

## **BAB II**

### **PARADIGMA *FLASH SALE*, *ELECTRONIC COMMERCE* DAN HUKUM**

Dari judul penelitian yang diambil oleh peneliti, maka peneliti mempunyai kerangka tersendiri dalam menjabarkan unsur-unsur dari judul tersebut. Beberapa unsur dalam judul penelitian ini antara lain dibagi menjadi 3, *flash sale*, *electronic commerce* dan hukum. Unsur pertama, belum banyak pengertian maupun pembahasan tentang *flash sale* dalam dunia literasi yang bersifat ilmiah. Peneliti memberikan penjabaran tentang *flash sale* melalui berbagai pemikiran yang ada, baik itu tertulis dalam berita, media massa maupun karya ilmiah (meskipun masih sedikit jumlahnya). Kemudian unsur kedua tentang *electronic commerce*, yang kemudian dijelaskan lebih mendalam tentang *e-commerce* itu sendiri dan masing-masing situs yang menerapkannya dalam penelitian ini, seperti Lazada dan Bukalapak. Penjelasan awal dimulai dengan *electronic commerce* secara umum, lalu kemudian nanti dilanjutkan tentang Lazada dan Bukalapak. Kemudian unsur ketiga adalah hukum. Hukum dalam materi ini membahas mengenai hukum Islam dan hukum positif Indonesia yang berkaitan dengan unsur pertama dan kedua. Penjabarannya adalah sebagai berikut:

### A. Sejarah *Flash Sale*

Sejarah perkembangan teknologi informasi di dunia sangat jauh maju melesat di depan ilmu pengetahuan yang lainnya, seperti ilmu agama, social budaya, dan eksakta. Perkembangan tersebut mau atau tidak mau akan membawa pengaruh pada cabang-cabang ilmu yang lain. Contoh, pada masyarakat masa lampau, mereka melakukan jual beli dengan cara saling bertemu antara penjual dan pembeli dalam satu tempat (*majelis*).<sup>1</sup> Kemudian dalam perkembangannya, teknologi mulai masuk dalam sistem jual beli tersebut, yang semula dilakukan secara dengan bertemu dalam satu majelis atau bisa juga disebut jual beli secara *offline*, sekarang ini telah bergeser menjadi jual beli *online*. Semua itu dikarenakan adanya perkembangan teknologi yang mempermudah manusia dalam menjalankan aktivitasnya. Aktivitas manusia basisnya, atau letaknya berada pada social budaya. Sosial budaya tersebut, berada dan tumbuh berkembang di tengah-tengah masyarakat. Yang dulunya jual beli di tengah masyarakat dengan sistem *offline* atau bertemu secara langsung, kini dengan masuknya teknologi, sistem jual beli telah terpengaruhi.

Pada saat sekarang ini, jual beli dengan sistem *online* biasa disebut disebut dengan *electronic commerce (e-commerce)*. *Electronic commerce* dalam realitanya juga mengalami perkembangan, dinamis. Semula *electronic commerce* yang hanya dilakukan untuk mempermudah aktivitas manusia

---

<sup>1</sup> Zalpurkhan, *Filsafat Umum, Sebuah Pendekatan Tematik*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013), Hal. VII

dalam melakukan jual beli, sekarang telah menjadi kompetisi. Tidak hanya untuk jual beli, namun juga digunakan baik oleh penjual maupun pembeli untuk menjadi *top branding*. Hal tersebut tentu menjadi pergeseran makna jual beli pada *electronic commerce*.<sup>2</sup>

Pergeseran makna tersebut oleh penjual, sekarang digunakan sebagai salah satu sarana untuk menaikkan *brand* produknya. Sedangkan oleh pembeli, disaat ada *event* tertentu dalam *electronic commerce*, digunakan sebagai sarana berlomba dalam mendapatkan barang yang diinginkan.<sup>3</sup>

Di atas telah dikatakan, bahwa *electronic commerce* atau jual beli secara online telah digunakan sebagai salah satu sarana dalam scenario untuk menaikkan *brand* dari suatu produk. Salah satu contoh produk dari perusahaan yang berusaha muncul kepermukaan untuk menyaingi kompetitornya adalah Xiaomi.<sup>4</sup> Xiaomi merupakan salah satu perusahaan *smartphone* kelas dunia yang berbasis di Beijing, dimotori oleh Jun Lei.<sup>5</sup> Produk *smartphone* yang ditawarkan oleh Xiaomi merupakan *smartphone* dengan kemampuan android kelas atas, namun dijual dengan harga yang sangat terjangkau. Produk *smartphone* ini berusaha mendobrak batas tembok pemisah yang selama ini ada di kelas masyarakat menengah ke bawah. Kecenderungan masyarakat kelas atas yang hanya mempunyai *smartphone* dengan teknologi canggih, membuat Xiaomi mengeluarkan produk

---

<sup>2</sup> *Hunger Marketing, Flash sale and Cost Optimization Strategy of Xiaomi Inc. – setting a new trend trough Etailing*, oleh Rajendra Kumar Tolety,

<sup>3</sup> *Ibid.*,

<sup>4</sup> *Ibid.*,

<sup>5</sup> Strategi 'Flash Sale' Xiaomi buat Meladeni Kompetitor OPPO & VIVO, diakses melalui <https://tirto.id>, pada 1 Juni 2019

*smartphone* canggih yang bisa dimiliki oleh masyarakat kelas ekonomi menengah ke bawah. Salah satu *competitor smartphone* yang mempunyai teknologi canggih dan kebanyakan hanya dimiliki oleh masyarakat kelas atas adalah Apple. Xiaomi sebagai perusahaan *smartphone* yang masih tergolong baru, akan mendobrak tembok pemisah ini.<sup>6</sup>

Salah satu scenario atau strategi yang dilakukan oleh Xiaomi untuk mengimbangi atau bahkan mengungguli Apple, adalah dengan melakukan strategi dagang. Yaitu, berupa pendekatan dan metode dagang. Pendekatan dan metode dagang yang dilakukan Xiaomi adalah menggunakan strategi promosi dan *event*. Tujuan dari penggunaan promosi dan *event* tersebut guna mengurangi biaya (*cost*) dalam produksi, baik *hardware* maupun *software*. Karena, menurut Rajendra Kumar Tolety dalam jurnalnya, menyebutkan bahwa “*Apple with its synergistic integration of software and hardware made Apple the numero uni of the Corporate world.*” Apple merupakan perusahaan raksasa dunia yang tiada saingnya. Oleh karena itu, Xiaomi menggunakan strategi dagang melalui *event*, salah satunya yaitu *flash sale*.<sup>7</sup>

Begitulah persaingan yang menggeser makna atas jual beli pada sistem jual beli online atau *electronic commerce*. Sistem mendukung kompetisi dalam menaikkan *branding* suatu produk. Ini semua merupakan teknik berjualan untuk menekan *cost* produksi yang diterapkan oleh perusahaan Xiaomi, menurut Berezina K.<sup>8</sup>

---

<sup>6</sup> *Hunger Marketing, Flash sale and Cost Optimization Strategy of Xiaomi Inc. – setting a new trend through Etailing*, oleh Rajendra Kumar Tolety,

<sup>7</sup> *Ibid.*,

<sup>8</sup> Berezina K, *Advantage and Disadvantages of Using Flash Sales in the Lodging Industry*.

