ULIL ALBAB : Jurnal Ilmiah Multidisiplin
Vol.2, No.11, Oktober 2023

Transaksi Jual Beli dan Fiqih Media Sosial

Nur Annisa Tri Handayani[1], Ahmadih Rojalih Jawab[2]
[1,2]UIN Syarif Hidayatullah
E-mail: nurannisahandayani17@gmail.com, ahmadih.rojalih@uinjkt.ac.id

Article History:
Received: 18 Oktober 2023
Revised: 24 Oktober 2023
Accepted: 26 Oktober 2023

Keywords: *Transactions, Buying and Selling, Social Media Fiqh.*

Abstract: *In the modern digital era, the phenomenon of buying and selling via social media has experienced rapid development. Transactions using online media from the point of view of buying and selling jurisprudence are permitted in Islam in accordance with the jurisprudence rules "Al-Ashl fi mu'amalah al-ibhah, illa idza ma dalla al-dalil ala khilafihi" as long as in the process no elements occur. which are contrary to Islamic law, such as fraud, ambiguity and usury. This research aims to analyze buying and selling transactions via social media from the perspective of Islamic jurisprudence and the related ethical implications. The purpose of this writing is to explore the issues that arise along with the increase in buying and selling transactions on social media platforms and identify how fiqh principles can guide ethical behavior in the context of buying and selling. The results of the research are that there are two forms of contract that can be adopted in contemporary online transactions, the bay' al murabahah contract, namely the sale and purchase of goods at the original price with additional agreed profits and the bay' as-salam contract, namely the provision of goods that are handed over at a later date while payment is made at an early date. transaction is carried out.*

PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini, tingkat kemajuan teknologi telah memberikan kemudahan bagi pengguna media sosial dalam berbagai bidang. Selain digunakan sebagai sarana komunikasi dan bertukar informasi, setiap pengguna media sosial dapat memanfaatkan dalam berbagai bidang salah satunya bidang perniagaan atau jual beli. Dalam kehidupan, manusia tidak akan lepas dari kegiatan jual beli. Transaksi jual beli semakin bermanfaat secara efektif dan efisien dengan adanya teknologi.

Media sosial telah menjadi pusat interaksi sosial dalam masyarakat modern, mengubah cara kita berkomunikasi dan berinteraksi satu sama lain. Selain itu, platform media sosial juga telah menjadi tempat utama bagi jual beli produk dan jasa. Transaksi jual beli di media sosial menawarkan kemudahan, kenyamanan, dan jangkauan global yang luas, tetapi juga memunculkan sejumlah isu etika dan hukum yang perlu dianalisis. Proses transaksi jual beli

merupakan proses yang sering ditemui dalam kehidupan sehari-hari. Jual beli yang sering dilakukan seperti pasar, mall bahkan handphone atau yang sering dikenal sebagai belanja online.

Memasuki abad ke 21, jual beli dalam perkembangannya dibagi menjadi dua yakni online dan offline. Kedua model transaksi online dan offline memiliki kesamaan yakni dalam hal objek yang diperjual belikan seperti barang maupun jasa. Perbedaannya terletak pada proses penyerahan barang dan uang. Jika offline transaksi dilakukan langsung secara tatap muka maka offline transaksi dilakukan secara tidak bertatap muka dengan mengandalkan teknologi berupa media sosial (Ratri, 2014).

Jual beli online melalui media sosial seperti instagram, tiktok, shoppe, lazada, tokopedia, whatssap, facebook, twiter dan lain sebagainya sudah banyak dilakukan di Indonesia bahkan sudah sangat dikenal baik oleh khalayak ramai. Benyaknya kemudahan dalam berbelanja dari berbagai macam jenis jasa dan produk yang ditawarkan membuat masyarakat Indonesia menjadikan *online shop* sebagai salah satu tempat berbelanja beru sebagai pusat perbelanjaan. Hal ini tetunya membuat banyak penjual *online shop* untuk berlomba-lomba menawarkan produk miliknya dengan berbagai cara apik dan unik untuk menarik perhatian konsumen dengan memanfaatkan media sosial sebaik mungkin. Jual beli dengan menggunakan media online disebut sebagai *e-commerce. E-Commerce* (Inggris: *electric commerce*) adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa mealui sistem elektronik seperti internet, televisi, website atau jaringan komputer lainnya. *E-Commerce* dapat melibatkan transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventori otomatis dan sistem pengumpulan data otomatis.

