransi pada mobil, kesehatan, kepemilikan rumah, dan asuransi bentuk lain, misalnya asuransi perjalanan.

e. Aplikasi E-Commerce dalam Bidang Ritel dan Mall

Retail elektronik adalah penjualan langsung (bisnis ke konsumen) melalui toko atau mall elektronik; biasanya dirancang dalam format katalog elektronik. Beberapa perusahaan, misalnya *Wal-Mart online*, *Amazon.com* & *Toy, peapod* dan sebagainya. *Amazon.com* merupakan toko *online* terbaik versi majalah Yahoo pada tahun 2002. Untuk toko buku *online* amazon merupakan toko buku terbesar di dunia, menyaingi pesaingnya *Barnes & Nobles*. Amazon menguasai 50 persen pangsa pasar toko buku online dunia. Dibuka pada bulan juli 1995 dan memperoleh pendapatan 15,6 juta dolar pada tahun 1996. Penjualan meningkat menjadi 600 juta dolar pada tahun 1998 dengan pertumbuhan rata-rata 34 %. Amazon mempunyai daftar produk lebih dari 10 juta dalam katalog elektronik pada musim semi tahun 2000. Sekarang Amazon tidak hanya menyediakan buku, tetapi juga menyediakan barang elektronik, *game*, mainan anak-anak, DVD, musik, kesehatan dan kecantikan, perangkat lunak dan sebagainya.¹⁶⁴

Mall elektronik yang juga dikenal sebagai *cybermall* merupakan kumpulan toko individual di bawah satu alamat. Contohnya *America's choice Mall*

¹⁶⁴ Lihat Abdul Halim Barkatullah & Teguh Prasetyo, *Bisnis E-commerce Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia* (Cet. II; Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006), h. 54.

(www.choicemall.com) shopping 2000
(www.shopping2000.com) Downtown Anyway
(www.da.awa.com) dan Yahoo shopping. Situs e-commerce terbaik dari mall ini adalah Yahoo Shopping yang beralamat di (www.shopping.yahoo.com). Beberapa toko besar dan perusahaan besar ada dalam Yahoo Shopping, Misalnya Barnes & Nobles, Wal-Mart, Sony, Compaq, Dell, Radioshack, Avon, The Sports, Bluelight dan sebagainya. Berbagai macam barang tersedia di Yahoo shopping, dari pakaian, koleksi seni dan barang antik, otomotif, perlengkapan bayi, kecantikan, buku, komputer dan perangkat lunak, DVD dan Video, elektronik, bunga, pusat kado, peralatan dapur, kesehatan, peralatan rumah dan taman, peralatan kantor, perhiasan, telepon, musik, peralatan olah raga, mainan, travel, video game, dan peralatan pernikahan.¹⁶⁵

f. Aplikasi e-commerce dalam Bidang Travel

Industri travel berkembang pesat ke seluruh dunia. *e-commerce* adalah suatu tempat ideal untuk merencanakan, mengeksplorasi, dan mengatur hampir semua perjalanan. Situs *e-commerce* untuk travel terbaik secara keseluruhan adalah Expedia.com. Keunggulan dari Expedia.com ini adalah kemampuannya dalam daftar penutupan airport dan pembatasan dari peristiwa yang tampaknya merupakan peristiwa kecil. Sedangkan situs *e-commerce* transaksi travel terbaik adalah priceline.com. Fasilitas yang disediakan Priceline.com antara lain pemasaran tiket pesawat terbang, Pemesanan kamar hotel, Persewaan mobil, liburan, pesiar, pinjaman,

¹⁶⁵Lihat Assafa Endershaw, *Internet and E-Commerce Law: with a focus on Asia-Pasifik*, diterjemahkan oleh Siwi Purwandari dan Mursyid Wahyu Hananto dengan judul *Hukum E-Commerce dan Internet; dengan focus di Asia Pasifik* (Cet I; Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007), h. 243.

dengan biaya murah, Mobil baru dengan harga kompetitif dan penghematan biaya komunikasi jarak jauh. Sejak dibuka pada bulan April 1998, Princline.com telah mempunyai 7,5 juta tiket pesawat terbang, 2,5 juta malam kamar hotel, 2,5 juta hari mobil sewa.¹⁶⁶

g. *Aplikasi e-commerce dalam Bidang Lelang*

Lelang elektronik dimulai pada tahun 1980 pada jaringan privat. Tetapi masih digunakan secara terbatas. Notable adalah lelang babi di Singapura dan Taiwan, Lelang mobil di Jepang dan lelang bunga di Belanda yang terkomputerisasi pada tahun 1995, tetapi masih dikerjakan di jaringan lokal. Lelang di Internet dimulai tahun 1995. Serupa dengan lelang biasa, tetapi dikerjakan dengan komputer. Situs Host di Internet bertindak sebagai broker yang memberikan pelayanan kepada penjual untuk menetapkan harga jualnya, dan pembeli menawarnya. Kebanyakan lelang dibuka dengan penawaran terendah yang harus diterima penjual. Informasi terinci dari setiap item penjualan tersedia secara *online*. Untuk item dengan nilai tinggi maka tambahan informasi dapat diperoleh dengan *e-mail*. Penawaran melihat deskripsi dan kemudian memulai menawar dengan mengirim *e-mail* atau mengisi formulir elektronik. Penawar dengan harga terakhir akan ditampilkan pada halaman situs *web host* dan diperbaharui secara terus-menerus dan nama penawar tertinggi ditampilkan dengan suatu kode untuk menjaga privasinya. Kebanyakan lelang "*live*", anda bersaing secara "*real time*" melawan penawar lainnya.

Situs *e-commerce* lelang terbaik ditempati oleh eBay.com. Kategori lelang di eBay.com, antara lain seni

¹⁶⁶Lihat Assafa Endershaw, *ibid.*, h. 244.

asia, otomotif, buku dan manuskrip, seni dekorasi, boneka dan mainan, seni lukis, perhiasan dan jam, barang kenangan, pakaian dan aksesoris, koin dan prangko, musik dan instrumen, lelang elektronik terdiri dari bermacam-macam, antara lain lelang mobil, lelang koleksi seni, dan situs lelang tiket.¹⁶⁷

Situs *e-commerce* lelang mobil, contohnya, Manheim online (www.man-heimauctions.com) yang membawa *e-commerce*-nya sebagai rantai suplai mobil dealer, bank, leasing, perusahaan, perusahaan rental dan pemakai mobil. Pembeli kendaraan diberi lisensi waralaba dan *auto dealer independen*. Dengan kantor pusat di Atlanta, Manheim auctions mengoperasikan lebih dari 115 fasilitas lelang di seluruh dunia dan mempekerjakan lebih dari 35.000 orang. Manheim adalah perusahaan yang mempunyai dedikasi terhadap dealernya. Lebih dari itu, membantu dealer yang melaksanakan bisnis lelang untuk mendapatkan *turn over* cepat dan keuntungan yang besar. Manheim memberikan fasilitas dalam pasar strategis pemeliharaan pelanggan berkualitas dan pelayanan bernilai tambah dan membantu dealer untuk meraih keberhasilan dalam industri yang kompetitif

Aplikasi *e-commerce* dalam lelang koleksi dan seni dilakukan oleh Online art.com (www.onlinearts.com) dan Auction online (www.auction-on-line.com). Lelang *offline* seperti Christie juga membuka *online*, meskipun terbatas. Onlineart menyediakan fasilitas untuk mengikuti lelang di eBay maupun mengikuti situs lelang *online top*, misalnya Half.com, uBid.com, Dealspin.com,

¹⁶⁷Lihat Madcoms, *Mengenggam Dunia dengan Internet* (Cet. 1; Yogyakarta: Andi Offset, 2010), h. 292.

Bay Auctions, SkyAuction, Grab A Bargain, BuyBelowCost, Bidz.com, Upper Bid, Amazon.com Auctions, Yahoo Auctions, Sotheby's Auction dan Sporting Auction.¹⁶⁸

Sedangkan aplikasi *e-commerce* untuk lelang tiket dilakukan antara lain oleh Sky Auction, Preceline, YouPriceit dan Yahoo Shopping Auction Sky Auction membagi lelang berdasarkan kategori daerah, antara lain daerah Eropa, Amerika Serikat dan Canada, Afrika, Asia Australia, Amerika Latin dan Meksiko dan Karibia. Sedangkan, Misalnya, untuk daerah Amerika Serikat dan Kanada, Sky Auction menawarkan tiket US Airways dari Northeast USA ke West Coast dengan harga penawaran \$156 ditutupi pada tanggal 24 April 2002 jam 1:00, Pemberangkatan pesawat sekarang sampai tanggal 24 Juni 2002, tersedia dua tiket dan lama tinggal 0-30 hari. Sky Auction juga menawarkan tiket Hawaiian Airways dari Western USA ke Kauai Hawaii dengan harga penawaran \$76 ditutup pada tanggal 24 April 2002 jam 12:00, pemberangkatan pesawat, tanggal 27 Mei 2002, tersedia satu tiket dan lama tinggal 7 malam. Yahoo shopping Auction melakukan tiket dari Southwest Airlines 1-Way ticket & car coupon. Harga beli \$159.00 penawaran awal \$135.00 kenaikan \$2.50 dibuka 22 april 2002 jam 10:52, di tutup tanggal 28 April 2002 jam 16:52.

h. Aplikasi e-commerce dalam Bidang Online Publishing.

Aplikasi *e-commerce* dalam *online publishing* meliputi berita, surat kabar, majalah dan jurnal. BBC.co.uk, CNN.com dan onsnbc.com merupakan

¹⁶⁸Lihat Rahmat, *Meraih Berkah dan Pahala Melalui Internet; Strategi Jitu Membangun Bisnis Internet yang Menguntungkan secara Islami* (Cet I; Jakarta: PT Gramedia, 2009), h. 127.

aplikasi *e-commerce* terbaik dalam bidang berita. BBC (*British Broad Casting Corporation*) berdiri sejak 1992 merupakan perusahaan pemimpin dunia dalam produksi program. BC merupakan pionir komunikasi radio, televisi, dan teknologi *online*. Slogan dari BBC adalah "*innovatieve, progressive and pioneering*".¹⁶⁹ Program-program besar masa lalu, tema-tema besar masa sekarang dan semangat inovasi di masa yang akan datang. Pada awal 1990-an BBC memperkenalkan beberapa teknologi penting tingkat lanjut, antara lain NICAM stereo sound untuk televisi dan teknologi virtual, grafik bantuan komputer, yang menciptakan studio virtual tanpa biaya untuk membangunnya. Juga menyediakan Peter Snow dengan beberapa live-3D yang dramatik. BBC World terdiri dari BBC, yang menampilkan berita atau informasi berdasarkan kategori, antara lain CBBC dan Cbeebies, hiburan, film, *game*, kesehatan, sejarah, pembelajaran dan bahasa, gaya hidup, musik, berita, TV, Radio, agama, Ilmu pengetahuan dan alam, cerita bersambung, remaja, olah raga dan cuaca.

Aplikasi *e-commerce* surat kabar terbaik adalah Washington Post.com. Surat kabar yang telah berhasil mengungkap skandal Watergate ini merupakan contoh teks book bagaimana menjalankan "ruang berita" pada web. *Washington Post Newaweek Interactive* (WPNI) adalah media baru dan Penerbitan elektronik di bawah Washington Post Company, mempunyai misi mengembangkan produk dan bisnis editorial

¹⁶⁹Lihat Budi Agus Riswandi, *Hukum dan Internet di Indonesia* (Cet I; Yogyakarta: UII Press Yogyakarta, 2003), h. 114.

perusahaan di Internet dan semua media elektronik.¹⁷⁰ WPNI membawahi Washingtonpost.com dan newsweek.MSNBC.com. Kantor pusat Washington post adalah di Airlington, VA. Fasilitas yang diberikan oleh Washington post antara lain news yang berisi berita dari menit ke menit mencakup local, nasional dan global, Live Online, OnPolitics, Entertainment guide, Washington Job.com, Washtech.com, Camera works, dan marketplace. News berisi berita dari menit ke menit mencakup lokal, nasional dan global. Live online merupakan tempat diskusi terbaik di Web, dari masalah politik, hadiah Pulitzer, sampai saran dari kolumnis ternama. OnPolitics meliputi politik sebagai sumber yang dapat dipercaya, berita *feature*, diskusi *live* tentang politik dan analisis politik oleh tim pemenang penghargaan.¹⁷¹

Entertainment Guide merupakan petunjuk hiburan di Washington DC. Washtech.com adalah sumber interaktif definitif yang mencakup keluasan dan kedalaman dari industri teknologi. *Camera Works* adalah *video* dan foto pemenang penghargaan dari *camera works*. WashingtonPost memenangkan lima penghargaan Eppy (Editor dan penerbit majalah), yaitu *Best Overall Online Newspaper service* (2001,1999), *Best News Section in an online newspaper service* (2001, 2000, 1999), *Best Use of Interacivoity in an Online Newspaper Service fo live online* (2001, 2000), *Best Classified Section In an online Newspaper Service For washingtonJobs.com* (2001,1999), dan *best Design Of an Online Newspaper service* (2001, 1999) serta

¹⁷⁰Lihat Mico Pardosi, *Memasang dan Menggunakan Internet* (Cet I; Surabaya: Dua Selaras, 2004), h. 214.

¹⁷¹Teguh Wahyono, *Prinsip Dasar dan Teknologi Komunikasi Data* (Cet. I; Yogyakarta: Graha Ilmu, 2003), h. 122.

mendapatkan penghargaan sebagai *best shopping Application in a online newspaper service* (2000). Washington Post juga mendapatkan penghargaan dari National Press Foundation sebagai Excellence In online Journalism pada Tahun 2001 dan The Digital Edge Award memberikan penghargaan "the most innovative editorial and advertising programs from the newspaper industri's flourishing digital media businesses". Untuk pertama kali dalam sejarah the white House News Photographer's Association memberikan penghargaan kategori televisi pada situs web, yaitu pada karya "A voice for change," Travis Fox (2001), Untuk Presidential/Political editor.¹⁷² Sebagai pemenang kedua dan untuk feature serta sebagai pemenang ketiga Majalah Feature untuk "A News Yugoslavia" Travis Fox (2001). Washington Post juga mendapatkan penghargaan *Picture of the year* yang disponsori oleh The National Press Photographers Association. Penghargaan lain adalah sebagai pemenang "Gold" dalam kategori hiburan untuk Entertainment Guide, "Best Political News Site" dan "Top 100 Hottest Companies On the net"

Aplikasi *e-commerce* terbaik majalah diduduki oleh *Slate.com* dan di susul oleh *Salon.com*. *Slate.com* adalah majalah yang berisi berita politik, bisnis, olah raga, teknologi, dan memberikan fasilitas untuk mencetak artikel *e-mail*, mencetak seluruh artikel, menerima isi dari *slate* di *inbox*, *download e-book* dari *slate* dan memperoleh *slate* di *pocket PC*.

Untuk aplikasi *e-commerce* jurnal terbaik dipegang oleh The Wall Street Journal (www.wsj.com). Fasilitas yang diberikan antara lain berita-berita utama bisnis,

¹⁷²Lihat Lihat Richardus Eko Indrajit, *op.cit.*, h. 23.

bisnis di Amerika Serikat, Bisnis di Asia, Bisnis di Eropa, berita-berita dunia, ekonomi, politik, dan kebijakan pemerintah, pendapatan, berita-berita berdasarkan industri, Orang-orang yang menjadi kolumnis, portofolio, pusat setup, diskusi, map situs, dan sebagainya. The Wall Street Journal mengeluarkan tiga edisi, Yaitu edisi Amerika Serikat, Edisi Eropa, Edisi Asia. Fasilitas yang lain adalah Career Journal, Colege Journal, Opinion Journal, Personal Technology, Real Estate Journal, Startup Journal, Online Investing dan WJS books. Career Journal berisi lebih dari 35.000 daftar pekerjaan dan saran pada pencari kerja dan pengembangan karir. College Journal memuat saran karir dan ribuan daftar pekerjaan serta daftar interenship untuk para mahasiswa. Opinion Journal merupakan komentar dari staf editorial halaman The Wall Street Journal. Personal Technology berisi arsip kolom dari Walt Mossberg dari Jurnal dan SmartMoney. Real Estate Journal adalah informasi tempat tinggal dan relokasi property komersial. Startup Journal memuat saran ahli untuk pengusaha ditambah alat dan database bisnis. Online Investing merupakan kajian bagaimana menggunakan perdagangan online dan alat untuk melakukan investasi. WSJ Books.E memuat The Wall Street Journal dan Simon & Schuster menyajikan buku terbaru yang ditulis oleh staf jurnal.¹⁷³

Aplikasi *e-commerce* dalam bidang hiburan meliputi musik dan film. Programming Web Original terbaik dipegang oleh Shockwave.com, Atom film dan screenblast. Situs *e-commerce* riset film terbaik adalah The

¹⁷³Abdul Kadir, *Pengenalan Sistem Informasi* (Cet. I: Yogyakarta: Andi Offset, 2003), h. 352

Internet Movie Database (www.imdb.com) yang memberikan fasilitas antara lain Now Playing, Berita TV dan Film, Film, Game, Film-film Amerika yang sedang main, dan sebagainya. Kuis Film terbaik adalah Film Wise (www.filmwise.com), Yang menyajikan kuis film tidak kelihatan, kuis film visual, kuis teks, kontes, beli VCD dan DVD serta forum FilmWise. Untuk Kajian Film terbaik dimenangkan oleh (MRQE) movie Review Query Engine (www.mrqe.com) yang menyajikan kajian film dari 10 film Box Office di Amerika, 100 film terbesar di Amerika, Judul film paling populer, Festival Cannes sampai Academy Awards. Sedangkan untuk rental DVD dari film Action, film keluarga dan film anak-anak, film klasik, film komedi, film drama, film asing, film indie, film horror, film roman, film pengetahuan dan fiksi. Fasilitas yang disediakan oleh Shockwave.com antara lain game, creat & send, download, dan atom film.¹⁷⁴

Aplikasi *e-commerce* dalam dunia musik dilakukan oleh Sonicnet.com, merupakan situs musik ternbaik secara keseluruhan.Sonicnet menyediakan biografi artis , berita tentang artis, berita musik, radio internet, musik rock di TV, top request, situs untuk fan dan sebagainya. Situs lain yang berkaitan dengan musik, misalnya situs referensi ,musik terbaik, adalah All Music Guide (www.allmusicguide.com) yang menyediakan musik rock, blues, bluegrass, country, jazz, rap, reggae, vocal, gospel, folk, world dan new age All Musik guide juga menyediakan fasilitas pencarian artis, album, lagu gaya dan label. Untuk download musik terbaik pemenangnya adalah Audio galaxy (www.audiogalaxy.com) dengan fasilitas featured artist, departemen rock, departemen

¹⁷⁴ Lihat Lihat Budi Agus Riswandi, *op.cit.*, h. 115.

elektronika, departemen metal, departemen blues, departemen jazz, departemen hip-hop dan departemen country. Tersedia pula Inside Audiogalaxy yang terdiri dari download satelit, user, grup, semua aliran musik, hardware/software, arsip feature, label record dan bulletin board. Sedangkan panduan peristiwa musik terbaik adalah Festifal Finder (www.festifalfinder.com) yang menampilkan lebih dari 2500 festival musik di Amerika Utara, Menampilkan Aliran musik Favorit, atau mencari lokasi festival berdasarkan tanggal, lokasi, dan nama festival. Pusat radio Internet terbaik adalah Real.com (www.real.com) yang memberikan fasilitas *download* gratis, game gratis, solusi media dan sebagainya.¹⁷⁵

¹⁷⁵Lihat Abdul Halim Barkatullah & Teguh Prasetyo, *op.cit.*, h. 54.

BAB III

BISNIS *E-COMMERCE* DAN HUKUM ISLAM

A. Kondisi Sosial dan Ekonomi Kota Makassar

Keunggulan Makassar salah satunya karena memiliki posisi yang sangat strategis, terletak di tengah-tengah kepulauan Indonesia. Dari sisi ekonomi, daerah bergelar Angin Mammiri ini memiliki keunggulan komparatif dan kompetitif. Buktinya, Selat Makassar merupakan salah satu jalur pelayaran internasional, di samping sebagai titik simpul transportasi laut dan udara. Dengan demikian, Makassar memang tergolong sebagai pusat pelayanan dan pengembangan distribusi jasa dan perdagangan di Kawasan Timur Indonesia (KTI).¹

Keunggulan lainnya terlihat dari penduduknya yang multi etnis dengan budaya yang bermacam-macam pula. Warganya memiliki nilai-nilai luhur yang diangkat dari nilai tradisional dan budaya lokal. Nilai-nilai tradisional itu secara universal dapat dipadukan dengan cara pandang global.² Nilai-nilai tersebut berfungsi sebagai rambu-rambu atau koridor dalam pelaksanaan

¹Lihat Ilham Arif Sirajuddin, *Pembangunan Berkarakter; Prospektif mengubah yang semu menjadi nyata* (Cet. I; Makassar: Hasanuddin University Press, 2008), h. 15.

²Lihat Furqan Majid dan Jumadi Mappanganro, *Makassar Bagaimana Menjadi Kota Dunia* (Cet. I; Makassar: Ombak bekerjasama dengan Pemkot Makassar, 2009), h. 17-18.

aktivitas pembangunan yang diselenggarakan oleh pemerintah maupun masyarakat. Ada empat etnis besar yang mewarnai nilai-nilai luhur tersebut, yaitu etnis Bugis, Makassar, Toraja, dan Mandar, disamping etnis-etnis lainnya; seperti Cina, India, Arab, dan Melayu.

Untuk memperoleh hasil yang maksimal dalam mewujudkan pembangunan, seluruh kemampuan dipadukan secara bijak antara potensi sumber daya alam yang strategis dengan potensi sumber daya manusia yang terbekali dengan nilai-nilai luhur. Pengembangan potensi harus direncanakan sebaik mungkin dan dilaksanakan seefektif dan seefisien mungkin melalui aspek yang saling terkait, saling mempengaruhi dan secara keseluruhan dikelola seoptimal mungkin untuk peningkatan kesejahteraan masyarakat.³

1. *Kondisi Geografis*

Kota Makassar mempunyai posisi strategis karena berada di persimpangan jalur lalu lintas dari arah selatan dan utara dalam propinsi di Sulawesi-Selatan, dari wilayah Kawasan Barat ke wilayah Kawasan Timur Indonesia dan dari wilayah Kawasan Utara ke wilayah Kawasan Selatan.

Wilayah kota Makassar berada pada koordinat 119 derajat Bujur Timur dan 5,8 derajat Lintang Selatan dengan ketinggian yang bervariasi antara satu sampai 25 meter dari permukaan laut.

Iklim Makassar tergolong tropis basah dengan kelembaban udara sekitar antara 74% sampai 82,7 %. Sedangkan suhu udara antara 26,5 - 28,5 c derajat celcius dengan curah hujan tahunan 177 mm. Hari hujan rata-

³ Usman Nukma, *Makassar Pesona Dunia*(Cet. I; Makassar: Pelita Pustaka, 2008), h. 31-32.

rata 106 hari pertahun. Kecepatan angin rata-rata 2 sampai 4 knot dan penyinaran (durasi) rata-rata 60,58 persen per hari.⁴

Di kota ini, dikenal dua musim yakni musim hujan - Desember - April - dan musim kemarau - Mei - November -. Kota Makassar merupakan daerah pantai yang datar dengan kemiringan 0 sampai 5 derajat ke arah barat, diapit dua muara sungai yakni Sungai Tallo yang bermuara di bagian Utara kota dan Sungai Je'neberang yang bermuara di selatan kota.

Luas Kota Makassar seluruhnya berjumlah kurang lebih 275-77 kilometer bujur sangkar yakni 174,77 kilometer bujur sangkar daratan dan termasuk 11 pulau di selat Makassar di tambah luas wilayah perairan kurang lebih 100 kilometer bujur sangkar.

Jumlah kecamatan di Kota Makassar sebanyak 14 kecamatan - 3 diantaranya kecamatan perwakilan - dan memiliki 142 kelurahan. Di antara kecamatan tersebut, ada 7 kecamatan berbatasan dengan pantai yaitu Kecamatan Tamalate, Mariso, Wajo, Ujung Tanah, Tallo dan Biringkanaya.

Kota Makassar sendiri berdekatan dengan sejumlah kabupaten yakni sebelah utara dengan kabupaten Pangkep, sebelah timur dengan kabupaten Maros, sebelah selatan dengan kabupaten Gowa dan sebelah barat dengan Selat Makassar. Dari gambaran selintas mengenai lokasi dan kondisi geografis Makassar, memberi penjelasan bahwa secara geografis, Kota Makassar memang sangat strategis dilihat dari segi kepentingan ekonomi maupun politik.

⁴Lihat Badan Pusat Statistik Makassar, *Makassar dalam Angka* (Cet. I; Makassar: BPS Makassar, 20011), h. 1-2.

Dari sisi ekonomi, Makassar menjadi simpul jasa distribusi yang tentunya lebih efisien dibandingkan daerah lain.

Memang selama ini kebijakan makro pemerintahan seolah-olah menjadikan Surabaya sebagai *home base* pengelolaan produk-produk dari Kawasan Timur Indonesia, membuat Makassar di kembangkan secara optimal. Padahal dengan berupaya mengembangkan Makassar , otomatis akan sangat berpengaruh terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat di Kawasan Timur Indonesia dari kecepatan pembangunan.⁵

Dengan demikian, dilihat dari sisi letak dan kondisi geografis, Makassar memiliki keunggulan komparatif dibanding wilayah lain di Kawasan Timur Indonesia. Itulah sebuah keunggulan yang nyaris tidak dimiliki daerah lainnya. Berdasarkan pencatatan stasiun meteorologi Maritim Paotere tahun 2011, secara rata-rata kelembaban udara sekitar 2,5°C-28,5°, dan rata-rata kecepatan angin 4,0 knot.

2. Wilayah Administratif Pemerintahan

Luas wilayah Kota Makassar adalah 175,77 KM² secara administratif Pemerintah Kota Makassar terbagi atas 14 Kecamatan dan 143 Kelurahan, 971 RW dan 4.789 RT dengan rincian sebagai berikut :

⁵ Lihat Badan Pusat Statistik Kota Makassar, *Ibid.*, h. 3-4.

Luas wilayah menurut Kecamatan di Kota Makassar

Kode Wilayah	Kecamatan	Luas Area	Persentase Terhadap Luas Kota Makassar
(1)	(2)	(3)	(4)
1	Mariso	1,82	1,04
2	Mamajang	2,25	1,28
3	Tamalate	20,21	11,50
4	Rappocini	9,23	5,25
5	Makassar	2,52	1,43
6	Ujung Pandang	2,63	1,50
7	Wajo	1,99	1,13
8	Bontoala	2,10	1,19
9	Ujung Tanah	5,94	3,38
10	Tallo	5,83	3,32
11	Panakukang	17,05	9,70
12	Manggala	24,14	13,73
13	Biringkanaya	48,22	27,43
14	Tamalanrea	31,84	18,12
	Jumlah	175,77	100,00

Sumber BPS Kota Makassar

3. Topografi

Kota Makassar merupakan hamparan daratan rendah yang berada pada ketinggian antara 0-25 meter dari permukaan laut. Dari kondisi ini menyebabkan Kota Makassar sering mengalami genangan air pada musim hujan, terutama pada saat turun hujan bersamaan dengan naiknya air pasang.⁶

⁶ Lihat Badan Pusat Statistik Kota Makassar, *ibid.*, h. 3-5.

Secara umum topografi Kota Makassar dikelompokkan menjadi dua bagian yaitu :

- a. Bagian Barat ke arah Utara relatif rendah dekat dengan pesisir pantai
- b. Bagian Timur dengan keadaan topografi berbukit seperti di Kelurahan Antang Kecamatan Panakukang.

Perkembangan fisik Kota Makassar cenderung mengarah ke bagian Utara Kota. Hal ini terlihat dengan giatnya pembangunan perumahan di Kelurahan Daya, Kelurahan Bulurokeng dan Kelurahan Sudiang Kecamatan Biringkanaya.⁷

4. Demografi

a. Jumlah Penduduk

Sesuai hasil pendataan penduduk yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Makassar, pertumbuhan penduduk Kota Makassar tahun 2010 tercatat sebanyak 1.339,374, jiwa yang terdiri dari 661.379 laki-laki dan 677.995 perempuan, sementara itu jumlah penduduk Kota Makassar tahun 2009 tercatat sebanyak 1.272.349 jiwa.

Komposisi penduduk menurut jenis kelamin dapat ditunjukkan dengan rasio jenis kelamin. Rasio jenis kelamin penduduk kota Makassar yaitu sekitar 97, 55 %, yang berarti setiap 100 penduduk wanita terdapat 98 penduduk laki-laki.