Bagi pihak penjual dan juga perusahaan, *flash sale* digunakan sebagai salah satu sarana untuk penerapan scenario dalam menaikkan *brand* barang produksinya. Sedangkan, bagi pembeli, *flash sale* digunakan sebagai sarana untuk mendapatkan barang yang diinginkan.

*Flash sale* dikatakan sebagai kompetisi dalam mendapatkan barang yang diinginkan, karena disana terdapat suatu *moment* perebutan barang. *Moment* kompetisi dalam memperebutkan barang tersebut dibatasi waktu. Dan juga, jumlah barangnya terbatas. Ini membuat para pembeli yang menginginkan barang tersebut saling berebut untuk mendapatkan barang yang diinginkan. Dikatakan dalam Tirto.id “*Selain waktu dan jumlah barang yang terbatas, ditambah dengan peminat (pembeli) yang banyak, menjadikan flash sales seolah seperti lotre.*”<sup>9</sup>

Sebelum konsep tersebut diadopsi oleh Xiaomi, sejarah *flash sale* dapat ditelusuri mulai tahun 2001. Terlacak dalam sebuah paper karya Deblina Sahavashista, disebutkan tahun 2001 Jacque Antoine Granjon pendiri situs *Ventre-Privee* merupakan penggagas *flash sale* dalam dunia jual beli online.<sup>10</sup> Deblina Sahavashista dalam papernya menyebutkan, situs milik Jacque Antonie Granjon merupakan situs jual beli online yang besar di Eropa. Di situsnya, Granjon menjual *luxury brand*. *Luxury brand* yang dijual di daerah Eropa tentunya merupakan barang dengan kualitas yang sangat

---

<sup>9</sup> *Iming-iming Flash Sale, Lotre Digital di Toko Online*, diakses melalui [http://amp.tirto.id/iming-iming-flash-sales-lotre-digital-di-toko-online-cLgH?\\_\\_twitter-impression=true](http://amp.tirto.id/iming-iming-flash-sales-lotre-digital-di-toko-online-cLgH?__twitter-impression=true) pada 12 Maret 2019

<sup>10</sup> *Ibid.*,

bagus.<sup>11</sup> Barang yang tergolong mewah dan mahal. *Brand* yang dijual adalah *brand* ternama, mahal dan terbatas, hingga kemudian muncul konsep *flash sale* untuk membuat persaingan di masyarakat yang ingin mendapatkan barang dengan *brand* yang dimaksud dengan harga terjangkau. Granjon memulai konsep *flash sale* sebagai upaya untuk mempopulerkan situsnya. Dan, hal tersebut berhasil dilakukannya. Penjualan dari *Ventre-Privee* mengalami peningkatan. Hal tersebut membuktikan bahwa strategi dagang atau scenario yang digunakan oleh Granjon sangat efektif untuk meningkatkan kepopuleran suatu *brand*.<sup>12</sup> Namun, kembali lagi ke dalam pemikiran, bahwa dengan jumlah barang yang disediakan secara terbatas dan waktu yang dibatasi pula, maka *flash sale* ini bisa dikatakan sebagai lotre atau. Jika keberuntungan berpihak pada pembeli yang beruntung, dia akan dengan mudah menyingkirkan saingannya dalam mendapatkan barang. Meskipun, bisa dipastikan mereka yang menginginkan barang dengan *brand* ternama dan harga yang terjangkau sangatlah banyak. Bisa ratusan, ribuan atau bahkan ratusan ribu.<sup>13</sup> Laman Tirto.id memberikan catatan tentang *flash sale*.<sup>14</sup>

Flash sales seolah hanya berlaku bagi mereka yang beruntung saja. Selain waktu yang sempit, proses pembelian barang bukan perkara mudah. Bagi yang agak beruntung, mereka bisa sukses mengklik tombol beli dan memasukkan alamat pengiriman, tapi melakukan check-out maka kembali

---

<sup>11</sup> Deblina Sahavashista, *Gone In60 Seconds-online Flash Sales: The Next Innovation In Indian E-Commerce Or Just A Flash In A Pan?-a Critical And Empirical Analysis With Consumer Perspective*,

<sup>12</sup> *Ibid.*,

<sup>13</sup> *Iming-iming Flash Sale, Lotre Digital di Toko Online*, diakses melalui [http://amp.tirto.id/iming-iming-flash-sales-lotre-digital-di-toko-online-cLgH?\\_\\_twitter-impression=true](http://amp.tirto.id/iming-iming-flash-sales-lotre-digital-di-toko-online-cLgH?__twitter-impression=true) pada 12 Maret 2019

<sup>14</sup> *Ibid.*,

ke harga normal alias gagal. Saat flash sales berlangsung, situswebsite ... sukar diakses pengguna.

## **B. Flash Sale**

*Flash Sale* mempunyai makna yang sama dengan *sales in a flash* atau secara harfiah dalam bahasa Indonesia artinya berjualan dengan periode singkat. Deblina Sahavashista dalam artikelnya mengutip dari pendapat Jacque Antonie Granjon, mengatakan hal yang serupa. Bahwa, *flash sale* merupakan kalimat yang mempunyai arti dan padanan kata dengan *sale in flash*.<sup>15</sup> Pengertian lain dari *flash sale* yang akrab dengan masyarakat Indonesia adalah teknik penjualan produk pada waktu terbatas dengan kuantitas barang tertentu dan ditawarkan dengan harga dibawah pasaran.<sup>16</sup>

Dalam paper karya Deblina Sahavashishta, menurut dia sendiri, disebutkan bahwa *flash sale* biasa disebut juga dengan istilah *private sales*. Alasan mendasarnya adalah undangan mengunjungi dan mengikuti *event* dilakukan melalui *e-mail* pribadi. Pembeli yang ingin mengikuti *event* tersebut harus terlebih dahulu diundang melalui *e-mail* yang dimilikinya. Undangan tersebut berbentuk pengumuman yang rentang pemberitahuannya antara 2-4 hari sebelum *flash sale* dimulai.<sup>17</sup> Pada umumnya orang yang

---

<sup>15</sup> *Iming-iming Flash Sale, Lotre Digital di Toko Online*, diakses melalui [http://amp.tirto.id/iming-iming-flash-sales-lotre-digital-di-toko-online-cLgH?\\_\\_twitter-impression=true](http://amp.tirto.id/iming-iming-flash-sales-lotre-digital-di-toko-online-cLgH?__twitter-impression=true) pada 12 Maret 2019

<sup>16</sup> *Ibid.*,

<sup>17</sup> Deblina Sahavashista, *Gone In60 Seconds-online Flash Sales: The Next Innovation In Indian E-Commerce Or Just A Flash In A Pan?-a Critical And Empirical Analysis With Consumer Perspective*,

mempunyai suatu aplikasi jual-beli online, seperti Lazada dan BukaLapak harus mempunyai e-mail dan *username* yang terdaftar.

