

HUKUM BISNIS SECARA ONLINE ; HALAL ATAU HARAM?

Oleh

Dr. Rahmat Sholihin, M.Ag.

Banjarbaru, 30 April 2019

UNISKA BANJARBARU

Bisnis Online (*e-commerce*)

- *e-commerce* secara umum dapat diartikan sebagai proses transaksi jual beli secara elektronik melalui media internet.
- *e-commerce* atau yang lebih dikenal dengan *e-com* dapat diartikan sebagai suatu cara berbelanja atau berdagang secara *online* atau *direct selling* yang memanfaatkan fasilitas Internet dimana terdapat *website* yang dapat menyediakan layanan "*get and deliver*"
- (<http://r-marpaung.tripod.com/ElectronicCommerce.doc>)

Terkoneksi secara digital

- *E-commerce* juga dapat diartikan sebagai suatu proses berbisnis dengan memakai teknologi elektronik yang menghubungkan antara perusahaan, konsumen dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik dan pertukaran/penjualan barang, servis, dan informasi secara elektronik

Keuntungan *E-Commerce*

1. Cakupan yang luas
2. Proses transaksi yang cepat
3. *E-Commerce* dapat mendorong kreatifitas dari pihak penjual secara cepat dan tepat dan pendistribusian informasi yang disampaikan berlangsung secara periodik.
4. *E-Commerce* dapat menciptakan efesiensi yang tinggi, murah serta informatif.
5. *E-Commerce* dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, dengan pelayanan yang cepat, mudah, aman dan akurat

Unsur (Rukun) *E-Commerce*

- Terjadinya transaksi antar dua belah pihak
- Adanya pertukaran barang, jasa dan informasi dengan harga tertentu
- Internet merupakan medium utama dalam proses atau mekanisme perdagangan tersebut.

Jenis-jenis Konsumen Kegiatan Transaksi *e-commerce*

1. Konsumen individual
2. Konsumen Organisasi
3. Konsumen yang paling banyak melakukan bisnis di internet yang terdiri dari pemerintah, perusahaan swasta, *resellers*, organisasi publik dsb.

Perilaku Konsumen e-commerce

1. *Impulsive Buyers*. Konsumen yang ingin cepat-cepat membeli, cenderung gegabah dalam mengkonsumsi produk yang ditawarkan.
2. *Patient Buyers*. Konsumen yang teliti melakukan komparasi harga dan menganalisa produk yang ditawarkan.
3. *Window Shoppers*. Konsumen yang sekedar *browsing* atau *surfing* (mejelajah internet) saja (<http://www.lkht-fhui.com>).

Keuntungan Produsen?

1. Kemampuan grafis internet mampu memperlihatkan produk apa adanya (natural) serta dapat membuat brosur berwarna dan menyebarkannya tanpa ongkos/biaya cetak
2. Lebih aman membuka toko online dibanding membuka toko biasa
3. Berjualan di dunia maya internet tidak mengenal hari libur, dan hari besar, semua transaksi bisa dilakukan kapan saja dimana saja
4. Tanpa batas-batas wilayah dan waktu, sehingga memberikan jangkauan pemasaran yang luas dan tak terbatas oleh waktu.
5. *Revenue stream* (arus pendapatan) yang baru yang mungkin sulit atau tidak dapat diperoleh melalui cara konvensional

6. Meningkatkan *market exposure* (pangsa pasar), dimana dengan penggunaan *e-commerce* memungkinkan untuk meningkatkan pangsa pasar yang semula mempunyai pangsa pasar di dalam negeri saja, dengan adanya *e-commerce* maka pangsa pasar menjangkau luar negeri.
7. Menurunkan biaya operasi (*operating cost*), penggunaan teknologi internet memungkinkan untuk melakukan kegiatan perdagangan selama 24 jam sehari, 7 hari seminggu, dimana hal tersebut tidak berpengaruh terhadap biaya yang dikeluarkan untuk biaya lembur untuk karyawan atau pegawai, karena segala sesuatunya dikerjakan oleh komputer yang tidak membutuhkan operator untuk menjalankan proses perdagangan, cukup hanya dengan penggunaan software tertentu maka segala aktivitas dalam transaksi perdagangan dapat dilakukan.
8. Penghematan besar yang dimungkinkan melalui *e-mail*, penghematan ini terjadi karena berkurang atau bahkan tidak ada sama sekali adanya penggunaan kertas dalam segala proses transaksi, dimana segala sesuatunya di dalam *e-commerce* menggunakan suatu data digital sehingga tidak membutuhkan kertas sebagai media, yang pada akhirnya memberikan penghematan besar terhadap pengeluaran dalam proses transaksi.