Adapun jumlah penduduk Kota Makassar berdasarkan penduduk per Kecamatan dapat dilihat sebagai berikut :

b. Kepadatan Penduduk

⁷ Lihat Badan Pusat Statistik Kota Makassar, *ibid.*, h. 4-5; Lihat juga M Ridha Rasyid, *Kertas-Kertas Yang berbicara* (Cet.1; Makassar: Rayhan Intermedia, 2008), h. 3.

Penyebaran penduduk kota Makassar dirinci menurut kecamatan, menunjukkan bahwa penduduk masih terkonsentrasi di wilayah kecamatan Tamalate, yaitu sebanyak 170.878 atau sekitar 12,76% dari total penduduk, disusul kecamatan Biringkanaya sebanyak 167.741 jiwa (12,52 %).⁸

Kecamatan Rappocini sebanyak 151.091 Jiwa (11,28 %), yang terendah adalah kecamatan Ujung pandang sebanyak 26,904 jiwa (2,01 %).

Ditinjau dari kepadatan penduduk kecamatan Makassar adalah terpadat yaitu: 32,421 jiwa per km persegi, disusul Kecamatan Mariso (30.701 jiwa per km persegi), kecamatan Mamajang (26.221 jiwa per km persegi). Sedang kecamatan Tamalanrea merupakan kecamatan dengan kepadatan penduduk terendah yaitu sekitar 3.241 jiwa per km persegi, kemudian kecamatan Biringkanaya 3.479 jiwa per km persegi), Manggala (4.850 jiwa per km persegi), kecamatan Ujung Tanah (7,860 jiwa per km persegi), kecamatan Panakkukang 8,292 jiwa per km persegi.

Wilayah-wilayah yang kepadatan penduduknya masih rendah tersebut masih memungkinkan untuk pengembangan daerah pemukiman terutama di tiga kecamatan yaitu Biringkanaya, Tamalanrea, dan Manggala.

Persentase penduduk usia dewasa (15-64) tahun 2003 sedikit mengalami penurunan dari 69,05 persen tahun 2004 menjadi 68,34 persen tahun 2007. Sementara penduduk usia muda (0-14 tahun) persentasenya

⁸ Lihat Badan Pusat Statistik Kota Makassar, *op.cit.*, h. 20-21; lihat juga Usman Nukma dan Usdar Nawawi, *Makassar dalam Tren Global* (Cet. I; Makassar: Pelita Pustaka, 2010), h. 124.

walaupun masih di bawah 40 persen, akan tetapi dibanding tahun 2004 meningkat dari 27,99 persen menjadi 28,18 persen tahun 2007. Demikian pula untuk penduduk usia tua (65+ tahun) meningkat dari 2,96 persen tahun 2004 menjadi 3,47 persen tahun 2007.

Peningkatan persentase pada penduduk usia muda ini disebabkan oleh menurunnya penduduk produktif usia 15-64 tahun. Pada tahun 2007 diketahui bahwa umur median penduduk Kota Makassar adalah 24,45 pertahun.⁹

c. Struktur usia

Penduduk Kota Makassar bila dilihat dari kelompok umur dan kelamin, kelompok terbesar adalah usia 20-24 tahun, yang didominasi oleh kaum perempuan seperti yang terlihat pada grafik berikut ini.

d. Lapangan Kerja

Jumlah pencari kerja pada tahun 2010 di Kota Makassar sebanyak 10.212 orang terdiri dari laki-laki sebanyak 4.823 orang dan perempuan 5.389 orang. Dari jumlah tersebut, pencari kerja dengan tingkat pendidikan SMA yang menempati peringkat pertama yaitu sekitar 42,78 % disusul tingkat pendidikan Sarjana sekitar 36,82%.

Pertumbuhan ekonomi Kota Makassar periode 2004-2007 cukup baik yang berdampak pada penciptaan lapangan kerja baru dengan pertumbuhan tenaga kerja sebanyak 2004 orang pada tahun 2004 menjadi 56.319 orang pada tahun 2007.

Sedangkan jumlah pencari kerja pada tahun 2006 yang tersalur berdasarkan tingkat pendidikannya dan

⁹ Furkan Majid dan Jumadi Mappanganro, *op. cit.*, h. 60.

jenis kelamin yang ada di Kota Makassar dapat dilihat pada table berikut ;

Jumlah Pencari Kerja Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan <i>Education level</i>	Laki- laki <i>Male</i>	Perempuan <i>Female</i>	Jumlah <i>Total</i>
(1)	(2)	(3)	(4)
1. SD Primary School	4	-	4
2. SLTP Junior High School	104 356	94 351	198 707
3. SLTA Senior High School	20 27	33 83	53 110
4. D1,D2/Diploma 1 dan 2	74	82	156
5. Sarjana Muda D3- Diploma 3			
6. Sarjana / Scholar			
Jumlah	586	643	1.228

Sumber BPS Kota Makassar

Berdasarkan data dari BPS tahun 2007, angkatan kerja di Kota Makassar tercatat sebanyak 52,66 % yang terdiri dari yang bekerja sebanyak 45,27 % dan pengangguran sebanyak 7,39%. Sedangkan bukan angkatan kerja pada tahun 2006 sebesar 47,34% yang terdiri dari yang masih duduk di bangku sekolah sebesar 16,78%, mengurus rumah tangga 24,21%, lainnya sebesar 6,35%. Sedangkan pengangguran terbuka pada tahun 2007 sebesar 14,03% menurun bila dibandingkan pada tahun 2006 sebesar 14,03%, sedangkan tingkat partisipasi

angkatan kerja sebesar 52,66%.¹⁰ Untuk lebih rincinya diuraikan sebagai berikut :

Persentase Penduduk Berumur 10 tahun ke Atas
Menurut Kegiatan

Kegiatan Utama	tahun	
	2005	2006
-1	-2	-3
1. Angkatan Kerja/ <i>Economicolly Activ</i>		
-Bekerja - <i>Working</i>	48,21	45,27
-Pengangguran- <i>Unploiment</i>	9,42	7,39
Jumlah Angkatan Kerja <i>Total Economicolly Activ</i>	57,64	52,66
% Bekerja Terhadap Angkatan Kerja <i>% of Working to Economicolly Activ</i>	83,65	85,97
2. Bukan Angkatan Kerja <i>Non Economicolly Activ</i>		
- Sekolah - <i>Attending School</i>	16,47	16,78
- Mengurus RT - <i>Housekeeping</i>	20,18	24,21
- Lainnya - <i>Others</i>	5,71	6,35
Jumlah Bukan Angkatan Kerja <i>Total Not Ecocomicolly Activ</i>	42,37	47,34
Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT)	16,35	14,03
Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK)	57,64	52,66

Sumber BPS Kota Makassar

¹⁰Lihat Badan Pusat Statistik Kota Makassar, *Op.Cit.*, h. 21

5. Pendidikan

Kualitas sumber daya manusia tercermin dari Indeks Pembangunan Manusia (IPM) atau Human Development Index (HDI) Kota Makassar menempati posisi tertinggi di Sulawesi Selatan bahkan se-Sulawesi dan Kawasan Timur Indonesia. Secara nasional Kota Makassar berada pada posisi ke-5 dengan Angka Partisipasi Sekolah (APS) pada tahun 2007 penduduk usia SD(7-12 tahun) sebesar 95,17%, usia SLTP (13-15 tahun) sebesar 84,31% dan usia SLTA (16-18 tahun) sebesar 62,70%. Selain indikator tersebut pendidikan di Kota Makassar dengan indikator jumlah sekolah, siswa dan guru yang dirinci berdasarkan jenjang pendidikan sebagai berikut : jenjang pendidikan TK dengan jumlah sekolah negeri sebanyak 1 unit, swasta 246 unit dengan jumlah siswa 12.215 orang, dan jumlah guru yang mengajar sebanyak 429 orang. Jenjang pendidikan SD 365 unit sekolah negeri, 88 unit sekolah swasta, 145.770 orang siswa dan 5.637 guru. Jenjang pendidikan SMP 38 unit sekolah negeri, 121 unit sekolah swasta, 56.025 siswa dan 4.113 guru. Jenjang pendidikan SMA terdapat 22 unit sekolah, 87 unit sekolah swasta, 36.549 siswa dan 1.427 guru sedangkan jenjang pendidikan SMK terdapat 8 unit sekolah negeri, 75 unit sekolah swasta, 21.611 siswa dan 701 guru.¹¹

Penyediaan sarana dan prasarana pendidikan yang representatif terus diupayakan sebagai konsekuensi dari meningkatnya jumlah penduduk dan penuntasan program wajib belajar 9 tahun. Ketersediaan

¹¹Lihat Badan Pusat Statistik Kota Makassar, *op.cit.*, h. 110; Lihat juga Bahrul Ulum dkk, Makassar Kota Pendidikan; Biduk Belum Berlabuh (Cet. I; Makassar: Humas Pemkot, 2008), h. 67.

sarana pendidikan dilihat dari indikator rasio murid-guru dan rasio murid-sekolah pada tahun 2010 adalah sebagai berikut :

Rasio Murid Sekolah dan Rasio Murid Guru

Tahun	Rasio Murid Sekolah	Rasio Murid Guru
SD	270	24
SMP	339	14
SMA	337	23

Sumber : BPS Kota Makassar

Tabel tersebut memperlihatkan besar rasio murid dan rasio guru dan murid sekolah di Kota Makassar dan rasio guru dan murid sekolah di tingkat SMP dan SMA meningkat, ini berarti terjadi penurunan indikator. Artinya cenderung jumlahnya tidak berubah, dan berimplikasi semakin padatnya sekolah oleh karena banyaknya murid. Demikian juga dengan rasio murid guru, angka rasionya masih normal sesuai standar yakni masih kurang dari 25 murid per guru. Tingginya rasio murid sekolah, diantisipasi dengan memperbanyak sarana dan fasilitas ruang kelas di masing-masing sekolah. Demikian juga ketersediaan tenaga pengajar, upaya dilakukan penambahan sesuai Kebijakan Pemerintah Pusat dan redistribusi sesuai kewenangan Pemerintah Kota untuk mendekati keseimbangan rasio murid guru. Sehingga pemerataan kesempatan memperoleh pendidikan dapat terwujud.¹²

¹²Lihat Notrida G. B Mandika Nur, *Makassar Tujuan Pendidikan Wisata dan Bisnis* (Cet. I; Jakarta: Indonesian Research and Development Istitute, 2007), h. 35.

Permasalahan pokok dalam upaya meningkatkan kualitas pendidikan adalah prasarana dan sarana sekolah baik pada jenjang pendidikan dasar maupun menengah. Kondisi fisik gedung sekolah yang ada banyak yang tidak memadai lagi, ruang belajar relatif kurang dan kekurangan perpustakaan, laboratorium, kursi, meja, buku-buku paket pelajaran sekolah dan alat peraga pendidikan juga masih kurang serta masih banyaknya murid yang tidak mampu secara finansial. Disamping itu, taman baca dan kendaraan perpustakaan keliling masih terbatas.

Kemampuan membaca dan menulis penduduk kota Makassar cukup meningkat ditandai dengan meningkatnya persentase penduduk yang dapat membaca dan menulis baik huruf latin dan yang buta huruf semakin berkurang. Sekitar 95,15% penduduk usia 10 tahun ke atas mampu membaca dan menulis huruf latin.

Kemampuan Baca dan Tulis Penduduk Usia 10 tahun ke atas.

Jenis Kelamin	Huruf Latin (%)	Huruf Lainnya (%)	Tidak Dapat (%)
Laki-laki	96,25	1,03	27,3
Perempuan	94,12	0,67	5,21
Laki-laki + Perempuan	95,15	0,84	4,00

Sumber BPS Kota Makassar

Kualitas penduduk Kota Makassar dengan tingkat pendidikan yang ditamatkan dapat dilihat dari jenjang pendidikan sebagai berikut :

Tingkat pendidikan yang Ditamatkan Penduduk Kota Makassar.

Jenis Kelamin	Laki-laki (%)	Perempuan (%)	L+P %
13 tahun ke atas tamat minimal SD	89,87	89,05	89,45
16 tahun ke atas tamat minimal SMP	75,75	73,25	74,48
19 tahun ke atas tamat minimal SLTA	63,72	57,92	60,72
Diploma +	13,51	10,48	11,96

Sumber BPS Kota Makassar

Kondisi ini akan berpengaruh terhadap kualitas Sumber Daya Manusia penduduk Kota Makassar bila persentase murid yang lulus relatif rendah. Oleh karena itu, dalam rangka meningkatkan kecerdasan dan minat baca masyarakat, maka Pemerintah Kota telah mencanangkan suatu program yang disebut dengan "*Gerakan Makassar Gemar Membaca*" (GMGM) yang bertujuan (1). Menjadikan membaca dapat membudaya di masyarakat; (2). Menjadikan buku sebagai pengetahuan dan informasi; (3) Perpustakaan dan tempat baca lainnya mudah diakses. Melalui program tersebut Pemerintah Kota Makassar telah mencanangkan penggunaan Taman baca pada 14 Kecamatan, Disamping itu, melalui swadaya masyarakat telah dibangun 84 Taman Baca Masyarakat. Selain itu, Pemerintah kota telah mengoperasikan 2(dua) unit

Mobil Perpustakaan dan 2 (dua) unit kendaraan motor pintar ke berbagai sekolah dan tempat keramaian umum lainnya. Pada tahun anggaran 2010 telah dibangun 16 (enam belas) buah Taman Baca Masyarakat termasuk Taman Baca di daerah Kepulauan (Lakkang, Barrang Caddi dan Barrang Lompo).

Taman Baca Masyarakat atau Rumah Baca perlu mendapat perhatian, karena lokasinya berada di pusat hunian masyarakat, akan sangat membantu pembangunan SDM di Kota Masyarakat, khususnya masyarakat yang berada di kawasan kumuh, kepulauan dan di pinggiran kota. Selain itu pula telah dicanangkan sekolah gratis (bersubsidi penuh) kepada 15 Sekolah Dasar dan 3 Sekolah Menengah Pertama dari 89 Sekolah Dasar dan 11 Sekolah Menengah Pertama yang dikategorikan sekolah miskin, yang menyerap anggaran sebesar Rp. 2 miliar.¹³

B. Sistem Transaksi/Proses Transaksi bisnis e-commerce melalui internet

1. Electronic Market

Electronic market adalah tempat penjual dan pembeli bernegosiasi, saling menawar, setuju terhadap order, dan jika cocok menyelesaikannya dengan melakukan transaksi secara elektronik. *Electronic Market* dengan cepat muncul sebagai wahana menjalankan perusahaan. Sebuah pasar (*market*) adalah jaringan interaksi dan relasi di mana informasi, produk, layanan, dan pembayaran saling dipertukarkan. Ketika

¹³ Lihat Badan Pusat Statistik Kota Makassar, *op.cit.*, h. 11; Lihat juga Nuraeni Makmur dan Bachtiar Adnan Kusuma, *Walikota Makassar Legenda di Timur Persembahan 400 tahun Kota Makassar* (Cet. I; Makassar: Yapensi, 2007), h. 93.

marketplace-nya elektronis, maka pusat bisnis tidak lagi berupa satu gedung secara fisik tetapi lebih merupakan suatu lokasi pada suatu jaringan tempat berlangsungnya interaksi bisnis. *Electronic Market* merupakan wilayah *virtual* dimana para pembeli dan penjual bertemu..*Electronic market* menangani semua transaksi yang diperlukan, termasuk transfer uang antar bank.

Dalam *electronic market*, peserta utama para pemegang transaksi, pembeli, pialang, dan penjual tidak saja berada di tempat terpisah, mereka bahkan jarang saling kenal. Sarana interkoneksi yang digunakan pihak-pihak yang sama sekalipun. *Electronic market* memanfaatkan pergeseran umum yang terjadi dari lingkungan yang *market-centric* menuju *customer-centric*.¹⁴

2. *Interorganizational Information System (IOS)*

Interorganizational information system meliputi sistem informasi global, *electronic data interchange (EDI)*, *Electronic Fund Transfer (EFT)*, *extranet*, *database* bersama, pesan terintegrasi dan *supply chain management*. IOS merupakan aliran informasi di antara dua organisasi atau lebih. Tujuan utamanya ialah pemrosesan transaksi secara efisien, seperti pengiriman pesanan, rekening, atau pembayaran dengan menggunakan teknologi EDI atau *Extranet*. Semua hubungan sudah ditentukan sebelumnya, sehingga tidak ada negosiasi dan langsung eksekusi (pelaksanaan). Sebaliknya, dalam *electronic market*, penjual dan pembeli dapat bernegosiasi, mengajukan tawaran, menyepakati suatu order, dan menyelesaikan pelaksanaannya secara *online* maupun *offline*. *Interorganizational information sistem* hanya bisa

¹⁴ Lihat Riyeke Ustadiyanto, *Framework e-commerce* (Cet I; Yogyakarta: Andi Offset, 2001), h. 20.

digunakan untuk aplikasi B2B, sedang *electronic market* bisa terdapat dalam kasus B2B maupun B2C.

Interorganizational information System (IOS) merupakan kesatuan sistem yang mencakup sejumlah partner bisnis. Suatu IOS Tertentu akan memasukkan suatu perusahaan dengan suppliernya dan atau pelanggan dalam suatu jaringan. Melalui IOS, Pembeli dan penjual menyusun transaksi bisnis secara rutin. Tukar-menukar informasi terjadi melalui jaringan komunikasi menggunakan format yang sudah ditentukan sebelumnya, sehingga tidak perlu ada hubungan telepon, dokumen kertas, atau korespondensi perusahaan lagi. Dimasa lalu, IOS dikirim melalui link komunikasi yang dimiliki secara tertutup. Namun sekarang, banyak IOS berpindah ke Internet, kebanyakan melalui Extranet. Istilah IOS menunjukkan pada gambaran mengenai berbagai aktivitas bisnis, beberapa diantaranya ada yang digunakan dalam aktivitas yang ada kaitannya dengan *e-commerce*.

Jenis *Interorganizational information system* yang paling penting adalah :

- a. Sistem informasi Global. Perusahaan transnasional, perusahaan global, perusahaan multinasional, dan perusahaan internasional membutuhkan sistem informasi global.
- b. *Electronic data Interchange* (EDI) = (Pertukaran Data Elektronik) yang memberikan Koneksi B2B secara aman ke *Value-added-network* (VAN).
- c. *Electronic Fund Transfer* (EFT) atau transfer data elektronik.
- d. Ekstranet memungkinkan orang-orang yang ada di luar perusahaan untuk bekerja bersama dengan karyawan yang ada di internal perusahaan (Internet).

Awalnya ekstranet digunakan untuk memfasilitasi aliran informasi di antara partner bisnis, antara perusahaan dengan pelanggannya. General motor melakukan proyek inovasi untuk melaksanakan keduanya. GM menginginkan untuk mengubah cara memasarkan mobil dengan menggunakan ekstranet yang menyediakan akses kepada kios penjualan dan pembantu digital personal. GM merencanakan untuk meletakkan kios interaktif dalam dealer dan mallnya, tetapi sistem juga memungkinkan pembeli (toko) membeli mobil dan truk dari rumah. GM membantu pembeli dalam menentukan mobil yang cocok dengan gaya hidup mereka. Alamat untuk fasilitas itu adalah www.gmbuypower.com.¹⁵

- e. *Integrated Messaging* merupakan pengiriman *e-mail* dan dokumen fax melalui satu sistem transmisi elektronik tunggal yang dapat mengkombinasikan *Electronic Data Interchange (EDI)*, *e-mail*, dan *electronic form*.
- f. *Shared database (database bersama)* adalah informasi yang tersimpan di gudang info, dimiliki secara bersama oleh sesama partner dagang dan bisa diakses semua pihak. *Database* seperti ini sering digunakan untuk mengurangi waktu tempuh dalam mengkomunikasikan informasi antar pihak serta dalam menyusun kegiatan kerjasama. Pembagian itu kebanyakan dilakukan melalui *extarnet*.

3. Proses Pemasaran Elektronik

Agar sebuah perdagangan antara pembeli dan penjual dapat dilakukan, maka harus ada satu proses

¹⁵ David Odang, *Berbisnis Melalui Internet dengan Paypal*(Cet I; Yogyakarta: Mediakom, 2008), h.30.

tertentu. Proses ini bisa mencakup tahap-tahap sebagai berikut :

- a. Pembeli dengan menggunakan komputernya masuk ke pasar.
- b. Pembeli mencari produk, masuk ke *homepage* penjual produk.
- c. Pembeli memilih produk, melalui katalog.
- d. Pembeli memesan produk, Mengisi order pembelian. Terjadi proses transaksi.
- e. Order pembelian dikirim ke penjual, terjadi integrasi hukum.
- f. Penjual menkonfirmasi pesan
- g. Pembeli membayar, Menggunakan beberapa pilihan pembayaran, terjadi transaksi.
- h. Informasi pembayaran di kirim ke bank, terjadi integrasi hukum
- i. Kredit di cek pada bank pembeli.
- j. Kredit disetujui, di bayarkan pada bank penjual, terjadi integrasi hukum.
- k. Produk dikirim oleh penjual.
- l. Produk diterima oleh pembeli.¹⁶

Jelasnya, kalau pembeli merupakan organisasi atau seorang *repeat costumer*, sejumlah tahap bisa berubah atau dimulai. Nanti akan berhubungan dengan langkah-langkah utama dalam proses ini, dan juga dengan produk dan jasa spesifik *electronic market*.

4. Sistem Pembayaran E-Commerce melalui Internet

Ada sejumlah transaksi keuangan yang berbeda, seperti pembayaran oleh pelanggan, transaksi sekuritas, pinjaman atau asuransi, dan sebagainya. Sehubungan

¹⁶ Fajar Ys. Zebua, *Kemudahan dan Keistimewahan bertransaksi di Internet* (Cet II; Jakarta: Mediakom, 2008), h. 44.

dengan struktur internet sebagai jaringan yang terbuka, resiko sekurity yang besar menanti pihak-pihak yang berniat melakukan transaksi finansial melalui internet. Beragam teknik dan standar ditawarkan untuk mengendalikan resiko atau menghindarinya sama sekali. Prasyarat dasarnya adalah :

- a. *Customer* dan institusi keuangan harus melakukan otentikasi satu sama lain.
- b. Data-data privat mesti disandikan. *Algoritma kriptografi* harus memiliki karakteristik tertentu tidak boleh ada pihak ketiga yang dapat memperoleh akses ke data tersebut dengan mudah.
- c. *Signature digital* diperlukan untuk mengikat (mengesahkan) kontrak secara hukum. *Signature digital* mesti melindungi integritas dokumen yang ditandatangani. Harus dipastikan bahwa pengirim dan penerima memiliki dokumen yang isinya sama.¹⁷

Berpijak pada kebutuhan nyata transaksi internet, HTTP diperluas menjadi S-HTTP. Beberapa yang lain adalah *Home Banking Communication Interface (HBCI)*, *Secure Elektronik Transaction (SET)* dan *Secure Socket Layer (SSL)*.

Internet mengalami perkembangan yang sangat cepat baik dilihat dari segi jumlah pengguna maupun nilai bisnis di dalamnya. Kalangan bisnis berusaha untuk memanfaatkan fenomena ini sebagai strategi *marketing* yang baru dan juga media penjualan yang baru. Berbagai barang dan jasa tersedia di sini mulai dari barang (informasi digital) seperti *software* dan lagu sampai dengan jasa seperti layanan perbankan. Berbagai jenis

¹⁷Arlene G. Taylor dan Daniel N. Joudry, *The Organisation of Information*, Edisi III (Cet. II; London: Libraries Unlimited, 2009), h. 149.

barang dan jasa ini membutuhkan adanya teknologi pembayaran yang bisa melakukan transfer pembayaran secara digital terhadap barang dan jasa yang dibeli.

Sistem pembayaran yang ada pada saat ini dapat dikategorikan menjadi tiga sistem sebagai berikut :

1) Sistem debit.

Sistem ini mengharuskan konsumen terlebih dahulu mempunyai rekening di suatu bank. Apabila ia akan melakukan suatu pembayaran maka pembayaran itu akan diambil dari rekening tersebut dengan cara di debit. Contoh dari sistem ini adalah ; *Bank Internet Payment Sistem (BIPS)*, *FSTC electronic check (echeck)* (www.echeck.org), *Open Financial Exchange (OFX)*, (www.ofx.org)

2) Sistem kredit

Sistem ini mengalihkan kewajiban pembayaran kepada pihak ketiga (kredit) baru kemudian kredit ini akan ditagih kepada orang yang bersangkutan, pedagang akan melakukan *capture* yaitu meminta pembayaran dari pihak ketiga yang menjadi perantara sistem ini terdiri dari kredit card over HTTP/SSL, dan SET. Sistem yang menggunakan SSL banyak digunakan oleh internet *merchant* pada saat ini. Internet *merchant* akan menggunakan SSL dalam meng-encrypt proses *capture* dari nomor kartu kredit yang digunakan.¹⁸

3) Uang digital (*e-money*) "tunai" atau *electronic "cash"* / digital case.

¹⁸William Stalling, *Wireless Communication and Network*, diterjemahkan oleh Dimas Aryo Sasongko dengan judul; *Komunikasi dan Jaringan Nirkabel* (Cet. I; Jakarta: Erlangga, 2007), h. 123.

a) *Digital case*

Sistem pembayaran baru (SEIT99) seperti halnya uang digital ini hanya berhasil apabila keberadaannya diterima oleh banyak orang. Untuk meraih penerimaan ini semua pihak yang terlihat harus memetik cukup banyak keuntungan melebihi dari “biaya” yang harus ditanggungnya:

- (1) Minat utama *customer* adalah membawa alat pembelian ini seNyaman mungkin. Pembayaran harus dapat dilakukan dari rumah dengan cara yang mudah dan efisien.
- (2) *Dealer (merchant)* bisa saja memetik *fee* dari transaksi (namun sebaliknya tidak). Di lain pihak, keuntungan yang diraihinya adalah memperbaiki citra sebagai *merchant* yang inovatif dan mungkin mengingatkan penjual. Ia barang kali bisa juga mengurangi kantor cabang dan orang-orang penjualan.
- (3) Arsitek sistem bertanggung jawab terhadap pengembangan sistem pembayaran. Keuntungan mereka adalah royalti dan *fee* dari layanan. Prasyaratnya adalah penerimaan yang luas dari sistem mereka dan penggunaannya.
- (4) Penyediaan sistem (sistem prioritas) menjadi pihak penengah. Penjualan dealer diteruskan ke institusi keuangan. Penyedia sistem bertanggung jawab terhadap *clearance* transaksi. Ia menyediakan pula layanan (manajemen problem, pelatihan pengguna). Pendapatan berasal dari *fee* dan tarikan (*charge*) atas layanan yang ia sediakan.¹⁹

¹⁹ Richardus Eko indrajid, *E-commerce* (Cet 1; Jakarta: PT Gramedia, 2001), h. 97.

- (5) Institusi keuangan dapat mempromosikan sistem tertentu. Kepercayaan terhadap sistem pembayaran elektronik merupakan kunci keberhasilan. Hambatannya barangkali adalah masalah *how know*.
- (6) Trust center mengontrol kunci *signature* digital. Bertanggung jawab terhadap integritas data yang ditransmisikan oleh otentikasi. Trust center memberikan pengamanan pada sistem pembayaran tertentu. Penerimaan mereka berasal dari royalti dan *fee* layanan-layanan lain.

b) *Micro Payment*

- (a) Pembayaran mikro (*micro payment*) dengan satuan yang lebih kecil dari rupiah (sen), atau dollar (sen, nickel).
- (b) Micro payment
- (c) Mini payment

Contoh :

Jika satu eksamplar 16 halaman jawa pos dijual seharga 1500 rupiah, maka adalah mungkin di masa mendatang <http://www.jawapos.co.id>, misalnya mengecer jualan perlembar. Jadi, halaman dua jual seharga 100 rupiah saja atau bahkan mungkin *copy* artikel tertentu saja. Mengapa tidak? Pembayaran recehan model begini membutuhkan sistem pembayaran yang mengenal mikro/*mini payment*.

