

BAB IV

ANALISIS PRAKTEK JUAL BELI DROPSHIP DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM

A. Analisis Praktek Jual Beli *Dropship* Dikalangan Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Angkatan 2013/2014

Dewasa ini, persentase pengguna internet di dunia semakin meningkat setiap tahun. Menurut data publik Google, persentase pengguna internet tahun 2012 telah mencapai angka 35% dari populasi manusia di seluruh dunia, yaitu sekitar 2,4 miliar orang. Peningkatan pengguna internet ini juga terjadi di Indonesia. *Country Manager MasterCard* Indonesia, Irni Palar, mengatakan bahwa pengguna internet di Indonesia berjumlah sekitar 63 juta jiwa. Sekitar 36 juta orang atau 57% di antaranya melakukan belanja *online* dan bisnis *online*.¹

Ternyata perkembangan teknologi internet ini berdampak pula pada bentuk transaksi perdagangan di masyarakat sehingga muncul istilah *e-commerce*, yaitu perdagangan secara *online*. Pada

¹<http://winpoin.com/jumlah-pengguna-internet-explorer-semakin-meningkat-di-2013/> diakses pada tanggal 24 November 2016

prinsipnya, *e-commerce* tidak jauh berbeda dengan perdagangan konvensional. Perbedaannya hanya terletak pada pemanfaatan teknologi informasi dalam melakukan transaksi, yaitu memungkinkan penjual dan pembeli untuk tidak bertatap muka secara langsung. Salah satu bentuk penyedia layanan *e-commerce* adalah toko *online*. *Online shopping* atau belanja secara *online* telah tumbuh dan berkembang menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat saat ini. Secara bertahap masyarakat mulai beralih dari transaksi konvensional menjadi transaksi secara *online*.²

Dalam melakukan kegiatan *online shopping* ini, terdapat beberapa risiko yang perlu diperhatikan. Jika setiap risiko dapat dikendalikan, maka setiap *stakeholder* dapat meminimalisasi kerugian serta meningkatkan peluang untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar. Oleh karena itu, setiap *stakeholder* seharusnya dapat mengetahui tindakan apa yang perlu dilakukan untuk menanggapi setiap risiko tersebut.

²http://www.kompasiana.com/ismawatiretno/shopping-online-di-era-e-commerce_5518f2f4813311d0729de0b7, di akses pada tanggal 5 Desember 2016

Dalam menjalankan bisnis *dropship* ini memang cukup mudah untuk dijalankan oleh semua kalangan. Rifka Fitriani mahasiswa yang sudah memulai menjalankan bisnis *dropship* ini sejak ia masuk di kampus UIN Walisongo mengakui bahwa sangat mudah untuk memulai berbisnis *dropship*.³ Ia menambahkan bahwa praktek jual beli *dropship* yang dijalankan oleh mayoritas mahasiswa terutama di kampus UIN Walisongon tergolong sangat sederhana, yakni hanya membutuhkan *smartphone* dan mempunyai relasi dengan grosir.

Transaksi *dropshipping* menurut merupakan salah satu metode jual beli secara *online*, di mana badan usaha atau perorangan baik itu toko *online* atau pengecer (*dropship*) tidak melakukan penyetokkan barang, dan barang didapat dari jalinan kerja sama dengan perusahaan lain yang memiliki barang yang sesungguhnya atau yang disebut *dropshipper*. Secara istilah *dropshipping* adalah metode jual beli secara *online*, *dropship* adalah istilah bagi toko *online*, dan *dropshipper* adalah perusahaan yang menawarkan barang dagangan untuk dijual yang akan mengirim barang langsung kepada

³ Hasil wawancara dengan Rifka Fitriani, Pada tanggal 10 Januari 2017 pkl. 20.15 WIB

konsumen setelah toko *online* membayar harga barang dan biaya pengiriman.⁴

Menurut penulis, dengan segala kemudahan yang dijalankan dengan berbisnis secara *online* harus diimbangi dengan tujuan akhir bahwa pembeli merasa puas dengan barang yang dibeli. Karena dengan kepuasan pembeli berbelanja secara *online* akan membuat bisnis *online* semakin terus berkembang sejalan dengan kemajuan teknologi.