S. N.	Features	Daily Deals	Online Flash Sales
1	Openness	Open For All	By Invite Only For Members
2	Geography	Local	National
3	Type of Product	Virtual Voucher	Physical Product
4	Hold of Inventory	Does Not Hold Inventory	Holds Inventory
5	Instant Consumption	Yes	No
6	Cash Flow	Received Cash Upfront Then Pay Out Over 90 Days	Pay out Cash For Products, Then Earn Back When The Products Are Sold
7	Scarcity	Time Based	Quantity Based
8	Suppliers	Small Merchants	Large Brands/Designers
9	Value Proposition To Supplier	Get New Customers	Sell Post Peak Inventory
10	Brands	Relatively Unknown	Exclusive Brand Names

Tabel 1<sup>18</sup>

Tentang undangan *flash sale* ini disampaikan melalui e-mail atau biasanya juga lewat notifikasi pada *smartphone*. Tentunya *smartphone* yang memasang aplikasi situs jual beli online yang menerapkan *flash sale*.<sup>19</sup> Umumnya, pemberitahuan tentang akan adanya *flash sale* ini akan diberitahukan 2-4 hari sebelumnya. Notifikasi atau pemberitahuan ini sangat berperan penting dan bersifat wajib. Sebab, pemberitahuan tersebutlah yang nantinya akan menarik minat konsumen untuk mengikuti *flash sale*. Dibalik adanya sifat wajib tersebut, pasti tidak lepas dari suatu alasan. Umumnya, pada pemberitahuan tersebut dimuat tentang informasi fitur, harga dan lain sebagainya.

<sup>18</sup> Pradana, Mahir. "Klasifikasi jenis-jenis bisnis e-commerce di indonesia." *Neo-Bis* 9.2 (2015): 32-40.

<sup>19</sup> Deblina Sahavashista, *Gone In60 Seconds-online Flash Sales: The Next Innovation In Indian E-Commerce Or Just A Flash In A Pan?-a Critical And Empirical Analysis With Consumer Perspective*,

### C. Sejarah *Electronic Commerce*

Pada tahun 1970-an pertama kali *electronic commerce* diterapkan di dunia. Namun, penerapan tersebut masih dalam batas dan skala yang sangat kecil. Alasannya adalah karena keterbatasan akses dan hardware yang mendukung jalannya sistem *electronic commerce* belum mudah didapatkan. Mereka yang menerapkan *electronic commerce* pertama kali di dunia, adalah perusahaan-perusahaan besar, lembaga keuangan dan hanya beberapa dari perusahaan kecil yang dikategorikan nekat untuk menerapkan *electronic commerce* di perusahaannya. Awal inovasi *electronic commerce* ini adalah produk *electronic fund transfers* atau biasa disingkat dengan EFT.<sup>20</sup>

Konsep *electronic funds transfers* (EFT) bisa juga disebut sebagai transfer dana/uang *electronic*. Yaitu, transfer uang ke dari institusi keuangan dengan menggunakan jaringan telekomunikasi.<sup>21</sup> Telekomunikasi adalah pemancar untuk pengiriman data berupa bentuk tanda, isyarat, tulisan, gambar, suara dan/atau bunyi melalui sistem kawat, optik, radio atau sistem elektromagnetik lainnya.<sup>22</sup> Jadi, semua proses pentransferan data, mulai dari tulisan, isyarat dan lain sebagainya oleh EFT ini dilakukan melalui sistem yang tersambung pada sistem elektromagnetik. EFT ini mencakup proses pendanaan, *credit*, *debit*, dan pembayaran *electronic* antar bank baik lokal maupun internasional. Contoh yang ada di Indonesia dalam penerapan EFT

---

<sup>20</sup> M. Suyanto, *Strategi Periklanan e-Commerce Perusahaan Top Dunia*, (Yogyakarta: Andi Offset, ttb), Hal. 10

<sup>21</sup> M. Suyanto, *Strategi Periklanan e-Commerce...*, Hal. 40

<sup>22</sup> Hilarion Hamjen, et al. Motivasi Masyarakat Terhadap Penyelenggaraan Telekomunikasi Di Pedesaan. *Jurnal Penelitian Pers dan Komunikasi Pembangunan*, 2015, 18.3. diakses melalui <http://jurnal-p2kp.id/index.php/jp2kp/article/view/18/23>, pada 22 Maret 2019

pada tahun tersebut bisa dilihat pada bank BCA. Bank BCA adalah salah satu contoh yang menerapkan sistem *electronic fund transfers* di Indonesia untuk pertama kali. Berbagai macam pelayanan disajikan dengan sistem EFT, seperti anjungan tunai mandiri (ATM) BCA, debit BCA, tunai BCA, BCA *by phone*, *internet banking* dan *mobile banking* BCA. Selain itu, masih ada lagi satu layanan yang mengakomodir keseluruhan layanan tadi dalam satu kartu, yaitu paspor BCA. Dalam Paspor BCA bisa digunakan untuk tarik tunai, *debit* berbagai *merchant* sampai di luar negeri juga. Jadi, dalam cakupan wilayah penggunaan EFT sudah menembus batas wilayah, atau tidak ada batasan wilayah, bisa digunakan di seluruh belahan dunia.<sup>23</sup>

Kemudian perjalanan *electronic commerce* berkembang mengikuti arus teknologi yang terus bergerak maju. Generasi pertama *electronic commerce*, yaitu EFT pada masa selanjutnya akan berkembang menjadi EDI atau *Electronic Data Interchange*.<sup>24</sup> *Electronic Data Interchange* dalam arti bahasa Indonesia bisa disebut dengan pertukaran data *electronic*. Jaringan pada *electronic commerce* dengan jenis B2B atau *Business to business* menggunakan koneksi ini (EDI). Dalam EDI jaringan yang umum digunakan sekarang ini adalah VPN atau jaringan *private virtual*.<sup>25</sup> Tanpa menggunakan jaringan secara umum atau kolektif, EDI dengan VPNs lebih bisa berkembang karena sifatnya yang *fleksibel*. Koneksi VPNs ini lebih *portable* atau mudah dibawa kemana saja karena sudah tertanam dalam *smartphone*. Pada umumnya masyarakat pun juga dengan Indonesia, mereka sudah sangat

---

<sup>23</sup> M. Suyanto, *Strategi Periklanan e-Commerce...*, Hal. 40

<sup>24</sup> *Ibid.*, Hal. 10

<sup>25</sup> *Ibid.*, Hal. 39

*familiar* dengan *smartphone*. EDI model terbaru dari *electronic commerce* mulai melebar ke perusahaan *manufaktur*, *ritel*, layanan jasa dan lain sebagainya. Hingga, sampai pada perdagangan saham, dan reservasi perjalanan.<sup>26</sup> Contoh perusahaan pelayanan jasa yang sekarang ini ada di Indonesia antara lain Grab, Gojek, kemudian pada bidang reservasi perjalanan ada Traveloka, Agoda, pada bidang ritel atau pemasaran ada Lazada, BukaLapak dan Tokpedia.<sup>27</sup> Dalam pembahasan selanjutnya, pada topic berikutnya akan dibahas tentang perusahaan *electronic commerce* yang bergerak dibidang ritel. Perusahaan tersebut telah ditentukan sesuai tema penelitian ini, yaitu dua perusahaan *electronic commerce* antara lain Lazada dan Bukalapak.