Tagihan pembayaran telepon GSM XL excelemino pratama misalnya, yang ditarik perdetik, dapat dibayar dengan tepat teliti hingga per rupiahnya bahkan per sennya. Ini mungkin dilakukan bila transaksi pembayaran dilakukan melalui sistem elektronik. Pihak XL langsung mendebet rekening bank pelanggan bersangkutan. Sesuatu yang tidak peraktis (*impractical*)

jika dilakukan melalui pembayaran memakai uang kertas/logam tradisional. Bukankah tidak mungkin untuk meminta kembalian 25 rupiah 75 sen, di supermaket, uang 25 rupiah bahkan tidak bisa digantikan permen, seringkali dilupakan begitu saja.²⁰

b) Prasyarat sistem

- (1) Sistem yang terbuka membutuhkan fasilitas *security* untuk menangani pembayaran elektronik. *Security* dapat diwujudkan dengan metode *kriptografi* yang berhubungan dengan nomor transaksi.
- (2) Sejumlah besar *customer* harus dapat melakukan transaksi pembayaran secara serentak. Sistem harus dapat melayani banyak pengguna dan mudah untuk dikembangkan. *Skalability* merupakan kriteria yang penting.
- (3) Pembayaran skala kecil (*micro dan pico payment*) semestinya dimungkinkan. Sistem akuntansi yang berkaitan dengannya mesti efektif dan efisien. Oleh karenanya, biaya pertransaksi harus rendah.
- (4) Sistem harus transparan. *Customer* mesti tahu kalau telah terjadi pembayaran. Penggunaan sistem mesti sederhana dan gampang dimengerti.
- (5) Rumah tangga semestinya bisa menerima uang digital ini (sebagai *micro merchant* misalnya).
- (6) Uang digital terdiri atas susunan bit adalah mungkin untuk membuat duplikasi koin dan kemudian meletakkannya ke dalam sirkulasi

²⁰Donna L. Baker, *HTML Complete Course* (Cet I: Canada: Wiley Publishing, Inc, 2003), h. 254.

uang digital. Fenomena ini dikenal dengan “pembelanjaan ganda” atau “menggandakan uang digital”. Sistem pembayaran harus menyediakan mekanisme untuk mengetahui atau mencegah adanya pembayaran ganda.²¹

- (7) Uang digital harus dapat dikonversi kembali menjadi uang nyata, jika dibutuhkan.
- (8) Untuk menjamin tingkat kepercayaan, nilai tukar antara uang digital dan uang nyata harus stabil (demikian pula antar uang digital itu sendiri).
- (9) Uang digital disimpan di *hard disk* lokal atau media lain. Pada kasus *disk crash* atau media yang rusak, harus tersedia satu cara untuk memulihkan kembali.

Sistem ini merupakan salah satu perkembangan yang paling akhir dalam internet *payment*. Sistem ini dalam penggunaannya mirip dengan pemakaian uang tunai dalam kegiatan sehari-hari. Kemiripan ini adalah dalam hal konsumen akan membayar koin atau uang kertas kepada penjual dalam proses pembayaran sehari-hari. Dalam sistem ini uang tunai ini akan digantikan oleh digital token atau suatu nilai digital (*digital value*) kepada penjual. Beberapa sistem memungkinkan penjual untuk langsung membelanjakan uang yang didapatnya untuk membayar suatu barang atau jasa.

Sistem yang lain mengharuskan uang tersebut disetorkan terlebih dahulu ke dalam suatu rekening baru setelah itu bank akan menerbitkan token yang baru yang dapat dipakai untuk berbelanja. Beberapa contoh dari sistem ini adalah mondex, (<http://www.mondex.com>)

²¹ Mico Pardosi, *Memasang dan Menggunakan Internet* (Cet. 1; Surabaya: Dua Selaras, 2004), h. 10.

proton (<http://www.visa.com>) visacash (<http://www.visa.com>), ecash (<http://www.digicash.com>) milicent (<http://www.milicent.Digital.com>), cybercoin (<http://www.cybercase.com>), worldpay.²²

c) *Milicent*

Produk dari *Digital Equipment Corp* (DEC), *milicent* berbasis *scrip*. Tidak seperti *scrip* tradisional yang setiap pedagang (*merchant*) menjual *scrip* langsung ke calon pembeli, *milicent* mengandalkan *scrip* broker. Pialang (broker) bisa berupa bank atau asosiasi bank, adalah pihak ketiga yang menerima pembayaran dari konsumen di *front-end* dan kredit *scrip* dari *merchant* di *back-end*. Pialang menerbitkan *scrip-nya* sendiri ke konsumen. Dengan demikian, antara *merchant* dan konsumen tidak perlu memiliki hubungan sebelum melakukan transaksi.

Seperti halnya uang receh, yang dipakai pada pembayaran skala kecil yang ringan, *milicent* juga di *design* sebagai sarana pembayaran *e-commerce* kelas ringan. Agar biaya transaksi yang ringan ini tidak menjadi lebih besar dari nilai transaksinya itu sendiri dan efektif dari segi biaya, *milicent* mengorbankan *security*. Para perancangannya mengasumsikan bahwa *fraud* pasti akan terjadi, tetapi jumlahnya akan kecil saja dan dapat diabaikan. Secara teknis, sebetulnya *milicent* bisa saja menerapkan teknik *enkripsi* (penyandian) yang lebih rumit dan mekanisme prosedur *security* yang lebih berlapis dan ketat, namun ongkos komputasi dan

²²Bahrouz A. Forouzan, *TCP/IP Protocol Suite*, Edisi III (Cet II; New York: Higher Education, 2006), h. 519.

administratif mungkin akan lebih besar dari nilai transaksinya itu sendiri.

Skema mini *payment* berbentuk transaksi dari angka sekitar 0,25 US dollar sampai 10 US dollar.

Dari aspek *security*, asumsi pengabaian dari para perancangannya merupakan celah (STWA99).jika saja seorang *hacker* dapat berperang sebagai pialan dan menfilter tiap seper sepuluh sen Us dollar dari setiap transaksi scrip maka hasil yang diperbolehkan bisa saja banyak sekali. Sedikit demi sedikit kan lama-lama jadi bukti. www.research.digital.com/SRC/personal/stveg/millicent/millicent.html.²³

d) *E-cash* dari *digi cash*

Digi cash merupakan suatu sistem yang disebut dengan *e-cash*, merupakan sistem pembawa sertifikat (*certificate bearer*), yang berarti siapapun yang saat itu sedang memegang *e-cash* adalah yang memegang nilai moneterinya. Mark Twain bank di st louis adalah yang pertama (mungkin masih satu-satunya) penerbit *e-cash* di AS, tetapi telah menandatangani kesepakatan-kesepakatan dengan beberapa bank.

Dengan *e-cash*, konsumen membangkitkan token *e-cash* melalui perangkat lunak "dompet" (*purse software*) yang diedarkan *digicash*. Konsumen membangkitkan token *e-cash*, lalu mengirimkannya (tersembunyi dalam amplop digital) ke bank guna sertifikasi. Bank kemudian mengecap token-token yang dikirim oleh konsumen tadi dengan *signature* untuk setiap token, mendebet rekening konsumen untuk setiap *e-cash* yang dicapnya, lalu

²³Joseph Tan, *E- Health Care Information System* (Cet I; New York: Jossey Bass, 2005), h. 547.

mengirimkannya kembali ke konsumen melalui internet. Bank tidak akan melihat lagi token-token tersebut, sampai token tersebut hadir kembali setelah dibawa oleh penagih ke bank.

Karena seluruh sistem ini berbasis perangkat lunak, maka menduplikasikan token *e-cash* yang telah disertifikasi oleh bank, bukan perkara yang mustahil. Bukankah uang digital hanya sekedar susunan bit belaka? Tidak ada yang dapat menghentikan konsumen untuk melakukan duplikasi token *e-cash* yang sudah disertifikasi.

Oleh karena itu, setiap kali terjadi transaksi *e-cash*, *merchant* harus melakukan koneksi *online real-time* ke bank penerbit untuk memastikan bahwa token tersebut belum pernah terpakai, belum dibeli oleh konsumen, atau belum ditagihkan oleh *merchant* lain. Masing-masing token yang sedang dibelanjakan tadi dicocokkan dengan daftar token-token yang sudah ditagih. Jika konsumennya jujur dan bermain sesuai aturan main, maka tentu saja tidak ada token yang sama, dan transaksi pun boleh berlangsung. Jika ada token yang sama, transaksi gagal (karena konsumen barangkali telah menggandakan uangnya).²⁴

e) *Cybercoin* dari *cybercash*

Cybercash meluncurkan uang digitalnya sendiri bulan oktober 1996. *Cybercoin* bersandar pada sistem notasional bukan model *certificate bearer*. Seperti halnya skema uang digital lainnya, konsumen harus membayar terlebih dulu (*prepay*) *cybercoin*.

²⁴Lihat M. Sunyanto, *Strategi Periklanan pada E-commerce Top Dunia* (Cet. I; Yogyakarta: Andi offset, 2007), h. 55.

Kunci pembeda antara *cybercoin* dan model-model lainnya adalah nilai uang digital bank ditransfer ke PC konsumen, kartu chip, atau *cybercash wallet*. Ketika konsumen melakukan transaksi dengan *merchant*, *cybercoin* ditransfer dari *cybercash wallet* milik konsumen ke *cash register* milik *merchant*, menggunakan *cybercash* sebagai prosesor sentral dari transaksi ini. *Cybercash* cukup merekam siapa konsumen yang membayar ke *merchant* mana dan beberapa jumlahnya.

Lantaran setiap transaksi tidak membutuhkan kliring antar bank dan settlement, menjadikan *cybercash* bahkan cocok untuk transaksi ringan mulai dari 0,25 US dollar. Sistem *cybercash* menawarkan solusi yang berisiko kecil bagi institusi *financial*. Merchant ataupun konsumen tidak akan bisa memalsu *cybercoin*, sebab sistem ini bukan *bearer certificates*. Tidak ada yang dapat memalsukan nilai uang ke sistem. *Cybercash* mengetahui secara pasti berapa besar *cybercoin* yang telah dibeli atau ditransfer, dan mengendalikan dana.²⁵

Barangkali resiko terbesar adalah dari sisi konsumen, bila orang lain dapat mengakses PC-nya, kemudian melakukan pembelian menggunakan *cybercoin*. Namun resiko ini dijumpai di semua sistem berbasis perangkat lunak.

Cybercash berupaya keras untuk mendistribusikan perangkat lunak wallet miliknya melalui produk-produk perangkat lunak macam *browser netscape*. Didistribusi wallet yang besar akan membantu mensolidkan posisi *cybercash* sebagai prosesor pembayaran untuk transaksi melalui internet.

²⁵Andri Kristanto, *Jaringan Komunikasi Data dan Komputer* (Cet I; Yogyakarta: Graha Ilmu, 2003), h. 18.

f) *Mondex*

Tidak seperti sistem-sistem pembayaran internet lainnya, *mondex* dilahirkan dari dunia *off-line* dan bermigrasi dari internet. *Mondex* sepenuhnya berbasis *chip card*, dan ia unik sebab mampu melakukan *transfer card to card*.

Seperti sistem e-cash, *mondex* memakai model pembawa sertifikat, yaitu dana disimpan secara *remote* di kartu setiap pengguna. Namun tidak seperti *e-cash*, dana-dana *mondex* dapat ditransfer dari satu *card* ke *card* yang lain, tanpa membutuhkan kliring terpusat atau verifikasi oleh bank. Sehingga dari sudut pandang dunia nyata, *mondex* inilah uang digital yang paling dekat dengan uang nyata.

Kunci pembeda antara *mondex* dan uang nyata adalah jejak audit yang disediakan oleh *mondex*. Kartu *mondex* merekam setiap transaksi dengan ciri unik yang dapat dimanfaatkan untuk menjejaki dana bila dibutuhkan.²⁶

Kunci *mondex* adalah sekuritinya, yang terdapat pada dua aspek primer sistem: perangkat keras *card* dan proses transfer nilai. Dana tidak dapat berbeda di mana saja, kecuali di dalam kartu *mondex*. Bahkan penerbit sentral *mondex* pun mengendalikan pada *card-card mondex* untuk menyimpan nilai uang masing-masing.

Kunci *mondex* mampu mendeteksi *spoof* dan menolak transfer uang ke *card* palsu. Andalannya adalah bahwa setiap kartu disertifikasi dengan nilai *signature mondex*. Proses transfer nilai juga aman. Ketika terjadi transfer antara konsumen dan *merchant* umpamanya,

²⁶Adams Wagner Boyer, *Computer Information System; An Introduction* (Cet I; California: South Western Publishing Co, 1983), h. 397.

dan kartu itu tidak hanya melakukan verifikasi otentikasi satu sama lain, tetapi transfer hanya terjadi secara sekuensial sehingga tidak mungkin dana berada di dua dunia tempat pada saat yang sama. Dana ditarik dari kartu konsumen sebelum dituliskan ke kartu *merchant*.

Satu-satunya hambatan dari sistem *mondex*, karena sistem ini adalah sistem yang berbasis *card*, barangkali bahwa ia membutuhkan *card reader* di tangan konsumen dari *merchant*. Ini bukan perkara yang remeh. Boleh jadi ini menjadi salah satu faktor mengapa *digicash* hanya berbasis perangkat lunak.

Mondex memahami hambatan ini dengan berusaha memperkenalkan piranti seperti *verifone verismart card reader* dengan harga sekitar 100 US dollar dan harganya cenderung menurun dari waktu ke waktu.

Sesuatu yang dianggap justru lebih signifikan adalah penghalang ekonomi; masih belum jelas bagaimana bank dapat menarik keuntungan dari transaksi dengan *mondex*. Mulai dari penerbitan uang *mondex*, mungkin bisa diperoleh bila institusi finansial membeli (“kulakukan”) lebih dulu uang *mondex* dari *mondex* sendiri, baru kemudian menjualnya ke konsumen.

Setelah uang *mondex* beredar di pasaran, tipis sekali kemungkinan institusi keuangan akan memperoleh keuntungan karena pertukaran uang *mondex* tidak membutuhkan keterlibatan institusi finansial, sehingga mereka tidak dapat menarik *fee* transaksi.²⁷

g) *Visa cash*

²⁷*Ibid.*, h 398

Visa cash menjawab beberapa pertanyaan ekonomi yang diajukan kepada *mondex*, terutama tentang bagaimana institusi keuangan dapat memetik keuntungan. *Visa cash* adalah produk *bearer certificate* dari Visa yang berbasis *chip card*. Setiap Bank visa dapat memberikan *visa cash* dan menikmati keuntungan, dan dalam kasus kartu *visa cash* yang dibuang adalah nilai sisa yang terlupakan atau terbuang adalah nilai sisa yang terlupakan atau terbuang oleh konsumen.²⁸

Visa card memang lebih mudah dijual ke industri perbankan dari perspektif finansial, tetapi tidak memiliki keleluasaan sebebaskan *mondex* dengan *mondex*, pengguna dapat mentransfer uang dari suatu kartu ke kartu lain tanpa batas, sesuatu yang tidak dapat dinikmati oleh pengguna *visa cash*.

Beberapa catatan tentang uang digital : Sistem uang yang dapat digunakan baik secara *offline* maupun *online* seperti *mondex* misalnya, berprospek lebih baik daripada sistem yang hanya berjalan *online* di internet.

Secara keseluruhan pada tahun 2001, terlihat lebih dari 10 miliar US dollar dengan transaksi uang digital. Ini sebagian besar karena booming di pornografi, penjualan *online* (casino, poker, blackjack, dsb), *video game*, dan layanan internet *phone*, yang akan sangat dibantu oleh keberadaan uang digital. Layanan informasi seperti berita dan informasi komersial juga turut mendorong volume transaksi uang digital. Ekonomi digital dampaknya sangat terasa pengaruh dan manfaatnya dalam waktu akhir-akhir ini apalagi pada masa akan datang.

²⁸ Triton Prawira Budi, *Bisnis Melalui Internet* (Cet. I; Jakarta: Oryza, 2009), h. 29.

C. Implementasi E-Commerce di Kota Makassar

Seirama dengan perkembangan sains dan teknologi, sebagian masyarakat kota Makassar tampaknya juga telah memanfaatkan layanan *e-commerce* dalam berbagai aktivitas dan profesi yang mereka geluti. Pemanfaatan jasa seperti ini merupakan sebuah ikhtiar baru masyarakat modern dalam menyikapi fenomena perkembangan zaman yang semakin cepat.

Sebagai kota metropolis, Makassar merupakan *icon* peradaban masyarakat Indonesia Timur. Tingkat pendidikan yang relatif baik ditambah dengan sarana dan prasarana yang memadai memungkinkan masyarakat kota Makassar lebih cepat dan secara massif dapat memanfaatkan layanan *e-commerce* ini. Hal ini seirama dengan teori Albert Einstien yang menyatakan bahwa di saat dunia semakin maju, manusia akan diburu dengan waktu.²⁹ Untuk itu, manusia modern memerlukan kecepatan dalam setiap langkah untuk mengisi kehidupannya. Dalam kaitan ini, pemanfaatan internet merupakan salah satu solusi dan alternatif mengimbangi dinamika hidup yang semakin konflik.

Atas dasar pemikiran di atas, di samping mengeksplorasi kajian hukum *e-commerce*, penulis juga mengadakan riset terhadap pelaku *e-commerce* di Makassar. Ini dimaksudkan untuk mengetahui proses pelaksanaan *e-commerce* yang telah menjadi bagian kehidupan masyarakat kota Makassar dan mencoba

²⁹ Lihat G.J. Whitrow, "Einstien, Arbert" dalam *The Encyclopaedia Americana*, Vol X (Cet VI; New York : Americana Corporation, 1977), h. 95.

menghubungkan dengan kajian hukum yang telah penulis paparkan dalam bab sebelumnya.

Kajian ini juga untuk menguji fenomena *das sien* dan *das solen* atas pelaksanaan *e-commerce*. Apakah jenis, bentuk transaksi dan syarat-syarat lainnya telah sesuai dengan ketentuan hukum Islam.

Peneliti mengeksplorasi bagaimana masyarakat (pengguna *e-commerce*) melakukan transaksi *e-commerce* di Makassar. Informan yang diwawancarai terdiri atas berbagai profesi, sebagai representasi dari masing-masing profesi agar data yang didapat lebih akurat, valid dan *realible*.

Adapun informan yang dijadikan sebagai subjek penelitian ini cukup beragam yaitu (1) Akademisi, (2) Pengusaha, (3) Nasabah/Karyawan, (4) Birokrasi (pemerintah), (5) Ibu Rumah Tangga eksekutif dan (6) Pakar Hukum Islam.

Peneliti sengaja mengambil sejumlah informan dari sejumlah profesi dengan tujuan untuk mendapatkan data yang beragam dari beberapa sumber, keterwakilan dari masing-masing profesi, dan yang paling penting adalah agar didapatkan informasi yang tepat dan akurat sesuai dengan standar penelitian.

Berikut adalah hasil olah data yang penulis lakukan atas wawancara terhadap sejumlah informan yang peneliti tetapkan. Dari hasil olah data ini, penulis menyimpulkan bahwa sebagian masyarakat memanfaatkan jasa *e-commerce* dengan tujuan sebagai berikut:

1. Pemanfaatan Teknologi Dunia Maya

Perkembangan teknologi elektronik yang berlangsung sangat pesat akhir-akhir ini telah

mempengaruhi hampir seluruh aspek kehidupan dan kegiatan masyarakat kota Makassar. Canggihnya teknologi modern saat ini dan terbukanya jaringan informasi global yang serba transparan, menurut Toffler³⁰ adalah gejala masyarakat gelombang ketiga, yang ditandai dengan munculnya internet, 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.³¹

Salamun Pasda seorang akademisi di kota Makassar yang juga pakar dalam bisnis dan ekonomi mengaku hampir setiap saat melakukan transaksi jual-beli melalui internet, tidak ada waktu yang terlewatkan, pagi, siang, sore dan malam. Menurutnya, aktivitasnya selalu didukung oleh teknologi dunia maya.³² Internet yang merupakan implementasi *Transmission Control Protocol/Internet Protocol* (TCP/IP) telah memberikan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan dan

³⁰Lihat Alvin Toffler, *The Third Wave* (Cet. I; Batam Books, 1982), h. 155; lihat juga Rulyjanto Podunge, "*Tinjauan Fiqh Islam Tentang Transaksi jual-beli Melalui Internet*" (Tesis tidak diterbitkan, Program Pasca Sarjana UIN Alauddin Makassar, Makassar, 2009), h. 112.

³¹Lihat Budi Sutedjo Darma Oetomo, *Perspektif e-Bussines: Tinjauan Teknis Manajerial dan Strategi* (Cet. I; Yogyakarta: Andi, 2001), h. 10.

³²Salamun Pasda, Dekan Fakultas Ekonomi UNM dan Guru Besar dalam bidang bisnis dan ekonomi, Kecamatan Somba Opu, Makassar, wawancara oleh penulis di Makassar, 5 September 2011.

berkomunikasi secara global tanpa batasan geografis antar negara. Dalam pandangan Salamun, 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. 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.³³

Hal ini dipertegas oleh pernyataan Hamdan Johannes bahwa kecanggihan teknologi dapat menjadikan hidup manusia semakin mudah, efektif dan efisien, serta hemat biaya. Dia mencontohkan sistem *booking* tiket pesawat dan reservasi hotel. Menurutnya, jika ingin *booking* tiket pesawat, atau reservasi hotel, masyarakat tidak perlu pergi ke agen/*counter* untuk melakukan perjalanan jauh dari suatu negara ke negara lain. Cukup dengan melalui media internet, masyarakat sudah mendapatkan tiket dan sudah punya kamar dengan pasti dan meyakinkan untuk menginap di negara yang dituju dengan memperlihatkan bukti resi/*booking* transaksinya dalam waktu cepat dan singkat".³⁴

Sebagaimana disebutkan di atas bahwa konvergensi teknologi informasi dan komunikasi yang

³³Lihat Ricardus Eko Indarajit, *E-Commerce: Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia maya* (Cet. I; Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2001), h. 33.

³⁴Hamdan Johannes, Ketua Proyek SILEI dan Guru Besar dalam bidang Sosiologi Agama, Kec. Somba Opu, Makassar, Wawancara oleh penulis, 19 Agustus 2011.

berwujud internet ini telah memasuki dan merasuki berbagai aspek kehidupan manusia. Pada dasarnya tidak ada bagian dari aktivitas kehidupan manusia yang tidak lepas dari fasilitas teknologi informasi dan telekomunikasi. Kegiatan pendidikan, pemerintahan, perbankan, asuransi, transportasi, penegakan hukum, penegakan demokrasi peneguhan agama, dan masih banyak lagi area yang dapat ditingkatkan kinerjanya menggunakan teknologi informasi dan telekomunikasi. Kemajuan teknologi informasi ini telah mengubah berbagai kegiatan manusia yang selama ini hanya dimonopoli oleh aktivitas fisik belaka. Teknologi Informasi memegang peran yang penting, baik di masa kini maupun di masa akan datang. Dengan semakin meningkatnya teknologi dan informasi di Indonesia, maka transaksi jual-beli barang, jasa, dan informasi pun yang pada awalnya bersifat konvensional perlahan-lahan beralih menjadi transaksi jual-beli secara elektronik dengan menggunakan media internet.³⁵

Demikian juga dengan pendapat seorang akademisi lainnya, Andi Ali Amiruddin,³⁶ ia mempertegas bahwa dengan semakin meningkatnya perkembangan teknologi dan informasi maka, transaksi jual-beli barang, jasa dan informasi dilakukan orang melalui internet. Dia mengakui sering kali melakukan transaksi melalui internet baik dalam bentuk barang, beli *file* untuk kebutuhan disertai ataupun reservasi tiket pesawat ke luar negeri.

³⁵ Lihat Mieke Komar Kantaatamadja, et.al., *Cyberlaw: Suatu Pengantar* (Cet. II; tt:ELIPS, 2001), h. 34.

³⁶ Andi Ali Amiruddin, Dosen UIN Alauddin Makassar, Kecamatan Somba Opu, Kab. Gowa, wawancara oleh penulis di Gowa, 17 Agustus 2011.

Tidak berbeda dengan para akademisi, pengusaha yang peneliti wawancarai mengakui hal yang sama. Abdul Jalil,³⁷ (pengusaha travel) misalnya menyatakan bahwa pemanfaatan *e-commerce* setiap hari dilakukan, sebab menurutnya dunia travel memang mengharuskan pelakunya untuk memanfaatkan internet. Sementara Andi Ahmad Pandita³⁸ (pengusaha komputer), juga mengakui sering memanfaatkan internet untuk tujuan bisnis, baik untuk mengamati harga, membandingkan ataupun transaksi jual-beli komputer. Senada dengan Andi A. Pandita, Ibu Pahriani³⁹ (wiraswasta) juga aktif memanfaatkan *e-commerce* terutama dalam usaha yang dijalankannya.

Selanjutnya komentar informan dari birokrasi (pemerintah) dengan pertanyaan item yang sama adalah: Andi Irjan Pandita,⁴⁰ (Lurah) beliau menjawab pernah melakukan tapi tidak begitu intens.

2. *E-Commerce sebagai Layanan Sosial*

Berikutnya komentar informan dari nasabah/karyawan bank negeri dan swasta dengan pertanyaan item yang sama:

³⁷Abdul Jalil, Pengusaha Trevel, Kec. Rappocini, Kodya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis di Maccini, 22 Agustus 2011.

³⁸Andi Ahmad Pandita, Pengusaha Komputer, Kec. Mariso, Kodya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis, 24 Agustus 2011.

³⁹Pahriani, Wiraswasta, Kec. Makassar, Kodya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis di Pengawoman, 22 Agustus 2011.

⁴⁰Andi Irjan, Lurah Bonto Biraeng, Kec. Mariso, Sul-Sel, wawancara oleh penulis di Kantor Luran Bontobiraeng, 25 Agustus 2011.

Alfiah A⁴¹ (Nasabah/karyawan bank BNI) beliau menjawab: sering, setiap hari melakukan transaksi *e-commerce*, baik sebagai nasabah bank BNI juga sebagai karyawan BNI, setiap hari menggunakan internet *banking* dan fasilitas yang dimiliki BNI seperti; BNI ATM, BNI SMS *banking*, dan BNI Phone *banking*. Sementara Nurul Qamariah khasan⁴² (nasabah/karyawan bank mandiri) beliau menyatakan; sering melakukan transaksi *e-commerce* dengan menggunakan fasilitas yang dimiliki oleh bank Mandiri. Berikutnya Tri Utari Noryany⁴³ (nasabah/karyawan bank BCA) beliau menjawab; sering, hampir setiap hari menggunakan transaksi jual-beli melalui internet *banking* BCA dan fasilitas lainnya.

Selanjutnya komentar informan dari ibu rumah tangga eksekutif dengan pertanyaan *item* yang sama: Hj. Sitti Hasbiah.⁴⁴ Dia menjawab pernah, bahkan sering, saat ini beliau fokus ke jasa. Perusahaan itu bernama TVI *ekspres*, yang berpusat di Inggris, kami sering gunakan untuk *traveling*, semuanya proses transaksinya melalui media internet. Orang mentransfer dana untuk membeli *voucer* hotel, jadi produk ini adalah produk hotel, yaitu bintang tiga sampai bintang lima di seluruh dunia,

⁴¹Alfiah A, Nasabah dan Karyawan Bank Negara Indonesia (BNI), Kec. Tammalate, Kodya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis di Bank BNI, 24 Agustus 2011.

⁴²Nurul Qamaria Hassan, Nasabah dan Karyawan Bank Mandiri, Kec. Pannakkukang, Kodya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh Penulis, 23 Agustus 2011.

⁴³Tri Utari Noryany, Nasabah dan Karyawan Bank BCA, Kec. Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penuli di bank BCA Panakkukang, 22 Agustus 2011.

⁴⁴Sitti Hasbiyah, Ibu Rumah Tangga, Kec. Tammalate, Kodya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis, 5 September 2011.

beliau mendapatkan voucher fasilitas hotel murah, untuk seluruh dunia hanya harga \$ 250 bisa menginap 3 malam 4 hari di hotel seluruh dunia. Sementara Irwanti Said,⁴⁵ beliau menyatakan iya, pernah beberapa kali. Adapun Ihwana As'ad,⁴⁶ Dia menjawab; sering kali melakukan transaksi *e-commerce* melalui internet, sudah bertahun-tahun saya lakukan.

Ketiga informan dari akademisi tersebut, tampaknya memiliki jam terbang yang relatif hampir sama dalam melakukan transaksi *e-commerce* melalui internet, dari pengamatan peneliti, Salamun lebih tinggi tingkat intensitasnya melakukan transaksi *e-commerce* dibandingkan dengan Hamdan dan Andi Ali Amiruddin, ini disebabkan karena Salamun, di samping sebagai seorang akademisi dalam bidang ekonomi, juga sebagai pebisnis dalam bidang TVI Ekspres yang berpusat di Inggris, sehingga beliau lebih intens melakukan *browsing* dan transaksi *e-commerce* melalui jasa media internet, di samping itu beliau juga punya 2 orang anak yang kuliah di luar negeri (Australia dan Malaysia) sehingga beliau banyak menggunakan fasilitas internet *banking* untuk mentransfer dana kebutuhan sehari-hari dan pembayaran SPP anaknya di luar negeri, jika dibandingkan dengan Hamdan dan Andi Ali Amiruddin yang murni berkecimpung di bidang akademisi. Hamdan dan Andi Ali Amiruddin lebih intens *e-commercenya* pada bidang informasi, meskipun informasi yang didapatkan itu gratis karena

⁴⁵Irwanti Said, Ibu Rumah Tangga, Kec. Rappocini, Kodya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis, 17 Agustus 2011.