Dengan menjaga kepercayaan kepada pembeli merupakan cara terbaik untuk mempertahankan bisnis *online* terus berkembang. Bukan tidak mungkin apabila pembeli merasa tertipu dengan barang yang dibeli maka akan berdampak pada perkembangan bisnis *dropship* tersebut. Hal ini juga seharusnya sudah barang tentu menjadi perhatian serius bagi pelaku bisnis *dropship* terutama bagi *supplier* untuk memantau para *dropshipernya* karena dikhawatirkan terjadi kecurangan harga atau pemanfaatan situasi penentuan harga, yang bisa berdampak pada kerugian terhadap *supplier*.

⁴Sulianta, Terobosan Berjualan Online, hlm. 3

Perilaku konsumtif merupakan tindakan seorang membeli suatu barang tanpa adanya pertimbangan yang masuk akal dimana seorang tersebut dalam membeli suatu barang tidak didasarkan pada faktor kebutuhan. Perkembangan *Online shop* atau belanja *online* di Indonesia berkembang dengan pesat dan cepat. Padahal beberapa tahun silam, *trend Online Shop* di Indonesia masih belum populer karena kebiasaan masyarakat Indonesia yang cenderung memiliki anggapan “ada uang, ada barang” layaknya berbelanja di swalayan atau di pasar tradisional. Kondisi jaringan internet yang kurang cepat juga merupakan salah satu kendala bagi sistem *Online Shop* di Indonesia. Kini Indonesia adalah salah satu negara yang trend dengan toko *online* atau *online shop*, hal ini dapat dilihat mulai bermunculan banyaknya toko *online* atau *online shopping* seperti Kaskus.co.id, olx.com, bukalapak.com, Laku.com dan masih banyak lagi, yang bisa ditemukan dengan mudah sesuai kategori barang dagangan yang akan dicari atau dibeli.

Dewasa ini, tata cara belanja *online* dapat dilakukan semakin mudah. Ketika pembeli tertarik dengan barang yang dituju, ia cukup melakukan panggilan telepon dengan sang penjual ataupun

mengetikkan *sms* atau *whatsapp* sesuai aturan. Setelah pesan diterima, pembeli biasanya diharuskan mentransfer sejumlah uang ke rekening penjual dan barang yang dibeli pun akan dikirim baik melalui kurir (jika wilayah pengiriman masih cukup dekat) ataupun melalui jasa POS, JNE, J&T, Travel dan lain-lain.

Untuk toko *online* tertentu pembayaran dapat dilakukan baik menggunakan kartu debit, kartu kredit, *PayPal*, memotong pulsa pelanggan (untuk transaksi lewat HP), cek, maupun *COD (Cash On Delivery)* yaitu pembayaran yang dilakukan ketika barang telah dikirim oleh penjual. *Cash On Delivery* biasanya dilakukan melalui tatap muka antara penjual dan pembeli, penjual dapat menunjukkan barangnya sehingga pembeli yang tertarik bisa meneliti barang yang akan ia beli. Pembelian semacam ini biasanya melakukan pembayaran secara langsung/uang kontan. Selain tatap langsung antara penjual dan pembeli, *COD* ini bisa dilakukan antara kurir dan pembeli; biasanya penjual hanya akan melayani *COD* apabila daerah pembeli masih dapat dijangkau oleh penjual.

Menurut penulis, pihak penjual harus menganut kepuasan pelanggan (*costumer satisfaction*) supaya dapat mempertahankan

hubungan jangka panjang dengan para pembelinya. Agar dapat bertahan hidup didalam era *online shopping*, pihak penjual harus memiliki pelanggan yang loyal (*customer loyalty*) yang percaya terhadap keunggulan dari jasa *online shopping*.