#### **D. Pengertian *Electronic Commerce***

*Electronic commerce* merupakan suatu konsep baru yang bisa digambarkan dalam wujud jual beli barang atau jasa secara online. Online disini mempunyai pengertian tentang pelayanan dengan menggunakan sarana *World Wide Web Internet* sebagai media utamanya.<sup>28</sup> *World Wide Web* atau yang biasa disingkat dengan “*WWW*” mempunyai pengertian tentang jaringan luas yang dimiliki oleh suatu dan/atau setiap perusahaan yang

---

<sup>26</sup> M. Suyanto, *Strategi Periklanan e-Commerce...*, Hal. 10

<sup>27</sup> Mahir Pradana Klasifikasi jenis-jenis bisnis e-commerce di indonesia. *Neo-Bis*, 2015, 9.2: 32-40., diakses melalui <http://journal.trunojoyo.ac.id/neo-bis/article/view/1271>, pada tanggal 16 Januari 2019

<sup>28</sup> Oviliani Yuliana, Penggunaan Teknologi Internet Dalam Bisnis, *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 2004, 2.1: 36-52. Diakses Melalui <Http://Jurnalakuntansi.Petra.Ac.Id/Index.Php/Aku/Article/View/15666/15658> Pada 22 Maret 2019

melayani internet.<sup>29</sup> Jaringan luas yang dimiliki oleh setiap perusahaan bertumpu pemasarannya, *update* informasinya, pelayanannya dan lain sebagainya pada “*WWW*” yang dimilikinya ini. Alasannya, perusahaan menggunakan sarana *World Wide Web* ini sebagai media utama dalam sistem penyebarluasan informasi.

Menurut beberapa pakar, jika dilihat dari beberapa sudut pandang, *electronic commerce* akan memiliki pengertian yang berbeda-beda. Berikut dari beberapa pengertian *electronic commerce* menurut Kalakota dan Whinston:<sup>30</sup>

- a. Perspektif komunikasi, *electronic commerce* adalah pengiriman suatu informasi suatu produk/layanan, kemudian pembayaran yang melewati sarana lini telepon, jaringan dari komputer dan/atau sarana elektronik lainnya.
- b. Perspektif proses bisnis, *electronic commerce* adalah aplikasi dari teknologi menuju ke otomatisasi transaksi dan aliran untuk kerja suatu perusahaan.
- c. Perspektif layanan, *electronic commerce* adalah alat untuk memenuhi keinginan perusahaan, konsumen, dan manajemen dalam urusan memangkas biaya ketika ingin meningkatkan suatu mutu barang dan kecepatan dalam hal pelayanan.

---

<sup>29</sup> Abdul Halim Barkatullah Dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce Studi Sistem Keamanan Dan Hukum Di Indonesia*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006), Hal. 15

<sup>30</sup> Kalakota Ravi, Andrew B. Whinston, *Electronic Commerce: A Manager's Guide*, (Addison-Wesley Professional, 1997), Hal 3-4

- d. Perspektif online, *electronic commerce* erat kaitannya dengan jual beli suatu produk dan informasinya melalui media internet.

Julian Ding adalah seorang kepala Legal di YLT Communication Sdn. Bhd. Malaysia sejak 2009, ia merupakan lulusan hukum dari Monash University.<sup>31</sup> Menurut Julian Ding, *electronic commerce* merupakan seluruh transaksi tentang komersial yang dilakukan oleh penjual dan/atau pembeli dengan pihak lain sebagai pelayanan atau peralihan hal suatu benda dalam jumlah tertentu. Menurutnya, transaksi ini tidak mengharuskan para pihak untuk saling bertemu dan bertatap muka dalam satu tempat. Hal tersebut dikarenakan dengan kecanggihan media sekarang ini, pertemuan dalam satu tempat bisa dilakukan melalui sarana *public network*.<sup>32</sup> Sedangkan menurut *Black's Law Dictionary* edisi ke tujuh, *electronic commerce* disebut sebagai:<sup>33</sup> “The practice of buying and selling goods and service through online consumer services on the internet. The e, a shortened form of electronic, has become a populer prefix for other terms associated with electronic transaction.” Artinya, transaksi *electronic* yang didalamnya berupa penjualan dan pembelian barang atau jasa dengan konsumen online di internet. Model transaksi seperti ini dikenal dengan *electronic transaction*.<sup>34</sup>

---

<sup>31</sup> *Business Leader, Julian Ding*, diakses melalui <https://www.marketscreener.com/business-leaders/Julian-Ding-0CW11P-E/biography/>, pada 2 Juni 2019

<sup>32</sup> Julian Ding, *E-Commerce: Law And Office* (Malaysia: Sweet And Maxwell Asia, 1999), Hal. 25

<sup>33</sup> Bryan A Gamer, *Black's Law Dictionary Seventh Edition*, (West Group St. Paul Minn, 1999), Hal 530

<sup>34</sup> Abdul Halim Barkatullah Dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce...*, Hal. 14

Banyaknya pengertian tentang *electronic commerce*, bagi masyarakat umum dapat dimaknai bahwa *electronic commerce* adalah suatu proses transaksi pembelian, penjualan, transfer produk maupun bertukar produk, jasa atau informasi melalui media internet. Pengertian tersebut lebih condong mendekati pada pernyataan yang dikeluarkan oleh Julian Ding.<sup>35</sup>

#### **E. Jenis dan Model *Electronic Commerce* di Indonesia**

Jenis *electronic commerce* mempunyai banyak model, maka untuk membedakannya perlu dibagi ke dalam jenis-jenis *electronic commerce* berdasarkan kelompok interaksinya. Jenis dan model *electronic commerce* yang ada di Indonesia adalah sebagai berikut.<sup>36</sup>

##### **1. *Business to Business (B2B)***

Model *electronic commerce* ini terjadi antar perusahaan. Dalam hal ini, baik pembeli maupun penjual adalah sebuah perusahaan, bukan perorangan. Biasanya transaksi dalam model *B2B* dilakukan karena mereka telah saling mengetahui satu sama lain dan transaksi jual beli tersebut dilakukan untuk menjalin kerja sama antara perusahaan itu. Aktivitas *electronic commerce* pada ruang lingkup *B2B* ditujukan untuk

---

<sup>35</sup> Mahir Pradana Klasifikasi Jenis-Jenis Bisnis E-Commerce Di Indonesia. *Neo-Bis*, 2015, 9.2: 32-40., Diakses Melalui [Http://Journal.Trunojoyo.Ac.Id/Neo-Bis/Article/View/1271](http://Journal.Trunojoyo.Ac.Id/Neo-Bis/Article/View/1271), Pada Tanggal 16 Januari 2019

<sup>36</sup> Munir Fuady, *Pengantar Hukum Bisnis*, (Bandung: Citra Aditya, 2002), Hal. 408

menunjang kegiatan dari pelaku bisnis itu sendiri. Pada *B2B* mempunyai karakteristik sebagai berikut:

- a. Diantara pelaku bisnis sudah saling mengetahui dan diantara mereka sudah terjalin hubungan yang cukup lama. Kebutuhan mereka adalah saling bertukar informasi atas dasar saling membutuhkan antara satu dengan yang lainnya.
- b. Pertukaran dilakukan secara berulang-ulang dan berkala dengan format data yang telah disepakati diantara mereka.
- c. Diantara salah satu ciri dari model *B2B* ini adalah pengiriman data tidak harus menunggu *partner* atau rekan bisnisnya mengirimkan data terlebih dahulu, dengan kata lain siapa saja boleh untuk mengirimkan data pertama kali.
- d. Model yang umum digunakan dalam lingkup *B2B* adalah *peer to peer* dimana proses *intelegence* dapat didistribusikan pada kedua pelaku bisnis.<sup>37</sup>

## 2. *Business to Consumer (B2C)*

Transaksi antara perusahaan dengan konsumen atau individu. Pada jenis ini transaksi disebarakan secara umum, dan konsumen yang berinisiatif melakukan transaksi. Produsen harus siap menerima respon dari konsumen tersebut. Biasanya sistem yang digunakan adalah sistem

---

<sup>37</sup> Onno W. Purbo Dan Wahyudi A.A, *Mengenal E-Commerce*, (Jakarta: Pt. Elax Media Komputindo, 2001), Hal. 5

web karena sistem ini yang sudah umum dipakai dikalangan masyarakat.