⁴⁶Ihwana As'ad, Ibu Rumah Tangga, Kec. Tamalanrea, Kodya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis di Villa Mutiara blok 10 no. 06, 10 Oktober 2011.

menggunakan media internet lembaga, tapi yang membayar media internet tersebut adalah lembaga (UIN Alauddin). Kecenderungan orientasi ketiga informan tersebut diperkuat oleh salah seorang praktisi bisnis *e-commerce* Emond Makarin yang berpendapat bahwa kecenderungan seseorang melakukan transaksi *e-commerce* itu sangat dipengaruhi oleh manfaat dan keuntungan yang diperoleh oleh seseorang, baik berupa materi, jasa informasi atau kebutuhan lainnya.

Sementara keempat informan yang mewakili pengusaha, baik Abd Jalil, Andi Ahmad Pandita maupun Pahriani dan Hamzah A Lopo, sering melakukan transaksi *e-commerce*, karena kebutuhan mereka dituntut untuk banyak melakukan *browsing*. Seperti yang dinyatakan oleh Abd Jalil; melakukan transaksi *e-commerce* melalui internet sudah menjadi kebutuhan setiap hari, karena profesinya menuntut dia melakukannya. Demikian juga dengan Andi Ahmad Pandita, setiap hari melakukan *browsing*, demikian halnya dengan Pahriani.

Adapun dari pihak yang mewakili birokrasi, adalah Andi Irjan, dia menyatakan pernah melakukan transaksi *e-commerce* tapi tidak begitu intens.

Berikutnya ketiga informan yang mewakili nasabah/karyawan Bank adalah; Alfiah, Nurul Qamariah Khasan dan Tri Utari Noryany, ketiga-tiganya sering melakukan transaksi *e-commerce*, baik mereka sebagai nasabah maupun sebagai karyawan. Mereka sering menggunakan internet *banking* fasilitas dari bank mereka masing-masing melakukan transaksi *e-commerce*.

Selanjutnya informan yang mewakili Ibu rumah tangga adalah; Hj sitti Hasbiah, Irwanti Said, dan Ihwana As'ad. Ketiga-tiganya menjawab bahwa mereka sering

melakukan *e-commerce* untuk memenuhi kebutuhan pakaian dan kebutuhan lainnya.

3. Objek (Barang-Jasa dan informasi) E-Commerce

Banyak objek (barang-jasa) yang dimanfaatkan dalam transaksi bisnis *e-commerce*. Taufiq Kahar⁴⁷ menyatakan bahwa barang atau jasa yang dimanfaatkan adalah hotel. Hal tersebut dilakukan sudah dua tahun yang lalu. Sementara Putri⁴⁸ biasa menggunakan *e-ticketting*, kamera dan *flashdisk* di toko IB. Sedangkan Wilson,⁴⁹ menggunakan *e-commerce* untuk membeli laptop dan *charge hp*. Menurutnya barang yang datang persis seperti apa yang dijelaskan spesifikasinya pada menu yang disebutkan di internet.

Sebagaimana halnya informan di atas, pengusaha juga memanfaatkan *e-commerce*, barang yang biasa diorder adalah obat-obatan, modem, dan tiket. Hal ini diakui oleh para pengusaha, misalnya Hanny Salim⁵⁰ yang mengakui banyak bertransaksi dengan barang seperti alat-alat elektronik dan sejenisnya. Iriani Irjan⁵¹

⁴⁷Taufiq Kahar, Pengusaha dan jurnalis, Kecamatan Tamalanrea, Kodya Makassar, wawancara oleh penulis di café inoel jln Pengawoyoman, 23 September 2011.

⁴⁸Putri, Wiraswasta, Kecamatan Panakukang, Kodya Makassar, wawancara oleh penulis di Kantor trevel Akbar Jaya Jln Pengayoman Ruko Cornelin, 22 September 2011.

⁴⁹Wilson, Karyawan Swasta, Kecamatan Makassar, Kodya Makassar, wawancara oleh penulis di Kantor Jln Veteran Utara Ir. 105/5, 22 September 2011.

⁵⁰Hanny Salim, Pengusaha dan Nasabah bank BCA, Kec. Panakukang, Kodya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis di jln Pengayoman, 24 Agustus 2011.

⁵¹Iriani Irjan, pengusaha, Kec. Makassar, Kodya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis di Pengawoman, 22 Agustus 2011.

juga banyak melakukan transaksi dengan barang, misalnya pakaian dan makanan (kue).

Sementara mewakili birokrasi Andi Irjan pernah membeli jam tangan di toko Bagus online.⁵²

Bagi karyawan Bank, jenis/barang transaksi *e-commerce* lebih banyak kepada pelayanan informasi dan jasa. Menurut Alfiah A, Nurul Qamariah Khasan dan St Chadijah Taman,⁵³ kebanyakan mereka menggunakan jasa fasilitas bank misalnya *Internet banking, Phone banking, sms banking* dan *ATM banking*.

Hartati Ahmad,⁵⁴ juga melakukan transaksi *e-commerce* dalam bentuk reservasi hotel sedangkan Irwanti Said, memanfaatkan *e-commerce* untuk transaksi *booking* dan buku-buku yang dibutuhkan.

4. *Motivasi Masyarakat Makassar Melakukan Transaksi E-Commerce.*

Banyak motivasi masyarakat mengapa mereka menggunakan *e-commerce*. Hasil olah data yang peneliti lakukan, ternyata motivasi masyarakat cukup beragam. Akan tetapi, umumnya motivasi pemanfaatan *e-commerce* lebih disebabkan oleh dorongan dan tekanan kehidupan sosial yang sangat kompetitif, ditambah dengan hadirnya organisasi baik dalam lingkup sosial maupun profesi yang menuntut masyarakat berinteraksi dengan internet. Di samping itu, respon yang diberikan oleh

⁵²Andi Irjan, Lurah Bonto Biraeng, Kec. Mariso, Sul-Sel, wawancara oleh penulis di Kantor Luran Bontobiraeng, 25 Agustus 2011.

⁵³St Chadijah Taman, Nasabah dan Karyawan Bank BNI, Kec. Panakukang, Kodya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penuli di bank BNI Panakkukang, 26 Agustus 2011.

⁵⁴Hartati Ahmad, Ibu Rumah Tangga, Kec. Tammalate, Kodya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis di rumah pribadinya jln Mannuruki II, 5 September 2011.

organisasi, serta peran potensial *e-commerce*, faktor pasar, kehematan sosial, dan teknologi telah menciptakan lingkungan bisnis yang sangat kompetitif di mana pelanggan merupakan titik fokus. Faktor-faktor tersebut bisa berubah secara cepat, kadang-kadang secara tidak terduga. Karena itu perusahaan harus sering bereaksi secara cepat terhadap permasalahan dan peluang yang timbul dari bisnis *e-commerce* ini. Karena laju perubahan serta tingkat ketidakpastian di lingkungan pasar dan persaingan pada masa akan datang diperkirakan akan kian cepat. Maka organisasi harus dapat bergerak di bawah tekanan yang makin meningkat untuk memproduksi lebih banyak dan dengan cara yang lebih cepat dan memanfaatkan sumber daya yang ada.⁵⁵

Menurut Salamun⁵⁶ teknologi dunia maya akan membuat manusia jadi mudah, efisien dan efektif. Hal itu terbukti dengan pemanfaatan transaksi *e-commerce* yang dapat memberikan penghasilan yang menguntungkan. Lebih lanjut Salamun menyatakan:

"Alhamdulillah, mungkin anda tidak percaya kalau pendapatan saya lewat bisnis ini, rata-rata 100 juta perbulan, sehingga saya diberi kemampuan untuk membiayai ketiga (3)anak saya kuliah di luar negeri, dan tiap bulannya membutuhkan biaya 50 juta perbulan, mana mungkin gaji seorang prof, dapat membiayai kuliah 3 orang anak di luar negeri, jadi, bagi saya, melakukan bisnis ini sudah menjadi kebutuhan. Kedua, pembelajaran bagi saya dan keluarga serta orang-orang

⁵⁵Lihat M Suyanto, *Strategi Periklanan pada E-Commerce Perusahaan Top Dunia* (Cet. I; Yogyakarta: Andi, 2003), h. 55.

⁵⁶Salamun Pasda, Dekan Fakultas Ekonomi UNM dan Guru Besar dalam bidang bisnis dan ekonomi, Kecamatan Somba Opu, Makassar, wawancara oleh penulis di Mannuruki Mamoa, 10 September 2011.

yang menggeluti bisnis ini, saya berikan pemahaman bahwa dengan melakoni bisnis ini, anda akan mendapatkan wawasan bahwa mencari uang itu tidak harus keluar rumah, di dalam rumah pun anda bisa mendapatkan uang yang lebih banyak, yang penting anda serius melakoni bisnis ini.

Demikian juga Hermansah⁵⁷ menyatakan bahwa transaksi lewat internet lebih cepat dari segi waktu, tidak banyak energi yang terbuang, lebih hemat dari segi ekonomi. Hanya Imran Yusuf menyayangkan kondisi umat Islam yang tidak banyak melakukan transaksi melalui internet, apalagi basisnya bisnis ini adalah kepercayaan (*trust*) sementara umat Islam itu sendiri dilanda krisis kepercayaan. Mereka meragukan kepercayaan dirinya sendiri, yang tentunya membuat mereka ragu melakukan transaksi *e-commerce*.

Astuti Arman⁵⁸ menyatakan bahwa membeli sesuatu melalui internet merupakan salah satu kemudahan bagi masyarakat. Hanya dia menambahkan untuk lebih berhati-hati sebelum bertransaksi, sebab ada kemungkinan juga terjadi penipuan melalui *e-commerce*. Menurutnya, hal tersebut disebabkan karena pengguna hanya melihat foto barang saja, tapi tidak bisa melihat secara keseluruhan barang tersebut. Dengan kata lain, di samping berguna dari aspek kecepatan bertransaksi, juga diperlukan kecermatan baik melalui testimoni orang lain atau langsung menyurvei toko yang menyediakan barang tersebut.

⁵⁷Hermansah, Akademisi, Kec. Manggala, Kodya Makassar, Wawancara oleh penulis di kantor, 3 oktober 2011.

⁵⁸Astuti Arman, Pengusaha, Kecamatan Biringkanaya, Kodya Makassar, wawancara oleh penulis di Kantor jln Perintis Kemerdekaan, 5 Oktober 2011.

Muhammad Arfah,⁵⁹ seorang pengusaha menyatakan bahwa sekarang merupakan zaman teknologi, siapa yang tidak memanfaatkan teknologi dalam bisnisnya, maka dia akan ketinggalan dalam berbagai hal. Di samping memberikan kemudahan, *e-commerce* juga hemat dan waktunya tak terbatas, dapat dilakukan kapan dan di mana saja. Sementara menurut Andi Ardiansah,⁶⁰ *E- Commerce* memberi kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi. Jika barang itu tidak ada di pasaran, maka dapat membeli melalui internet, dan harganya pun relatif lebih murah dari pada harga di mall. Selanjutnya Pahrhani menyatakan bahwa transaksi *e-commerce* banyak pilihan, karena itu masyarakat dapat memilih barang dengan standar kualitas yang diinginkan.

Mardiyah,⁶¹ menyatakan bahwa motivasi dirinya melakukan transaksi *e-commerce*, di samping motivasi bisnis, juga sebagai pembelajaran untuk menambah wawasan di era globalisasi. Sedangkan menurut Nurmayanti,⁶² internet dapat membuat manusia lebih mudah dalam mengakses berbagai informasi dan ilmu pengetahuan. Apa saja yang diinginkan dapat diperoleh

⁵⁹Muhammad Arfah, Pengusaha Trevel, Kec. Rappocini, Kodya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis di Maccini, 8 Oktober 2011.

⁶⁰Andi Ardiansah, Pengusaha Komputer, Kec. Mariso, Kodya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis di IMMIM Centre, 10 Oktober 2011.

⁶¹Mardiyah, Ibu Rumah Tangga, Kec. Ujung Tanah, Kodya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis di rumah pribadinya jln. BTN Hamsih, 12 Oktober 2011.

⁶²Nurmayanti, Ibu Rumah Tanggar, Kec. Rappocini, Kodya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis di rumah pribadinya di Rappocini, 17 Agustus 2011.

melalui satu pintu. Dia mencontohkan ketika dia melakukan perjalanan ke Jawa, pada saat itu ia membutuhkan kepastian tiket dan hotel dengan cepat, ternyata dengan mengakses internet dia dapat tiket yang lebih murah, dan hotel, tanpa harus ke mana-mana untuk mendapatkannya. Demikian juga ketika dia ingin beli baju muslimah, baju muslimah yang dibutuhkan ternyata terdapat di internet, tanpa saya harus ke mall dan antri menunggu waktu untuk mendapatkan baju muslimah yang diinginkan.

Dari sejumlah informasi di atas, penulis menyimpulkan bahwa *e-commerce* merupakan penemuan baru dalam bentuk perdagangan yang dinilai lebih dari perdagangan pada umumnya. Prinsip perdagangan dengan sistem pembayaran tradisional yang dikenal 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 antara pelaku bisnis. Sistem perdagangan yang dipakai dalam *e-commerce* ini dirancang untuk menandatangani secara elektronik. Perdagangan elektronik ini dirancang mulai dari saat pembelian, pemeriksaan dan pengiriman.⁶³

Arfah Mahmud⁶⁴ menyatakan bahwa *e-commerce* juga memberi pembelajaran baginya dan keluarga serta orang-orang yang menggeluti bisnis ini. Menurutnya,

⁶³Lihat Freddy Haris, *Aspek Hukum Transaksi Secara Elektronik di Pasar Modal* (Cet. I; Jakarta: tp, 2000), h. 7.

⁶⁴Arfah Mahmud, Pengusaha, Kecamatan Somba Opu, Kodya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis di Mannuruki II, 10 September 2011.

dengan melakoni bisnis ini, masyarakat akan mendapatkan wawasan bahwa mencari uang itu tidak harus keluar rumah, di dalam rumah pun kita bisa mendapatkan uang yang lebih banyak. Opini yang sama dikemukakan oleh Maman Perdana⁶⁵ bahwa internet sudah menjadi kebutuhan. Hampir setiap hari dia mengakses internet dan melakukan transaksi terutama informasi, dan juga jasa dan barang. Hamdan mengatakan bahwa ketika dia transit dari bandara yang satu dengan bandara yang lainnya, saya sering menyaksikan orang sibuk dengan *laptopnya/ipadnya*, lalu Hamdan mendekatinya. Ternyata mereka sedang sibuk melakukan transaksi bisnis lintas Negara. Mereka adalah pelaku *e-commerce* yang memang hidup dengan bisnis *e-commerce* setiap saat.

Perkembangan *e-commerce* membawa banyak perubahan terhadap sektor aktivitas bisnis yang selama ini dijalankan di dunia nyata. Perubahan tersebut ditandai dengan adanya sejumlah upaya dari sektor aktivitas bisnis yang semula berbasis di dunia nyata (*real*), kemudian mengembangkannya ke dunia maya (*virtual*). Penggunaan internet dalam *e-commerce* ini memberikan dampak yang sangat positif yakni dalam kecepatan dan kemudahan serta kecanggihan dalam melakukan interaksi global tanpa batasan tempat dan waktu yang kini menjadi hal biasa. Transaksi bisnis yang lebih praktis tanpa perlu kertas dan pena, perjanjian *face to face* (bertemu secara langsung) pelaku bisnis kini tidak diperlukan lagi, sehingga dapat dikatakan perdagangan

⁶⁵Maman Perdana, Wartwan dan Pengusaha, Kec. Panakukang, Kodya Makassar, Sul-Sel, Wawancara oleh penulis di Pengawoman, 19 Agustus 2011.

e-commerce penggerak ekonomi baru dalam bidang teknologi.⁶⁶

Adapun motivasi masyarakat Makassar dalam melakukan transaksi *e-commerce* secara ringkas dapat dijelaskan sebagai berikut:

a) *Efficiency* (Efisiensi)

Banyak orang yang keliru, menilai internet sebagai suatu media yang mewah dan berlebihan, yang hanya cocok untuk perusahaan-perusahaan bonafid dalam memberikan layanan kepada orang-orang kelas atas (*high class*). Kalau ditinjau secara lebih mendalam, internet sesungguhnya jauh lebih efisien dan ekonomis dibandingkan dengan media-media lainnya.⁶⁷ Untuk menerbitkan sebuah buku dengan ketebalan sekitar 300 halaman, dalam oplah seribu eksemplar dengan mutu cetak, misalnya, diperlukan anggaran sekitar sepuluh juta rupiah. Sementara dengan menggunakan media *e-commerce* melalui internet, ribuan halaman buku dapat ditampilkan dalam waktu satu tahun penuh hanya dengan biaya operasional sekitar dua sampai tiga juta rupiah saja. Biaya ini semakin lama akan semakin menurun (murah) seiring dengan pertumbuhan jumlah pemakai internet. Apabila dalam media-media lain, oplah penerbitan merupakan masalah besar, dalam media *e-commerce* melalui internet tidak dikenal batasan oplah (*unlimited*). Apa yang disajikan dalam internet dapat dinikmati oleh para pengunjung dalam jumlah

⁶⁶Lihat Abdullah Halim Barakatullah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce: Studi Sistem Keamanan dan hukum di Indonesia* (Cet. II;Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006), h. 2-3.

⁶⁷Khaeriah, Marketing Sentral Kredit Menengah (SKM) BNI, Kec. Makassar, Kodya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis di Kantor Wilyah Utama Makassar, 15 Oktober 2011

yang tak terbatas, tanpa perlu mengeluarkan biaya tambahan.

Beberapa tempat (situs) bahkan mengaku mendapat kunjungan lebih dari dua juta kunjungan sehari.⁶⁸

b) *Without Boundary* (Tanpa Batas)

Salah satu kendala bagi media-media cetak biasa (*convensional*) ialah kesulitan dalam penyebaran ke tempat-tempat lain, yang selain menurut biaya tambahan juga membutuhkan waktu yang lama. Kendala ini tidak terdapat pada media *e-commerce* melalui internet. Internet tidak mengenal tapal batas negara atau benua dan juga waktu.⁶⁹ Jaringan komputer yang telah terpasang sekarang ini dapat diibaratkan jaring laba-laba yang telah menyebar luas hampir menyelimuti seluruh bagian dunia ini. Walaupun beberapa isi di dalamnya mencerminkan serta mempertahankan ciri-ciri yang bersifat khas, bisnis *e-commerce* melalui internet seakan-akan telah berhasil menciptakan suatu alam baru yang bersifat mendunia (*global society*)

c). *Hours Online* (Terbuka 24 jam)

Salah satu kelemahan media semacam radio dan televisi ialah bahwa informasi yang ditayangkan hanya berlangsung pada saat siaran. Begitu habis masa siarannya, itu semua lenyap tak berbekas seperti ditelan bumi. Padahal belum pasti semua pemirsa sempat menyaksikannya. Mungkin saja ada sebagian

⁶⁸Widyawati, Karyawan BCA, Kec. Panakukang, Kodya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis, 1 Sept 2011.

⁶⁹Firziana Mustakim, Relationsive Manajer BNI Cabang Makassar, Kec. Ujung Pandang, Kodya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis di rumah pribadinya, 17 oktober 2011

berhalangan pada waktu itu. Dengan demikian, itu berarti bahwa tidak ada kesempatan lagi bagi mereka untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan, yang tak jarang membuat mereka kecewa. Kelemahan semacam ini tidak terdapat pada bisnis *e-commerce* melalui media internet. Sebab, media internet adalah suatu media informasi yang berlangsung sepanjang waktu.⁷⁰

Tak ada waktu yang khusus untuk melakukan bisnis *e-commerce*, memperoleh informasi. Kapanpun seseorang mempunyai waktu senggang, ia bisa melakukan transaksi *e-commerce* dan mendapatkannya di saat itu juga. Beberapa kantor berita bahkan selamanya menyimpan (tidak menghapus) informasi-informasi yang pernah ditayangkan. Tempo interaktif, misalnya, mempunyai pusat dokumentasi yang menyimpan artikel-artikel yang pernah dimuat di tempo sejak terbitan perdana hingga terakhir. Keberlangsungan selama 24 jam penuh ini juga berarti bahwa apa yang ditayangkan dalam media internet dapat disimak oleh para pengunjung seketika itu pula. Dengan media-media lain, koran dan majalah misalnya, dibutuhkan waktu yang cukup lama untuk dapat menyuguhkan suatu informasi ke tangan para pembaca.⁷¹

d) *Interactive* (Komunikasi dua arah)

Hampir semua media yang telah dipakai secara meluas merupakan suatu media yang menyajikan informasi satu arah. Para pemirsa sama sekali tidak

⁷⁰Ifa Afriani, *Commercial Resiko Kredit BNI Kanwil, Kec. Bontoala, Kodya Makassar, Sul-Sel*, wawancara oleh penulis di rumah kediamannya, 19 Oktober 2011

⁷¹Sukirman, Karyawan BCA, Kec. Panakukang, Kotamadya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis di kantor BCA, 1 November 2011.

diberi peluang untuk ikut andil di dalamnya. Mau tidak mau, mereka harus menerima suguhan yang dimasukkan oleh pembuat acara secara keseluruhan. Tidak ada pilihan lain. Misalnya anda menyaksikan CNN International (*cable and satelit TV*) yang sedang menyajikan berita dunia. Seluruh isi berita mengalir tanpa memberi kesempatan untuk dipilih.

Seandainya seseorang sudah bosan dengan berita konflik di kota suci Jerusalem. Dia mempunyai waktu senggang untuk nonton TV antara jam 21:00 hingga 22:00 malam, dan pada waktu itu, CNN International sedang menayangkan invasi AS ke Libiya, tetapi berita yang sesungguhnya anda inginkan ialah berita olahraga. Tidak mempunyai pilihan lain kecuali mengikuti jadwal acara yang telah diatur oleh kantor berita CNN. Lain daripada itu, dalam bisnis *e-commerce* melalui media internet seseorang diberi andil yang besar dalam mengatur jalannya penyajian dan transaksi informasi.⁷²

Dalam *CNN Interactive (internet Online)*, misalnya, seluruh berita disajikan dalam bentuk menu yang dapat dipilih sesuka hati. Misalnya seseorang tertarik dengan kasus jual-beli narkoba lewat internet oleh anak angkat Rano Karno yang sedang hangat-hangatnya dibicarakan oleh masyarakat Indonesia yang menyangkut wibawa Rano Karno selaku pejabat publik, dia dapat masuk ke CNN Interaktif, dan langsung mencari berita tersebut secara khusus.

Media tersebut merupakan suatu penghematan waktu. Melalui media-media lain seperti televisi kabel

⁷²Igusti Mahardika, General Marketing, Kec. Manggala, Kodya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis di rumah pribadinya, 20 Oktober 2011

ataupun satelit, seseorang mungkin harus menunggu barjam-jam untuk mendapat berita tersebut. Dengan perkataan lain, seseorang dipaksa untuk duduk di depan layar televisi tanpa mengetahui secara pasti apakah suatu acara atau berita yang anda butuhkan akan ditayangkan dan kapan waktu siarnya. Keintraktifan media internet akan lebih canggih lagi manakala bahasa javaScrif (dikembangkan oleh raksasa *network computer Sun*) meluas pemakaiannya.⁷³

e) *Hyperlink* (terjalin dalam sekejap)

Seperti halnya CD-ROM Multimedia, informasi dalam bisnis *e-commerce* melalui internet lazimnya tersajikan dalam bentuk *hyperlink*. Ini berarti bahwa para pengunjung dapat meloncat dari satu informasi ke informasi lainnya yang mempunyai kaitan langsung maupun tak langsung, hanya dengan satu kali klik tombol *mouse*. Misalnya, seseorang menyimak berita: Dalam rangka perayaan hari suci Vesakha, sejumlah umat Budha di kawasan Jabotabek mengadakan kegiatan donor darah, Seandainya singkatan kata Jabotabek tidak dia ketahui maknanya, dia dapat memperoleh informasi tentang hal ini secara lebih khusus. Pertalian kata (*Link*) ini tidak mutlak harus terdapat pada komputer *server* yang sedang dia kunjungi. Seseorang dapat berkelana dari satu jaringan komputer ke jaringan komputer lainnya yang tergabung dalam internet, dari satu negara ke negara lainnya, dari satu benua ke benua lainnya dalam waktu sekejap.⁷⁴

⁷³ Ihsan Baba, Jurnalis dan pengamat media, Kec. Ujung Tanah, Kodya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis di kantornya, 20 oktober 2011

⁷⁴ Sulfa yusuf, Karyawan BNI, Kec. Tamalate, Kodya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis di Kantor BNI Telkom, 10 oktober 2011.

f) *No License Required* (Tanpa perlu izin)

Untuk dapat melakukan bisnis *e-commerce* dan menanyakan informasi dalam internet, tidak diperlukan adanya surat izin (SIUP) terlebih dahulu. Pemberlakuan perizinan semacam ini jelas menyalahi undang-undang kebebasan pers. Tidak adanya izin SIUP bukan berarti bahwa transaksi bisnis *e-commerce* dan penerbitan pers akan menjadi liar dan tidak dapat ditertibkan lagi. Telah ada undang-undang hukum pidana dan perdata yang mengatur semua ini. Kalau ada orang atau pihak (termasuk pemerintah) merasa dirugikan oleh pemberitaan dalam suatu koran, majalah, buku ataupun internet, ia dapat melancarkan gugatan melalui proses peradilan yang sah, yang berlaku dalam suatu negara hukum.⁷⁵

Inilah aturan mainnya, bukan secara sewenang-wenang membredelnya begitu saja. Perlu diingat bahwa penerbitan pers itu mengikutsertakan puluhan atau bahkan ribuan pegawai. Kalau perusahaannya yang ditutup, korban yang berjatuhan bukan saja orang-orang yang semestinya bertanggungjawab, melainkan semua pegawai atau buruh yang mungkin tidak tahu menahu (*innocent*) tentang isi koran, majalah atau buku yang diterbitkan. Ini tentu tidak adil bagi mereka. Lagipula, dalam kenyataan, izin para pengusaha untuk menekan, mengancam serta mengarahkan penerbitan pers demi kepentingan mereka sendiri.

Penerbitan pers bukannya menjadi suatu media untuk menyalurkan aspirasi rakyat, melainkan semata-

⁷⁵Rajagau Pahlevi, Jurnalis (wartawan), Kec. Mamajang, Kodya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis di café 212 panakukang, 23 Oktober 2011.

mata menjadi corong untuk mempropagandakan kebijakan pemerintah sendiri, yang lebih parah ialah penggunaan pers sebagai senjata untuk menghancurkan pihak-pihak yang tidak sehaluan (*opposition*). Protes yang keras atas rancangan Undang-Undang Penyiaran, yang pada pasal 9 butir ketiga menyebutkan: perseorangan atau golongan tertentu, menunjukkan bahwa masyarakat dewasa ini sangat membutuhkan kebebasan serta kemandirian. Tidak seharusnya ada undang-undang, peraturan, perizinan yang menghambat atau merintangi seseorang dalam memperoleh informasi dan mengemukakan pendapat serta pandangannya. Ini adalah hak asasi yang perlu dan harus dijamin penerapannya.⁷⁶

g) *No Censorship* (Tanpa Sensor)

Secara tegas dapat dikatakan bahwa hingga kini belum ada satu pun di dunia ini yang berwenang resmi untuk menyensor (apalagi membredel) informasi dalam internet. Kebebasan untuk berbicara, mengungkapkan ide-ide, dan menyampaikan berita (*freedom of speech, expression and the press*) telah mengakar kuat dalam masyarakat internet.

Seseorang mungkin bertanya: tanpa adanya penyensoran dan pembredelan, lalu bagaimana dapat melindungi masyarakat dari informasi yang menyimpang dan menyesatkan? Bagaimana dapat menuntut pertanggungjawaban apabila ada pertanyaan yang merugikan pihak lain? Ini sesungguhnya tidak perlu dikhawatirkan. Masyarakat internet adalah suatu

⁷⁶ Linda Harahap, Karyawan Bank Danamon, kec. Makassar, Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis di Bank Danamon, 12 September 2011

masyarakat yang intelektual. Sebelum menerima atau menolak sesuatu, mereka senantiasa membuat pertimbangan yang matang.⁷⁷ Dalam lingkungan hidup yang dewasa semacam ini, kalau seseorang menulis sesuatu secara serampangan (tanpa bukti dan alasan), ini akan menjadi bumerang yang niscaya menyabit dirinya sendiri. Ini telah menjadi hukum alam.