Pertumbuhan pasar *online* di dunia dan juga dirasakan oleh negeri ini dan juga di kalangan mahasiswa bahkan terus meningkat setiap tahunnya. Hal ini membuka celah peluang bisnis sekaligus menghadirkan tantangan. Bagi seorang pebisnis, harus bisa mengembangkan *online shop* dengan memaksimalkan berbagai metode kreatif. Ketatnya persaingan di bisnis *online* menuntut para pebisnis untuk bisa meningkatkan kemampuannya dalam mengelola *online shop*.

Tidak bisa dipungkiri, faktor kepercayaan konsumen terhadap *online shop* saat ini tetap menjadi persoalan utama bagi para pebisnis *online*. Kepercayaan pasar Indonesia terhadap *online shop* masih tergolong rendah. Salah satunya mungkin dipengaruhi maraknya penipuan yang dilakukan oknum tidak bertanggung jawab. Nyatanya tingkat kepercayaan konsumen menjadi kunci kesuksesan suatu *online shop*.

Hal ini menjadi tantangan bagi para pebisnis *online* di Indonesia. Harus ditemukan metode atau teknik kreatif untuk mengatasi permasalahan ini. Salah satu cara yang wajib dicoba adalah dengan mengoptimalkan manfaat dari testimoni.

Rasa kepercayaan menjadi landasan penting dalam transaksi jual beli. Pebisnis harus bisa membuat konsumen percaya bahwa produk yang ditawarkan berkualitas bagus sebanding dengan harganya dan tidak ada unsur kebohongan.

Kepercayaan bisa muncul dari kepuasan konsumen terhadap produk dan pelayanan. Salah satu kendala dari bisnis *online* adalah pembeli tidak bisa bertemu langsung dengan penjual dan tidak bisa melihat produk *real*-nya. Pebisnis *online* harus meyakinkan calon konsumen bahwa *online shop*nya telah dipercaya oleh banyak pelanggan sehingga bebas unsur penipuan. Calon pembeli biasanya mempertimbangkan testimoni dari orang-orang yang sudah membeli produk dari suatu *online shop*. Hal ini menjadi alasan pentingnya testimoni produk bisnis *online* untuk mendapatkan dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap *online shop*.

Testimoni adalah pernyataan kesaksian atau respon konsumen terhadap produk, jasa atau pelayanan yang disampaikan secara lisan dan tulisan kepada penjual. Responnya bisa berupa komentar, kritik, saran, opini, ungkapan rasa terima kasih dan rasa puas atau kecewa. Testimoni kuat dan berkualitas bisa semakin mempermudah pebisnis *online* dalam mendapatkan kepercayaan dari calon konsumen. Terutama untuk bisnis *online* yang baru berjalan, testimoni terbukti ampuh untuk membangun kepercayaan konsumen.

B. Praktek Jual Beli Dropship dalam Perspektif Etika Bisnis Islam

Islam memiliki aturan yang jelas mengenai transaksi jual beli sebagai landasan bertransaksi bisnis bagi umat Islam. Sebagai pelaku bisnis dan juga konsumen sebaiknya mengerti tentang transaksi bisnis yang diharamkan dimana tidak boleh mengandung *maghribilis* (*maysir*, *gharar*, *riba*, *tadlis*) dengan keharusan memenuhi rukun dan syarat jual beli. Kemudian dalam bertransaksi bisnis harus berdasarkan pada prinsip etika bisnis antara lain harus berdasar atas dasar suka sama suka dan tidak saling menzalimi

Etika adalah standar – standar perilaku bermoral yaitu perilaku yang diterima oleh masyarakat sebagai benar versus salah.⁵ Etika tidak pernah lepas dari segala aktivitas kehidupan manusia termasuk aktivitas bisnis. Ada beberapa alasan mengapa etika tidak pernah lepas dari aktivitas bisnis manusia :