Keuntungan Konsumen (*customer*)

1. Memungkinkan transaksi jual beli secara langsung, mudah dan nikmat, maksudnya adalah proses jual beli yang terjadi dalam *e-commerce* tidak membutuhkan perantara, dimana proses transaksi yang terjadi langsung antara *merchant* dengan *customer*. Sehingga, hal ini memberikan suatu kemudahan karena tidak perlu suatu proses transaksi yang berbelit-belit dan cenderung lama, yang pada akhirnya hal ini memberikan kenikmatan terhadap *customer* dalam melakukan transaksi perdagangan melalui internet.
2. *Disintermediation* adalah proses meniadakan calo dan pedagang perantara. Dengan kata lain, konsumen tidak perlu membayar lebih untuk sebuah barang atau jasa yang dibelinya. Penggunaan *e-commerce* merupakan proses transaksi langsung antara *merchant* dengan *customer* tanpa memerlukan perantara meskipun keberadaan para pihaknya jauh atau berbeda negara, dengan *e-commerce customer* dapat mengecek langsung keberadaan barang yang dibutuhkan, serta mendapatkan harga yang langsung diberikan oleh *merchant*, sehingga biaya yang dikeluarkan tidak jauh lebih mahal. Hal ini berbeda dengan perdagangan secara konvensional, ketika seseorang dari suatu negara membutuhkan barang atau jasa dari luar negeri, orang tersebut tidak mungkin mendatangi langsung penjual barang tersebut di negaranya, karena hal tersebut tentu saja menambah biaya dan memerlukan cukup banyak waktu itupun belum termasuk dengan keberadaan barang yang dibutuhkan apakah masih ada atau telah habis, sehingga orang yang membutuhkan barang tersebut tentu saja membutuhkan perantara pedagang lain dalam hal ini adalah importir yang tentu saja harga barang yang dibutuhkan akan semakin mahal.

3. Menggunakan *digital cash* atau elektronik *cash (e-cash)*. Tanpa harus membayar dengan uang tunai. Maksudnya adalah *customer* tidak perlu membawa uang tunai untuk membayar transaksi jual beli yang dilakukannya dengan pihak *merchant*, dimana pembayaran yang dilakukan oleh *customer* cukup dengan mentransfer sejumlah uang sesuai dengan harga barang yang dipesan plus ongkos kirim kepada rekening yang telah disediakan oleh pihak *merchant*, atau juga hanya dengan memasukkan nomor kartu kredit yang dimiliki oleh *customer* dalam *form* pembayaran yang telah disediakan oleh pihak *merchant*. Sehingga dengan cara yang demikian semakin memberikan kemudahan dalam bertransaksi yang kemudian memberikan rasa aman karena tidak perlu membawa uang tunai dalam jumlah yang tidak sedikit untuk diserahkan kepada *merchant* yang penuh resiko terhadap tindak kejahatan seperti perampokan dan sebagainya.
4. Memberikan kesempatan konsumen yang berada di belahan dunia manapun untuk dapat menggunakan sebuah produk atau *service* yang dihasilkan dari belahan dunia yang berbeda dan melakukan transaksi dan meraih informasi dari pihak pertama sepanjang tahun tanpa terbatas oleh ruang dan waktu.

5. Memberikan kesempatan konsumen untuk mendapatkan produk atau *service* terbaik dari berbagai pilihan yang ada karena konsumen mendapat kesempatan untuk memilih berbagai jenis produk atau *service* secara langsung.
6. Memberikan kesempatan bagi konsumen yang terpisah tempat tinggalnya dari produsen untuk berinteraksi, berdiskusi, dan bertukar pengalaman. Sehingga akan sangat menguntungkan produsen untuk meningkatkan kualitas produk atau *service* sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen.

Keuntungan Masyarakat Umum dan Pemerintah

1. Semakin banyak manusia yang bekerja dan beraktifitas di rumah dengan menggunakan internet berarti mengurangi perjalanan untuk bekerja, belanja, dan aktifitas lainnya, sehingga mengurangi kemacetan jalan dan mereduksi polusi udara.
2. Meningkatkan daya beli dan kesempatan masyarakat untuk mendapatkan produk atau *service* yang terbaik karena perusahaan yang mengeluarkan produk atau *service* dapat menjualnya lebih murah karena biaya produksi yang rendah.
3. Mengurangi pengangguran karena masyarakat semakin bergairah untuk berbisnis karena cara kerja yang gampang dan tanpa modal yang besar.
4. Meningkatkan daya kreatifitas masyarakat, berbagai jenis produk dapat dipasarkan dengan baik, sehingga akhirnya juga membantu pemerintah untuk menggairahkan perdagangan khususnya usaha kecil menengah.

