

## **E-commerce dalam perspektif fiqh muamalat**

Larasati Dhinarti, Firda Amalia

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, Indonesia

---

### **Abstract**

The development of information technology has had a real impact on business innovation. E-commerce is one of the innovations in the business world in Indonesia. This study aims to analyze the practice of e-commerce from the perspective of Fiqh Muamalat. The research method used is a literature study with a qualitative approach. This study found that e-commerce is an identical buying and selling practice with the practice of salam. This e-commerce practice can also be justified if it fulfills matters into obligations in the practice of salam.

Keyword: E-Commerce, Fiqh Muamalat, Akad Salam.

---

### **Abstrak**

Perkembangan teknologi informasi telah berdampak nyata terhadap inovasi bisnis. E-commerce merupakan salah satu inovasi dalam dunia bisnis di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik e-commerce dari perspektif Fiqh Muamalat. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian studi pustaka dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini menemukan bahwa e-commerce merupakan praktik jual beli yang identik dengan praktik jual beli salam. Praktik e-commerce ini juga dapat dibenarkan jika memenuhi hal-hal menjadi kewajiban pada praktik jual beli salam.

Kata Kunci: E-Commerce, Fiqh Muamalat, Akad Salam.

---

## **Pendahuluan**

Seiring dengan perkembangan teknologi saat ini, seluruh aspek kehidupan manusia dimudahkan dengan adanya internet, termasuk dalam aspek ekonomi. Salah satu aktivitas ekonomi yaitu jual beli melalui media internet disebut electronic commerce (e-commerce). Salah seorang pakar internet Indonesia, Budi Raharjo, menilai bahwa Indonesia memiliki potensi dan prospek yang cukup menjanjikan untuk pengembangan e-commerce. E-commerce merupakan salah satu mekanisme transaksi yang menggunakan jaringan komunikasi elektronik seperti internet yang digunakan baik oleh negara maju maupun negara berkembang, sehingga aktivitasnya tidak dapat lagi dibatasi dengan batasan geografis dan dapat meningkatkan efisiensi serta kecepatan penyelenggaraan bisnis. Ada banyak cara untuk mengklasifikasikan transaksi e-commerce, salah satunya dengan melihat sifat peserta yang terlibat dalam transaksi e-commerce. Tiga kategori utama dari e-commerce adalah bisnis ke konsumen (B2C), bisnis ke bisnis (B2B), dan konsumen ke konsumen (C2C).

Semakin bertambahnya masyarakat yang melakukan aktivitas e-commerce dalam bertransaksi, semakin bertambah pula jumlah kasus penipuan dalam transaksi ini. Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) mengatakan perlindungan konsumen dalam transaksi digital telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi

dan Transaksi Elektronik (UU ITE) dan Peraturan Pemerintah No.82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP PSTE). Pasal 28 ayat 1 dalam Bab VII Perbuatan Terlarang berbunyi "Setiap orang dengan sengaja, dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik." Ketentuan pidana terkait pelanggaran itu ada dalam pasal 45 ayat 2. Bagi pihak yang melanggar bisa dipidana dengan ancaman kurungan penjara paling lama enam tahun dan atau denda paling banyak Rp1 miliar.

Sekilas transaksi e-commerce sama dengan transaksi bai' as-Salam, yaitu akad yang dilakukan tanpa menghadirkan barang yang dipesan. Yang akan dibahas adalah apakah transaksi e-commerce sama seperti bai' as-salam, bagaimana dalam perspektif syariah, apakah halal atau haram.

## Tinjauan Pustaka

*E-commerce* atau kependekan dari *electronic commerce* (perdagangan secara elektronik), merupakan transaksi bisnis yang terjadi dalam jaringan elektronik, seperti internet. (Shely Cashman 2007:83).