Fiqih media sosial adalah istilah yang merujuk pada pandangan atau pemahaman agama terkait penggunaan media sosial, seperti Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp, dan platform lainnya, dalam konteks nilai-nilai agama tertentu. "Fiqih" adalah kata Arab yang merujuk pada pemahaman hukum dan etika agama Islam, tetapi konsep serupa dapat ditemukan dalam konteks agama lainnya. Beberapa aspek yang sering dibahas dalam fiqih media sosial meliputi:

1. Etika berkomunikasi: Bagaimana berbicara, menulis, dan berinteraksi dengan orang lain secara online. Ini mencakup larangan fitnah (pencemaran nama baik), ghibah (menggunjing) dan penggunaan bahasa kasar atau merendahkan.
2. Privasi: Bagaimana menyikapi privasi orang lain dan menjaga privasi diri sendiri. Islam sangat menghormati privasi individu dan melarang menyebarkan informasi pribadi tanpa izin.
3. Konten dan kontrol: Bagaimana menyikapi konten yang dapat ditemukan di media sosial. Ini melibatkan pertimbangan terhadap konten yang bertentangan dengan ajaran agama atau yang dapat merusak moral.
4. Interaksi gender: Bagaimana berinteraksi dengan lawan jenis di media sosial. Agama-agama tertentu memiliki pandangan khusus mengenai interaksi antara pria dan wanita.
5. Penggunaan waktu: Bagaimana menggunakan waktu secara bijaksana di media sosial. Terlalu banyak waktu yang dihabiskan di media sosial dapat mengganggu ibadah dan kewajiban agama lainnya.
6. Penyebaran informasi agama: Bagaimana menyebarkan ajaran agama melalui media sosial dan bagaimana menghindari penyebaran informasi yang salah atau merugikan.

Fiqih media sosial dapat bervariasi tergantung pada agama dan pandangan individu. Selain itu, pandangan tentang masalah-masalah tertentu dalam konteks media sosial terus berubah seiring dengan perkembangan teknologi dan tren media sosial. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana prinsip-prinsip agama atau keyakinan pribadi berlaku dalam penggunaan media sosial dan selalu berusaha untuk berperilaku secara etis dan sesuai dengan nilai-nilai

agama yang dianut.

Transaksi jual beli dan fiqih media sosial adalah dua konsep yang dapat dianalisis dari sudut pandang hukum Islam atau fiqih. Dalam konteks modern, di mana media sosial menjadi platform utama untuk berinteraksi dan berdagang. Ada beberapa pertimbangan hukum yang perlu diperhatikan. Namun, perlu diingat bahwa penafsiran hukum Islam dapat berbeda-beda antara ulama dan kelompok-kelompok agama sehingga mungkin ada variasi dalam pandangan tentang masalah ini. Transaksi Jual Beli dalam Fiqih Media Sosial:

1. Sahih atau sah dalam Islam: Sebagai prinsip dasar, transaksi jual beli harus memenuhi prinsip-prinsip syariah seperti adanya kesepakatan (ijab dan qabul), kejujuran dalam deskripsi barang dan pembayaran yang segera atau dalam waktu yang ditentukan. Ini berlaku baik dalam transaksi fisik maupun online.
2. Riba: Islam melarang riba (bunga) dalam transaksi. Dalam konteks media sosial, jika ada unsur riba dalam transaksi. Misalnya, penawaran kredit dengan bunga tinggi itu akan bertentangan dengan hukum Islam.
3. Transparansi: Dalam transaksi online, penting untuk menjaga transparansi. Penjual harus memberikan informasi yang akurat dan jujur tentang barang yang dijual. Pembeli harus memastikan mereka memahami kondisi barang dan syarat-syarat transaksi sebelum melakukan pembelian.

Fiqih Media Sosial:

1. Aurat dan kesopanan: Dalam berinteraksi di media sosial, Muslim diwajibkan untuk menjaga aurat dan kesopanan dalam berbicara dan berinteraksi dengan lawan jenis. Ini berlaku untuk konten yang diposting, foto dan komunikasi pribadi.
2. Fitnah dan ghibah: Islam melarang fitnah (mencemarkan nama baik seseorang) dan ghibah (menggunjing). Ini juga berlaku di media sosial. Komentar yang merusak reputasi seseorang atau penyebaran berita palsu bertentangan dengan nilai-nilai Islam.
3. Ketidakbohongan: Islam mendorong untuk berbicara yang benar dan jujur. Dalam konteks media sosial, ini berarti berbicara yang benar dan tidak menyebarkan berita palsu atau hoaks.

Proses transaksi (akad) dan media yang digunakan menjadi pembeda antara jual beli online dan offline. Akad adalah ikatan antara ijab dan kabul yang menunjukkan kerelaan antara kedua belah pihak dan memunculkan konsekuensi hukum terhadap objek yang diakadkan (Rozalinda, 2005) . Akad ini merupakan komponen penting dalam bisnis. Secara umum, bisnis dalam islam mendefinisikan transaksi yang bersifat fisik baik itu dengan memasukkan benda yang dipesan maupun tanpa menghadirkan barang yang dipesan tetapi dengan ketentuan bahwa sifat benda tersebut harus ditunjukkan secara jelas baik itu diserahkan secara langsung maupun diserahkan kemudian dalam jangka waktu tertentu (Arif, 2013).