Tak perlu ada polisi internet, tak perlu ada peraturan khusus (*special regulation*), jika seseorang tidak percaya, coba kritik dan maki-maki Presiden Bush di Internet. Gedung Putih maupun pemerintah AS tidak akan menyeret dia ke pengadilan dengan tuduhan melakukan delik pelecehan pribadi ataupun berusaha membredel tulisan dia. Apabila kritikan serta makian seseorang tidak berdasar dan beralasan, masyarakat internet tidak akan menggubrisnya (paling banter mereka hanya bergumam dalam hati bahwa yang bersangkutan mungkin kurang begitu waras).⁷⁸

Menyimpang dari ciri khas internet, beberapa negara seperti; Cina, Singapura, Birma dan Vietnam mencoba mengekang kebebasan dalam memperoleh informasi dan dalam mengemukakan pendapat serta pandangan dalam segi politik, sosial, serta keagamaan. Ini menyiratkan betapa rapuh pemerintahan mereka, yang hanya dapat bertahan dengan sistem otoriter dan tertutupan yang jelas bertentangan langsung dengan sistem demokrasi dan keterbukaan. Para pemegang kendali kekuasaan berpikir bahwa hanya mereka

⁷⁷ Anwar Akbar, Pengamat Media, Kec. Tallo, Kodya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis di rumah pribadinya, 24 Oktober 2011

⁷⁸ Kumala devi, karyawan Bank Mega, Kec. Makassar, Makassar, Sul-sel, Wawancara oleh penulis, 15 September 2011.

sendirilah yang sudah dewasa, sedangkan para penduduknya adalah masyarakat yang tidak tahu apa-apa, yang tak bisa menilai apa yang benar dan salah, apa yang baik dan buruk bagi kehidupan mereka masing-masing, yang tak mampu menentukan jalan hidup mereka sendiri.

Ini merupakan suatu sikap yang sangat merendahkan harkat dan martabat umat manusia. Bahkan ini wujud sikap pembodohan rakyat itu sendiri. Contoh keterlaluhan dan sangat melanggar hak asasi manusia atas kerahasiaan pribadi (*rights of privacy*) ialah penyadapan telepon, faks dan surat elektronik yang dilakukan oleh pegawai pemerintah Vietnam. Alasan demi melindungi masyarakat luas dari informasi yang menyimpang dan menyesatkan sesungguhnya hanyalah sekedar dalih untuk melindungi serta menyelamatkan kebijakan pemerintah sendiri. Sejauh mana penduduk tetap terbenam dalam kedunguan, kepasrahan dan kepuasan dengan keadaan yang ada, sejauh itu pula mereka dapat bertahan dalam kekuasaan dengan aman. Stabilitas nasional dibangun dengan menginjak-injak hak asasi, harkat dan martabat manusia, bukan dengan membangun kesadaran dan partisipasi aktif rakyat dalam segi sosial-politik.⁷⁹

Dengan adanya pengekan (*restriction*) dan pembredelan (*muzzling*) oleh beberapa negara tertentu, apakah ini berarti bahwa kebebasan dalam internet tidak terjamin secara menyeluruh? Agaknya tidak juga demikian. Sebab, sifat kemenduniaan internet

⁷⁹ Darmawan, Pelaku transaksi *e-commerce*, kec. Panakukang, Makassar, Sul-Sel, Wawancara oleh penulis di warkop phoenem, 16 September 2011.

menyediakan jalan keluar (*way out*) yang sangat gampang dipakai. Tempatkan tulisan-tulisan yang terlarang (*banned*) itu di komputer server luar negeri. Kalau tidak bisa memperoleh fasilitas gratisan (milik universitas misalnya), gunakan internet *presence provider* (IPP) milik swasta dengan biaya yang tidak terlalu mahal. Tak akan ada negara adidaya yang mampu menggusurnya.

5. Proses Transaksi E-commerce

Tidak semua orang familiar dengan transaksi seperti ini. Dibutuhkan waktu dan pengalaman untuk berinteraksi dengan bisnis *e-commerce*. Menurut Isye Amaliah,⁸⁰ seseorang yang ingin melakukan transaksi *e-commerce* harus menguasai teknologi informasi. Pertama, dia harus mengakses internet lalu *surfing* di *website* tentang objek yang dicari. Hartadi⁸¹ mencontohkan dalam proses transaksi *e-ticketting*. Caranya pertama kali harus membuka internet, lalu masuk ke *website* yang dituju. Umpamanya mau naik Garuda, setelah masuk di *website* Garuda, lalu diklik menu jasa penerbangannya. Pada saat bersamaan muncul rute penerbangan yang ditawarkan lengkap dengan jadwal informasi penerbangannya, demikian juga cara membayar dan informasi lainnya, dan institusi Garuda ini adalah suatu institusi yang terpercaya yang tidak mungkin melakukan penipuan. Demikian pula menurut Gusnadi Rivai jika ingin memesan hotel. Caranya; cukup masuk di *website* hotel yang dituju, kemudian pilih hari apa, jam berapa masuk, kemudian

⁸⁰Isye Amaliah, Karyawan Swasta, Kec. Tammalate, Kodya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis di Mannuruki, 26 Oktober 2011.

⁸¹Hartadi, Pengusaha, Kec. Rappocini, Kodya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis di Minasa Upa, 29 Oktober 2011.

dibayar biaya lewat *credit card*. Sistem ini menurutnya sangat efisien dan efektif, tanpa harus terbang ke kota yang dituju, atau cemas tidak mendapatkan atau kesulitan dapat kamar kalau hari H baru cari. Sistem ini lebih menjanjikan dan meyakinkan. Apalagi bagi para pengusaha yang begitu padat kegiatan bisnisnya, akan kewalahan kalau tidak menggunakan jasa *e-commerce* ini.

Hartadi lebih menegaskan lagi pentingnya sistem ini dipelajari terutama bagi orang Islam yang hari ini tampak masih terkebelakang. Bagi Alimuddin,⁸² orang Islam harus tercerahkan dengan sentuhan kehidupan modern yang harus direspon lebih cepat untuk memahaminya. Ini bukan hanya sekedar membuat masyarakat lebih mudah tetapi ini juga sebagai ujian bagi orang Islam sekaligus tantangan, untuk senantiasa bertransaksi lewat internet ini. Lebih lanjut, ini merupakan indikator tingkat peradaban yang dimiliki masyarakat.

Sebaliknya masyarakat Barat sudah lama memanfaatkan jasa layanan ini. Mereka berhasil melakukan berbagai transaksi dalam kehidupan, karena mereka mengandalkan pelayanan jasa teknologi dalam jual-beli dan menerapkan sistem *trust* (kepercayaan).

Kepercayaan memang penting. Dengan modal itulah masyarakat Barat melakukan segenap aktivitas mereka dalam setiap sektor kehidupan. Berbeda halnya di Indonesia, persoalan *trust* ini masih menjadi kendala

⁸²Alimuddin, Pengamat Sosiologi, Kec. Biringkanaya, Kodya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis di rumah pribadinya, 5 November 2011.

utama. Banyak jasa asuransi yang tersedia, tetapi kadang masyarakat ragu tidak mempercayainya, karena banyak jasa asuransi yang tidak memberikan jaminan kepercayaan kepada nasabahnya. Tapi di Barat tiada hari tanpa asuransi, dan mereka percaya kepada layanan asuransi tersebut karena ada jaminan dan kepastian.

Sementara Suhardi Arman⁸³ memberikan contoh melakukan transaksi *e-commerce* dengan cara masuk ke alamat *website* toko *online* IB *webnya* itu: *www.IB.com.edu*, maka pada saat sudah masuk di *webnya*, tinggal melihat menunya dan memilih barang apa yang mau dibeli. Misalnya: jam tangan, klik jam tangan, merek apa yang anda suka, klik, pilih harga yang cocok, lalu klik, kalau sudah cocok, bisa lakukan transaksi, dengan menyetujui perjanjian yang telah ditetapkan oleh kedua belah pihak. Kalau sudah terjadi kesepakatan secara digital, dia mengirimkan nomor rekeningnya dan alamatnya ke pembeli, dan setelah dibayar, biasanya satu minggu sudah datang barangnya. Menurut pengakuan Suhardi Arman, dia pernah membeli kamera di Hongkong, dan setelah terjadi transaksi, barang yang dipesan tersebut datang.

Apa yang dilakukan oleh sebagian informan di atas, tampak sedikit berbeda dengan transaksi yang dilakukan oleh pegawai Bank. Alfiah A,⁸⁴ melakukan transaksi harus menggunakan registrasi terlebih dahulu, kemudian masuk ke *website* BNI dengan menggunakan user ID dan PIN BNI, internet *banking*, lalu masuk ke

⁸³Suhardi Arman, Pengusaha komputer, Kec. Biringkanaya, Kodya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis, 1 November 2011.

⁸⁴Alfiah A, Nasabah dan Karyawan Bank Negara Indonesia (BNI), Kec. Tammatate, Kodya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis, 24 Agustus 2011.

menu internet *banking*, selanjutnya proses transfer dana, beli pulsa, bayar rekening listrik, telepon, air dan lain-lain dapat dilakukan.

6. Keamanan Transaksi E-commerce

Menurut sejumlah informan, keamanan transaksi masih menjadi masalah dalam internet. Aspek-aspek yang dipermasalahkan itu antara lain: (a) Masalah kerahasiaan (*confidentiality*) pesan, (b) Masalah bagaimana cara agar pesan yang dikirim itu keutuhannya (*integrity*) sampai ke tangan penerima, (c) Masalah keabsahan (*authenticity*) pelaku transaksi dan (d) Masalah keaslian pesan agar bisa dijadikan barang bukti.

Perdagangan ini juga melahirkan risiko negatif yang sering kali muncul dalam bentuk penyelewengan yang cenderung merugikan konsumen dalam melakukan *e-commerce* atau perdagangan elektronik. Di antaranya terkait dengan produk yang ditawarkan, kesalahan dalam pembayaran, ketidaktepatan waktu penyerahan barang atau pengiriman barang dan hal-hal yang tidak sesuai dengan kesepakatan sebelumnya. Keberadaan konsumen tidak tervisual secara jelas mengingat transaksi dilakukan dalam dunia maya. Sehingga terdapat kemungkinan-kemungkinan seperti pihak yang melakukan transaksi mungkin saja pihak tersebut secara hukum tidak diperkenankan melakukan tindakan hukum.⁸⁵

Berbelanja atau melakukan transaksi secara elektronik di dunia internet atau dikenal dengan dunia maya sangat berbeda dengan transaksi pada umumnya

⁸⁵Lihat Abdullah Halim Barakatullah dan Teguh Prasetyo, *op.cit.*, h.

atau yang dikenal dalam dunia nyata. Perubahan drastis ini menimbulkan perubahan dalam sistem kehidupan manusia. Gaya hidup dalam alam yang nyata ke alam elektronik disebut dunia maya (*cyberspace*). Kenyataan ini menimbulkan keragu-raguan mengenai hukum yang ada dan yurisdiksi hukum yang mengikat kedua belah pihak yang melakukan bisnis atau transaksi. Ada sementara pihak yang berpendapat, jika transaksi tersebut terjadi di dunia maya, maka hukum yang berlaku di dunia nyata tidak dapat diberlakukan walaupun dalam beberapa hal terdapat pula ketentuan yang dapat dikenakan pada transaksi dunia maya.⁸⁶ Singkatnya eksistensi internet di samping menjadikan sejumlah harapan, pada saat yang sama juga melahirkan kecemasan-kecemasan antara lain dengan munculnya kejahatan baru yang lebih canggih dalam bentuk "*cybercruel*". Karakteristik Internet yang tidak mengenal batas-batas teritorial dan sepenuhnya beroperasi secara maya (*virtual*) sehingga aktivitas-aktivitas yang baru khususnya dalam bidang perdagangan secara elektronik tidak dapat sepenuhnya diatur oleh hukum yang berlaku di Indonesia pada khususnya, mengingat hukum Indonesia pun belum mengatur secara khusus mengenai hukum yang terkait dengan aktivitas perdagangan secara elektronik.⁸⁷

⁸⁶Lihat Maryam Darus Badruzaman, *E-Commerce Tinjauan dari Hukum Kontrak Indonesia*, Jurnal Hukum Bisnis, Vol. 12, 2000, h. 28.

⁸⁷Lihat Abdullah Halim Barakatullah dan Teguh Prasetyo, *op.cit.*, h.

Eka Candra⁸⁸ yang setiap saat menggeluti dunia *e-commerce* juga belum dapat menjelaskan tentang akses negatif dari transaksi ini. Menurutny, melakukan transaksi itu tergantung pada sistem yang digunakan oleh toko atau institusi *online* tersebut. Menurut pengakuannya, selama ini dia belum pernah merasa tertipu dengan melakoni bisnis *online* ini.

Lain halnya dengan pendapat Andriani Lamajido.⁸⁹ Dia menyatakan bahwa di Barat ada *trust* karena ada sistem. Artinya, kalau kita tidak percaya dengan sistem yang ada, maka sistem itu yang akan mengisolir pengguna. Dia mencontohkan, semua jasa penerbangan telah menguarkn sistem aturan pembelian tiket, harus melalui internet, maka siapa saja yang beli tiket tidak melalui sistem ini, maka tidak akan terbang ke mana-mana.

Nurlaila Arif⁹⁰ memberikan gambaran bahwa aman atau tidaknya dalam melakukan transaksi, sangat tergantung sistem yang diberlakukan oleh setiap toko *online* yang ditempati belanja/beli barang.

Di samping informan di atas, sejumlah informan yang menjadi pelaku bisnis ini tetap mengingatkan agar senantiasa menjaga kehati-hatian dalam bertransaksi, sebab persoalan penipuan bukan saja di dunia maya, di

⁸⁸Eka Candra, konsultan Angkutan, Kec. Tamalanre, Kodya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis di Perintis Kemerdekaa, 10 November 2011.

⁸⁹Andiani Lamajido, Pengusaha Trevel dan Pengamat Sosilogi, Kec. Biringkanaya, Kodya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis di rumah pribadi kompleks BTN Wisabbe, 12 November 2011.

⁹⁰Nurlaila Arif, Jurnalis, Kec. Wajo, Kodya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis di rumah pribadi Jln Veteran Utara, 9 November 2011.

dunia nyata sekalipun juga menjadi kenyataan yang tidak bisa dipungkiri. Untuk itu, Supomo Guntur,⁹¹ berharap agar transaksi *e-commerce* khususnya di Makassar dapat dikontrol oleh pihak berwenang agar tidak terjadi penyimpangan dan penipuan.

Berbeda dengan transaksi *E-Commerce* pada masyarakat umum, transaksi *E-Commerce* di perbankan sangat dijaga keamanan dan kerahasiaannya. Menurut Elisabet Kartika,⁹² pihak perbankan telah memberikan sistem pengamanan yang ketat terhadap nasabah dalam melakukan transaksi melalui internet *banking*, misalnya dengan memberikan *serial number* yang berseri dan teracak setiap saat, agar sulit terlacak oleh penipuan yang disebut dengan token. Demikian pula Nurul Qamariah Khasan⁹³ menyatakan bahwa pihak perbankan telah melakukan proteksi sejak dini terhadap nasabahnya bagi yang menggunakan fasilitas perbankan atau internet *banking* dengan memberikan kunci PIN rahasia yang selalu teracak setiap saat sehingga PIN itu susah dilacak bagi penjahat perbankan.

Selanjutnya Sitti Hasmirati Alwi,⁹⁴ mengingatkan tentang sistem keamanan transaksi jual-beli melalui

⁹¹Supomo Guntur, Wawali Kodya Makassar, Kec. Panakukang, Kodya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis di kediaman rumah jabatan wawali, 15 November 2011.

⁹²Elisabet Kartika, Nasabah dan Karyawan Bank Negara Indonesia (BNI), Kec. Tammalate, Kodya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis kantor bank BNI, 11 November 2011.

⁹³Nurul Qamaria Hassan, Nasabah dan Karyawan Bank Mandiri, Kec. Pannakkukang, Kodya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh Penulis di kantor bank Mandiri, 23 Agustus 2011.

⁹⁴Sitti Hasmirati Alwi, Ibu Rumah Tangga, Kec. Tammalate, Kodya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis di rumah pribadinya Jln Sultan Alauddin II, 20 September 2011.

internet. Menurutnya, sebaiknya pengguna atau pelaku harus lebih selektif dan hati-hati, konten yang ada di internet itu, tidak semua apa yang ditampilkan di internet itu bagus. Sementara Nursiah Alim,⁹⁵ juga menyatakan, sebaiknya pemerintah melakukan upayaantisipasi penjaminan kenyamanan dalam melakukan transaksi dalam dunia maya dengan peraturan yang jelas, apalagi Makassar ini merupakan salah satu kota metropolitan yang agak pesat perkembangannya, sehingga masyarakat ke depan lebih terjamin dari sisi keamanan dan kebutuhannya.

Keinginan masyarakat seperti ini dapat dimaklumi, mengingat Indonesia “dinobatkan” sebagai negara dengan tingkat kejahatan tertinggi dalam kasus-kasus transaksi melalui internet. Berdasarkan persentase jumlah transaksi dan pelanggaran hukum yang terjadi, setidaknya terdapat dua hal. Pertama, bahwa teknologi informasi merupakan pedang bermata dua, di samping memberikan manfaat juga menjadi instrumen perbuatan melawan hukum yang potensial. Kedua, menunjukkan betapa perlunya untuk segera membenahi sektor hukum di bidang ini, termasuk membuat hukum positif yang terkait dengan aktivitas *cyber*. Jika ada disiplin ilmu sosial yang berkembang demikian pesat sejalan dengan perkembangan teknologi, maka itulah ilmu hukum. Perkembangan teknologi informasi yang sangat cepat telah menyebabkan eksistensi hukum di bidang ini yang dikenal dengan *cyber law* mendapat perhatian begitu banyak pihak. Respon yang diberikan oleh negara-

⁹⁵Nursiah Alim, Ibu Rumah Tanggar, Kec. Rappocini, Kodya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis di rumah pribadinya jln Rappocini, 15 November 2011.

negara di dunia tampak demikian cepat, sebagai contoh: Amerika Serikat, Canada dan Masyarakat Eropa telah secara responsif menanggapi perkembangan teknologi informasi ini dengan regulasi di bidang ini, bahkan juga dalam bentuk kerjasama multilateral dengan membentuk instrumen internasional. Demikian juga yang dilakukan Negara tetangga seperti Malaysia, India dan Singapura telah menyikapi perkembangan ini melalui pembuatan berbagai regulasi di bidang ini dalam hukum positif Negara mereka.”⁹⁶

Meski bisnis *e-commerce* juga tidak bebas dari penipuan, namun dari sejumlah informasi yang didapat dari pelaku bisnis ini, mereka tidak pernah tertipu. Almar Latuconsina⁹⁷ menyatakan hanya mengingatkan agar masyarakat lebih memahami secara mendalam tentang bisnis yang akan ditekuni. Diperlukan kecermatan melihat konten yang ditawarkan, jangan mudah tergoda dan terpengaruh. Jika ada yang tertipu, itu yang bersangkutan memang tidak menguasai, tidak berpengalaman dan tidak hati-hati dalam melakukan transaksi. Hal ini pernah dialami oleh Sitti Hasbiah.⁹⁸ Dia menyatakan pernah tertipu di bidang jasa, dan penyertaan modal, ini disebabkan alamat *website* tiba-tiba hilang, sebelum berpindah TVI *ekspress*.

⁹⁶Lihat H. Ahmad Ramli, *Cyber Law dan HAKI dalam Sistem Hukum Indonesia* (Cet. I; Bandung: PT. Refika Aditama, 2004), h. V.

⁹⁷Almar Latuconsina, Pengusaha Elektronik, Kec. Tamalanre, Kodya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis di rumah pribadinya jln Perintis Kemerdekaan II, 17 November 2011.

⁹⁸Sitti Hasbiyah, Ibu Rumah Tangga, Kec. Tammalate, Kodya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis rumah pribadinya jln Mannuruki II Mamoa, 5 September 2011.

7. Kendala E-Commerce

Menurut pengakuan sejumlah informan, tidak ada kendala yang berarti dari aspek substansi transaksi. Kendala yang dihadapi selama ini lebih banyak bersifat teknis seperti jaringan lambat sehingga memperlambat proses terjadinya transaksi, bahkan kadang diulang beberapa kali baru jadi transaksi (kendala infrastruktur)⁹⁹

8. Regulasi Transaksi E-Commerce

Hadirnya transaksi *e-commerce*, melahirkan suatu kebingungan tentang hukum apa yang dapat mengatasi permasalahan yang akan timbul di kemudian hari. Hukum yang mengatur mengenai bisnis *e-commerce* melalui internet, belum terdapat konsepsi dan legislasi hukumnya. Pengaturan dalam hal sistem pembuktian sampai saat ini belum ada pengaturan yang tegas. Perjanjian yang dilakukan di *cyberspace* peraturan dasarnya tidak memiliki perbedaan yang ekstrem. Namun bagaimanapun terdapat keadaan yang sama sekali baru atau dapat dikatakan merupakan penemuan baru dalam bidang teknologi informasi dan tidak ada ketentuan yang berlaku tegas untuk hal ini sehingga menimbulkan ketidakpastian hukum. Ketidakpastian hukum tersebut akan menimbulkan suatu dilema baru yang harus dihadapi oleh masyarakat dunia.¹⁰⁰

Perjanjian *e-commerce* yang kini menjadi trend modern di satu sisi memberi keuntungan sedang di lain pihak tidak menjanjikan jaminan dan perlindungan

⁹⁹Andi Ahmad Pandita, Pengusaha Komputer, Kec. Mariso, Kodya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis di gedung IMMIM Centre, 24 Agustus 2011.

¹⁰⁰ Lihat Abdullah Halim Barakatullah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce: Studi Sistem Keamanan dan hukum di Indonesia.*, Op.Cit., h. 6.

kepada konsumen. Karena itu, diperlukan suatu perhatian terhadap elemen dari tawar-menawar dalam *cyberspace* terlebih lagi dengan pengalaman yang sangat minim akan dunia *cyber*. Untuk itu, banyak pakar merujuk kepada analogi teori-teori hukum yang berkenaan dengan perdagangan elektronik. Pengaturan hukum *cyber* khususnya mengenai perjanjian dalam melakukan transaksi, seyogyanya merupakan peraturan hukum yang menjadi sub sistem dalam hukum di Indonesia.¹⁰¹ Hampir Semua informan menyatakan tidak ada aturan yang dibuat oleh pemerintah dan jaminan terhadap hak-hak konsumen dari produsen. Sementara Hamzah A Lopo¹⁰² memberikan perbandingan antara pemerintah Indonesia khususnya Makassar tentang perbandingan dengan pemerintah Amerika dalam pemberian jaminan hak-hak konsumen dari produsen terhadap warga diatur sedemikian rupa, seperti pernyataan Hamzah berikut;

“Kalau di Indonesia ini, baru saja di buat kan undang-undangnya, tapi tidak konsisten menjalankannya, lagi pula boleh jadi aparatnya tidak mengerti tentang dunia maya, sehingga mereka kebingungan dalam memperlakukannya di lapangan, berbeda dengan di Amerika, di sana diatur dalam undang-undang dan dijamin dengan hukum, kalau pihak penjual itu, barang yang dikirimnya itu ada cacatnya, maka akan menggantinya, dan membebaskan dari biaya pengiriman, di Amerika yang namanya konsumen

¹⁰¹Lihat Abdullah Halim Barakatullah dan Teguh Prasetyo, *op.cit.*, h. 8.

¹⁰²Hamzah A. Lopo, Pengusaha Elaktronik, Kec, Tammalate, Kodya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis di Inul Karouke music Jln Pengawoman, 5 September 2011.

betul-betul dilindungi, dengan adanya *diyel tri one-one*, maksudnya: kalau konsumen mengalami suatu perlakuan dari suatu perusahaan yang tidak sepatutnya, misalnya apa yang diorder dari internet tidak sesuai yang diinginkan, maka penjual itu akan mendapatkan suatu sanksi yang tegas dari pemerintah. Jadi intinya sejauh mana hukum itu ditegakkan dan dapat melindungi konsumen dari perlakuan yang tidak baik. Di Amerika penjual jasa dari internet ini, akan mempengaruhi namanya, keberadaannya supaya betul-betul mereka terpercaya, makanya itu mereka akan melakukan suatu pelayanan yang begitu baik, dia tidak mau jatuh *famor* karena akan merugikan perusahaannya, sementara mereka hidup dari konsumen atau pelanggan.”¹⁰³

Khusus di kota Makassar, tingkat kepercayaan terhadap transaksi *e-commerce* cukup tinggi. Ini terlihat dari beberapa profesi yang terkait dengan dunia maya misalnya dari lembaga perbankan, lembaga pendidikan, entertainen, institusi militer, pengusaha dan wiraswasta serta kantor-kantor pemerintah dan swasta semua menggunakan fasilitas internet dan mereka percaya bahwa internet itu dapat memberikan kemudahan dan dipastikan setiap hari melakukan *browsing* atau melakukan transaksi informasi melalui internet. Menurut Hamzah, terdapat sekitar 40% warga kota

¹⁰³Hamzah A. Lopo, Pengusaha Elektronik, Kec, Tammalate, Kodya Makassar, Sul-Sel, di Inul Karouke music jln Pengawoman, 5 September 2011.

Makassar sudah menggunakan internet, hanya saja tidak semua menggeluti *e-commerce*.

Tapi menurut Sulyadi Perdana Putra,¹⁰⁴ bisnis ini akan memiliki prospek. Sekarang saja semua serba internet, orang mendaftar apa saja lewat internet, hampir semua kebutuhan manusia sudah ditawarkan lewat internet. Hal senada disampaikan oleh Jufri Sapanang. Dia meyakini bahwa transaksi jual-beli melalui internet akan buming di masa akan datang. Sementara Sinta Ahmad¹⁰⁵ (pengusaha) juga menyatakan keyakinannya akan bisnis ini. Menurutnya, bisnis ini akan menjawab tantangan global. Itu berarti tidak menggunakan kecanggihan teknologi dalam melakukan aktivitas bisnis berarti sebuah ketertinggalan.

Melati Ridwan¹⁰⁶ (wiraswasta) menyatakan; “Jangankan belanja, cari jodoh dan komersial akan terjadi di dunia maya, kalau cocok, bisa ketemuan, *face to face*, ke depan nanti akan lebih diminati, dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup manusia”. Keyakinan serupa dinyatakan oleh oleh Titin Rasyid,¹⁰⁷ Dia yakin dengan bisnis melalui media internet, betul-betul nyata hasilnya, bisnis maya dapat menghidupkan bisnis konvensional dengan banyak melakukan investasi.

¹⁰⁴Sulyadi Perdana Putra, Lurah Masaleh, Kec. Manggala, Kodya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis di Kantor lurah Masaleh, 1 Desember 2011.

¹⁰⁵Sinta Ahmad, Nasabah dan Karyawan bank BNI, Kec. Mariso, Kodya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis, 5 Desember 2011.

¹⁰⁶Melati Ridwan, Wiraswasta, Kec. Makassar, Kodya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis 7 Desember 2011

¹⁰⁷Titin Rasyid, Pengusaha, Kec. Mamajang, Kodya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis, di rumah pribadinya di Mamajang, 15 Desember 2011

Dari sejumlah telaah yang penulis lakukan, baik kajian terhadap syarat dan rukun jual-beli (perniagaan) dan dihubungkan dengan implementasi *e-commerce* yang dilakukan oleh para pengguna *e-commerce* di kota Makassar, peneliti berkesimpulan bahwa transaksi *e-commerce* tidak bertentangan dengan nilai dasar perniagaan yang telah ditetapkan melalui perikatan berdasarkan konsep hukum Islam.

D. Tinjauan Hukum Islam tentang Bisnis E-Commerce melalui Internet

Teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah perilaku masyarakat dan peradaban manusia secara global. Di samping itu, perkembangan teknologi informasi telah menyebabkan dunia menjadi tanpa batas (*borderless*) dan perubahan sosial secara signifikan berlangsung demikian cepat. Teknologi informasi saat ini menjadi pedang bermata dua, karena selain memberikan kontribusi bagi peningkatan kesejahteraan, kemajuan dan peradaban manusia, sekaligus menjadi sarana efektif perbuatan melawan hukum. Saat ini telah lahir suatu rezim hukum baru yang dikenal dengan hukum *Cyber*, istilah "hukum *cyber*" diartikan sebagai padanan kata dari *Cyber Law*, saat ini secara internasional digunakan untuk istilah hukum yang terkait dengan pemanfaatan teknologi informasi.¹⁰⁸ Istilah lain yang juga digunakan adalah hukum teknologi informasi (*Law of information Technology*) Hukum Dunia Maya (*Virtual World Law*) dan hukum mayatara. Istilah-istilah tersebut

¹⁰⁸Lihat Mohd Safar Hasim, *Mengenal Undang-Undang Media dan Cyber*, (Cet. I; Bandung:Utusan Publication dan Ditrubution Sdn Bhd, 2002) h. 118.

lahir mengingat kegiatan internet dan pemanfaatan teknologi informasi berbasis *virtual*. Istilah hukum *cyber* dalam penelitian ini dilandasi pemikiran bahwa *cyber* jika diidentikkan dengan "dunia maya" akan cukup menghadapi persoalan ketika terkait dengan pembuktian dan penegakan hukumnya. Mengingat para penegak hukum akan menghadapi kesulitan jika harus membuktikan suatu persoalan yang diasumsikan sebagai "maya", sesuatu yang tidak terlihat dan semu.