*Bai' as-salam* yaitu jual beli yang pemberian barangnya ditunda sedangkan harga barang dibayarkan segera. (Abu Zahrah:1967). Dasar hukum *bai' as-Salam* diperbolehkan berdasarkan QS Al-Baqarah [2:282]:

*"Hai orang-orang yang beriman apabila kamu melakukan jual beli tidak secara tunai untuk waktu tertentu maka tuliskanlah....."*

Pada Hadits Nabi SAW dijelaskan:

*"Dari ibn Abas ia berkata, ketika Nabi SAW. datang ke Madinah, beliau mendapati penduduk melakukan jual beli salam terhadap buah-buahan selama satu tahun dan dua tahun. Kemudian, Nabi berkata "Siapa yang melakukan jual beli salam terhadap sesuatu hendaklah dengan aturan yang jelas, dan timbangan yang jelas sampai batas waktu tertentu."*

Bai` As-salam harus memenuhi beberapa syarat, diantaranya (Antonio, 2001):

1. Pembayaran dilakukan di muka (kontan) sebagaimana dapat dipahami dari namanya, yaitu *as-salam* yang berarti penyerahan, atau *as salaf*, yang artinya mendahulukan, maka para ulama' telah menyepakati bahwa pembayaran pada akad *as salam* harus dilakukan di muka atau kontan.
2. Dilakukan pada barang-barang yang memiliki kriteria yang jelas diketahui bahwa akad salam ialah akad penjualan barang dengan kriteria tertentu dan pembayaran di muka.
3. Penyebutan kriteria barang pada saat akad dilangsungkan penjual dan pembeli berkewajiban untuk menyepakati kriteria barang yang dipesan.
4. Penentuan tempo penyerahan barang pesanan tidak aneh bila pada akad salam, kedua belah pihak diwajibkan untuk mengadakan kesepakatan tentang tempo pengadaan barang pesanan.
5. Barang pesanan tersedia di pasar pada saat jatuh tempopada saat menjalankan akad salam.
6. Barang pesanan adalah barang yang pengadaannya dijamin pengusaha yang dimaksud dengan barang yang terjamin adalah barang yang dipesan tidak ditentukan selain kriterianya.

Dalam pembahasan ini, akan diuraikan unsur-unsur yang harus ada dalam transaksi *as-salam* yaitu pertama tentang *sighat* transaksi, kedua tentang pelaku transaksi dan ketiga tentang obyek transaksi (Antonio, 2011):

1. *Sighat* transaksi.

*Sighat* merupakan pernyataan ijab kabul. Ijab merupakan pernyataan yang keluar terlebih dahulu dari salah seorang yang melakukan transaksi yang menunjukkan atas keinginan untuk

melakukan transaksi. Sedangkan kabul pernyataan dari pihak kedua yang menunjukkan atas kerelaannya menerima pernyataan pertama. Pernyataan ijab kabul ini dapat dilakukan dengan cara lisan, tulisan atau isyarat yang memberi pengertian dengan jelas tentang adanya ijab kabul dan dapat juga berupa perbuatan yang telah menjadi kebiasaan dalam ijab kabul, Al-kasani berpendapat bahwa tulisan sama dengan ungkapan bagi orang yang tidak hadir dan seakan-akan dia sendiri yang hadir. Dengan demikian transaksi assalam dapat dilakukan dengan segala macam pernyataan yang dapat dipahami oleh kedua belah pihak yang melakukan transaksi baik dalam bentuk perkataan, perbuatan, isyarat maupun dalam bentuk tulisan.

2. Pelaku transaksi

Pelaku transaksi atau pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi salam sama dengan jual beli pada umumnya yaitu pembeli/pemesan atau juga disebut dengan rab assalam atau muslim dan penjual yang disebut dengan muslim ilaihi. Ulama fiqh sepakat bahwa orang yang mengadakan transaksi jual beli harus orang yang memiliki kecakapan melakukan tindakan-tindakan hukum. Oleh karena itu tidak sah jual beli yang dilakukan oleh anak kecil yang belum berakal, orang gila, rusak akalnya, mabuk, orang sedang tidur, pingsan, pemboros dan dungu.