Dari permasalahan diatas, maka tujuan dari penulisan ini adalah untuk mengkaji bagaimana menganalisis transaksi jual beli melalui media sosial dari sudut pandang fiqih Islam dan implikasi etika yang terkait, serta menggali isu-isu yang muncul seiring dengan meningkatnya transaksi jual beli di platform media sosial dan mengidentifikasi bagaimana prinsip-prinsip fiqih dapat membimbing perilaku etis dalam konteks ini.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan analisis dokumen untuk mengidentifikasi isu-isu yang berkaitan dengan transaksi jual beli di media sosial. Metode ini digunakan untuk membedah penentuan hukum yang terjadi dalam jual beli online berdasarkan perspektif fiqih muamalah dan menggambarkan hasil pembedahannya

dalam sebuah narasi-deskriptif. Data-data diperoleh melalui penelusuran literatur, analisis fatwa, dan pengamatan praktik jual beli di platform media sosial dan lain sebagainya yang relevan dengan objek penelitian. Data-data dalam artikel ini disajikan dengan naratif-deskriptif (Sujarweni, 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pengertian Jual Beli

Dalam fiqih kata "*Al-Ba'I*" memiliki makna jual beli atau perdagangan. Secara etimologi berarti menjual atau mengganti. Menurut Wahbah al-Zuhaily jual beli secara bahasa adalah menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain (Muslich, 2010) . Kata *al-ba'i* merupakan kata mashdar dari kata kerja *ba'a* yang berarti pertukaran harta dengan harta atau menerima sesuatu dengan memberikan yang lain, dengan artian lain jual beli merupaka proses transaksi yang dilakukan dengan menukar satu barang dengan mengganti barang lain yang dimana pada saat ini sering menggunakan alat tukar transaksi berupa mata uang .

Menurut ahli fiqih, Sayyid Sabiq jual beli merupakan penukaran benda satu dengan lainnya atau saling memindahkan hak milik dengan cara yang diperbolehkan. Menurut Hasbi Ash Shiddieqqy jual beli merupakan akad yang teguh atas penukaran harta dengan harta maka terjadilah pertukaran hak milik secara tetap. Menurut Ibnu Qudamah jual beli yakni saling menukar harta dalam bentuk pemindahan hak milik (Hariman Surya Siregar, 2019).

Didalam Al-Qur'an Allah telah menjelaskan jual beli dalam beberapa ayat, salah satu ayat tersebut terdapat pada surah An-Nisa' ayat 29 yang berbunyi sebagai berikut:

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأۡكُلُوٓاْ أَمۡوَٰلَكُم بَيۡنَكُم بِٱلۡبَٰطِلِ إِلَّآ أَن تَكُونَ تِجَٰرَةً عَن تَرَاضٖ مِّنكُمۡۚ وَلَا تَقۡتُلُوٓاْ أَنفُسَكُمۡۚ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُمۡ رَحِيمٗا

Artinya: *"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu."*

Dijelaskan pada ayat diatas beberapa landasan hukum dari jual beli yakni jangan menjual harta milik orang lain, serta jangan memakan sesuatu yang bukan milik kita karena pada hakikatnya Allah SWT telah membagi rata rezeki kepada setiap hamba-hambanya. Dalam islam, hukum jual beli (muamalah) didasarkan pada prinsip-prinsip syariah yang telah dijelaskan dalam Al-Qur'an dan As-Sunnah (ajaran dan tindakan nabi Muhammad SAW).

B. Transaksi Jual Beli di Media Sosial

Sosial media merupakan sebuah media online yang mana memudahka para penggunanya berpartisipasi, berbagi serta menciptakan sesuatu. Media sosial juga memudahkan para pelaku pasar untuk saling berkomunikasi dengan sesama produsen, konsumen maupun calon konsumen. Media sosial memberikan identitas kepada *brand* yang dipasarkan. Pemasaran melalui media sosial merupakan bentuk pemasaran secara langsung dan tidak langsung untuk membangun kesadaran serta tindakan suatu *brand,* bisnis, maupun orang lain dengan menggunakan alat-alat dari *wibsite* seperti bloging, mikrobloging, jejaring sosial, bookmark sosial dan konten.

Dengan kemajuan teknologi telah membawa masyarakat kepada fenomena baru dalam melakukan interaksi. Media sosial menjadi penghubung komunikasi dan mencari informasi. Transaksi jual beli menggunakan media elektronik adalah salah satu fenomena mua'malah ekonomi. Kemajuan teknologi telah mengubah kebiasaan individu termasuk bagaimana cara mereka melakukan transaksi jual beli. Bahasan mengenai fiqih media sosial menjadi bahasan yang perlu diperhatikan. Perluasan makna fiqih menawarkan berbagai solusi terhadap pemecahan

masalah. Baik itu permasalahan yang terkait dengan masalah sosial, ekonomi, politik, budaya dan lain sebagainya. Bahkan sampai kepada permasalahan-permasalahan dalam dunia maya yakni media sosial. Transaksi menggunakan media online dalam sudut pandang fiqih jual beli ini diperbolehkan dalam islam sesuai dengan kaedah fiqih "*Al-Ashl fi mu'amalah al- ibhah, illa idza ma dalla al-dalil ala khilafihi"* asalkan di dalam prosesnya tidak terjadi terjadi unsur-unsur yang bertentangan dengan syariat islam seperti penipuan, ketidakjelasan dan riba (Muttaqin, 2009).