Transparansi dalam e-commerce

- Sesuatu hal tertentu dalam hal ini yaitu adanya suatu benda yang dijadikan obyek dalam suatu perjanjian, jika dihubungkan dengan apa yang ada dalam *e-commerce* yang menyediakan berbagai macam benda atau produk yang ditawarkan dan *customer* bebas memilih terhadap salah satu atau beberapa jenis benda atau produk yang dinginkannya, berdasar hasil penelitian ditemukan bahwa setelah *customer* melakukan pemilihan produk, diakhir proses transaksi *merchant* akan menampilkan informasi mengenai barang beserta harganya atas apa yang dipilih apakah benar atau tidak. Sehingga apa yang dipilih *customer* menjadi obyek dalam perjanjian tersebut.

KeHalalan dalam e-commerce?

- Kontrak *e-commerce* yang dibuat haruslah memenuhi norma-norma yang hidup dalam masyarakat dan selaras dengan ajaran Islam. Bahwa di dalam persyaratan mengadakan pendaftaran anggota sebagai syarat untuk melakukan transaksi pihak *merchant* (contoh lihat situs eBay) menegaskan dan mengharuskan *customer* untuk membaca dan memperhatikan bagian *Prohibited and Restricted Items* yang mana bagian tersebut berisi mengenai apa saja produk yang tidak boleh diperdagangkan.
- Adanya aturan yang jelas mengenai hal-hal apa saja yang boleh dan tidak boleh dilakukan beserta sanksinya yang disebutkan oleh penjual/*merchant* memberikan pengertian bahwa kontrak yang terjadi dalam *e-commerce* secara tidak langsung telah memenuhi syarat suatu sebab yang halal, bahwa kontrak atau perjanjian yang dilakukan antar para pihaknya mempunyai sebab yang halal sebagai dasar perjanjian.

Masalah dalam *E-Commerce*

- Keaslian Data.
- Keabsahan (*validity*).
- Kerahasiaan (*confidentiality/privacy*).
- Keberadaan barang (*availability*).
- Pembuktian kecakapan para pihak.
- Yurisdiksi.

- Tidak ada keraguan atas keabsahan dari data *message* sebagai dasar dari kesepakatan atau perjanjian dalam *e-commerce*. Data *message* yang dimaksud bila mana keotentikannya telah dapat dibuktikan dengan menggunakan teknik dan instrumen sebagai mana mestinya. Sehingga kontrak dalam *e-commerce* yang dibuat oleh pihak yang berlainan negara, dengan adanya aturan tersebut memberikan jaminan hukum terhadap kontrak yang dibuat.
- Selain itu dapat digunakan Undang-Undang No 8 Tahun 1997 tentang Dokumen Perusahaan sebagai jaminan terhadap penggunaan data digital, dalam Pasal 12 ayat 1 disebutkan bahwa "*dokumen perusahaan dapat dialihkan ke dalam mikrofilm atau media lainnya*" maksud dari media lainnya adalah media yang tingkat pengamanan menjamin keaslian dokumen yang dialihkan atau ditransformasikan, misalnya *Compact Disk-Read Only Memory (CD-ROM)*, dan *Write-Once-Read-Many (WORM)*, dimana pengalihan bentuk kedalam CD-ROM tentu saja menggunakan data digital, sehingga hal ini dapat dijadikan dasar sebagai jaminan atas keabsahan data digital dalam kontrak elektronik. Hal ini memberikan jaminan terhadap suatu kontrak *e-commerce* yang dibuat oleh para pihak yang berkedudukan di wilayah Indonesia.

PENUTUP

Kaedah Ushuliyah mengatakan bahwa hukum beredar menurut illat (sebab)nya, ada atau tidaknya illat menjadi landasan dalam menetapkan hukum.

Kemajuan teknologi seyogyanya diadaptasi secara arif dan bijaksana agar terarah dan terbimbing dalam bingkai ajaran agama.

Kehalalan dan keharaman transaksi online sangat ditentukan oleh para pihak yang terlibat di dalamnya. Man behind the gum sangat dominan dalam mengatur roda perekonomian di era global saat ini. Keterlibatan umat Islam hendaknya memberi warna yang positif dalam kemajuan zaman.



**PASCASARJANA UIN ANTASARI
BANJARMASIN
SERTIFIKAT**

Diberikan Kepada

Dr. Rahmat Sholihin, M.Ag.

Sebagai

N A R A S U M B E R

Pada Acara Seminar Hukum Ekonomi Syariah dengan tema
"Hukum Bisnis Online : Halal atau Haram"

Diselenggarakan pada hari Rabu tanggal 30 April 2019 di Universitas Islam Kalimantan
Muhammad Arsyad Al-Banjari, Banjarbaru

Direktur,



Prof. Dr. H. Syaifuddin Sabda, M.Ag
NIP. 195806211986031001