Pada jenis *B2C* mempunyai karakteristik sendiri, seperti:<sup>38</sup>

- a. Terbuka untuk umum, dimana informasinya disebarkan secara umum.
  - b. *Service* yang diberikan bersifat umum sehingga mekanismenya dapat digunakan oleh banyak orang sebagai contoh. Hal itu disebabkan karena sistem web telah umum di kalangan masyarakat maka sistem yang digunakan sistem web pula.
  - c. *Service* yang diberikan adalah berdasarkan permintaan. Konsumen berinisiatif sendiri, sedangkan produsen harus siap dengan responnya yang cepat terhadap permintaan dari konsumen.
  - d. Sering dilakukannya pendekatan *client-server* dimana konsumen menggunakan sistem yang minimal berbasis web dan penyedia barang atau jasa berada pada pihak *server*.
3. *Customer to Customer (C2C)* merupakan aktivitas bisnis antar individu. Para pelaku bisnis ada individu pada individu atau bisa dibidang penjual langsung dengan pembeli, tanpa melalui perantara pihak ketiga.
  4. *Customer to Business* atau biasa disebut dengan (*C2B*) merupakan bisnis dengan model konsumen menciptakan nilai akan proses bisnisnya.
  5. *Business to Government (B2G)* adalah turunan dari model *B2B*, perbedaannya adalah model bisnis ini terjadi antara pelaku bisnis dengan pemerintah.

---

<sup>38</sup> Onno W. Purbo Dan Wahyudi A.A, *Mengenal E-Commerce...*, Hal. 5

6. *Government to Customer (G2C)* adalah model bisnis antar pemerintah dengan masyarakat. Pemerintah sebagai pelaku bisnis menyediakan situs untuk masyarakat berinteraksi dan memperoleh kemudahan dalam pelayanan sehari-hari.<sup>39</sup>

## F. HUKUM POSITIF INDONESIA

Pada masyarakat, perjanjian sudah menjadi aktivitas yang umum terjadi. Di dalam dunia bisnis dapat dipahami oleh semua orang, bahwa perjanjian merupakan unsur yang sangat penting. Mengutip pendapat seorang tokoh dunia bidang hukum perdata, Henry Maine mengemukakan bahwa sejarah manusia modern berasal dari status menuju ke kontrak.<sup>40</sup> Sehingga, perjanjian dan variable-variabelnya sangat terasa melekat pada setiap diri individu dan masyarakat. Lebih khususnya lagi bagi mereka para pelaku bisnis. Dimana perjanjian digunakan untuk menjual dan/atau memindahkan hak berupa benda maupun jasa.<sup>41</sup>

Sebagai salah satu bentuk interaksi manusia, perjanjian juga mengalami perkembangan mengikuti peradaban manusia. Mulai dari bentuk sederhana berupa tatap muka, sampai dengan bentuk kompleks.<sup>42</sup> Jika dahulu perjanjian hanya dilakukan hanya dengan lisan, kemudian berkembang

---

<sup>39</sup> Mahir Pradana, *Klasifikasi Bisnis E-Commerce di Indonesia*. 2017. Diakses melalui <http://ojs.uajy.ac.id/index.php/modus/article/view/554/580> pada 24 April 2019

<sup>40</sup> M. Arsyad Sanusi, *Ringkasan Disertasi: Konvergensi Hukum dan Teknologi Informasi dalam Pembentukan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik*, (Jakarta: Program Doktor Pascasarjana Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 2007), Hal. 38

<sup>41</sup> Agustina, Rosa. "Kontrak Elektronik (E-Contract) Dalam Sistem Hukum Indonesia." *Gloria Juris* 8.1 (2008).

<sup>42</sup> *Ibid.*,

menjadi *paper based* atau menggunakan perjanjian secara tertulis, hingga sekarang berkembang lagi menjadi *paperless based*. *Paperless based* artinya perjanjian sudah beralih dari tertulis menjadi media lain, seperti perjanjian elektronik yang menggunakan media elektronik.

Apabila dibagi menurut penggunaan teknologi, perjanjian ada 2 (dua) macam, yaitu *paper based* dan *paperless based*. Sedangkan, menurut jenis dan bentuk perjanjian bisa dibagi menjadi 2 (dua) macam, *pertama* tertulis, *kedua* tidak tertulis.<sup>43</sup> Perjanjian yang terkait dengan penggunaan teknologi terutama media elektronik, bisa dilakukan secara lisan maupun tertulis. Pemanfaatan teknologi elektronik, *in causa* internet dalam perjanjian disebut sebagai bentuk perikatan (kontrak elektronik) dan/atau perjanjian elektronik. Sebelum membahas tentang konsep perjanjian elektronik, maka pada bab ini akan dibahas tentang konsep perjanjian tertulis, perikatan dan kontrak.

### **1. Konsep Perjanjian**

Hukum perjanjian Indonesia sebagaimana terletak pada buku ke III KUH Perdata, mempunyai sifat yang *luwes* dan terbuka. Tertuang dalam Pasal 1338 KUH Perdata, bahwa dalam perjanjian terdapat asas

---

<sup>43</sup> *Ibid.*,

yang mutlak ada, yaitu asas kebebasan berkontrak.<sup>44</sup> Bunyi Pasal 1338 KUH Perdata tentang asas kebebasan berkontrak:<sup>45</sup>

Semua persetujuan yang dibuat sesuai dengan undang-undang berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Persetujuan itu tidak dapat ditarik kembali selain dengan kesepakatan kedua belah pihak, atau karena alasan-alasan yang ditentukan oleh undang-undang. Persetujuan harus dilaksanakan dengan itikad baik.