Transaksi jual beli di media sosial dapat mencakup berbagai jenis barang dan jasa, mulai dari pakaian, makanan, hingga jasa konsultasi. Platform media sosial seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp telah menjadi sarana yang populer untuk berdagang. Transaksi ini sering melibatkan komunikasi antara penjual dan pembeli melalui pesan langsung, komentar, dan obrolan grup (Arif, 2013).

Seiring dengan perkembangan teknologi ketika melakukan transaksi yang semakin berkembang juga memunculkan berbagai macam permasalahan. Implikasi etika dalam transaksi jual beli pada beberapa isu etika yang muncul dalam transaksi jual beli di media sosial meliputi:

1. Ketidakjelasan Produk: Terkadang, produk yang dijual mungkin tidak sesuai dengan deskripsi atau foto yang diberikan. Hal ini dapat membingungkan pembeli dan menimbulkan ketidakpuasan.
2. Penipuan dan Keamanan: Risiko penipuan dan ketidakamanan dalam bertransaksi melalui media sosial menjadi masalah serius. Pembeli dan penjual harus berhati-hati untuk menghindari penipuan.
3. Harga yang Bermacam-macam: Di media sosial, harga barang sering kali berbeda-beda dari satu penjual ke penjual lainnya. Hal ini dapat menimbulkan perdebatan tentang harga yang adil dan transparansi.

Fiqih dan etika dalam transaksi jual beli memiliki prinsip-prinsip yang relevan untuk mengatasi isu-isu etika dalam transaksi jual beli, termasuk prinsip-prinsip sebagai berikut:

1. Transparansi dan Kejujuran: Fiqih menekankan pentingnya transparansi dalam jual beli. Penjual diwajibkan untuk memberikan informasi yang jujur dan akurat tentang produk yang dijual.
2. Keadilan Harga: Fiqih juga menegaskan pentingnya menetapkan harga yang adil dalam jual beli. Penjual dilarang memanfaatkan konsumen dengan menetapkan harga yang tidak wajar.
3. Keamanan dan Perlindungan Konsumen: Fiqih Islam juga menekankan perlunya perlindungan terhadap konsumen. Ini mencakup melindungi pembeli dari penipuan dan barang palsu.

C. Syarat-syarat Jual Beli

Para ulama sepakat bahwa penjual dan pembeli yang melakukan akad jual beli harus memenuhi syarat-syarat sebagai berikut:

1. Baligh

   Baligh berarti sampai atau jelas, yang berarti anak-anak yang mencapai usia tertentu di mana segala masalah atau kesulitan menjadi jelas baginya. Dia memiliki kemampuan untuk mempertimbangkan dan menjelaskan nilai-nilai moral. Menurut ulama Hanafiah, jual beli yang dilakukan oleh anak kecil yang belum berakal atau orang gila tidak sah. Namun, jika akad itu menguntungkan mereka maka akad itu sah (Haroen, 2000) . Sebagian besar ulama berpendapat bahwa seseorang yang melakukan akad jual beli harus baligh dan berakal. Jika dia belum baligh, maka jual belinya tidak sah meskipun walinya memberikan izin (Muslich, Fiqih Muamalah, 2010).

   Jual beli merupakan sesuatu yang diperbolehkan dalam Islam tetapi itu tidak berarti

bahwa boleh dilakukan oleh siapa saja kecuali dengan syarat-syarat tertentu, seperti yang disebutkan dalam sebuah hadist: "Orang tidur hingga ia bangun, anak kecil hingga ia dewasa dan orang gila hingga ia berakal". Tiga persyaratan ini menentukan sahnya jual beli: penjual dan pembeli dalam keadaan sadar, tidak tidur dan anak yang sudah cukup umur. Karena jika anak kecil diizinkan untuk melakukan jual beli, hal itu akan menyebabkan kerusakan seperti menjual barang yang tidak layak karena mereka tidak memahami aturan Islam. Sebaliknya, jual beli dilarang bagi orang gila yang tidak berakal. Jual beli dapat dilakukan oleh orang-orang yang dalam keadaan sadar.

2. Tidak boros

Dalam hal ini dinyatakan oleh Allah SWT dalam Firman-Nya dalam surat Al-Isra' ayat 27:

إِنَّ ٱلۡمُبَذِّرِينَ كَانُوٓاْ إِخۡوَٰنَ ٱلشَّيَٰطِينِۖ وَكَانَ ٱلشَّيۡطَٰنُ لِرَبِّهِۦ كَفُورٗا

Artinya: *"Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya".*

Pada ayat di atas, Allah telah melarang hambanya melakukan sesuatu dengan tujuan untuk menghambur-hamburkan hartanya karena hal itu merupakan pemborosan, yang disebutkan bagi orang yang melakukannya sebagai perbuatan syaitan. Maksud dari "memborosan" di sini adalah pekerjaan yang tidak bermanfaat.