Dunia hukum sebenarnya sudah sejak lama memperluas penafsiran asas dan normanya ketika menghadapi persoalan yang bersifat tidak berwujud, misalnya dalam kasus pencurian listrik yang pada awalnya sulit dikategorikan sebagai delik pencurian, tetapi akhirnya dapat diterima sebagai perbuatan pidana. Kenyataan saat ini, yang berkaitan *cyber* tidak lagi sesederhana itu, mengingat kegiatannya tidak lagi bisa dibatasi oleh teritorial suatu negara, aksesnya dengan mudah dapat dilakukan dari belahan dunia manapun, kerugian dapat terjadi baik pada pelaku internet maupun orang lain yang tidak pernah berhubungan sekalipun, misalnya dalam pencurian dana kartu kredit melalui pembelanjaan di internet. Di samping masalah pembuktian merupakan faktor yang sangat penting, mengingat data elektronik bukan saja belum terakomodasi dalam sistem hukum acara di Indonesia, tetapi dalam kenyataannya data dimaksud juga ternyata sangat rentan untuk diubah, disadap, dipalsukan dan dikirim ke berbagai penjuru dunia dalam waktu hitungan detik, sehingga dampak yang diakibatkannya pun bisa demikian cepat, bahkan sangat

dahsyat. Teknologi informasi telah menjadi instrumen efektif dalam perdagangan global.¹⁰⁹

Persoalan yang lebih luas juga terjadi untuk masalah keperdataan, karena saat ini transaksi *e-commerce* telah menjadi bagian dari perniagaan nasional dan internasional. ¹¹⁰Contoh konkret adalah untuk membayar Zakat atau berkorban pada saat Idul Adha, atau memesan obat-obatan yang bersifat sangat pribadi, membeli pakaian, alat-alat elektronik, reservasi hotel, transfer dan ratusan juta rupiah, orang cukup melakukannya melalui internet. Bahkan untuk membeli barang, jasa dan informasi orang membayar tidak perlu lagi dengan uang tunai tapi cukup dengan kartu kredit, ATM, SMS Banking, Phone Banking, dan Internet Banking. Kenyataan ini menunjukkan bahwa konvergensi di bidang telematika berkembang terus tanpa dapat dibendung, seiring dengan ditemukannya Hak Cipta dan paten baru di bidang teknologi informasi.¹¹¹

Kegiatan *Cyber* meskipun mengategorikan sesuatu bersifat virtual dapat dikategorikan sebagai tindakan dan perbuatan hukum yang nyata. Secara yuridis dalam hal ruang *cyber* sudah tidak pada tempatnya lagi untuk mengategorikan sesuatu dengan

¹⁰⁹Lihat Abu Bakar Munir, *Cyber Law Policies and Challenge* (Cet. I); Bandung: PT Refika Aitama, 1999), h. 205.

¹¹⁰Lihat PBB melalui Komisi khususnya, UNCITRAL, telah mengeluarkan 2 guidelines yang terkait dengan transaksi elektronik, yaitu *UNCITRAL Model Law on Electronic commerce with guide to enactment 1996*, Unit Nation Publication, New York, 1999, dan *UNCITRAL Model Law on Electronic signature with Guide to enactment 2001*, Unit Nation Publication, New York, 2002.

¹¹¹Lihat Rosenoer dan Jonathan, *Cber Law; The Law of The Internet* (Cet. VI; New York: Springer-Verleg, 2003), 15-20.

ukuran dan kualifikasi hukum konvensional untuk dapat dijadikan objek dan perbuatan, sebab jika cara ini yang ditempuh akan terlalu banyak kesulitan dan hal-hal yang lolos dari jerat hukum. Kegiatan *cyber* adalah kegiatan virtual yang berdampak sangat nyata meskipun alat buktinya bersifat elektronik. Dengan demikian subjek pelakunya harus dikuantifikasikan pula sebagai orang yang telah melakukan perbuatan hukum secara nyata.¹¹² Dalam kegiatan *e-commerce* antara lain dikenal adanya dokumen-dokumen elektronik yang kedudukannya disetarakan dengan dokumen-dokumen yang dibuat di atas kertas.¹¹³ Terdapat tiga pendekatan untuk mempertahankan keamanan di *Cyberspace*, **pertama** adalah pendekatan teknologi, **kedua** pendekatan sosial budaya-etika, dan **ketiga** pendekatan

¹¹²Lihat Undang-Undang tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (RUU IT), Kementerian Komunikasi dan Informasi RI, Versi tanggal 20 Agustus 2004, dalam pasal 5 RUU ini antara lain dinyatakan bahwa informasi elektronik dan atau hasil cetak dari informasi elektronik merupakan alat bukti dan memiliki akibat hukum yang sah serta digariskan bahwa alat bukti tersebut merupakan perluasan dari alat bukti yang sah sesuai hukum acara yang berlaku di Indonesia. Dalam pasal 11 antara lain dinyatakan bahwa tanda tangan elektronik memiliki kekuatan hukum dan akibat hukum yang sah. Pasal 18 ayat (1) menyatakan bahwa transaksi elektronik yang dituangkan dalam kontrak elektronik mengikat para pihak. Selanjutnya dalam pasal 40 ditentukan bahwa alat bukti pemeriksaan dalam undang-undang ini meliputi alat bukti sebagaimana dimaksud dalam ketentuan hukum Acara Pidana dan alat bukti lain berupa dokumen elektronik dan informasi elektronik. Ketentuan yang secara khusus mengatur masalah yuridiksi terdapat dalam pasal 2 yang menyatakan bahwa undang-undang ini berlaku untuk setiap orang yang melakukan perbuatan hukum sebagaimana diatur dalam undang-undang ini, baik yang berada di Indonesia maupun di luar wilayah Indonesia.

¹¹³Lihat Ahmad M Ramli, *Kekuatan Akta Elektronik Sebagai Alat Bukti E-Commerce dalam Sistem Hukum Indonesia*, Makalah disampaikan pada kongres Ikatan Notaris Indonesia, Bandung 23 Januari 2003, h. 12-19.

hukum. Untuk mengatasi gangguan keamanan pendekatan teknologi sifatnya mutlak dilakukan, sebab tanpa suatu pengamanan jaringan akan sangat mudah disusupi, diintersepsi, atau diakses secara ilegal dan tanpa hak.

Dalam muamalah, dikenal suatu asas hukum Islam, yaitu asas kebolehan atau mubah. Asas ini menunjukkan kebolehan melakukan semua hubungan perdata (sebagian dari hubungan muamalah) sepanjang hubungan tersebut tidak dilarang oleh al-Quran dan Hadis. Ini berarti, bahwa Islam memberi kesempatan luas kepada yang berkepentingan untuk mengembangkan bentuk dan macam hubungan perdata (baru) sesuai dengan perkembangan zaman dan kebutuhan umat manusia. Tuhan memudahkan dan tidak menyempitkan kehidupan manusia seperti yang dinyatakan dalam QS. al-Baqarah /2: 185, 286.

شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ هُدًى لِّلنَّاسِ
وَبَيِّنَاتٍ مِّنَ الْهُدَىٰ وَالْفُرْقَانِ ۚ فَمَن شَهِدَ مِنْكُمُ الشَّهْرَ
فَلْيَصُمْهُ ۗ وَمَن كَانَ مَرِيضًا أَوْ عَلَىٰ سَفَرٍ فَعِدَّةٌ مِّنْ
أَيَّامٍ أُخَرَ ۗ يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ
وَلِتُكْمِلُوا الْعِدَّةَ وَلِتُكَبِّرُوا اللَّهَ عَلَىٰ مَا هَدَاكُمْ
وَلَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ ﴿١٨٥﴾

Terjemahnya:

Beberapa hari yang ditentukan itu ialah) bulan Ramadhan, bulan yang di dalamnya diturunkan (permulaan) Al Quran sebagai petunjuk bagi manusia dan penjelasan-penjelasan mengenai petunjuk itu dan pembeda (antara yang hak dan yang bathil). karena itu, Barangsiapa di antara kamu hadir (di negeri tempat tinggalnya) di bulan itu, Maka hendaklah ia berpuasa pada bulan itu, dan Barangsiapa sakit atau dalam perjalanan (lalu ia berbuka), Maka (wajiblah baginya berpuasa), sebanyak hari yang ditinggalkannya itu, pada hari-hari yang lain. Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu. dan hendaklah kamu mencukupkan bilangannya dan hendaklah kamu mengagungkan Allah atas petunjuk-Nya yang diberikan kepadamu, supaya kamu bersyukur.¹¹⁴

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا لَهَا مَا كَسَبَتْ وَعَلَيْهَا مَا
اَكْتَسَبَتْ رَبَّنَا لَا تُوَاخِذْنَا إِنْ نُسِينَا أَوْ أَخْطَأْنَا رَبَّنَا
وَلَا تَحْمِلْ عَلَيْنَا إِيْرًا كَمَا حَمَلْتَهُ عَلَى الَّذِينَ مِنْ
قَبْلِنَا رَبَّنَا وَلَا تُحْمِلْنَا مَا لَا طَاقَةَ لَنَا بِهِ وَاعْفُ عَنَّا

¹¹⁴Wakaf dari Pelayan Dua Tanah Suci Raja Fahd bin Abdul Aziz Al-Su'ud, *op. cit.*, h. 45.

وَأَغْفِرْ لَنَا وَأَرْحَمْنَا أَنْتَ مَوْلَانَا فَأَنْصُرْنَا عَلَى الْقَوْمِ

الْكَافِرِينَ ﴿٢٨٣﴾

Terjemahnya:

Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. ia mendapat pahala (dari kebajikan) yang diusahakannya dan ia mendapat siksa (dari kejahatan) yang dikerjakannya. (mereka berdoa): "Ya Tuhan Kami, janganlah Engkau hukum Kami jika Kami lupa atau Kami tersalah. Ya Tuhan Kami, janganlah Engkau bebankan kepada Kami beban yang berat sebagaimana Engkau bebankan kepada orang-orang sebelum kami. Ya Tuhan Kami, janganlah Engkau pikulkan kepada Kami apa yang tak sanggup Kami memikulnya. beri ma'afilah kami; ampunilah kami; dan rahmatilah kami. Engkaulah penolong Kami, Maka tolonglah Kami terhadap kaum yang kafir."¹¹⁵

Berdasarkan asas kebolehan tersebut, sekarang ini telah berkembang suatu cara dalam mengadakan suatu perniagaan atau jual-beli melalui media elektronik yang lebih dikenal dengan *e-commerce*.

Sekalipun *online contract* merupakan fenomena yang baru, tetapi semua negara tetap memberlakukan asas-asas universal tentang buatan suatu perjanjian atau

¹¹⁵Wakaf dari Pelayan Dua Tanah Suci Raja Fahd bin Abdul Aziz Al-Su'ud, *ibid.*, h. 45.

kontrak, yaitu asas kebebasan berkontrak, prinsip iktikad baik, syarat sahnya perjanjian, dan lain-lain.

Untuk mengetahui apakah *e-commerce* bertentangan atau tidak dari segi Hukum Perikatan Islam, maka *e-commerce* harus sesuai dengan rukun dan syarat akad menurut Hukum Perikatan Islam. Adapun rukun yang harus dipenuhi dalam suatu akad adalah :

1. *Pelaku Transaksi bisnis e-commerce melalui internet*

Pihak-pihak yang berakad harus memenuhi tingkat kecakapan umum yang disebut *tamyiz*. Mengenai *tamyiz* dalam fiqh dinyatakan mulai sejak usia 7 tahun. Ketentuan ini juga harus dipandang sebagai *tamyiz* dalam kaitan dengan masalah ibadah. Untuk lapangan harta kekayaan, diperlukan usia lebih besar, yaitu usia 12 tahun hingga 18 tahun. Hal ini didasarkan pada pendapat Ibnu Qudama dalam kitabnya *al-Mugni* bahwa anak dapat melakukan tindakan yang murni menguntungkan pada usia 12 tahun. Sementara itu, anak berusia kurang dari 12 tahun dipandang sebagai kanak-kanak.¹¹⁶

Pada intinya subjek perikatan harus telah akil *baligh* (dewasa berakal dan sehat) serta bebas dari tekanan atau paksaan (*mukhtar*) dari pihak lain (sukarela). Hal-hal tersebut merupakan syarat utama yang mutlak harus terpenuhi bagi para pihak yang akan melakukan perikatan Islam.¹¹⁷

Mengenai syarat dewasa, dalam *e-commerce*, sulit untuk menentukan apakah para pihak yang melakukan perikatan tersebut telah memenuhi ketentuan tersebut.

¹¹⁶Ibnu Qudama, *op. cit.*, h. 329

¹¹⁷H. Mihajuddin, Dosen Fakultas Syari'ah UIN Alauddin Makassar; Guru Besar dalam bidang Hukum Islam, Kec. Tammalate, Kodya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis di Mannuruki, 2 Februari 2012.

Hal ini karena para pihak tidak bertemu secara fisik melainkan melalui internet sehingga para pihak tidak dapat mengetahui bagaimana kondisi pihak yang lain. Oleh karena itu apabila pihak yang melakukan *e-commerce* telah dewasa, mampu bertindak sendiri (tidak berada dalam pengampuan) maka perikatan yang terjadi pada *e-commerce* itu adalah sah. Di samping itu permasalahan perwakilan pun menjadi masalah untuk diketahui. Apakah orang yang menawarkan barang itu orang yang benar-benar berwenang menjual barang. Apabila orang tersebut tidak mempunyai kewenangan dalam melakukan sesuatu perjanjian atau ternyata barang tersebut tidak dimiliki oleh orang yang melakukan *online contract* dan tidak memiliki kuasa dari pihak pemilik barang tersebut, dalam *e-commerce* hal ini sulit diketahui.¹¹⁸

Berdasarkan pengamatan dan pengalaman penulis dalam melakukan transaksi *e-commerce* melalui internet serta melakukan wawancara terhadap informan. Penulis menyimpulkan bahwa pihak-pihak yang berakad dalam *e-commerce* juga dapat memenuhi *tamyiz* atau kedewasaan. *E-commerce* merupakan jual-beli yang membutuhkan kemahiran dalam mengoperasikan komputer, begitu pula terlibat dalam koneksi global internet juga membutuhkan keahlian khusus dalam proses transaksinya, hal ini tentu saja hanya mampu dilakukan oleh orang minimal berada pada periode *tamyiz*. Dalam istilah *e-commerce* dua pihak yang

¹¹⁸Rauf Amin, Dosen Fakultas Tarbiyah UIN Alauddin Makassar, Doktor dalam bidang Hukum Islam, Kec. Rappocini, Kodya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis di Perpustakaan UIN Alauddin lantai III, 3 Februari 2012.

bertransaksi disebut sebagai *customers* (pembeli) dan *merchant* (penjual). Keberadaan penjual dan pembeli sebelum terjadi transaksi telah terjadi komunikasi dua arah mengenai identitas masing-masing pihak dari A sampai Z untuk saling meyakinkan keduanya, dan ini adalah pintu awal untuk melanjutkan transaksi, kalau identitas keduanya meyakinkan maka transaksi dilanjutkan, kapan salah satu dari pihak meragukan identitasnya maka, sistem akan menolak secara otomatis transaksi lebih lanjut. Dengan demikian syarat berbilang pihak dalam jual-beli dapat terpenuhi karena adanya pertemuan antara *ijab* dari pihak *merchant* dan *qabul* dari pihak *customers*.

2. Obyek Transaksi Bisnis E-Commerce melalui Internet

Mengenai objek *e-commerce* harus memenuhi syarat objek akad, yaitu :

- a. Telah ada pada waktu akad di adakan;
- b. Di benarkan oleh syariah (halal dan bernilai manfaat);
- c. Harus jelas dan diketahui;
- d. Dapat diserahterimakan.¹¹⁹

Apabila dikaji objek *e-commerce* ini dapat ditelaah sebagai berikut:

1) Telah ada pada waktu akad akad diadakan

Kaitannya dengan syarat objek harus ada pada waktu dibuatnya akad sebagai penafsiran dari hadis Nabi saw. pertanyaan yang harus dikemukakan adalah apakah alasan hukum (*illat, causa legis*) yang terkandung dalam hadis Nabi saw tersebut? Suatu benda dilarang menjadi objek perjanjian apakah karena tidak adanya

¹¹⁹H. Mihajuddin, Dosen Fakultas Syari'ah UIN Alauddin Makassar; Guru Besar dalam bidang Hukum Islam, Kec. Tammalate, Kodya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis di Mannuruki, 2 Februari 2012.

objek tersebut pada saat penutupan perjanjian atau karena alasan lain?

Dalam hal ini, penafsiran mazhab hambaly, seperti yang dikemukakan oleh Ibnu Taimiyah dan muridnya, Ibnu al-Qoyyim, lebih responsive terhadap kepentingan hukum masyarakat. Menurut kedua ahli hukum hambaly ini, asas bahwa akad jual-beli barang yang tidak ada pada saat penutupan akad adalah tidak sah dan harus ditolak, karena tidak ada dalam Alquran dan sunnah Nabi saw maupun dalam pernyataan para sahabatnya larangan jual-beli objek yang belum ada. Yang ada dalam sunnah Nabi saw adalah larangan jual-beli beberapa barang yang belum ada dan juga larangan jual-beli beberapa barang yang sudah ada. Alasan hukum (*illat, causa legis*) larangan tersebut bukan tidak adanya barang tersebut pada waktu penutupan perjanjian, tetapi yang tercantum dalam sunnah Nabi adalah larangan jual-beli objek yang bersifat *garar*, yaitu objek yang tidak bisa dipastikan dapat diserahkan kepada pembeli, baik bendanya ada maupun tidak ada.¹²⁰

Penafsiran Ibnu Qoyyim ini menyatakan bahwa alasan hukum (*illat*) larangan Nabi saw terhadap jual-beli yang tidak ada pada seseorang adalah *garar*, bukan tidak adanya barang pada waktu ditutupnya akad. Penafsiran ini sesuai dengan hadis yang dikutip sebelumnya, yaitu Rasulullah saw melarang jual-beli *garar*. Konsekuensi pendapat ini adalah objek tidak ada pada waktu akad, namun dapat dipastikan ada

¹²⁰Ibnu Taimiyah, *Fatwa Ibn Taimiyah*, juz xx (t.tp : Maktabah Ibn Taimiyah, t.t), h. 543. Juga Ibnu Qoyyim, *l'lam al-Muwaqqi'in*, juz II (Cet. II; Beirut: Dar al-Jil, 1980), h. 27-28.

dikemudian hari, akad tetap sah, atau objek tidak ada pada waktu akad dan tidak dapat dipastikan adanya dikemudian hari, akadnya tidak sah. Penjelasan Ibnu Qayyim di atas juga menjadi jelas apa yang dimaksud dengan *garar*, yaitu objek yang tidak dapat dipastikan apakah akan dapat diserahkan atau tidak.

Dapat disimpulkan bahwa belum adanya komoditi pada penutupan akad dalam transaksi *e-commerce* tidak menjadikan akadnya tidak sah ataupun masuk dalam kategori *garar*. Sebab objek transaksi berupa komoditi atau barang dalam *e-commerce* meski belum ada pada saat penutupan akad tetap dapat dipastikan ada dikemudian hari.

Barang yang ditransaksikan dalam *e-commerce* ada yang memang telah ada (siap kirim) atau yang bersifat pesanan. Jadi, pengertian ada dalam transaksi ini lebih diutamakan bentuk tampilan benda tersebut dalam layar internet. Mengenai jual-beli barang yang tidak ada di tempat akad jual-beli yang untuk melihat barangnya mengalami kesulitan melihatnya, dapat dilakukan asalkan kriteria atau syarat barang yang dijanjikan sesuai dengan informasi, maka jual-beli tersebut sah. Namun, apabila ternyata berbeda, maka pihak yang tidak menyaksikan boleh memilih untuk menerima atau tidak dengan menggunakan hak "khiyar".¹²¹

2) Dibenarkan oleh Syariah

Obyek akad yang dibenarkan oleh syariat tidak hanya yang zatnya halal, namun juga harus bermanfaat.

¹²¹H. Hasyim Aidid, Dosen Fakultas Syariah UIN Alauddin Makassar; Guru Besar dalam bidang Hukum Islam, Kec. Tamalate, Kodya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis di Jln Mannuruki II no. 86, 3 Februari 2012.

Mengenai syarat halalnya, objek yang ditransaksikan dalam *online contract* terdiri dari berbagai macam jenis barang atau jasa yang jika dilihat dari ukuran halal atau haramnya barang tersebut akan menyebabkan kerancuan. Selain itu, transaksi melalui *online contract* tidak hanya dilakukan antar daerah di Indonesia, tetapi kebanyakan dilakukan antar negara di dunia. Oleh karena itu, wajar jika terjadi ketidaksamaan persepsi mengenai halal dan haramnya barang yang diperdagangkan.

Bagi mereka yang penting adalah terdapatnya kesepakatan tentang objek tersebut dan oleh karenanya menurut hukum transaksi itu menjadi sah. Dalam hal ini menjadi suatu permasalahan apabila menerapkannya dalam konsep Islam.

Halalnya suatu barang dalam transaksi lintas negara tergantung dari fatwa halal atau haramnya suatu barang di negara yang bersangkutan.¹²² Misalnya, minuman keras di Amerika tidak dalam label haram, sedang di Indonesia yang mayoritas penduduknya Islam adalah haram, dan hal ini di dalam *online contract* tidak dipermasalahkan sama sekali. Dalam *Online Contract* tidak dipermasalahkan apakah objek perikatan adalah barang yang akan bermanfaat bagi pembelinya, karena segala macam jasa atau barang dapat dijadikan objek dalam *online contract*.

Sedangkan dalam konsep perikatan Islam hal ini dapat menjadi permasalahan, karena objek perikatan

¹²²Kasjim Salenda, Dosen Fakultas Syariah UIN Alauddin Makassar; Doktor dalam bidang Hukum Islam, Kec. Rappocini, Kodya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis di Masjid UIN Alauddin Samata kampus II, 3 Februari 2012.

harus bermanfaat. Benda yang dibeli tidak untuk dimanfaatkan merupakan tindakan mubazir, atau menimbun harta, kecuali barang dagangan atau persiapan yang penggunaannya telah diperhitungkan untuk jangka waktu tertentu. Selain itu pemanfaatannya pun harus positif. Misalnya, objek perikatan tersebut adalah senjata. Terdapat dua sisi, pertama barang tersebut akan bermanfaat jika senjata tersebut digunakan untuk membela diri atau berjaga-jaga, namun di sisi lain menjadi merugikan atau membahayakan jika senjata tersebut digunakan untuk kejahatan. Hal ini kembali kepada pihak yang terkait dan dalam *online contract* tidak dipermasalahakan tujuan dari para pihak untuk bertransaksi. Hal ini sampai sekarang tetap menjadi permasalahan apabila diterapkan melalui perikatan menurut konsep Islam.

3) Harus Jelas dan Diketahui

Sebagaimana telah dibahas dalam beberapa buku tentang transaksi jual-beli, bahwa objek akad harus memiliki kejelasan dan diketahui oleh para pihak, maka jika barang atau harga tidak diketahui maka jual-beli tidak sah karena dimungkinkan mengandung unsur penipuan.¹²³ Mengenai syarat diketahui, cukup dengan penyaksian barang dan ukurannya sekalipun tidak diketahui wujud nyatanya. Harga satuan barang tersebut haruslah jelas diketahui oleh pembeli.¹²⁴

¹²³H. Mihajuddin, Dosen Fakultas Syari'ah UIN Alauddin Makassar; Guru Besar dalam bidang Hukum Islam, Kec. Tammalate, Kodya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis di Mannuruki, 2 Februari 2012.

¹²⁴H. Muslimin H. Kara, Dosen Fakultas Syariah UIN Alauddin Makassar; Doktor dalam bidang Hukum Islam, Kec. Somba Opu, Kab. Gowa, Sul-Sel, wawancara oleh penulis di Fakultas Syariah Iantai II, 3 Februari 2012.

Dalam *e-commerce*, para pihak yang melakukan akad tidak bertemu secara fisik. Hal tersebut mengakibatkan barang yang menjadi objek akad tidak dapat dilihat secara langsung. Dalam perjanjian dengan menggunakan media elektronik terdapat beberapa kemungkinan terjadinya kesalahan dalam komunikasi atau masuknya penipu atau *heckers* yang mengacaukan transaksi dan kemudian hari lain baru diketahui ternyata barang yang dimaksud oleh penjual disalahtafsirkan oleh pembeli. Hal ini tentunya menjadi masalah dalam perikatan menurut hukum Islam.¹²⁵

Kemungkinan terjadinya kesalahan harga dalam sistem komunikasi secara elektronik sangat besar. Hal tersebut mungkin karena kesalahan dalam mengetik satu angka yang akan membuat salah satu pihak sangat dirugikan, dan biasanya pemberi persetujuan dalam perikatan tersebut dilakukan berdasarkan harga yang tercantum di dalam *online contract*. Hal ini tentunya menjadi masalah juga bagi objek dalam perikatan menurut Islam dan jika semua kesalahan tersebut terjadi, maka hendaknya hal ini dimaksudkan unsur kehilapan serta penipuan dan menjadi syarat untuk meminta pembatalan terhadap perjanjian atau perikatan tersebut, selain dengan harga, biasanya juga terjadi kesalahan dalam deskripsi barang yang akan diperdagangkan. Hal ini juga dapat menjadi syarat pembatalan perikatan tersebut.

¹²⁵H. Hasyim Aidid, Dosen Fakultas Syariah UIN Alauddin Makassar; Guru Besar dalam bidang Hukum Islam, Kec. Tamalate, Kodya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis di Jln Mannuruki II no. 86, 3 Februari 2012.

4) Dapat diserahkan

Mengenai komoditi yang dijadikan sebagai salah satu objek transaksi dalam transaksi *e-commerce* dapat berupa apa saja (baik itu komoditi yang legal maupun illegal untuk diperdagangkan), tergantung pada penawaran pihak *merchaint*. Internet selama ini diasosiasikan sebagai media tanpa batas. Dimensi ruang, birokrasi, waktu, kemapanan dan tembok struktural yang selama ini ada di dunia nyata dengan mudah ditembus oleh teknologi informasi. Karena itu, di samping komoditi yang memang legal juga terdapat komoditi illegal menurut Islam untuk diperdagangkan, seperti minuman keras. Tergantung kepada *consumer* sendiri dalam mencermati jenis komoditi apa dan bagaimana yang akan dibeli. Sedang ketentuan dalam transaksi jual-beli perikatan Islam mengharuskan komoditi yang dijadikan sebagai objek transaksi merupakan sesuatu yang legal diperdagangkan.

Adapun komoditi yang diperdagangkan dalam *e-commerce* dapat berupa komoditi digital dan komoditi non digital. Untuk komoditi digital seperti *electronic newspapers, e-books, digital library, virtual school, software* program aplikasi computer dan sebagainya, dapat langsung diserahkan melalui media internet kepada *consumer*, seperti dengan melakukan *download* terhadap produk tersebut. Berbeda halnya dengan komoditi non-digital, komoditi tidak dapat diserahkan langsung melalui media internet namun dikirim 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 atau disamakan dengan jual-beli *as-salam*. Karena dalam transaksi *as-*

salam komoditi diserahkan kemudian atau ditangguhkan penyerahannya. Sedang pada komoditi digital, komoditi diserahkan langsung kepada *consumer* melalui media internet dan dapat diterima langsung pada waktu transaksi. Lain halnya pada komoditi non-digital, komoditi tidak dapat diserahkan langsung kepada *consumer* melalui internet tapi harus dikirim 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.