Pertama, masyarakat kita pada dasarnya dibangun atas dasar aturan – aturan etika.⁶ Keputusan – keputusan bisnis seharusnya berada dalam kerangka etika bisnis yang membentuk lingkungan bisnis disekitarnya. Bahwa etika bisnis menjadi lampu dalam berbisnis. Jika ingin mengembangkan bisnisnya tentunya harus memperhatikan perilaku bisnis yang ada di wilayah tersebut dan melakukan penyesuaian – penyesuaian demi memudahkan diterimanya bisnis tersebut. Norma-norma, nilai – nilai agama dan budaya menjadi nafas etika yang harus dipatuhi para pelaku bisnis. Walaupun bisnis *online* tersebut lintas negara, lintas budaya, tetapi

⁵William G. Nickles, James M. Mc Hugh dan Susan M. McHugh. *Pengantar Bisnis Edisi Delapan Buku Dua* (Terj.). (Jakarta: Salemba Empat, 2010). h. 117

⁶Iwan Triyuwono. *Perspektif, Metodologi dan Teori Akuntansi Islam*. (Jakarta: Rajawali Pers, 2006). h. 73

tetap harus memperhatikan norma-norma, nilai – nilai agama dan budaya. Disini peran pemerintah sangatlah penting.

Kedua, bisnis merupakan kekuatan yang mempunyai pengaruh sangat besar terhadap kehidupan masyarakat, yang sebanding dengan kekuatan agama dan politik.⁷

Ketiga, manusia sebagai agen yang secara aktif menjalankan bisnis.maka manusia harus memiliki kapasitas sebagai individu yang mampu membangun dan menciptakan jaringan bisnis yang kuat. Oleh sebab itu dibutuhkan individu yang profesional dan terpercaya.

Ekonomi syari'ah menurut Abdul Aziz merupakan bagian dari bentuk usaha duniawi yang bernilai ibadah, juga merupakan suatu amanah, yaitu amanah dalam melaksanakan kewajiban kepada Allah dan kewajiban kepada sesama manusia.⁸

Bai' as-salam menurut Yazid Afandi merupakan akad pesanan atau jual beli pesanan dengan pembayaran di depan atau terlebih dahulu, dan barangnya diserahkan kemudian hari. Tetapi ciri-ciri

⁷*Ibid.* hlm. 7

⁸Abdul Aziz, *Ekonomi Islam analisis mikro dan Makro* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), hlm. 3.

barang tersebut haruslah jelas penyifatannya serta jelas kuantitas, kualitas, dan waktu penyerahannya.⁹

Subyek yang terkait dalam *dropshipping* belum sepenuhnya memenuhi syarat sebagai pihak yang berakad ('āqid) dalam bai' as-salam, khususnya salam paralel. Karena terdapat hal yang berbeda dalam mekanisme alur salam paralel, yaitu pihak *dropship* belum menguasai penuh barang yang dijual secara salam kepada pembeli atau konsumen. Artinya penjual atau *dropship* tidak mempunyai hak penuh terhadap barang yang diakadkan sekaligus tidak mempunyai wilayah (kekuasaan) dalam jual beli, dengan alasan barang tidak pernah berada di tangan *dropship*. Kemudian dari segi obyek atau barang dalam *dropshipping* pada dasarnya sudah memiliki kesesuaian dengan bai' as-salam seperti jelas cirinya, macamnya, dapat diakui sebagai utang, dapat diidentifikasi secara jelas, penyerahan obyek atau barang dikemudian hari, adanya tempat penyerahan barang, dan penjualan barang sebelum diterima.

⁹Muhammad Yazid Afandi, *Fiqh Muamalah dan Implementasinya dalam Lembaga Keuangan Syari'ah* (Yogyakarta: Logung Pustaka, 2009), hlm. 159.

Pada dasarnya *e-commerce* menggunakan internet sebagai alat, media, sarana, (wasilah), yang mana dalam kaidah syariah bersifat fleksibel dan dinamis. Hal ini termasuk persoalan teknis keduniawian, yang Rasulullah pasrahkan sepenuhnya selama dalam bidang muamalah kepada umat Islam menguasai dan memanfaatkannya demi kemakmuran bersama. Dalam hadis Rasulullah, disebutkan sebagai berikut:

Artinya: "Dari Abdullah bin mas'ud, dia berkata: "Apa yang dipandang baik menurut orang islam baik menurut Allah, dan apa yang dipandang jelek menurut orang islam maka jelek menurut Allah".¹⁰