Dalam rangka menciptakan dan memelihara hak-hak yang dimiliki oleh para pihak setelah membuat perjanjian yang ketentuannya mengikat bagi pihak-pihak yang ada di dalamnya, oleh kitab Undang-Undang Hukum Perdata diberika asas umum. Asas tersebut menjadi dasar, patokan dan pedoman serta menjadi rambu-rambu bagi para pihak dalam mengatur dan membentuk perjanjian yang akan dibuat. Hingga, akhirnya nanti perjanjian tersebut menjadi suatu perikatan yang mengikat para pihak.<sup>46</sup>

Secara akademik, perjanjian, perikatan dan kontrak adalah suatu hal yang berbeda. Diantara ketiganya ada letak pembeda yang sedikit terpisah tipis. Istilah perjanjian

#### **a. Perjanjian**

Menurut pendapat dari Prof. Abdul Kadir Muhammad, pengertian perjanjian adalah “Perjanjian adalah persetujuan dengan mana dua pihak atau lebih saling mengikatkan diri untuk

---

<sup>44</sup> Abdul Kadir Muhammad, *Hukum Perdata Indonesia*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2010), Hal. 295

<sup>45</sup> Indonesia Legal Center Publishing, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (Bulgerlijk Weboek voor Indonesie)*, (Jakarta Selatan: Indonesia Legal Center Publishing, 2013), Hal. 245

<sup>46</sup> Kartini Muljadi dan Gunawan Widjaja, *Perikatan yang Lahir dari Perjanjian*, (Depok: PT RAJAGRAFINDO PERSADA, 2014), Hal. 14

melaksanakan suatu hal yang bersifat kebendaan di bidang harta kekayaan.”<sup>47</sup>

Menurutnya, definisi tersebut menunjukkan adanya iktikad persetujuan atau persepakatan antara pihak yang saling mengikatkan, untuk melaksanakan suatu hal yang bersifat *zakelijk* atau kebendaan. Maksudnya adalah dalam perjanjian tersebut harus terdapat suatu objek perjanjian, berupa benda maupun prestasi. Sebagai objek perjanjian, kebendaan harus dapat dinilai dengan uang atau alat pembayaran yang sah. Dari perjanjian antara orang yang akan mengerjakan sesuatu terhadap yang menyerahkan pekerjaan atau benda tersebut, terdapat unsur saling mengikatkan diantara pihak.

Dengan kata lain, perjanjian merupakan salah satu sumber timbulnya perikatan. Landasannya dapat ditemukan pada ketentuan Pasal 1233 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, yang menyatakan bahwa: “Tiap-tiap perikatan dilahirkan, baik karena perjanjian baik karena undang-undang”.<sup>48</sup>

Ketentuan di atas dipertegas lagi dengan rumusan ketentuan Pasal 1313 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, yang menyatakan bahwa “Suatu perjanjian adalah suatu perbuatan

---

<sup>47</sup> Abdul Kadir Muhammad, *Hukum Perdata...*, Hal. 290

<sup>48</sup> Kartini Muljadi dan Gunawan Widjaja, *Perikatan yang Lahir dari Perjanjian*, (Depok: PT RAJAGRAFINDO PERSADA, 2014), Hal. 1

dimana satu orang atau lebih mengikatkan diri terhadap satu orang lain atau lebih ”.<sup>49</sup>

Rumusan pasal tersebut memberikan gambaran, bahwa di dalam suatu perjanjian ada:

- a. Suatu perbuatan;
- b. Antara sekurangnya dua orang;
- c. Perbuatan tersebut melahirkan suatu perikatan diantara pihak-pihak yang melakukan perjanjian.

Suatu perbuatan yang disebutkan pada rumusan di atas, kembali menegaskan bahwa, suatu perjanjian itu hanya mungkin terjadi jika ada perbuatan nyata, baik dalam bentuk ucapan lisan maupun tindakan secara fisik (tidak hanya dalam bentuk pikiran-pikiran). Dengan demikian jelas bahwa suatu perikatan timbul dari sebuah perjanjian.

#### **b. Perikatan**

Mengambil pendapat dari Prof. Subekti sebagai salah seorang pakar ilmu hukum perdata Indonesia. Perikatan dalam bahasa Belanda disebut sebagai *verbinten*. Artinya adalah hal yang mengikat antara orang satu dengan satu orang lainnya. Hal yang mengikat tersebut dapat berupa perbuatan, kejadian, dan

---

<sup>49</sup> Kartini Muljadi dan Gunawan Widjaja, *Perikatan yang...*, Hal. 2

keadaan.<sup>50</sup> Perikatan itu merupakan suatu hubungan hukum yang *abstrak*,<sup>51</sup> Hal tersebut karena memiliki pengertian yang luas meliputi semua hubungan hukum perdata yang diatur dalam buku II dan buku III Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.<sup>52</sup>

Buku III Kitab Undang-Undang Hukum Perdata tentang perikatan diawali Pasal 1313. Rumusan Pasal 1313 menyatakan bahwa “Suatu Perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap dengan mana satu orang lain atau lebih”.<sup>53</sup>

Dalam perkembangannya, istilah perjanjian muncul menjadi beberapa jenis, antara lain perjanjian konsensual, perjanjian formil dan perjanjian riil.

#### 1. Perjanjian konsensual

Perjanjian konsensual adalah perjanjian yang timbul dari dari kesepakatan yang dicapai oleh pihak-pihak dengan cara lisan atau ucapan. Segera setelah para pihak menyatakan kesepakatannya atau persetujuannya tentang hal-hal yang dibicarakan, maka telah lahir perjanjian pada siapa pihak terhadap pihak lain untuk menyerahkan, melakukan, atau tidak melakukan sesuatu. Dalam contohnya bisa

---

<sup>50</sup> Subekti, *Pokok-Pokok Hukum Perdata*, (Jakarta: Intermasa, 1963), Hal. 16

<sup>51</sup> Agustina, Rosa. "Kontrak Elektronik (E-Contract) Dalam Sistem Hukum Indonesia." *Gloria Juris* 8.1 (2008).

<sup>52</sup> Abdul Kadir Muhammad, *Hukum Perdata...*, Hal. 231

<sup>53</sup> Indonesia Legal Center Publishing, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (Bulgerlijk Weboek voor Indonesie)*, (Jakarta Selatan: Indonesia Legal Center Publishing, 2013), Hal. 245

diambil jual beli.<sup>54</sup> Pasal 1457 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata: “Jual beli adalah suatu perjanjian dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu barang, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang dijanjikan.”<sup>55</sup>

Selanjutnya Pasal 1458 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata memberikan penegasan yang lebih jelas tentang jual beli “Jual beli dianggap telah terjadi antara kedua belah pihak, segera setelah para pihak itu mencapai kesepakatan tentang barang tersebut beserta harganya, meskipun barang itu belum diserahkan dan harganya belum dibayar”.<sup>56</sup>

Dari rumusan Pasal 1457 tersebut kemudian dipertegas dengan ketentuan Pasal 1458 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Disana dijelaskan bahwa, jual beli segera setelah para pihak sepakat mengenai harga dan benda yang dijual atau dibeli. Penjual wajib menyerahkan benda yang telah disepakati dan pembeli membayar harga kebendaan dari benda yang dibeli tersebut.

## 2. Perjanjian formil

Perjanjian formil sedikit berbeda dengan perjanjian konsensual. Dalam perjanjian formil, perjanjian atau kesepakatan secara lisan semata-mata para pihak yang berjanji belum melahirkan kewajiban

---

<sup>54</sup> Kartini Muljadi dan Gunawan Widjaja, *Perikatan yang...*, Hal. 2

<sup>55</sup> Indonesia Legal Center Publishing, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (Bulgerlijk Weboek voor Indonesie)*, (Jakarta Selatan: Indonesia Legal Center Publishing, 2013), Hal. 245

<sup>56</sup>

pada pihak yang menyerahkan sesuatu, melakukan atau berbuat sesuatu, atau untuk tidak melakukan sesuatu.