Dalam *online contract* berbagai masalah fisik dalam jaringan kerja atau sistem komunikasi lainnya, misalnya barang yang akan ditransaksikan berupa informasi bisnis, maka hal ini menjadi suatu permasalahan. Apakah barang tersebut dapat diserahterimakan secara nyata, langsung diserahkan dari tangan ke tangan, karena informasi tersebut hanyalah berubah tempat dari *data base* penjual kepada *data base* pembeli. Oleh karena itu, pengertian konsep serah terima dalam *e-commerce* ini perlu diperluas tidak hanya dalam pengertian fisik saja. Sebab, dalam konsep perikatan Islam, syarat dapat diserahterimakan menjadi hal yang esensial karena hal ini menjamin, bahwa perikatan tersebut benar-benar terjadi dan tidak ada pihak yang dirugikan.¹²⁶

Mengenai *Maudhu al- Aqdi* atau tujuan dari aqad, jika *e-commerce* dilihat dari sudut pandang Hukum perikatan Islam terutama dari segi tujuan diadakannya

¹²⁶Rauf Amin, Dosen Fakultas Tarbiyah UIN Alauddin Makassar, Kec. Rappocini, Kodya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis di Perpustakaan UIN Alauddin lantai III, 3 Februari 2012

akad, maka harus dilihat apakah *e-commerce* memenuhi ketiga poin yang terkandung dalam tujuan suatu akad menurut perikatan Islam. Sebagaimana diterangkan dalam transaksi jual-beli, ketiga poin yang menentukan syarat-syarat yang harus dipenuhi agar suatu tujuan akad dipandang sah dan mempunyai akibat hukum, yaitu:

- a). Tujuan akad tidak merupakan kewajiban yang telah ada atas pihak-pihak yang bersangkutan tanpa akad yang diadakan. Dalam hal ini, Penjualan barang yang akan dilakukan oleh suatu prestasi yang akan dilakukannya, dan bukan hal yang telah ada sebelumnya.
- b). Tujuan harus berlangsung adanya hingga berakhirnya pelaksanaan akad. Suatu transaksi dalam *e-commerce* baru berakhir apabila telah dilakukan penyerahan barang yang dipesan, sehingga tujuan dari transaksi *e-commerce* akan berlangsung sejak adanya kata sepakat melalui pemesanan barang yang dilakukan oleh pembeli hingga penyerahan barang yang dimaksud.¹²⁷
- c). Tujuan akad harus dibenarkan syara. Seperti pada syarat objek akad, dalam *online contract* juga terdiri dari berbagai macam jenis jasa yang jika dilihat dari ukuran halal atau haramnya jasa tersebut akan menyebabkan kerancuan. Hanya transaksi yang jelas-jelas ditujukan untuk melakukan hal-hal yang dihalalkan syariat yang sah menurut Hukum Perikatan Islam.

¹²⁷Rauf Amin, Dosen Fakultas Tarbiyah UIN Alauddin Makassar, Kec. Rappocini, Kodya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis di Perpustakaan UIN Alauddin lantai III, 3 Februari 2012.

3. *Ijab Qabul Transaksi bisnis e-commerce melalui internet*

Mengenai syarat *ijab qabul* yang harus menggambarkan adanya kesepakatan para pihak hal ini juga dapat mengalami permasalahan. Dalam *e-commerce*, kesepakatan para pihak lahir dengan jalan adanya penawaran suatu barang dengan harga tertentu dari pihak penjual yang tertera di dalam internet, begitu pihak pembeli merasa tertarik ketika ditawarkan oleh penjual, ia kemudian memberikan persetujuannya dengan mengklik simbol barang yang ada di layar komputer, lalu memesannya. Maka, ketika itu telah terjadi kesepakatan kedua belah pihak untuk melakukan perikatan. Perbedaannya adalah bahwa pihak penjual dan pembeli tidak bertemu secara fisik, tetapi hanya melalui perantara, yaitu media internet. Persyaratan mengenai *ijab qabul* dalam *e-commerce* adalah:

a. *Jalau al-ma'na* (jelasnya *ijab* dan *qabul*)

Akad dapat dilakukan dengan cara lisan maupun tulisan, yang penting adalah *ijab* dengan *qabulnya* jelas, pasti, dan dapat dipahami oleh kedua belah pihak yang mengadakan perikatan.¹²⁸

Dari uraian di atas jelas bahwa transaksi perdagangan elektronik memenuhi poin pertama ini. Karena dalam *commerce*, *ijab qabul* dari suatu akad yang mencerminkan tujuan dari diadakannya akad tersebut dilakukan dengan cara tulisan dan pengirimannya dilakukan melalui pertukaran data elektronik yang mana format dari *ijab qabulnya* dalam bentuk tulisan tentu saja

¹²⁸Sabri Samin, Dosen Fakultas Syariah UIN Alauddin Makassar; Guru Besar dalam bidang Hukum Pidana Islam, Kec. Tamalate, Kodya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis di Program Pasca Sarjana UIN Alauddin, 8 Februari 2012.

dapat dengan jelas dipahami oleh kedua belah pihak yang mengadakan transaksi, jika kedua belah pihak saling setuju dengan penawaran dan penerimaan yang ada.

b. *Ittishal al qabul bil ijab/tawafuq* (kesesuaian antara ijab dan qabul)

Pada dasarnya jual-beli harus dilakukan jika pembeli dan penjual berada dalam satu majelis atau tempat. Jika syarat barang itu terperinci dengan jelas dan sesuai dengan informasi yang diberikan penjual kepada pembeli, maka jual-beli dapat dilakukan dalam satu "majelis" dan jual-beli tersebut adalah sah. Dalam transaksi *e-commerce*, pembeli dan penjual tidak berada dalam satu tempat tertentu dalam arti fisik dan bisa saja transaksi dilakukan dengan berbagai negara yang berbeda. Seperti uraian dalam poin sebelumnya, bahwa penawaran dalam *e-commerce* dilakukan melalui situs-situs atau melalui *provider*, yang dalam penawaran tersebut diberitahukan informasi mengenai objek dari transaksi secara jelas dan terperinci. Jika ada suatu perbedaan antara informasi yang diberikan dalam situs dengan barang yang dijual dan telah dilakukan pembayaran terhadap barang tersebut, maka pembeli dapat memberitahukan pada pihak pemberi penawaran atau penjual dan pembeli dapat mengembalikan barang tersebut dan mengambil kembali uang yang telah dibayarkan. Tetapi, suatu kesalahan tidak dapat dikoreksi jika pihak pembeli telah menggunakan barang atau produk tersebut.¹²⁹ Jadi, *e-commerce* juga memenuhi

¹²⁹Ali Parman, Kepala Pusat Penelitian dan Dosen Fakultas Syariah UIN Alauddin Makassar; Guru Besar dalam bidang Hukum Islam, Kec. Manggala, Kodya Makassar, wawancara oleh penulis di Kantor Pusat Penelitian Samata, 3 Februari 2012.

poin ke tiga yang harus terkandung dalam rukun suatu akad menurut hukum perikatan Islam.¹³⁰

4. *Sigat (bentuk) Transaksi bisnis e-commerce melalui internet*

Juzmu al-Iradataini (menunjukkan kehendak para pihak)

Berbeda dengan akad jual-beli konvensional, yang transaksinya dapat dilaksanakan secara lisan atau isyarat nyata melalui pertemuan fisik penjual dan pembeli dalam melahirkan *ijab qabul*, dalam transaksi *e-commerce* pernyataan kehendak dilaksanakan dengan tulisan yang terkirim melalui media elektronik seperti telepon dan mesin fax, atau jaringan internet. Dalam kitab *Qawaid Fiqhiyah* yang ditulis oleh seorang guru besar fakultas syari'ah dan *qanun* universitas Azhar. Abdul Aziz Muhammad 'Azam menjelaskan " bahwa setiap tulisan yang secara adat kebiasaan lazim dipakai oleh masyarakat pada setiap zaman mengandung hukum sama persis dengan hukum yang terkandung oleh ucapan lisan".¹³¹

Apakah tulisan melalui dunia maya (*cyberspace*) dapat dijamin kebenarannya berasal dari pihak-pihak yang berkompeten dalam melaksanakan transaksi? Atau dengan kata lain benarkah toko pada web adalah toko yang melayani *e-commerce*?

Ijab (penawaran) dalam transaksi *e-commerce* dilakukan dengan tulisan berupa klausul baku yang ditawarkan kepada pihak lain. *Ijab* dalam akad ini dibuat standar dan ditujukan untuk umum. Jenis barang atau

¹³⁰ Pusat Pengkajian Pengembangan Ekonomi Islam (Cet. I; Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), h. 73

¹³¹ Abdul Aziz Muhammad Azam, *op. cit.*, h. 284

jasa serta klausalnya disampaikan melalui presentasi elektronik pembuatan *website* dalam jaringan internet. Calon pembeli bebas mengunjungi *website* tersebut, melihat jenis-jenis barang yang ditawarkan lalu memilihnya. Jika dia berkehendak (*ridho*) maka melalui fasilitas *select it* atau *buy it* terjadilah *qabul* (penerimaan) dari pihak pembeli. *Ridho* (kerelaan) yang menjadi substansi sebuah perjanjian akan terwujud, karena calon pembeli tidak dipaksa untuk membeli produk tertentu ketika ia mengunjungi sebuah toko atau mall yang berada di web. Selama barang yang dipilih masih berada dalam list belanja atau kereta dorong calon pembeli dapat membatalkannya atau juga menyetujui pembeliannya. Seperti dalam sistem order dengan menggunakan *order form*, pada halaman *web merchant* menyediakan daftar atau catalog barang yang dijual disertai deskripsi dan visualisasi produk yang dijual. Dalam sebuah halaman *order form*, sesi penawaran produk dibagi menjadi empat bagian, yaitu bagian pertama berisi cek box yang dibuat untuk memberi kesempatan kepada *customers* untuk memilih produk yang ditawarkan dengan mengklik kotak tersebut sehingga bertanda cek, bagian kedua berisi penjelasan produk yang ditawarkan, bagian ketiga berisi kuantitas barang yang dipesan dan bagian paling kanan berisi harga untuk tiap-tiap produk. *Customers* (pembeli) dapat membatalkan item yang dipilih dengan mengklik kembali bagian pertama yang sudah bertanda cek. *Qabul* terwujud ketika *customers* menerima deskripsi dan klausul baku tentang produk yang ditawarkan oleh *merchant*.

Secara *zohir*, penerimaan terhadap klausul bersangkutan adalah pertanda *ridho* (setuju) Apabila

kemudian klausul baku itu ternyata merugikan kepadanya, maka hukum memberikan perlindungan terhadapnya dalam bentuk permintaan kepada hakim untuk mengubah atau membebaskannya dari klausul tersebut. Hal ini dilakukan untuk memberikan perlindungan kepada pihak konsumen. Bentuk perlindungan ini adalah dengan memberikan kekuasaan kepada pengadilan untuk menyesuaikan klausul tersebut dengan cara mengubah isi klausul tersebut. Kekuasaan hakim dijadikan sebagai dasar ketertiban umum, karena itu tidak dapat dibuat perjanjian yang bertentangan dengannya.¹³²

Majelis akad bagi *ijab* dengan klausul baku melalui internet ini, adalah sama dengan orang yang berhadapan muka, yaitu sejak dibuatnya *ijab* melalui penawaran atau deskripsi produk dalam presentasi web sampai dengan adanya jawaban (*qabul*) dari *customers* yang tertarik membeli.

Kapan terjadinya kesepakatan dalam akad *e-commerce*? Akad jual-beli dalam *e-commerce* terjadi pada saat penerima penawaran (*customers*) mengirimkan daftar produk yang dibeli ke alamat *Web merchant* dengan logika asas bahwa pembuat penawaran disyaratkan harus mendengar *qabul* dari *akseptor* (penerima) dalam akad berhadapan langsung. Sedangkan akad bagi pihak-pihak yang berjauhan syarat mendengar diimbangi dengan syarat mengetahui. Jadi, perjanjian antara dua orang yang berbeda tempat seperti dalam *e-commerce* terjadi pada tempat dan waktu ketika

¹³²Mohammad Muhyidin Salim, *Naz}}}}oriyah z}uruf al-T}ori'ah baina al-Qanun al-Madani wa al-Fiqh al-Islami: Dirasah Muqoronah* (Cet. 1; Kairo: Dar al-Matbu'ah al-Jami'iyah, 2007), h. 538.

pembuat penawaran mengetahui akseptasi (*qabul*) dari pihak lain.

Dapat diartikan dengan pernyataan mengungkapkan kehendak para pihak yang harus mencerminkan sukarela. Atau jika penerima penawaran tidak menyetujui penawaran tersebut ia tidak perlu melakukan transaksi melalui cara yang disebutkan di atas. Hal ini mencerminkan suatu kesukarelaan dalam melakukan transaksi perdagangan elektronik. Bagaimana dipastikan, bahwa pihak penerima tawaran telah menerima suatu tawaran dan melakukan transaksi secara sukarela adalah dari kenyataan bahwa pembeli melakukan suatu transaksi tanpa ada paksaan karena ia membuka situs dengan keinginannya sendiri atau dengan kesukarelaan.¹³³ Secara keseluruhan, perdagangan elektronik *e-commerce* tidak bertentangan dengan syariat Islam, selama telah memenuhi hal-hal yang harus terkandung di dalam suatu akad menurut hukum perikatan Islam. Dengan kata lain, *e-commerce* dapat disahkan tansaksinya selama rukun dan syaratnya telah sesuai dengan ketentuan dalam hukum perikatan Islam.¹³⁴

Jual-beli dalam hukum Islam sudah jelas hukum tentang kebolehan, seperti yang disebutkan dalam ayat Alquran dan hadis. Pada masa Rasulullah, sahabat dan tabi'in serta imam mazhab belum ada transaksi model *e-commerce* sehingga belum ditemukan rumusan hukumnya. Adapun rumusan hukum *e-commerce* yang

¹³³H. Mihajuddin, Dosen Fakultas Syari'ah UIN Alauddin Makassar; Guru Besar dalam bidang Hukum Islam, Kec. Tammalate, Kodya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis di Mannuruki, 2 Februari 2012.

¹³⁴Gemala Dewi, Wirdyaningsih, dan Yeni Salma Barlinti, *Hukum Perikatan Islam Di Indonesia* (Cet I; Jakarta: Kencana, 2005), h. 49.

Islami, sebagai salah satu temuan (teori baru) dari disertasi ini adalah:

Berdasarkan konsep masalah yang dikemukakan oleh Syatibi, ada empat aspek sahnya jual-beli; 1. *Anta raadin* (saling reda atau ada kesepakatan); 2. Ada unsur *masalah* atau sosial benefit); 3. Tidak bertentangan dengan nilai normatif (hukum agama, nilai moral, nilai sosial, dan nilai adat); 4. Ada harga.

Berdasarkan konsep tersebut di atas, maka penulis membagi kategorisasi rumusan hukum *e-commerce* kepada empat:

e-commerce hukumnya menjadi **haram**, jika bertentangan dengan nilai normatif (Alquran dan sunnah, nilai moral dan nilai sosial) seperti; transaksi seks, judi *online*, narkoba, game yang mengumbar hawa nafsu, dan sejenisnya. *E-Commerce* hukumnya **sunnat**, jika dilakukan sesuai dengan syarat dan rukun jual-beli menurut perikatan hukum Islam, *e-commerce* hukumnya **makruh**, jika tidak memberikan manfaat dan kerugian bagi pengguna, dan *e-commerce* **boleh** dilakukan selama tidak bertentangan dengan agama dan tidak ada ketentuan hukum yang melarangnya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. *E-Commerce* merupakan suatu sistem yang dibangun dengan tujuan untuk meningkatkan *efisiensi* dan *efektifitas* dalam berbisnis dengan memanfaatkan teknologi informasi (internet) untuk meningkatkan kualitas produk/service dan informasi serta mengurangi biaya-biaya yang tidak diperlukan sehingga harga dari produk dan informasi tersebut dapat ditekan sedemikian rupa tanpa mengurangi kualitas yang ada.
2. *E-commerce* adalah suatu jenis mekanisme bisnis secara elektronik yang memfokuskan diri pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet sebagai medium pertukaran barang, jasa dan informasi baik antara dua buah institusi (B-to-B) maupun antara institusi dan konsumen langsung (B-to-C), untuk meningkatkan dan memperbaiki kinerja dan mekanisme pertukaran barang, jasa informasi, dan pengetahuan dengan memanfaatkan teknologi berbasis jaringan digital.
3. *E-Commerce* dari beberapa perspektif sebagai berikut:
Dari perspektif komunikasi, *e-commerce* merupakan pengiriman informasi, produk, layanan, atau pembayaran melalui lini telepon, jaringan komputer atau sarana elektronik lainnya. Dari perspektif proses bisnis, *e-commerce* merupakan aplikasi teknologi

menuju otomatisasi transaksi dan aliran kerja perusahaan. Dari perspektif layanan, *e-commerce* merupakan satu alat yang memenuhi keinginan perusahaan, konsumen, dan manajemen dalam memangkas *service cost* ketika meningkatkan mutu barang dan kecepatan layanan. Dari perspektif *online, e-commerce* berkaitan dengan kapasitas jual beli produk dan informasi di internet dan jasa online lainnya.

4. Motivasi masyarakat pengguna *e-commerce* dalam melakukan transaksi bisnis *e-commerce* di kota Makassar adalah *Efficiency* (efisien); biaya murah, efisien dan efektif, *Without Boundary* (Tanpa Batas); jaringan bisnisnya sangat luas, tidak dibatasi benua dan samudera, jarak dan waktu, *Hours Online* (Terbuka 24 jam); kapan dan di mana saja dapat melakukan transaksi, selagi ada jaringan internet, *Interactive* (komunikasi dua arah); penjual dan pembeli dapat berkomunikasi secara langsung, *Hyperlink* (terjalin dalam sekejap); waktunya cepat dalam bertransaksi, *No License Require* (Tanpa perlu izin); tidak perlu tunggu surat izin dari pihak berwajib, dan *No censorship* (tanpa Sensor).
5. Sistem transaksi *e-commerce* menggunakan sistem order dengan order form; sistem order dengan kereta dorong; sistem order dengan e-mail; dan sistem order dengan telepon. Adapun sistem transaksi pembayaran bisnis *e-commerce* adalah dengan sistem debit; rekening to rekening ; sistem kredit/kredit card; dan *electronic Cash* (uang digital)
6. Agar transaksi terjadi antara pembeli dan penjual, maka harus ada satu proses tertentu. Proses atau langkah-langkah yang dilakukan dalam transaksi

bisnis *e-commerce* adalah : Pembeli dengan menggunakan komputernya masuk ke pasar; Pembeli mencari produk, masuk ke *homepage* atau *website* penjual produk; Pembeli memilih produk, melalui katalog atau menu yang ditawarkan oleh penjual; Pembeli memesan produk, Mengisi order pembelian. Terjadi proses transaksi; Order pembelian dikirim ke penjual, terjadi integrasi hukum; Penjual menkonfirmasi pesanan kepada bank penjamin; Pembeli membayar, Menggunakan beberapa pilihan pembayaran, terjadi transaksi; Informasi pembayaran di kirim ke bank, terjadi integrasi hukum; Kredit di cek pada bank pembeli; Kredit disetujui, di bayarkan pada bank penjual, terjadi integrasi hukum; Produk dikirim oleh penjual; Produk diterima oleh pembeli. Jelasnya, kalau pembeli merupakan organisasi atau seorang *repeat customer*, sejumlah tahap bisa berubah atau dimulai. Nanti akan berhubungan dengan langkah-langkah utama dalam proses ini, dan juga dengan produk dan jasa spesifik *electronic market*.

7. Bisnis *e-commerce* tidak bertentangan dengan hukum Islam karena dapat memenuhi rukun dan syarat jual-beli yang terdapat pada sistem perjanjian (akad) yang sah dalam hukum Islam. Hal ini dapat dibuktikan dengan mengadakan analisis terhadap unsur-unsur yang membentuk akad jual-beli dalam *e-commerce* yaitu, *sighot* (formulasi akad) yang substansinya adalah pernyataan kehendak yaitu perizinan dalam hal ini di sampaikan dengan tulisan, pihak-pihak yang terlibat di dalamnya adalah pihak yang berkompoten dalam melaksanakan akad minimal berada pada periode *tamyiz*, obyek transaksi halal selama klausa yang menjadi alat bayar dan

komoditi yang dibeli halal secara *syar'iy*, begitu pula tujuan akadnya halal yaitu memindahkan hak milik atas barang dengan imbalan jual-beli. Akan tetapi *e-commerce* hukumnya menjadi haram, jika bertentangan dengan nilai normatif (Alquran dan sunnah, nilai moral dan nilai sosial) seperti; transaksi seks, judi *online*, narkoba, game yang mengumbar hawa nafsu, dan sejenisnya. *E-Commerce* hukumnya sunnat, jika dilakukan sesuai dengan syarat dan rukun jual-beli menurut perikatan hukum Islam, *e-commerce* hukumnya makruh, jika tidak memberikan manfaat dan kerugian bagi pengguna, dan *e-commerce* boleh dilakukan selama tidak bertentangan dengan agama dan tidak ada ketentuan hukum yang melarangnya.

B. Implikasi Penelitian

E-Commerce merupakan penemuan baru dalam bentuk perdagangan yang dinilai lebih dari perdagangan pada umumnya. Prinsip perdagangan dengan sistem pembayaran tradisional yang dikenal adalah penjual dan pembeli bertemu secara fisik atau secara langsung kini berubah menjadi konsep *telemarketing* yakni perdagangan jarak jauh dengan menggunakan media internet suatu perdagangan yang 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 barang.

Untuk lebih menciptakan nilai-nilai Islam dalam *e-commerce* terutama untuk obyek jual-belinya berupa barang maka seyogyanya *merchant* memberikan fasilitas

khiyar ru'yah dan *khiyar 'aib* bagi costumer ketika telah mencrima barang yang dipesan. *Khiyar ru'yah* adalah hak bagi *costumer* untuk membatalkan transaksi atau tetap melangsungkannya ketika dia melihat obyek akad, dengan syarat ia belum melihatnya ketika berlangsungnya akad atau sebelumnya dia sudah melihatnya tapi dalam batasan-batasan tertentu seperti hanya berupa gambar dalam dunia virtual. Dan *khiyar'aib* adalah hak bagi *costumer* untuk membatalkan transaksi ketika menemukan cacat pada barang yang dibeli dengan syarat cacat terjadi sebelum akad atau setelah akad namun belum terjadi penyerahan.

Pemerintah harus membuat regulasi atau undang-undang tentang transaksi dalam dunia maya, yang dapat melindungi konsumen (pembeli) dan produsen (penjual) dari unsur penipuan agar terwujud jaminan keamanan bagi pihak pengguna, jika terjadi klaim dari kedua belah pihak, demikian juga dengan transaksi yang bertentangan dengan norma agama, tradisi yang dijunjung tinggi oleh masyarakat tidak dilanggar seperti judi *online*, narkoba *online*, game *online* yang mengumbar hawah nafsu dan transaksi seks *online* (*e-commerce* hitam).Seperti yang telah dilakukan pada Negara-negara maju di antaranya; Canada, Amerika, Australia dan Jepang.

Untuk kepentingan umat Islam dan melindungi nilai-nilai moral keislaman masyarakat, maka diharapkan kepada profesional IT yang beragama Islam untuk membuat provider *e-commerce* Islami. Bagi umat Islam yang tidak memiliki pengetahuan *e-commerce* dan keterampilan menggunakan internet dianjurkan untuk tidak bertransaksi demi menghindari terjadinya kerugian.

Bisnis *e-commerce* adalah bisnis yang sangat mengandalkan kepercayaan (trust), kerelaan, kehati-hatian, jaminan keamanan, dan di dalamnya ada hak khiyar bagi konsumen, memenuhi unsur syarat dan rukun jual-beli dalam perikatan hukum Islam, maka transaksi jual-beli yang sangat islami adalah transaksi *e-commerce*.

DAFTAR PUSTAKA

Alquran Al Karim.

ad-Dimasyqy, Syaikh al-Allamah Muhammad bin Abdurrahman. *Rahmah al-Ummah fi Ikhtilafi al-A'imma*. Terj. Abdullah Zaki Alkaf, *Fiqh Empat Mazhab*. Cet. II; Bandung: Hasyimi, 2004.

Admin, Fachrul. *Internet; Pengertian, Sejarah dan Fasilitasnya*, Artikel online, 7 Agustus 2011. <http://id.shvoong.com> .(20 Agustus2011).

Al-Assal, Ahmad Muhammad dan Fathi Ahmad Abd. Karim. *Sistem, Prinsip dan Tujuan Ekonomi Islam*. Cet. I; Bandung: CV Pustaka Setia, 1999.

al-Bukhari, Abi Abdullah Muhammad bin Ismail. *Matan al-Bukhari, Kitab al-Buyu hadis ke 15*. Juz II; Beirut: Sirkatu al-maarif, t.th.

Alfiah A. Nasabah dan Karyawan Bank Negara Indonesia (BNI), Kec. Tammalate, Kodya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis di Bank BNI, 24 Agustus 2011.

al-Jaziri, Rahman. *Kitab al-Fiqh al-Mazahibi al-Arbaah*. Jus II; Beirut:Daaru Kutub al-Ilmiah, 1990.

al-Khallaf, Abdul Wahab. *'Ilmu Usul al-Fiqh*. Cet. II. Jakarta: Maktabah al-Dakwah al-Islamiyah Syabab al-Azhar 2003.

Alma, Buchari. *Pengantar Bisnis*. Cet. IV; Bandung: CV Alfabeta, 2009.

- al-Quswaini, Al-Hafidz Abdullah bin Yazid. *Sunan Ibn Majah, Kitab Attijaaraatu, bab baiu al-khiyar, hadits ke 2185*. Juz I; Beirut: Dar al-Fiker, 2008.
- al-Sa'ud, Khadim al-Haramain asy-Syarifain Fahd ibn 'Abd al-Aziz. *Alquran dan Terjemahannya*. Cet. I; Saudi Arabiyah: Al-Mujamma, 1971.
- al-Sijistani, Al-Imam al-Hafidz Abu Daud Sulaiman bin Asaad. *Sunan Abu Daud, Kitab al-Buyuu, hadits ke 3457*. Jus II; Beirut: Dar al-Kutub al-Ilmiah, 1971.
- _____, Al-Imam al-Hafidz Abu Daud Sulaiman bin Asaad. *Sunan Abu Daud, Kitab at-Tijaaraat, bab al-Hamru wa al-Maitatu, hadits ke 3486*. Jus III; Beirut: Dar al-Kutub al-Ilmiah, 1971.
- al-Zuhaili, Wahbah. *al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*. Juz IV; Damaskus: Dar al-Fikr, 1989.
- Aminullah dan Imam Hardjanto. *Pengantar Bisnis*. Cet. I; Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005.
- Amiruddin, Andi Ali. Dosen UIN Alauddin Makassar, Kecamatan Somba Opu, Kab. Gowa, wawancara oleh penulis di Gowa, 17 Agustus 2011.
- Amirullah dan Imam Hardjanto. *Pengantar Bisnis*. Cet I; Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005.
- Anoraga, Pandji. *Manajemen Bisnis*. Cet. II; Jakarta: PT Rineka Cipta, 2000.
- Antaraneews.com. "makassar-menjadi-cyber-city" *Situs Resmi Antaraneews*. <http://www.antaraneews.com/print/1183035920/makassar-menjadi-cyber-city>. (28 Januari 2012)

- Arifin. *Content Management Sistem (CMS); product & service elektronik commerce situs remsi myido*. <http://www.myido.co.id/productservice/20/index.html>. (11 juli 2011).
- Arikunto, Suharsimi. *Manajemen Penelitian*. Cet. IX; Jakarta: PT Rineka Cipta, 2007.
- _____, Suharsimi. *Prosedur Penelitian; Suatu Pendekatan Praktik*. Cet. XIII; Jakarta: PT Rineke Cipta, 2006.
- As'ad, Ihwana. Ibu Rumah Tangga, Kec. Tamalanrea, Kodya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis di Villa Mutiara blok 10 no. 06, 10 Oktober 2011.
- Ash-Shiddiqy, Muhammad Hasbi. *Falsafah Hukum Islam*. Cet. V; Jakarta: Bulan Bintang, 1993.
- at-Tirmidzi, Abi Ilyas Muhammad bin Isya bin Saura. *Sunan at-Tirmidzi, Katab al-Buyuu, hadis ke 1209*. Juz III; Libanon: Dar al-Kutub al-Ilmiah, 2008.
- Azzam, Abdul Aziz Muhammad. *Nidzam al-Muamalat fi al-Fiqh al-Islami*. Terj. Nadirsyah Hawari, *Fiqh Muamalat; Siste transaksi dalam Fiqh Islam*. Cet 1; Jakarta: Amzah, 2010.
- Badan Pusat Statistik Makassar. *Makassar dalam Angka*. Cet. I; Makassar: BPS Makassar, 2011.
- Badroen, Faisal dkk. *Etika Bisnis dalam Islam*. Cet. I; Jakarta: Kencana Prenada Media Graup, 2006.
- Badrulzaman, Maryam Darius. *E-Commerce Tinjauan dari Hukum Kontrak Indonesia*. *Jurnal Hukum Bisnis*, Vol. 12, 2000.