3. Obyek transaksi

Obyek transaksi dalam jual atau membeli barang yang ditawarkan oleh penjual atau produsen melalui internet dan dia harus membayar terlebih dahulu melalui sistem yang sudah ditentukan (*online* dan pada umumnya memakai kartu kredit), setelah itu baru barang dikirimkan dan diterima oleh pembeli.

## **Method**

Penelitian ini merupakan studi pustaka dengan pendekatan yuridis normatif, mengenai aspek hukum perjanjian jual beli melalui internet (e-commerce) dalam hukum jual beli Islam. Penelitian ini juga merupakan studi kasus pada e-commerce yang ada pada marketplace Tokopedia. Adapun data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah sekunder yang diambil dari website resmi Tokopedia dan artikel jurnal maupun dokumentasi relevan lainnya. Data yang didapatkan kemudian dianalisis menggunakan pendekatan kualitatif.

## **Analisis dan Pembahasan**

### **E-commerce dan jual beli salam**

Suatu konsep jual beli dalam fikih muamalah yang sangat sepadan dengan konsep *e-commerce* ini adalah *bai' as-salam*, kalau barangnya berbentuk pesanan yakni yang non digital. Secara garis besar, antara *e-commerce* dengan *bai' as-salam* memiliki persamaan dan perbedaan yang sangat mendasar. Baik *bai' as-salam* maupun *e-commerce* sama-sama merupakan aktivitas jual beli. Maka seperti halnya transaksi jual beli, disyaratkan paling tidak ada 4 hal yang harus terpenuhi; yaitu pembeli, penjual, alat tukar (uang), dan barang yang diperjualbelikan. pada transaksi *e-commerce* maupun *bai' as-salam* obyek transaksi ditanggguhkan penyerahannya walaupun telah terjadi kesepakatan jual beli antara penjual dan pembeli. Adapun beberapa perbedaan spesifik ditemukan juga dalam di antara kedua konsep tersebut, khususnya dalam hal model penawaran, pembayaran, serta pengiriman dan penerimaan.

1. Penawaran

Pada penawaran, *bai' as-salam* mensyaratkan adanya *sighat ijab qabul* antara penjual dan pembeli dengan akad menanggguhkan penyerahan obyek transaksi. Adapun *e-commerce*, penawaran dilakukan oleh penjual atau pelaku usaha melalui website pada internet. Penjual atau pelaku

usaha menyediakan storefront yang berisi katalog produk dan pelayanan yang akan diberikan. Masyarakat yang memasuki website pelaku usaha tersebut dapat melihat-lihat barang yang ditawarkan oleh penjual. Sebagaimana di atas, penawaran dalam sebuah *website* biasanya menampilkan barang-barang yang ditawarkan, harga, nilai rating atau poll otomatis tentang barang yang diisi oleh pembeli sebelumnya, spesifikasi barang termaksud dan menu produk lain yang berhubungan. e-commerce terjadinya penawaran apabila seseorang menggunakan media internet untuk berkomunikasi baik via *email* atau *chatting* untuk memesan barang yang diinginkan.

## 2. Pembayaran

Setelah terjadinya akad jual beli, maka pembayaran/penyerahan dalam transaksi as-salam hendaklah disegerakan. Para ulama dari mazhab Maliki membatasinya tidak lebih dari tiga hari, jika tidak, maka transaksi menjadi batal. Pembayaran dalam *e-commerce*, Edmon (2000:90) mengklasifikasikan cara pembayaran e-commerce sebagai berikut :