## 2. Asas-Asas Perjanjian

Pada penjelasan di atas tentang sub bab konsep perjanjian sudah disebutkan, bahwa ada asas yang mutlak harus tersirat dalam suatu perjanjian, yaitu asas kebebasan berkontrak. Namun, disamping satu asas tersebut, masih ada beberapa asas-asas lain yang ada dalam suatu perjanjian. Beberapa asas-asas tersebut dapat kita temukan dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

### 1. Asas Personalia

Asas personalia dapat kita temukan dalam ketentuan Pasal 1315 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, yang berbunyi; “Pada umumnya tak seorang pun dapat mengikatkan diri atas nama sendiri atau meminta ditetapkannya suatu janji selain untuk dirinya sendiri”.<sup>57</sup>

Dapat kita ketahui bahwa pada dasarnya, suatu perjanjian hanya dapat dibuat oleh seseorang dalam kapasitasnya sebagai individu atau subjek hukum pribadi atau *person*. Sehingga, perjanjian tersebut hanya berlaku dan mengikat untuk dirinya, tidak untuk orang lain.

---

<sup>57</sup> Indonesia Legal Center Publishing, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (Bulgerlijk Weboek voor Indonesie)*, (Jakarta Selatan: Indonesia Legal Center Publishing, 2013), Hal. 245

Lebih lanjut, secara spesifik ketentuan Pasal 1315 ini menunjukkan pada kewenangan bertindak sebagai individu pribadi, sebagai subjek hukum yang mandiri yang memiliki kewenangan bertindak untuk dan atas nama dirinya sendiri. Dalam lapangan hukum perikatan, mengikat seluruh harta kekayaan yang dimiliki olehnya secara pribadi, kecuali ditentukan lain. Dasar hukumnya bisa ditemukan dalam Pasal 1131 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, yang berbunyi:<sup>58</sup>

Segala kebendaan milik debitor, baik yang bergerak maupun yang tidak bergerak, baik yang sudah ada maupun yang baru aka nada di kemudian hari, menjadi tanggungan untuk segala perikatan perseorangan.

Jelas bahwa, pada hukum perikatan yang diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata bermaksud memberikan perlindungan bagi setiap pihak yang melakukan hubungan hukum.

## 2. Asas Konsensualitas

Pada dasarnya, perjanjian yang dibuat secara lisan antara dua orang atau lebih, telah mengikat dan karena telah melahirkan kewajiban masing-masing. Kewajiban tersebut bagi salah satu atau lebih pihak dalam perjanjian, segera setelah pihak-pihak tersebut mencapai *consensus* atau kesepakatan, maka segera pula untuk memunaikan

---

<sup>58</sup> Indonesia Legal Center Publishing, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (Bulgerlijk Weboek voor Indonesie)*, (Jakarta Selatan: Indonesia Legal Center Publishing, 2013), Hal. 245

prestasinya, meskipun perjanjian tersebut hanya dicapai secara lisan semata-mata.<sup>59</sup>

Ketentuan yang mengatur tentang konsensualitas, dapat ditemukan dalam rumusan Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, yang berbunyi:<sup>60</sup>

Untuk sahnyanya perjanjian-perjanjian, diperlukan empat syarat:

1. Kesepakatan mereka yang mengikatkan dirinya;
2. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan;
3. Suatu pokok persoalan tertentu;
4. Suatu sebab yang tidak terlarang.

Asas konsensual ditemukan dasar keberadaannya pada angka 1 (satu) Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

### 3. Asas Kebebasan Berkontrak

Asas kebebasan berkontrak juga terkandung dalam Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Dasar keberadaan asas kebebasan berkontrak ini terletak pada angka 4 (empat).

Untuk sahnyanya perjanjian-perjanjian, diperlukan empat syarat:

1. Kesepakatan mereka yang mengikatkan dirinya;
2. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan;
3. Suatu pokok persoalan tertentu;
4. Suatu sebab yang tidak terlarang.

### 3. Unsur-Unsur Perjanjian

Terdapat banyak pendapat yang membagi perjanjian ke dalam dua kelompok, yaitu perjanjian bernama dan perjanjian yang tidak

---

<sup>59</sup> Dicari catatan kaki untuk Asas Konsensualitas

<sup>60</sup> Indonesia Legal Center Publishing, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (Bulgerlijk Weboek voor Indonesie)*, (Jakarta Selatan: Indonesia Legal Center Publishing, 2013), Hal. 245

bernama. Kedua kelompok perjanjian tersebut dapat ditemukan dalam berbagai kepustakaan tentang ilmu hukum. Yang dimaksud dengan perjanjian bernama adalah suatu perjanjian khusus yang diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, mulai Bab V tentang jual beli sampai dengan Bab XVIII tentang perdamaian. Sedangkan, untuk perjanjian yang tidak bernama adalah semua perjanjian yang tidak dapat ditemukan dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Contohnya, seperti perjanjian sewa guna usaha dengan hak opsi (*leasing*), bangun-pakai-serah (*build-operate-transfer*).

Namun, pembagian tersebut kurang begitu memberikan banyak arti. Yang terpenting dalam suatu perjanjian adalah unsur yang terdapat di dalamnya. Dalam perkembangan doktrin ilmu hukum, menurut Kartini Muljadi, seorang pengurus IKADIN dan curator Indonesia, ada 3 (tiga) unsur yang harus ada dalam suatu perjanjian.<sup>61</sup>

1. Unsur *esensialia*

Unsur *esensialia*, menurut Kartini Muljadi, dalam suatu perjanjian merupakan bentuk perwakilan dari ketentuan-ketentuan berupa prestasi-prestasi yang wajib dilakukan oleh salah satu atau lebih pihak, yang mencerminkan sifat dari jenis perjanjian tersebut. Umumnya, unsur ini memberikan gambaran berupa rumusan, definisi atau pengertian dari suatu perjanjian. Contoh antara jual beli dan tukar menukar.

---

<sup>61</sup> Kartini Muljadi dan Gunawan Widjaja, *Perikatan yang...*, Hal. 2

## 2. Unsur *naturalia*

Contoh unsur *naturalia* dalam jual beli berupa kewajiban dari penjual untuk menanggung kebendaan yang dijual dari cacat tersembunyi. Ketentuan ini tidak dapat disampingkan oleh para pihak, karena sifat dari jual beli menghendaki hal yang demikian, menurut Kartini Muljadi.

## 3. Unsur *aksidentalialia*

Unsur *aksidentalialia* dalam hukum positif Indonesia merupakan suatu unsur pendukung atau tambahan yang terbentuk atas kesepakatan para pihak. Misalnya, dalam hal jual beli adalah kesepakatan tempat untuk penyerahan kebendaan yang dijual atau dibeli merupakan unsur tambahan.

Ketiga unsur tersebut merupakan perwujudan dari asas kebebasan berkontrak yang diatur dalam Pasal 1320 dan Pasal 1339 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, yang kesemuanya haruslah ada dalam suatu perjanjian.