3. Dengan kehendak sendiri (bukan paksaan)

Prinsip jual beli adalah suka sama suka antara penjual dan pembeli, bila perinsip ini tidak tercapai jual beli itu tidak sah.

D. Bentuk-bentuk Jual Beli Kontemporer

Terdapat beberapa bentuk transaksi didalam proses jual beli kontemporer ada empat bentuk yang digunakan oleh orang-orang baik dari kalangan anak-anak, remaja hingga orang tua. Adapun keempat bentuk jual beli kontemporer tersebut sebagai berikut:

1. Online

Saat ini jual beli secara online semakin populer dan ini terbukti oleh banyaknya dan bagaimana kualitas situs web yang digunakan untuk melakukan transaksi. Namun, seperti yang kita ketahui sistem jual beli online hanya menawarkan deskripsi dan gambar produk yang tidak dapat dijamin kebenarannya. Sebagai pembeli, sangat penting untuk mengetahui apakah produk yang ingin dibeli sesuai dengan kebutuhan. Jual beli online adalah persetujuan saling mengikat yang dilakukan melalui internet antara pihak yang menjual barang dan pihak yang membayar harga barang yang dijual. Sistem jual beli di internet digunakan dalam jual beli online. Ada tidak ada komunikasi langsung antara penjual dan pembeli. Menggunakan telepon, komputer, tablet, dan alat lainnya yang terhubung kejaringan untuk melakukan pembelian.

2. Rekening bersama (REKBER)

Rekening bersama memainkan peran penting dalam perdagangan elektronik atau lebih dikenal sebagai transaksi online dengan menawarkan kemudahan proses transaksi. Tujuan rekening bersama bukan rekening yang biasa digunakan oleh banyak orang. Rekber yang selama ini digunakan untuk transaksi jual beli online di Indonesia, memiliki keunggulan tersendiri karena tidak memiliki aspek payung hukum yang jelas. Tetapi mereka menangani banyak transaksi dan dana. Kebutuhan akan transaksi online yang nyaman dan aman telah dipenuhi dengan munculnya rekening bersama, juga dikenal sebagai rekening bersama. Dengan rekber, pembeli dan penjual dapat lebih nyaman bertransaksi dalam jual beli online yang pada awalnya rawan penipuan. Jika barang yang dikirimkan oleh penjual tidak sesuai

dengan apa yang dipesannya, pembeli dapat membatalkan transaksi. Ketersediaan jasa rekber secara tidak langsung meningkatkan kepercayaan pembeli terhadap toko online penjual. Dengan menggunakan layanan rekening perantara, pembeli tidak perlu khawatir barang tidak akan tiba setelah transfer uang karena uang tidak langsung dikirim ke rekening penjual. Sebaliknya uang tersebut ditahan oleh pihak ketiga atau rekber sampai barang yang dibeli tiba di tangan pembeli, baru kemudian uang tersebut dikirim ke rekening penjual. untuk memastikan bahwa tidak ada yang dirugikan dari jenis transaksi perdagangan elektronik ini (Fahmi, 2017).

3. E-Commerce

Sharing informasi adalah proses bisnis pertama di dalam sistem e-commerce ini. E-commerce mencakup transaksi perdagangan antara penjual dan pembeli yang melakukan transaksi melalui internet termasuk pemesanan produk atau jasa, pembayaran transaksi dan pengiriman produk. Dalam proses ini prinsip penjual adalah mencari dan mendapatkan sebanyak mungkin pembeli, sementara prinsip pembeli adalah mencari produk atau jasa yang diinginkan dan mencari tahu bagaimana orang lain melihatnya (Asnawi, 2004) . Namun karena kemungkinan penipuan yang tinggi, metode ini memiliki resiko yang cukup besar. Penjual sering menuntut pembayaran terlebih dahulu baik secara tunai maupun angsuran dan mereka biasanya menolak untuk mengirimkan barang kepada pembeli sebelum pembeli memberikan uangnya. Akibatnya, penjual sering melakukan penipuan dengan tidak mengirimkan barang kepada pembeli sampai mereka menerima uangnya. Pembeli pasti mengalami kerugian yang signifikan sebagai akibatnya.

4. ATM

Ajungan Tunai Mandiri (juga dikenal sebagai Automatic Teller Machine atau Automated Teller Machine) adalah sebuah perangkat elektronik yang memungkinkan nasabah bank mengambil uang dan mengecek rekening tabungan tanpa harus dilayani oleh teller. ATM juga dapat digunakan untuk menyimpan uang, melakukan cek, mengirim uang atau bahkan membeli pulsa telepon seluler. Teller adalah petugas perbankan yang berada di depan klien untuk membantu mereka menyetor dan menarik dana, sedangkan mesin adalah mesin. Dengan demikian, ATM adalah mesin yang secara otomatis dapat berfungsi sebagai pengganti teller. Kartu ATM adalah jenis APMK yang dapat digunakan untuk penarikan tunai atau pemindahan dana. Ini berarti bahwa simpanan pemegang kartu dikurangi secara langsung pada bank atau Lembaga Selain Bank (LBS) yang berwenang untuk menghimpun dana sesuai dengan undang-undang yang berlaku (R. Serfianto Dibyo Purnomo, 2012).