Prinsip paling mendasar dalam masalah perdagangan atau jual beli misalnya dipresentasikan secara global dalam ayat Al-Qur'an surat Al-Baqarah, ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۚ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۗ وَأَحَلَّ

¹⁰Ahmad bin Hanbal, Musnad al-Iman Ahmad Bin Handbal, Juz II, h.37

اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا^ج فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ^ط وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya: “Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari tuhan, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya” (Q.S. Al-Baqarah: 275).¹¹

Modal merupakan hal utama di dalam berbisnis dan salah satu penghambat terbesar ketika memulai bisnis adalah modal usaha. Namun untuk memulai bisnis tidak harus dengan mengeluarkan modal yang besar.

Dewasa ini keberadaan internet memberikan peluang untuk semua orang dalam berkarya, berbisnis, belajar dan lain sebagainya. Khusus untuk berbisnis keberadaan internet sangat berpengaruh besar. Peluang bisnis internet diantaranya adalah bisnis *online*

¹¹Ibid., h 6

menjadi *dropshipper*. Begitu banyak produsen yang membutuhkan *dropshipper* untuk memasarkan produk-produk mereka. Bagi mereka yang tidak memiliki modal untuk mendirikan bisnis sendiri, maka menjadi dropshipper bisa menjadi langkah awal mulai berbisnis *online*.

Sistem *dropship* ini memiliki resiko yang kecil karena seorang *dropshipper* tak harus memproduksi barang sendiri atau menumpuk barang. Seorang *dropshipper* juga tidak direpotkan dengan pengemasan dan pengiriman barang karena semua kegiatan ini dilakukan oleh produsen. Peluang bisnis di internet ini juga membuat seorang *dropshipper* bisa menjual aneka produk dari produsen-produsen yang berbeda sehingga konsumen memiliki pilihan produk yang bervariasi. Untuk menjalankan bisnis ini tentunya anda harus mempunyai *website* atau blog.

Dalam transaksi jual beli dikenal proses pembayaran dan penyerahan barang. Konsep dari jual beli tersebut tetap ada dimana dengan adanya internet atau ecommerce hanya membuat transaksi jual beli atau hubungan hukum yang terjadi menjadi lebih singkat, mudah dan sederhana. Kapankah suatu perjanjian dalam transaksi *e-*

commerce tersebut berlangsung, akan berhubungan dengan para pihak yang melakukan transaksi tersebut. Dalam transaksi jual beli biasa, perjanjian berakhir pada saat masing-masing pihak melakukan kewajibannya masing-masing, pembeli menyerahkan uang dan penjual menyerahkan barang.

Dapat dikatakan bahwa transaksi antara penjual dan pembeli dalam tahapan persetujuan barang telah selesai sebagian sambil menunggu barang yang telah dipesan tadi tiba atau diantar ke alamat pembeli. Dalam transaksi yang melibatkan pihak bank, maka bank baru akan mengabulkan permohonan dari pembeli setelah penjual menerima konfirmasi dari Bank yang ditunjuk penjual dalam transaksi *e-commerce* tersebut. Setelah penjual menerima konfirmasi bahwa pembeli telah membayar harga barang yang dipesan, selanjutnya penjual akan melanjutkan atau mengirimkan konfirmasi kepada perusahaan jasa pengiriman untuk mengirimkan barang yang dipesan ke alamat pembeli.

Setelah semua proses tersebut dilakukan, di mana ada proses penawaran, pembayaran, dan penyerahan barang maka perjanjian tersebut dikatakan selesai seluruhnya atau perjanjian tersebut telah

berakhir. Pihak yang terkait langsung dalam transaksi paling tidak ada empat pihak yang terlibat, diatas telah disebutkan antara lain; penjual, pembeli, penyedia jasa pembayaran, penyedia jasa pengiriman.