- a. Transaksi model ATM, sebagai transaksi yang hanya melibatkan institusi finansial dan pemegang account yang akan melakukan pengambilan atau mendeposit uangnya dari account masing-masing;
- b. Pembayaran dua pihak tanpa perantara, yang dapat dilakukan langsung antara kedua pihak tanpa perantara dengan menggunakan uang nasionalnya;
- c. Pembayaran dengan perantara pihak ketiga, umumnya merupakan proses pembayaran yang menyangkut debit, kredit ataupun cek masuk. Metode pembayaran yang dapat digunakan antara lain: sistem pembayaran melalui kartu kredit *on line* serta sistem pembayaran *check in line*. Apabila kedudukan penjual dengan pembeli berbeda, maka pembayaran dapat dilakukan melalui cara *account to account* atau pengalihan dari rekening pembeli kepada rekening penjual. Berdasarkan kemajuan teknologi, pembayaran dapat dilakukan melalui kartu kredit dengan cara memasukkan nomor kartu kredit pada formulir yang disediakan oleh penjual dalam penawarannya. Pembayaran dalam transaksi jual beli secara elektronik ini sulit untuk dilakukan secara langsung, karena adanya perbedaan lokasi antara penjual dengan pembeli, walaupun dimungkinkan untuk dilakukan.

## 3. Pengiriman dan Penerimaan

Pada *e-commerce* dikenal istilah pengiriman barang. Hal itu terjadi karena biasanya antara penjual dan pembeli tidak tinggal berdekatan, bahkan bisa sangat jauh terpisah kota, daerah bahkan negara. Pengiriman ini dilakukan setelah pembayaran atas barang yang ditawarkan oleh penjual kepada pembeli, dalam hal ini pembeli berhak atas penerimaan barang termaksud. Pada kenyataannya, barang yang dijadikan objek perjanjian dikirimkan oleh penjual kepada pembeli dengan biaya pengiriman sebagaimana telah diperjanjikan antara penjual dan pembeli. Waktu yang digunakan untuk pengiriman tergantung jarak, lama tempuh atau kebijakan pihak ketiga sebagai pengirim. Apabila terjadi kerusakan barang pada saat pengiriman, biasanya menjadi tanggung jawab pengirim atau penjual. Dalam *bai' as-salam* tidak dibahas tentang pengiriman barang, tetapi membahas tentang tempat penyerahan barang dan lama masa penyerahan atau masa tangguh. Para ulama sebagaimana dijelaskan sebelumnya berbeda pendapat tentang masa tangguh (*al-ajl*), mulai dari yang paling cepat yaitu satu jam (Ibnu Hazm), dua hari (Malik), lima belas hari (Ibnu al-qasim) dan yang paling lama satu bulan (Muhammad (seorang ahli fiqh dari mazhab Hanafi)). Karena tidak ada disebutkan batasan pasti untuk pengangguhan (*al-ajl*), berarti diberikan kebebasan bagi kedua belah pihak yang bertransaksi untuk dapat mengatur tenggang waktu menurut situasi dan kondisi serta kesepakatan dari keduanya

Selain itu terdapat persamaan dan perbedaan lain dari e-commerce dan bai' as-Salam yang terdapat dalam tabel berikut ini:

**Tabel 1. Persamaan dan Perbedaan E-Commerce dengan Bai' As-Salam**

No	Aspek	Persamaan	Perbedaan	
			transaksi e-commerce	transaksi as-salam
1	Pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi	adanya penjual dan pembeli sebagai subyek transaksi	Adanya payment ghataway, acquirer dan issuer yang dianggap sebagai saksi dan wakil dalam melakukan pembayaran merupakan suatu keharusan	Keberadaan saksi dan wakil bukan suatu keharusan tapi apabila diperlukan hal tersebut tidak akan merusak atau membatalkan transaksi, bahkan untuk keberadaan saksi sangat dianjurkan dalam transaksi ini.
2	Pernyataan kesepakatan	Adanya pernyataan kesepakatan sebagai manifestasi dari kerelaan kedua belah pihak yang bertransaksi	Dilakukan melalui media elektronik dan internet	Dapat dilakukan dengan berbagai cara yang dapat dipahami maksudnya oleh kedua belah pihak yang bertransaksi.
3	Obyek transaksi	Pembayaran/harga diserahkan segera/didahulukan	Komoditi yang di perdagangkan dapat berupa komoditi yang legal dan ilegal untuk diperdagangkan menurut islam  Untuk komoditi digital diserahkan secara langsung setelah transaksi melalui internet, dan untuk komoditi non-digital tidak dapat diserahkan langsung namun dikirimkan melalui jasa kurir sesuai kesepakatan dengan spesifikasi komoditi, waktu penyerahan	Komoditi yang diperdagangkan harus berupa komoditi yang legal untuk perdagangkan menurut islam.  Penyerahan komoditi harus ditangguhkan sampai batas waktu kemudian.