E. Konsep Akad Jual Beli

Akad atau perjanjian merupakan hal yang paling penting untuk dilakukan saat transaksi muamalah. Salah satu cara memperoleh harta menurut syariat islam dalam kehidupan sehari hari adalah melalui akad. Akad berasal dari bahasa arab "*al-'aqd*" yang berarti perjanjian, perikatan atau pemufakatan. Hubungan ijab (pernyataan melakukan ikatan) dan kabul (pernyataan menerima ikatan) sesuai dengan kehendak syari'at yang mempengaruhi objek ikatan. Semua perjanjian yang dilakukan oleh kedua belah pihak atau lebih harus sesuai dan tidak boleh menyimpang. Kesepakatan dengan tujuan untuk menipu orang lain, bertransaksi dengan barang haram atau kesepakatan untuk melakukan pembunuhan terhadap seseorang itu tidak boleh dilakukan. Menurut Mustafa Az-Zar'qa ketika dua atau lebih pihak menyetujui untuk melakukan sesuat perjanjian itu dianggap sebagai tindakan yang bersifat akad (Hasan, 2004).

Suatu akad harus memenuhi syarat agar dianggap sah. Ulama memiliki perbedaan pandangan mengenai rukun dan syarat akad. Perbedaan ini muncul karena para ulama memiliki cara pandang

yang berbeda dalam menjelaskan rukun dan syarat akad. Pendapat ini berbeda karena mereka tidak setuju dengan definisi rukun dan syarat. Menurut konsep Hanafiyah, rukun adalah "apa yang keberadaannya tergantung kepada sesuatu dan ia merupakan bagian dari hakikat sesuatu". Jadi menurut kalangan Hanafiyah rukun akad adalah ijak kabul karena hakikat dari akad adalaah ikatan diantara keduanya. Namun, bagi golongan Hanafiyah *"aqiddanma'qud 'alaih"* tidak termasuk dalam rukun karena kedua unsur ini berada di luar esensi akad. Sebaliknya, mereka percaya bahwa itu termasuk dalam syarat-syarat akad (Rozalinda, 2005).

Menurut Jumhur ada tiga rukun akad yakni *'aqid* (orang yang berakad), *ma'qud 'alaihi* (objek akad) dan *shighad aqad*. Syarat-syarat akad adalah sebagai berikut:

1. *Aqid* (orang yang berakad) dijelaskan sebagai orang yang cakap hukum atau baligh berakal.
2. *Ma'qud 'alaihi* (objek akad) yakni sesuatu yang diakadkan ada ketika melakukan akad. Objek akad merupakan sesuatu yang diperbolehkan oleh syari'at dan dapat diserahterimakan ketika akad. Oleh karena itu, tidak sah melakukan akad pada sesuatu yang tidak dapat diserah terimakan seperti jual beli burung di udara.
3. *Shighad aqad* merupakan sesuatu yang dibuat oleh dua orang yang melakukan akad yang menunjukkan keinginan batin mereka yang melakukan akad.

Ijab dan kabul merupakan inti dari *Shighad.* Dalam jual beli, perkataan pertama dinamakan "ijab" baik yang berasal dari penjual maupun pembeli. Baik penjual maupun pembeli mengawali dengan "saya jual" juga disebut ijab. Namun, kabul adalah ucapan terakhir dari pihak yang berakad yang menunjukkan kesepakatan dan kerelaannya sebagai tanggapan atas ucapan pertama. Ketika perjanjian berlangsung, kabul sendiri kadang-kadang berasal dari penjual dan kadang-kadang berasal dari pembeli misalnya dengan kalimat "Saya terima" (Rozalinda, 2005).

Fiqih Islam mengakui berbagai macam jual beli. Terdapat tiga jenis jual beli berdasarkan barang yang dijual: pertama, jual beli *mutlaqah* yang berarti pertukaran barang atau jasa dengan uang. Kedua, jual beli *sarf* yang berarti pertukaran antara satu mata uang dengan mata uang lain. Ketiga, jual beli *muqayyadah* yang berarti pertukaran barang dengan barang yang dinilai dengan mata uang asing (Arif, 2013)

Selanjutnya ada empat jenis jual beli berdasarkan metode pembayaran, yaitu: Pertama, jual beli dengan pembayaran tunai dan pembayaran langsung. Kedua, adalah jual beli dengan pembayaran barang tertunda yang mencakup: a).Bay al-salam adalah jual beli di mana pembeli membayar secara tunai atas barang yang dipesan, biasanya produk pertanian dengan spesifikasi yang akan diberikan kemudian. b) Bay al-istithna adalah jual beli di mana pembeli membayar secara bertahap atau tunai atas barang yang dipesan, biasanya produk manufaktur dengan spesifikasi yang harus diproduksi dan diserahkan kemudian (Abdullah al-Muslih, 2004).