Sama seperti sahnya perjanjian/kontrak pada umumnya, keabsahan suatu transaksi elektronik sebenarnya tidak perlu diragukan lagi sepanjang terpenuhinya syarat-syarat kontrak. Dalam sistem hukum Indonesia, sepanjang terdapat kesepakatan diantara para pihak; cakap mereka yang membuatnya; atas suatu hal tertentu; dan berdasarkan suatu sebab yang halal, maka transaksi tersebut seharusnya sah, meskipun melalui proses elektronik.

Menjual barang yang bukan miliknya dalam artian barang curian atau sejenisnya memang haram. Tetapi, dalam hukum jual beli Islam tidak ada larangan menjual barang milik orang lain asalkan seizin pemiliknya. Tidak ada keharusan pula bagi seseorang yang ingin berjualan untuk mempunyai barang terlebih dahulu, artinya boleh saja menjual iklan barang yang belum dimiliki.

Syariat Islam membolehkan akad jual beli dengan hanya bermodal iklan saja. Akad yang digunakan adalah simsarah atau broker. Kita tidak memiliki barang atau jasa, tetapi kita hanya

membantu menjualkan barang atau jasa orang lain, lalu kita mendapat fee atas jasa menjualkan barang tersebut. Akad simсарah ini telah disepakati kehalalannya oleh seluruh ulama.

Jual beli Salam menurut terminologis adalah transaksi terhadap sesuatu yang dijelaskan sifatnya dalam tanggungan dalam suatu tempo dengan harga yang diberikan kontan ditempat transaksi.

Dikatakan salam karena ia menyerahkan uangnya terlebih dahulu sebelum menerima barang dagangannya, dan ini termasuk jual beli yang sah jika memenuhi semua persyaratan yang telah ditentukan oleh Islam.

Imam Al-Nawawi berkata : apabila dua orang saling memanggil dari jarak jauh, kemudian melakukan jual beli itu sah tanpa adanya perselisihan ulama “sedikitpun”.¹² Hukum transaksi jual beli sistem online ataupun dengan media internet adalah “boleh” hal ini berdasarkan metode masalah mursalah (atau disebut juga masalah al-mursalah), yaitu cara menemukan hukum sesuatu hal yang tidakterdapat ketentuannya baik

¹² Al-Qurahdqhi Ali Muhyiddin, Fiqh Digital, h. 2

dalam al-Qur'an maupun dalam kitab-kitab al-hadis, berdasarkan pertimbangan kemaslahatan masyarakat atau kepentingan umum.¹³

Asas kerelaan dari semua pihak yang terkait (antaradin) yang sesuai dengan surat an-Nisa' ayat 29 dari sini kata “suka sama suka” mengandung pengertian sukarela, tanpa adanya paksaan atau tekanan.

Surat an-Nisa' ayat 29 :

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ

رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan jalan bathil, terkecuali dengan jalan perdagangan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu....” (Q.S. AnNisa': 29).¹⁴

Berbagai aspek transaksi yang tergolong dalam berbagai proses interaksi bisnis konvensional berubah dengan cepat ketika perdagangan secara face to face mulai digantikan dengan perdagangan online Seperti halnya untuk membeli sesuatu. ada beberapa tahapan yang dijalani, yaitu mencari lokasi si penjual, memilih suatu produk, menayakan harga, membuat suatu penawaran, sepakat untuk

¹³ Ibid, h. 10

¹⁴ Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya, h.7

melakukan pembayaran, mengecek identitas dan validitas mekanisme pembayaran, penyerahan barang oleh penjual dan penerimaan oleh pembeli. Mekanisme pembayaran online juga harus menyertakan semua atau sebagian dari tahapan-tahapan ini dalam alur pembayaran yang digunakan.

Sistem jual beli sistem online (*E-commerce*) dalam konteks hukum Islam sama halnya dengan jual beli Salam dalam konteks muamalah. Definisi salam dalam terminologi syariat adalah akad yang terjadi pada sesuatu barang yang telah disebutkan akan ciri-cirinya, ada dalam tanggung jawabnya, dan telah ditentukan harga yang disepakati pada saat terjadi kesepakatan transaksi di majlis akad.