Sumber: Haris Faulidi Asnawi, *Transaksi bisnis E-Commerce Perspektif Islam* Yogyakarta: Magistra Insania Press, 2004

### Mekanisme transaksi *e-commerce*

Ada beberapa tahapan dalam transaksi *e-commerce* menurut Syafruddin (2013) yaitu:

1. Information sharing. Dalam proses ini prinsip penjual adalah mencari dan menjangkau calon pembeli sebanyak-banyaknya. Sementara pembeli berusaha sedapat mungkin mencari informasi produk atau jasa yang dibutuhkan.
2. Pemesanan produk atau jasa secara elektronik. Kedua belah pihak yang melakukan transaksi akan membuat perjanjian. Aktivitas pembelian antara penjual dan pembeli ini biasanya dilakukan melalui jaringan tertentu seperti EDI (Elektronik data Interchange) atau ekstranet.
3. Setelah transaksi dilakukan, langkah berikutnya adalah aktivitas purna jual. Aktivitas yang dilakukan dalam tahapan ini antara lain, keluhan terhadap kualitas produk, permintaan informasi baru, cara penggunaan dan lain sebagainya. Seorang yang tertarik dengan suatu barang, ia dapat melakukan transaksi dengan cara melakukan pemesanan secara elektronik (online order) yaitu dengan menggunakan perangkat komputer dan jaringan internet.

Dalam Islam, setiap usaha harus dilakukan menurut ketentuan hukum yang berlaku agar tidak ada kelompok atau pihak yang dirugikan. Untuk itulah, usaha atau kegiatan bisnis tidak boleh menyimpang dari syariat Islam maupun ketentuan umum yang berlaku dalam suatu negara. Setiap usaha yang merugikan seseorang atau melanggar undang-undang akan dikenakan sanksi, sedangkan dalam Islam transaksi dianggap batal (tidak sah). (Hasan:2009)

Ada lima tahap yang harus dilakukan untuk mengetahui validitas transaksi *e-commerce*, yaitu:

1. Mengajukan kontrak (*at-ta'aqud*)  
Ini adalah tahap pertama yang harus dilakukan dimana kedua belah pihak mengecek adanya empat pilar yang mengikat kontrak, yaitu: *sighat* (ijab qabul), dua pihak yang melakukan transaksi, barang yang diperjualbelikan, dan ungkapan yang harus disepakati. Jika pemilik produk tidak bisa hadir, maka seorang agen harus memastikan bahwa perusahaan tersebut benar-benar ada. Sehubungan dengan barang yang menjadi objek transaksi, selain syarat yang berlaku pada objek pada umumnya, dalam *e-commerce*, dimana transaksi dilakukan via internet, maka barang tersebut harus tersedia di suatu tempat di pasar global.
2. Memastikan validitas (*shiha*)  
Selama proses validitas, kontrak tersebut harus bebas dari elemen bunga (*riba*), ketidakpastian (*ghharar*), penipuan, pemaksaan, atau salah satu dari jenis perjudian (*maisir*)
3. Implementasi/ pelaksanaan (*Nafadz*)  
Dalam tahap ini, ada dua hal utama yang harus dilakukan:
  - a. Orang yang menawarkan produk adalah pemilik produk itu sebenarnya dan memiliki hak penuh terhadap barang tersebut
  - b. Barang tersebut terbebas dari semua hutang-piutang
4. Mengikat (*Ilz'am*)  
Dalam tahap ini, kedua pihak harus menandatangani kontrak yang mengikat. Sebelum menandatangani kontrak, pembeli harus memeriksa perusahaan (penjual) dan produk yang dijual melalui agen atau pihak lain. Hal ini dilakukan karena konsumen tidak bisa melihat secara langsung kondisi barang, dan website bisa selalu dikembangkan. Setelah menandatangani kontrak, pembeli harus menyimpan copy dari kontrak tersebut untuk menghindari manipulasi
5. Pengiriman  
Ini adalah tahap akhir dimana kedua pihak harus saling menukar antara barang dan harga yang harus dibayarkan. Pada umumnya, *e-commerce* menggunakan kartu kredit, namun muslim harus menghindari pemakaian kartu kredit yang mengandung *riba*, dan mencari alternatif pembayaran yang lain, seperti pembayaran melalui bank. Setelah menerima produk,