F. Akad Jual Beli Kontemporer

Penjualan melalui internet baik melalui media sosial maupun media lainnya diharamkan jika memenuhi beberapa kriteria berikut: Pertama, sistemnya haram (seperti perjudian online). Kedua, barang atau jasa yang ditawarkan oleh pembeli melanggar hukum Islam atau melanggar perjanjian. Ketiga, terdapat unsur penipuan yang sering terjadi pada penjualan online melalui media sosial. Status jual beli akan dianggap haram dalam hukum Islam apabila ada indikasi penipuan (Arif, 2013).

Beberapa hal yang menjadi alasan mengapa transaksi jual beli online berbasis media sosial dapat lebih murah dibandingkan dengan penjualan langsung/ konvensional:

1. Terjadinya penghematan biaya, karena alokasi dana awal untuk sewa toko dapat dialihkan pada penambahan barang.
2. Jangkauan jaringan yang lebih luas.

3. Meminimalkan biaya promosi.
4. Pengaruh word of mouth.

Dalam transaksi jual beli online ini, adapun akad yang dapat digunakan adalah *bay' al murabahah* (juga disebut murabahah) dan *bay' assalam* (juga disebut salam). Dalam *bay' al murabahah,* penjual harus memberi tahu harga barang yang dibeli dan menetapkan tingkat keuntungan sebagai tambahan. Karena ini adalah akad jual beli yang paling umum saat ini, ini adalah yang paling mudah dilakukan dibandingkan dengan jenis pembiayaan lainnya. Hukum *bay' al murabahah* didasarkan pada "Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah mengahalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barangsiapa mendapat peringatan dari Tuhannya lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya terserah kepada Allah. Barang siapa mengulangi, maka mereka itulah penghuni neraka mereka kekal di dalamnya".

Namun, dasar hukum dari hadis tersebut adalah hadis berikut: "Dari Suhaib ar-Rumi r.a bahwa Rasulullah SAW bersabda, "Tiga hal yang di dalamnya terdapat keberkahan: jual beli secara tangguh, muqaraddah (mudharabah) dan mencampur gandum dengan tepung untuk keperluan rumah bukan untuk dijual." Murabahah adalah jual beli dengan modal pokok dan keuntungan, seperti "saya beli barang ini Rp. 100, maka berilah aku laba Rp. 100.- atau Rp. 200", dll (Rozalinda, 2005).

Murabahah memberi manfaat kepada penjual salah satunya adalah keuntungan yang dihasilkan dari perbedaan harga beli penjual dengan harga jual kepada konsumen. Salah satu alasan mengapa akad murabahah dapat digunakan dalam jual beli online berbasis media sosial adalah karena sistemnya yang mudah digunakan. Jika penjual menawarkan produk dengan harga jauh di bawah harga pasar, konsumen harus menghindari penipuan. Namun, apabila ada perbedaan harga dalam batas yang wajar transaksi masih boleh dilakukan (Arif, 2013).

Syarat murabahah sebagai berikut:

1. Harga pokok diketahui oleh pembeli kedua, jika harga pokok tidak diketahui maka jual beli murabahah menjadi fasid.
2. Keuntungan diketahui, karena keuntungan merupakan bagian dari harga.
3. Modal merupakan mal misliyyat (benda yang ada perbandingannya di pasaran) seperti benda yang diukur, benda yang ditimbang dan benda yang dihitung.
4. Murabahah tidak boleh dilakukan terhadap harta riba dan memunculkan riba karena dinisbahkan pada harga pokok, seperti seperti seseorang membeli barang yang ditakar atau ditimbang dengan jenis yang sama maka tidak boleh banginya menjual barang tersebut secara murabahah. Karena murabahah adalah jual beli dengan harga pokok dan tambahan laba. Sedangkan tambahan pada harta riba adalah riba bukan laba.
5. Akad yang pertama dilakukan adalah sah, jika akad pertama fasid maka murabahah tidak boleh dilakukan.

Bay' as-salam merupakan istilah arab yang berarti penyerahan ini adalah akad kedua yang dapat digunakan dalam transaksi jual beli online terutama di media sosial. Secara sederhana, transaksi *as-salam* ini adalah membeli barang yang akan diberikan dikemudian hari dan membayarnya di muka. Menurut Al-Qurtubi *as-salam* adalah transaksi jual beli atas sesuatu yang diketahui dan masih dalam tanggungan dengan syarat-syarat tertentu, yang kemudian diserahkan dengan pembayaran harga secara tunai atau langsung (Muttaqin, 2009).