- Bakri, Nazar. *Problematika Pelaksanaan Fiqh Islam*. Cet. I; Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1994.
- Barakatullah, Abdullah Halim dan Teguh Prasetyo. *Bisnis E-Commerce: Studi Sistem Keamanan dan hukum di Indonesia*. Cet. II; Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006.
- Beekum, Rafik Issa. *Islamic Business Athlics*. Terj. Muhammad, *Etika Bisnis Islami*. Cet. I; Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004.
- Bertens, K. *Pengantar Etika Bisnis*. Cet. XII; Yogyakarta; Kanisius, 2000.
- Bloggerbekasi.com. "Makassar Cyber City Mungkinkah" *Situs resmi bloggerbekasi*. <http://bloggerbekasi.com/2009/12/27/Makassar-cyber-city-mungkinkah.html> (28 Januari 2012).
- Boone, Louis E. dan David L. Kurtz. *Contemporary Business*. Ed. XI; Jakarta: Salemba Empat, 2007.
- Brien, James A.O'. *Intoduction to Information Sistem*. Dewi Fitriya sari,SS;dkk, *Pengantar Sistem Informasi*. Cet.XII; Jakarta:PT Salemba Embat Putra.
- Buana,Linga. *Smart Bisnis Online*. Cet. I; Jakarta: Laskar Aksara, t.th.
- Budi, Triton Prawira. *Bisnis Melalui Internet*. Cet. I; Jakarta: Oryza, 2009.
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Kuantitatif; Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Cet. III; Jakarta: Prenada Media Group, 2008.

- Chapra, M. Umer. *Towards a Just Monetary Sistem*. Terj. Ikhwan Abidin Basri, *Sistem Moneter Islam*. Cet. I; Jakarta: Gema Insani Press, 2000.
- Cole, Eric, Ronal Krutz dan W. Conley. *Network Security*. Cet. I; New York: Wiley Publishing, Inc. 10475 Crosspoint Boulevard Indianapolis, IN 46256, 2005.
- Coulson, Noel J. *Complict and Tension in Islamic Juriprudence*. Cet. IV; Chicago: The University of Chicago Press, 2003.
- Darmawan. Pelaku transaksi e-commerce, kec. Panakukang, Makassar, Sul-Sel, Wawancara oleh penulis di warkop voneng, 16 September 2011.
- David, Fred R. *Consep and Cases Menejemen Strategis*. Terj. Ichsan setiya Budi, *Strategic Menejemen*. Cet.X; Jakarta: Salemba Empat, 2006.
- Dennis, Alan. *Networking in The Internet Age*. Cet. I: New York: United States of America, 2002.
- Departemen Agama RI, Alquran dan Terjemahnya.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Cet. II; Jakarta: Balai Pustaka, 1995.
- Devi, Kumala. Karyawan Bank Mega, Kec. Makassar, Makassar, Sul-sel, Wawancara oleh penulis, 15 September 2009.
- Dewi, Gemala, Wirduyaningsih, dan Yeni Salma Barlinti. *Hukum Perikatan Islam Di Indonesia*. Cet I; Jakarta: Kencana, 2005.

- Dikdik M dkk. *Cyber Law : Aspek Hukum Teknologi informasi*. Cet I; Bandung: PT Refika Aditama, 2005.
- Dinamika Informasi Dalam Era Global*. Cet. I; Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset Bandung, 2002.
- Ding, Julian. *E-commerce: Law and Office*. Cet. V; Kuala Lumpur: Sweet and Maxwell Asia Press, 1999.
- Dwyer, F Robert dan John F Tanner, Jr. *Business Marketing; Connecting Strategy, Relationship, and Learning*. Ed. II; New York: Mc Graw Hill, 2002.
- Echols, John M. dan Hassan Shadily. *Kamus Inggris Indonesia dengan judul asli; An English-Indonesia Dictionary*. Cet XVIII; Jakarta: PT Gramedia, 1989.
- Enderson, Assafa. *Internet and E-commerce law: with fokus on Asia Pasifik*. Terj. Fitri Purwandari dan Mursyid Hamato, *Hukum E-commerce dan Internet: dengan fokus di Asia Pasifik*. Cet,I; Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007.
- Evans, Edward dan Patricia Layzell Ward. *Management Basics for Information Professionals*. Cet. II; New York: Neal-Schuman Publisher, Inc, 2007.
- Fahri, "Makassar Cyber City," *Media Center bologspot.com; Pelayanan Informasi Publik yang akurat, cepat, mudah dan merata*. <http://artikeldanopini.blogspot.com/2010/04/makassar-cyber-city.html> (28 Januari 2012).
- Fuad, M dkk. *Pengantar Bisnis*. Cet. VI; Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009.

- Garner, Bryan A. *A Black's Law Dictionary*. Cet. VII; St Paul Minn: West Group, 1999.
- Hanson, Ward. *Pemasaran Internet; Principles of Internet Marketing*. Cet. I; Jakarta: Salemba Empat, 2000.
- Harahap, Linda. Karyawan Bank Danamon, kec. Makassar, Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis di Bank Danamon, 12 September 2010.
- _____, Sofyan Syafri. *Akutansi Islam*. Cet. I; Jakarta: Bumi Aksara, 1997.
- Haris, Freddy. *Aspek Hukum Transaksi Secara Elektronik di Pasar Modal*. Cet. I; Jakarta: tp, 2000.
- Haruna, Ahmad. *IASMO Yes, Menuju Kota Dunia*. Cet. I; Makassar: Pemkot Makassar, 2010.
- Hasan, M Ali. *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam*. Cet. I; Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003.
- _____, Riaz. *Keragaman Iman: Studi Komparatif Masyarakat Manusia*. Cet. I; Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2006.
- Hasbiyah, Sitti. Ibu Rumah Tangga, Kec. Tammalate, Kodya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis, 5 September 2011.
- Hasim, Mohd Safar. *Mengenal Undang-Undang Media dan Cyber*. Cet. I; Bandung: Utusan Publication dan Ditribution Sdn Bhd, 2002.
- Hassan, Nurul Qamaria. Nasabah dan Karyawan Bank Mandiri, Kec. Pannakkukang, Kodya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh Penulis, 23 Agustus 2011.

- Herlambang, Soendro dan Haryono Tanuwijaya. *Sistem Informasi Konsep Teknologi dan Manajemen*. Cet. I; Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005.
- Honrby, AS. *Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English*. Britain: Oxford University Press, 1986.
- Humas Pemkot Makassar. *Mega Trends Makassar*. Cet. I; Makassar: Pemkot Makassar, 2007.
- Ibrahim, H.M. Yacob. *Studi Kelayakan Bisnis*. Cet. III; Jakarta: Rineka Cipta, 2008.
- Indarajit, Ricardus Eko. *E-Commerce: Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia maya*. Cet. I; Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2001.
- Iqbal, Muhammad AM. *Benteng-Benteng Kerajaan Gowa Abad XVI-XVIII*. Cet. I; Makassar: ISEE Press, 2011.
- Irjan, Andi. Lurah Bonto Biraeng, Kec. Mariso, Sul-Sel, wawancara oleh penulis di Kantor Luran Bontobiraeng, 25 Agustus 2011.
- Jalil, Abdul. Pengusaha Trevel, Kec. Rappocini, Kodya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis di Maccini, 22 Agustus 2011.
- Jatmiko, Rohmat Dwi. *Pengantar Bisnis*. Cet. II; Malang: UMM Press, 2004.
- Jogiyanto HM. *Sistem Informasi Strategik untuk keunggulan kompetitif*. Cet. I; Yogyakarta: CV Andi Offset, 2005.

- _____. *Sistem Teknologi Informasi: Pendekatan Terintegrasi Konsep Dasar Teknologi Aplikasi Pengembangan dan Pengelolaan*. Cet II; Yogyakarta: Andi Offset, 2005.
- Johannes, Hamdan. Dosen Fakultas Tabiyah UIN Alauddin Makassar dan Pengamat Sosiologi, Kec. Rappocini, Kodya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis, 8 Desember 2011.
- Jurnal Makassar. *Raup rata-rata Rp 10,8 Trillium per Tahun*. Ed. 21 Juli-Agustus, 2011.
- Kadir, Abdul dan Terra CH. Triwahyuni. *Pengenalan Teknologi Informasi*. Cet. II; Yogyakarta: Andi Offset, 2005.
- Kantaatamadja, Mieke Komar et.al. *Cyberlaw: Suatu Pengantar*. Cet. II; tt:ELIPS, 2001.
- Karim, H. Adiwarmar Azwar. *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*. Cet. I; Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004.
- Kasmir dan Jafar. *Studi Kelayakan Bisnis*. Cet VII; Jakarta: Prenada Media Group, 2010.
- Keraf, Sonny. *Etika Bisnis; Tuntutan dan Relevansinya*. Cet. xvi; Yogyakarta: Kanisius, 1998.
- Kiyosaki, Robert T. dan Sharon L. Lechter C.P.A. *Rich Dad's Guide To Investing; What The Rich Invest In, That The Poor and Middle Class Do Not*. Terj. Bern Hidayat, *Model Investasi Orang kaya yang tidak dilakukan orang miskin dan kelas menengah*. Cet. VI, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003.

- Kosasih, Sobarsah. *Menejemen Operasi*. Ed. I; Jakarta: Mitra Wacana Media, 2009.
- Krisianto, Andy. *Mengoptimalkan Peta Dunia Intraktif di Internet*. Cet. I; Jakarta: PT. Trand Media, 2008.
- Kumpulan Artikel Hasil Penelitian Bisnis dari Jurnal *Strategic. Manajemen Bisnis; Berbasis Hasil Penelitian*. Cet. I; Bandung: CV. Alfabeta, 2007.
- Lopo, Hamzah A. Pengusaha Elaktronik, Kec, Tammalate, Kodya Makassar, Sul-Sel, 5 September 2011.
- Machfoedz, Mahmud. *Pengantar Bisnis Modern*. Ed. I; Yogyakarta: Andi Offset, 2007.
- Madcoms. *Mengenggam Dunia dengan Internet*. Cet. I; Yogyakarta: Andi Offset, 2010.
- Madcoms. *Rahasia Sukses Menjual Pruduk Lewat WordPress e-Commerce*. Cet. I; Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2010.
- Magdalena, Merry dan Maswigrantoro Roes Setiayadi. *Cyberlaw : Tidak perlu Takut*. Cet I; Yogyakarta: Andi, 2007.
- Mahmood, Tahir. *Personal Law in Islamic Countries*. Cet. V; New Delhy: Academy of Law and Religion, 2003.
- Majid, Furqan dan Jumadi Mappanganro, *Makassar Bagaimana Menjadi Kota Dunia*. Cet. I; Makassar: Ombak bekerjasama dengan Pemkot Makassar, 2009.

- Makarin, Edmon. *Kompilasi Hukum Telematika*. Cet. II; Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004.
- Makmur dan Bachtiar Adnan Kusuma. *Walikota Makassar Legenda di Timur Persembahan 400 Tahun Kota Makassar*. Cet. I; Makassar: Yapensi, 2007.
- Mannan, M. Abdul. *Islamic Economics, Theory and Practice*. Terj. M. Nastagin, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*. Cet. I, Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Prima Yasa, 1997.
- Manullah, M. *Pengantar Bisnis*. Cet. II; Yogyakarta: Gaja Mada University, 2008.
- Mas'adi, Ghufran A. *Fiqh Muamalah Kontekstual*. Cet. I; Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002.
- Maskur, Muhammad Salam. *Peradilan Dalam Islam*. Cet. V: Surabaya: Bina Ilmu, 2004.
- McDonald. *Development of Muslim Theology, Jurisprudence and Constitutional*. Cet. V; Beirut: Khayat Oriental Reprints, 2003.
- Mewujudkan Cyber City di Indonesia Bagian Timur. *Situs Resmi Ufoakses.net*. <http://www.ufoakses.net/news/nid-63/mewujudkan-cyber-city-di-indonesia.html>. (28 Januari 2012).
- Miller, David. *Data Communication and Networks*. Cet. I; New York: The McGraw-Hill Companies, 2006.
- Munir, Abu Bakar. *Cyber Law Policies and Challenge*. Cet. I; Bandung: PT Refika Aitama, 1999.
- Mursid, M. *Manajemen Pemasaran*. Cet II; Jakarta: Bumi Aksara, 1997.

- Musa, Kamil. *Ahkam al-Muamalat*. Jilid II; Beirut: Muassasatu al-Risalah, 1994.
- Nata, H. Abuddin. *Metodologi Studi Islam*. Cet. II; Jakarta: PT Raja Grafindo, 2007.
- Nickel, William G., James M, Mchungh dan Susan M. Mchugh, *Understanding Business*. Ed. VI; New York: McGraw-Hill, 2002.
- Noryany, Tri Utari. Nasabah dan Karyawan Bank BCA, Kec. Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penuli di bank BCA Panakkukang, 22 Agustus 2011.
- Nugroho, Adi. *Analisis Perancangan Sistem Informasi dengan Metodologi Berorientasi objek*. Cet. I; Bandung: Informatika Bandung, 2005.
- Nukma, Usman dan Usdar Nawawi. *Makassar dalam Tren Global*. Cet. I; Makassar: Pelita Pustaka, 2010.
- _____. *Makassar Pesona Dunia*. Cet. I; Makassar: Pelita Pustaka, 2008.
- Nur, Notrida G. B Mandika. *Makassar Tujuan Pendidikan Wisata dan Bisnis*. Cet. I; Jakarta: Indonesian Researce and Development Istitute, 2007.
- Odang, David. *Berbisnis Melalui Internet dengan Paypal*. Cet I; Yogyakarta: Mediakom, 2008.
- Oetomo, Budi Sutedjo Darma. *Perspektif e-Bussines: Tinjauan Teknis Manajerial dan Strategi*. Cet. I; Yogyakarta: Andi, 2001.
- Pahriani. Wiraswasta, Kec. Makassar, Kodya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis di Pengawoman, 22 Agustus 2011.

- Pandita, Andi Ahmad. Pengusaha Komputer, Kec. Mariso, Kodya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis, 24 Agustus 2011.
- Pardosi, Mico. *Memasang dan Menggunakan Internet*. Cet I; Surabaya: Dua Selaras, 2004.
- _____. *Sistem Operasi Windows dan Internet*. Cet. I; Surabaya: Indah Surabaya, 2004.
- Pasda, Salamun. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar (UNM), Kec. Tammalate, Kodya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis di Mannuruki, 5 September 2011.
- Patarai, Idris. *Ilham Sirajuddin dari I ke I*. Cet. I; Makassar: Yaspindo, 2009.
- PBB melalui Komisi khususnya, UNCITRAL, telah mengeluarkan 2 guidelines yang terkait dengan transaksi elektronik, yaitu *UNCITRAL Model Law on Electronic commerce with guide to enactment 1996*, Unit Nation Publication, New York, 1999, dan *UNCITRAL Model Law on Electronic signature with Guide to enactment 2001*, Unit Nation Publication, New York, 2002.
- Perwataatmadja, H. Karnaen dan H. Muhammad Syai'I Antonio. *Apa dan Bagaimana Bank Islam*. Cet. III, Yogyakarta: PT. Amanah Bunda Sejahtera Solo, 1997.
- Podungge, Rulyjanto. "Tinjauan Fiqh Islam Tentang Transaksi jual-beli Melalui Internet." Tesis tidak diterbitkan, Program Pasca Sarjana UIN Alauddin Makassar, Makassar, 2009.

- Prawirosentono, Suryadi. *Pengantar Bisnis Modern*. Cet.I; Jakarta: PT Bumi Aksara,2002.
- Puad, M dkk. *Pengantar Bisnis*. Cet VI; Jakarta: PT Garamedia Pustaka Utama, 2009.
- Pug, Onti. *Perjanjian Jual-Beli melalui Internet*, e-mail online. <http://www.lowskripsi.com/index.php?> (8 Desember 2009).
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan. *Ekonomi Islam*. Cet. I; Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008.
- Putra Bulukmba.blogspot.com, "Makassar Kota Cyber Pertama Indonesia" *Situs resmi Putra Bulukumba.blogspot*. <http://putra-bulukumba.blogspot.com/2007/05/makassar-kota-cyber-pertama-indonesia.html> (28 Januari 2012).
- Putra, Rahmat. *Pengguna Hacking dan Bahayanya*. Cet. I; Jakarta: PT Kawan Pustaka, 2008.
- Putro, Guno W. *Awal Sejarah Internet di Indonesia*, Karya Tulis, 8 Februari 2011. <http://artikel.total.or.id/artikel.php?id=11288> . (8 Februari 2011).
- Rafiq, Ahmad. *Hukum Islam di Indonesia*. Cet. IV; Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003.
- Rahmat. *Meraih Berkah dan Pahala Melalui Internet; Strategi Jitu Membangun Bisnis Internet yang Menguntungkan secara Islami*. Cet I; Jakarta: PT Gramedia, 2009.
- Ramli, Ahmad M. *Kekuatan Akta Elektronik Sebagai Alat Bukti E-Commerce dalam Sistem Hukum Indonesia*. Makalah disampaikan pada kongres Ikatan Notaris Indonesia. Bandung 23 Januari 2003.

- Ramli, H. Ahmad M. *Cyber Law dan HAKI : Dalam Sistem Hukum Indonesia*. Cet. I; Bandung: PT Refika Aditama, 2007.
- Rasyid, M Ridha. *Kertas-Kertas Yang berbicara*. Cet.I; Makassar: Rayhan Intermedia, 2008.
- Rasyid, Sulaiman. *Fiqh Islam*. Cet. IV; Jakarta: t.p, 2003.
- Riswandi, Budi Agus. *Hukum dan Internet di Indonesia*. Cet I; Yogyakarta: UII Press Yogyakarta, 2003.
- Rosenoer dan Jonathan. *Cber Law; The Law of The Internet*. Cet. VI; New York: Springer-Verleg, 1996.
- Rusyid, Ibnu. *Bidayatul Mujtahid*. Cet. I; Semarang: Asy-Syifa, 1990.
- Sabiq, Sayyid. *Fiqh Sunnah*. Jilid III; Beirut: Dar al-Fikr, 1971.
- Said, Irwanti. Ibu Rumah Tanggar, Kec. Rappocini, Kodya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis, 17 Agustus 2011.
- Saleh, H.E. Hasan dkk. *Kajian Fiqh Nabawi dan Fiqh Kontemporer*. Cet. I; Jakarta: PT. Raja Grafndo Persada.
- Salim, *Pengertian Internet*, Artikel online, 28 Mei 2011. <http://id.shvoong.com>. (8 juni 2011).
- Salim, Peter. *The Contemporary English-Indonesia Dictionary*. Cet. II; Jakarta: Modern English Press, 1986.
- Saputro, Hendra W . *Pengertian E-commerce dan Sejarah Perkembangan E-commerce*, artikel online, 06 Februari 2008.

- http://www.baliorange.web.id/pengertian_e-commerce. (8 Mei 2011).
- Schacht, Joseph. *An Intruduction to Islamic Law*. t.ct; Oxford: University Press, 1964.
- Sentono, Suryadi Prawiro. *Pengantar Bisnis Modern; Studi Kasus Indonesia dan Analisis Kuantitatif*. Cet II; Jakarta: PT Bumi Aksara, 2007.
- Seven Miracles of Makassar. "*Situs Resmi Makassar terkini.com*. http://www.makassarterkini.com/index.php?option=com_content&view=article&id=1053:seven-miracles-of-makassar&catid=54:cover-story (28 Januari 2012).
- Shihab, M. Quraish. *Wawasan al-Qur'an; Tafsir Mudu'I atas Pelbagai Persoalan umat*. Cet. I; Bandung: Mizan, 1996.
- Sijuddin, Ilham. *Prestasi Makassar*. Cet. I; Makassar: Lembaga Penerbitan Unhas, 2009.
- Simorangkir, O.P. *Etika: Bisnis Jabatan dan Perbankan*. Cet. I; Jakarta: PT Rineka Cipta, 2003.
- Singarimbun, Masri. *Metodologi Penelitian Survey*. Jakarta: LP3ES, 1983.
- Singleton, Hall. *Audit Teknologi Informasi Assurance*. Cet.II; Jakarta: Salemba Empat, 2007.
- Sirajuddin, Ilham Arif. *Pembangunan Berkarakter; Prospektif mengubah yang semu menjadi nyata*. Cet. I; Makassar: Hasanuddin University Press, 2008.
- Stallings, William. *Komunikasi dan Jaringan Nirkabel*. Cet. II; Jakarta: Erlangga, 2007.

- Sudarmo, Indriyo Gito. *Pengantar Bisnis*. Cet. VIII; Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2003.
- Sugiono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung; CV Alfabeta, 2008.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan; Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Cet. VI; Bandung: CV Alfabeta, 2008.
- Suhendi, H. Hendi. *Fiqh Muamalah*. Cet. I; Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007.
- Sukirman. Karyawan BCA, Kec. Panakukang, Kotamadya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis di kantor BCA, 1 November 2010.
- Sukirno, Sudono dkk. *Pengantar Bisnis*. Cet.I; Jakarta: Prenada Media, 2004.
- Sukmani. *Pengantar Ekonomi Bisnis*. Cet. I; Bandung: Humaniora Utama Press, 2010.
- Sunarto. *Bisnis*. Cet. I; Yogyakarta: Amus Yogyakarta, 2003.
- Sutanta, Edhy. *Pengantar Teknologi Informasi*. Cet. I; Yogyakarta; Graha Ilmu, 2005.
- Suyanto, M. *Strategi Periklanan pada E-Commerce Perusahaan Top Dunia*. Cet. I; Yogyakarta: Andi, 2003.
- Swastha, Baso DH dan Ibnu Sukatjo. *Pengantar Bisnis Modern: Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern*. Cet.X; Yogyakarta: Libery Yogyakarta, 2002.
- Syaltut, Mahmud. *al-Islam Aqidah wa Syariah*. t.c. ; Mesir: Dar al-Qalam, 2002.

- Syarifuddin, Amir. *Pembaharuan Pemikiran dalam Hukum Islam*. Cet. II; Padang; Padang Angkasa Raya, 2003.
- _____. *Pengertian dan Sumber Hukum Islam: dalam Falsafah Hukum Islam*. Cet. I; Jakarta: Bumi Aksara dan Depag, 1992.
- Tantri, Francis. *Pengantar Bisnis*. Cet. I; Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2009.
- Taylor, Ralph, A.M. *Webster's World University Dictionary*. t.ct; Wasinton Dc: US Press, 1965.
- Telkom Cyber City Makassar," Situs Resmi Merdeka.Com.
<http://www.merdeka.com/tekno/telkom-cyber-city-makassar-diresmikan.html>. (28 Januari 2012).
- Tjiptono, Fanji. *Strategi Pemasaran*. Cet,II; Yogyakarta: Andi,1997.
- Toffler, Alvin. *The Third Wave*. Cet. I; Batam Books, 1982.
- Tripod, Tskauo *Sejarah Internet, Pengertian Internet dan Manfaat Internet*, Artikel online, 17 Maret 2011.
<http://www.sejarahinternet.com>. (8 April 2011).
- Turben, Efrain dkk. *Introduction to Information Tegnologi*. Terj. Deny Arnos Kary, dan dewi Fitra Sari, *Pengantar Teknologi Informasi*. Cet. I; Jakarta: Salemba Infotek, 2006.
- Ulum, Bahrul dkk. *Makassar Kota Pendidikan; Biduk Belum Berlabuh*. Cet. I; Makassar: Humas Pemkot, 2008.

- Undang-Undang tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (RUU IT). Kementerian Komunikasi dan Informasi RI. Versi tanggal 20 Agustus 2004.
- Ustadiyanto, Riyeye. *Framework e-commerce*. Cet I; Yogyakarta: Andi Offset, 2001.
- Utomo, Eko Priyo. *Berbisnis di Era Internet dengan E-commerce*. Cet. I; Bandung: Rama Widya, 2005.
- Wahana. *Komputer Semarang, Panduan Aplikasi; Sistem Akuntansi Online Berbasis Komputer*. Cet.I; Yogyakarta: Andi, 2003.
- Wahjono, Sentot Imam. *Bisnis*. Cet I; Jakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Wakaf dari Pelayan Dua Tanah Suci Raja Fahd bin Abdul Aziz Al-Su'ud, *Alquran dan Terjemahnya* (Cet. I; Jakarta: Yayasan Penyelenggara Penterjemah / Penafsir, 1971.
- Walikota Makassar Resmikan Telkom Cyber City. *Situs Resmi makassar.antarnews.com*. <http://makassar.antarnews.com/berita/4365/wali-kota-makassar-resmikan-telkom-cyber-city>. (28 Januari 2012).
- Whitrow, G.J. "Einstien, Arbert" dalam *The Encyclopaedia Americana*, Cet VI, Vol X (New York : Americana Corporation, 1977.
- Wicaksono, Oky Arif *E-commerce*, Artikel Online, 13 Juli 2011. <http://wartawarga.gunadarma.ac.id/2011/w/e-commerce>. (8 Agustus 2011).
- Widyawati. Karyawan BCA, Kec. Panakukang, Kotamadya Makassar, Sul-Sel, wawancara oleh penulis di kantor BCA, 1 September 2010.

Yafie, Ali dkk. *Fiqih Perdagangan Bebas*. Cet. III; Jakarta: Teraju, 2003.

YounGau.

PengertianEcommerce,giftblogonline.<http://dirgta84.blog.perhanas.ac.id/> 2009/06/18/
pengertian-e-commerce. (8 Desember 2009).

Yuhertz. *10 Jam Menguasai Internet: Teknologi dan Aplikasinya*. Cet. I; Jakarta: PT. Gramedia, 2008.

Yusuf, Sulfa. Karyawan BNI, Kec . Tamalate, Makassar, Sulsel, wawancara oleh penulis di Kantor BNI Telkom, 10 Oktober 2010.

Zahrah, Muhammad Abu. *Usul al-Fiqh*. t.c : Mesir: Dar al-Fikr al-Araby, t.th.

Zebua, Fajar Ys. *Mudah meraup dollar di Internet*. Cet II; Jakarta: Mediakom, 2008.



TENTANG PENULIS

Misbahuddin, lahir di Bulukumba pada 08 Desember 1970 dari pasangan H. Mappiare Maddoali dengan Hj. Hisbudi. Dari pernikahannya dengan Andi Intan cahyani, S.Ag., M.Ag. (19 juli 1972) pada 4 November 2000, penulis dikaruniai tiga orang anak, Muhammad Jauhary Mis'yan (29 November 2001), Yasmin Mutiara Mis'yan (16 November 2004), dan Rayhan Yuda Perkasa Mis'yan (1 Oktober 2006).

Pendidikan penulis jalani dari Sekolah Dasar Negeri Bulukumba, Sulawesi Selatan (1985); tingkat Tsanawiyah dan Aliyah selama enam tahun di Pondok Pesantren IMMIM Makassar (1985-1990); Sarjana Fakultas Syari'ah IAIN Alauddin Makassar dengan konsentrasi pengadilan Agama (1995); Magister Agama (S2) pada Program Pasca Sarjana IAIN Alauddin Makassar dengan konsentrasi syari'ah dan Tafsir (1999). Gelar Doktor (S3) pada Pasca sarjana UIN Alauddin Makassar dengan konsentrasi Hukum Islam (2012). Selain mengikuti program pendidikan formal, penulis pernah mengikuti program pendidikan tentang Social Science ; oleh Prof. Hodson Meadweel, Ph. D dan

Phylosphy; oleh Prof. Carlos Fraenkel, Ph. D selama tiga bulan di Alauddin Islamic University Makassar, pada bulan April-Juni 2007. Kursus TOEFL dan TOAFEL di Makassar selama tiga bulan pada bulan November. Januari 2006/2007, Mengikuti sandwice di Universiti Kebangsaan Malaysia pada tahu 2008, Melakukan Penelitian di Universiti Utara Malaysia Pada Tahun 2011 dan pelatihan Internet pada tahun 2007, dll.

Penulis juga Calon Pegawai Sipil di Fakultas Dakwah IAIN Alauddin Makassar (1999), Staf Administrasi Fakultas Dakwah dan komunikasi UIN Alauddin Makassar (2000-2001), dosen tetap fakultas dakwah dan komunikasi UIN Alauddin Makassar dari tahun 2001 sampai sekarang Dan pada tahun 1997-2008 menjadi Staf Khusus Rektor Bidang Kemahasiswaan; pada tahun 2005-2007 menjadi anggota Tim Konversi perubahan dari IAIN menjadi UIN Alauddin; pada tahun 2007-2010 menjadi anggota tim pengembangan UIN Alauddin, yang mengelola prodi-prodi umum yang tersebar pada fakultas ilmu kesehatan dan Fakultas Sainstek pada 2005-2007 menjadi sekertaris jurusan Bimbingan Penyuluhan Islam pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar, pada tahun 2009-2012 menjadi ketua Prodi Diploma Dua (D2) pada fakultas Dakwah dan Komunikasi dan sekarang menjadi ketua jurusan Manajemen Dakwah (MD) pada fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar. Penulis telah menulis beberapa buku, makalah pada jurnal terkreditasi nasional maupun local yang terkait dengan bidang keahlian penulis sejak tahun 1999-sekarang.