konsumen juga harus memeriksa dan mengkonfirmasi apakah barang yang diterima sesuai dengan kondisi dan spesifikasi yang disepakati. Dalam Islam, ada beberapa opsi yang dilakukan jika hal ini terjadi, yaitu dengan *khayar*.

6. Pembayaran untuk transaksi *e-commerce*

Seperti sudah disebut di atas, bahwa pembayaran *e-commerce* pada umumnya dengan kartu kredit. Dalam Islam, jika diasumsikan bahwa penggunaan kartu kredit adalah halal, maka pembeli harus membayar harga secara keseluruhan sebelum tanggal yang ditentukan. Lembaga penyedia kartu tersebut membiutangi untuk pembayaran harga barang, maka dapat ditolerir secara fiqh pembayaran utang tersebut secara lebih dari nominal utang, kalau penempatan lebih itu dalam kategori uang administrasi atau *ujrah* konsekuensi adanya penjaminan dan bantuan dalam pembayaran kepada si penjual atau produsen. Dan tidak bisa dibenarkan secara syariah, kalau nilai lebihnya itu dikategorikan ke dalam bunga, akibat keterlambatan pembayaran utang tersebut.

Persoalan yang perlu juga dipandang *e-commerce* ini dalam perspektif syariah adalah tentang perlu adanya kesepakatan memberikan hak *khayar* (memilih) bagi si pembeli, yakni akan menerima barang tersebut atau membatalkannya, seandainya barang yang dipesan tersebut tidak sesuai dengan informasi yang ditampilkan dalam *website* si produsen atau penjual tersebut. Karena cara inilah yang digariskan oleh Nabi Muhammad saw sebagaimana yang tertuang dalam hadisnya yang diriwayatkan Daruquthni dari Abu Hurairah (Sayyid Sabiq, 1971: 3/64):

*“Siapa yang membeli suatu barang yang tidak dia lihat, maka dia boleh memilih jika telah menyaksikannya.”*

Cara seperti ini untuk mengantisipasi pihak pemesan barang merasa tertipu, namun bukan pula dalam maksud agar dia bisa begitu saja membatalkan seandainya barang tersebut tidak dia suka, padahal telah sesuai dengan ciri dan jenis yang dimaksudkan dalam *website*. Kalau seperti ini yang terjadi tentunya pihak produsen atau penjual akan mengalami kerugian, kecuali kalau ciri dan jenis yang tidak sesuai dengan kenyataan.

### ***E-commerce* di Indonesia**

Sejak beberapa tahun terakhir geliat *e-commerce* terus tumbuh dan bermunculan di Tanah Air. Ketua Asosiasi e-Commerce Indonesia (idEA), Ignatius Untung S mengatakan, Indonesia akan menjadi pemain besar dalam perdagangan berbasis online atau *e-commerce* di kawasan Asia Tenggara. Pertumbuhannya mencapai 500 persen.