Penjelasan di atas menunjukkan bahwa, dengan perkembangan dan kemajuan teknologi saat ini penjualan melalui internet dapat diterima. Hal ini karena banyaknya keuntungan yang dapat

diperoleh dari model penjualan dan transaksi online. Untuk menghindari penipuan, prinsip kehati-hatian harus diingat baik oleh penjual maupun pembeli.

Dengan kemajuan teknologi, transaksi jual beli saat ini tidak hanya bergantung pada jual beli tatap muka. Ada berbagai jenis jual beli online lainnya, salah satu jenis penjualan yang menggunakan teknologi seperti smartphone, tablet, dan gadget lainnya. Penjualan melalui internet telah memenuhi persyaratan akad syariah apabila:

1. Adanya penjual dan pembeli.
2. Sighah atau ijab kabul telah terpenuhi dimana konsumen harus menyetujui syarat dan kondisi yang tertulis jika proses transaksi ingin dilanjutkan.
3. Objek akad dalam penjualan online harus jelas spesifikasinya.
4. Tujuan akad tidak boleh bertentangan.

KESIMPULAN

Proses jual beli adalah sesuatu yang biasa kita lihat di kehidupan sehari-hari. Barang yang dijual biasanya adalah barang kebutuhan pokok, makanan dan lain-lain. Proses jual beli biasanya dilakukan di pasar, mall atau bahkan melalui ponsel yang biasa kita sebut belanja online. Tentu saja ada manfaat dan kerugian dari setiap proses jual beli terkadang yang paling menguntungkan adalah orang yang melakukannya. Dalam proses jual beli unsur-unsur yang menguntungkan sang pembeli adalah barang yang dibeli itu sesuai tapi terkadang barang yang dibeli itu justru tidak sesuai dengan harga sehingga sang pembeli barang itupun merasa dirugikan. Dalam proses jual beli, tawar menawar biasanya terjadi untuk memungkinkan penjual dan pembeli mencapai kesepakatan atau kontrak atas barang tersebut.

Transaksi jual beli melalui media sosial adalah fenomena yang berkembang pesat dalam era digital. Penting bagi individu yang terlibat dalam transaksi jual beli di media sosial untuk memahami implikasi etika dan prinsip-prinsip fiqih agar memastikan transaksi yang adil dan beretika. Perkembangan transaksi jual beli kontemporer, tidak lagi semata mengandalkan jual beli dengan tatap muka. Transaksi jual beli kontemporer seiring dengan perkembangan teknologi telah memunculkan bentuk penjualan lainnya yaitu jual beli online. Penjualan online merupakan salah satu bentuk penjualan yang memanfaatkan teknologi seperti *smartphone*, tablet gedget dan lainnya. Bentuk akad yang dapat diadopsi dalam transaksi online kontemporer adalah akad *bay' al murabahah* yakni jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati dan akad *bay' as-salam* yakni pemberian barang yang diserahan dikemudian hari sedangkan pembayaran dilakukan saat awal transaksi dilakukan.

DAFTAR REFERENSI

Abdullah al-Muslih, S. a.-S. (2004). *Fiqih Ekonomi Keuangan Islam.* Jakarta: Dar Al-Muslim.

Arif, M. N. (2013). Penjualan Online Berbasis Media Sosial Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Ijtihad, Jurnal Wacana Hukum Islam dan Kemanusiaan*, Volume 23, No.1.

Asnawi, H. F. (2004). *Transaksi Bisnis E-Commerce Prespektif Islam.* Yogyakarta: Magistira Insania Press Bekerjasama Dengan MSI UII.

Fahmi, M. N. (2017). Konsep Rekening Bersama (RekBer) Dalam Transaksi Jual Beli Online Pada Forum Jual Beli KAskus Menurut Pandangan Bisnis Islam . *Thesis Walisongo*.

Hariman Surya Siregar, k. (2019). *Fiqih Muamalah Teori dan Implementasi.* Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Haroen, N. (2000). *Fiqih Muamalah.* Jakarta: Gaya Media Pratama.

Hasan, M. A. (2004). *Berbagai Macam Trasaksi Dalam Islam.* Jakarta: PT. Raja Grafindo.

Muslich, A. W. (2010). *Fiqih Muamalah.* Jakarta: Sinar Grafika.

Muslich, A. W. (2010). *Fiqih Muamalah.* Jakarta: Amzah.

Muttaqin, A. (2009). *Transaksi E-commerce dalam Tinjauan Hukum Islam.* Malang: Lembaga Penelitian Universitas Muhammadiyah.

R. Serfianto Dibyo Purnomo, d. (2012). *Untung Dengan kartu Kredit, Kartu Atm-Debit & Uang Elektronik.* Jakarta: Visimedia.

Ratri, C. (2014). *Sukses Membangun Toko Online.* Yogyakarta: Diandra Primamitra Media.

Rozalinda. (2005). *Fiqih Muamalah dan Aplikasinya Pada Perbankan Syariah.* Padang: Hayfa Press.

Sujarweni, V. W. (2014). *Metodologi Penelitian.* Yogyakarta: PT. Pustaka Baru.