Salah satu *marketplace* terbesar di Indonesia adalah Tokopedia. Tokopedia bekerja dengan lebih dari empat juta pedagang, merek resmi dan berbagai mitra logistik dan pembayaran. Tokopedia adalah portal web dengan model *Customer to Customer Marketplace*, yang menyediakan layanan kepada Pengguna untuk dapat menjadi Penjual maupun Pembeli di *website* Tokopedia. Dengan demikian transaksi yang terjadi adalah transaksi antar member Tokopedia, sehingga Pengguna memahami bahwa batasan tanggung jawab Tokopedia secara proporsional adalah sebagai penyedia jasa portal web Tokopedia memiliki fasilitas *escrow* (rekening bersama) gratis, dengan fasilitas tersebut kita terbebas dari penipu *online* dengan identitas tidak jelas.

Tokopedia menyediakan berbagai macam metode pembayaran yang dapat dipilih sesuai keinginan kita. Kita dapat menentukan metode pembayaran sesuai kebutuhan dan menyesuaikan dengan jangkauannya. Tokopedia menyediakan pembayaran melalui gerai retail (Alfamart, Alfamidi, Indomaret dll). Jika ingin melakukan pembayaran dengan instan dapat menggunakan fasilitas *m-banking*, *sms banking* dll.

### Produk Digital

Emas	M-Tix.XXX	Tiket Event	Pinjaman Online
BPS	Angsuran Kredit	Donasi	Vouchers
Pulsa	Reksa Dana	Tiket Kereta Api	Telkom
Pascabayar	Roaming	Pinjaman Modal	Zakat
Paket Data	Listrik PLN	Air PDAM	Gas PGN
TV Kabel	Asuransi	Pasang TV Kabel	Retribusi
Tagihan Kartu Kredit	Voucher Game	Streaming	Tokopedia Gift Card
Hiburan	Kartu Kredit	Pajak	OVO

**Gambar 1. Layanan Produk Digital**

Sumber: tokopedia.com

### Kesimpulan

E-commerce atau kependekan dari *electronic commerce* (perdagangan secara elektronik), merupakan transaksi bisnis yang terjadi dalam jaringan elektronik, seperti internet. Konsep jual beli dalam fikih muamalah yang sangat sepadan dengan konsep *e-commerce* ini adalah *bai' as-salam*, kalau barangnya berbentuk pesanan yakni yang non digital. Secara garis besar, antara *e-commerce* dengan *bai' as-salam* memiliki persamaan dan perbedaan yang sangat mendasar. transaksi *e-commerce* ini secara hukum boleh dilaksanakan, apabila syarat dan rukunnya sudah terpenuhi seperti halnya transaksi *as-salam*.

### Daftar Pustaka

- Antonio, M. S. 2001. *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Asnawi, Haris Faulidi. 2004. *Transaksi bisnis E-Commerce Perspektif Islam*. Yogyakarta: Magistra Insania Press.
- CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20181213200948-185-353530/kominfo-perlindungan-konsumen-e-commerce-telah-diatur-uu-ite>. Diakses tanggal 20 Mei 2019.
- Hasan, Ali. 2009. *Manajemen Bisnis Syariah: Kaya di Dunia Terhormat di Akhirat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Iska, Syukri. 2010. E-Commerce Dalam Perspektif Fikih Ekonomi. *Juris*. Volume 9 No. 2.
- Muttaqin, Azhar. 2010. Transaksi E-Commerce dalam Tinjauan Hukum Jual Beli Islam. *Jurnal Ulumuddin*. Volume 6, No. 4.
- Neuman, W. L. (2013). *Metode Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: PT Indeks
- Rozalinda. 2017. *Fikih Ekonomi Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Syafruddin. (2013). *E-Commerce dalam Tinjauan Fiqh*. Arsip.Badilag, 1-27.
- Tokopedia. <https://www.tokopedia.com/blog/press-release-tokopedia-umumkan-pendanaan-baru-di-2018/>. Diakses 21 Mei 2019
- Utomo, S. B. 2003. *Fiqh Aktual, Jawaban Tuntas Masalah Kontemporer*. Jakarta: Gema Insani.