## 4. Syarat-Syarat Sah Perjanjian

Sebagaimana telah dijelaskan pada uraian sebelumnya, perjanjian merupakan salah satu sumber yang bisa mengakibatkan perikatan. Perjanjian melahirkan dan menciptakan perikatan yang mana membuat salah satu pihak atau lebih pihak dalam perjanjian menunaikan prestasinya. Artinya, perjanjian merupakan salah satu

sumber dari perikatan. Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata menyatakan bahwa:<sup>62</sup>

Untuk sahnya perjanjian-perjanjian, diperlukan empat syarat:

1. Kesepakatan mereka yang mengikatkan dirinya;
2. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan;
3. Suatu pokok persoalan tertentu;
4. Suatu sebab yang tidak terlarang.

Pada keempat unsur tersebut, selanjutnya dalam doktrin ilmu hukum digolongkan ke dalam dua unsur penting, yaitu unsur subjektif dan objektif. Unsur subjektif mencakup pada adanya unsur kesepakatan secara bebas dari para pihak yang berjanji. Selain itu, kecakapan pihak juga tercakup dalam unsur ini. Sedangkan, unsur objektif meliputi keberadaan dari pokok persoalan yang merupakan objek yang diperjanjikan *in causa* dari objek yang berupa prestasi yang disepakati.

Syarat subjektif yang meliputi kesepakatan bebas dan adanya kecakapan, menurut Kartini Muljadi dalam bukunya Perikatan yang Lahir dari Perjanjian menguraikan:

1. Kesepakatan bebas

Kesepakatan bebas antar para pihak ini merupakan suatu pengejawantahan dari asas konsensualitas. Pengejawantahan tersebut dalam penjelasannya bisa kita temukan pada Pasal 1321 sampai Pasal 1328 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Secara *a contrario* dapat dikatakan bahwa, pada dasarnya kesepakatan

---

<sup>62</sup> Abdul Kadir Muhammad, *Hukum Perdata Indonesia*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bekti, 2010), Hal. 295

bebas tersebut mempunyai kekuatan ketika dapat dibuktikan bahwa tidak adanya unsur kekhilafan, paksaan maupun penipuan. Sebagaimana ditentukan dalam Pasal 1321 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. “Tiada suatu perjanjian pun mempunyai kekuatan jika diberikan karena kekhilafan atau diperoleh dengan paksaan atau penipuan”.

## 2. Kecakapan untuk bertindak

Syarat sah perjanjian yang kedua adalah kecakapan untuk bertindak. Pada dasarnya yang paling pokok dan mendasar adalah masalah tentang kecakapan bertindak. Seorang manusia pada dasarnya yang telah dilahirkan ke dunia dalam keadaan selamat (hidup) merupakan *person* atau subjek hukum yang mempunyai hak.<sup>63</sup> Namun, dalam hal kewenangan untuk bertindak secara hukum, ada beberapa aturan yang mengecualikannya.<sup>64</sup>

Dalam doktrin ilmu hukum yang berkembang sampai sekarang, tentang kewenangan untuk bertindak dapat dibagi menjadi 3 (tiga):

- a) Kewenangan untuk bertindak untuk dan atas namanya sendiri, yang berkaitan dengan kecakapannya dalam hukum;
- b) Kewenangan untuk bertindak selaku kuasa pihak lain;
- c) Kewenangan untuk bertindak dalam kapasitasnya sebagai wali atau yang mewakili dari pihak lain;

---

<sup>63</sup> Abdulkadir Muhammad, *Hukum Acara Perdata Indonesia*, (Bandung: PT. CITRA ADITYA BAKTI, 2015), Hal. 96

<sup>64</sup> *Ibid.*,

“Setiap orang adalah cakap untuk membuat perikatan-perikatan, jika ia oleh undang-undang tidak dinyatakan tidak cakap”.<sup>65</sup> Syarat untuk cakupnya seseorang dalam lingkup hukum perdata adalah tentang usia dan keadaan mental.<sup>66</sup> *Contractual capacity* atau *the ability to agree*. *Contractual capacity* ialah bahwa para pihak dalam membuat perjanjian harus memiliki *legal ability to bind themselves to the contract and to enforce any promises made to them*.<sup>67</sup> Sementara *legal capacity* yang dimaksud adalah *ability to understand the nature and effects of one’s act*.<sup>68</sup>

Seseorang yang kesehatan mentalnya terganggu tentu saja tidak mungkin dapat mengerti perbuatan dan dampak perbuatannya sehingga dapat disimpulkan bahwa yang memiliki gangguan mental tidak cakap. Terdapat beberapa tipe orang yang kesehatan mentalnya terganggu, antara lain *insanity, congenital deficiencies in intelligens, mental disability resulting from old age, accidents, or organic disease*. Dimana terganggu atau tidaknya kesehatan mental seseorang dapat dibuktikan dengan menguji apakah orang

---

<sup>65</sup> *Ibid.*,

<sup>66</sup> Lina Jamilah, Asas Kebebasan Berkontrak Dalam Perjanjian Standar Baku. *Siyar Hukum*, 2012, 14.1: 26-36.

<sup>67</sup> Daniel V. Davidson et all, *Comprehensive Business Law, Principle and Cases*, (Kent Publishing Company, 1987), Hal. 203

<sup>68</sup> KARUNIA, Tria. “Syarat Sahnya Perjanjian. *dalam* <http://www.jurnalhukum.com/syarat-syarat-sahnya-perjanjian/>, akses, 3.

tersebut menyadari dan dapat memahani akibat dari suatu tindakan hukum yang dilakukannya.

Namun, KUHPerdara menentukannya secara berbeda, dalam pasal 1330 (2) KUHPerdara disebutkan bahwa salah satu golongan yang dinyatakan tidak cakap ialah seseorang yang di bawah pengampuan, sedangkan untuk menentukan seseorang di bawah pengampuan atau tidak dibutuhkan putusan pengadilan dan nyatanya di Indonesia tidak semua orang yang mengalami gangguan mental dimintakan pengampuan.

Bila demikian, maka dapat dikatakan bahwa seseorang yang walaupun dalam kenyataannya mengalami gangguan mental namun tidak dimintakan pengampuan, secara hukum harus dianggap cakap. Tetapi, bila diteliti lebih jauh mengenai esensi dari ketidakcakapan secara mental bukan ada pada persoalan apakah seseorang itu di bawah pengampuan atau tidak melainkan apakah seseorang itu secara mental memahami apa yang dilakukannya.<sup>69</sup> Misalnya, seseorang yang mengalami gangguan mental karena stress tidak terpilih sebagai caleg haruslah dianggap tidak cakap walaupun tidak berada di bawah pengampuan.

Selain faktor kesehatan mental, kecakapan pun ditentukan berdasarkan faktor usia atau kedewasaan. Seseorang yang masih di bawah umur dianggap belum memiliki kemampuan untuk

---

<sup>69</sup> Agus Sardjono, dkk, *Pengantar Hukum Dagang*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2014), Hal. 16

memahami apa akibat dari tindakan hukum yang diperbuatnya. Oleh karena itu undang-undang menyatakan bahwa seseorang yang belum dewasa tidak memiliki *legal capacity*. Terkait batas usia untuk menentukan kapan seseorang dinyatakan dewasa terdapat perbedaan antara berbagai hukumnya masing-masing.<sup>70</sup> KUH Perdata menentukan ketika telah mencapai 21 tahun atau telah menikah<sup>71</sup> sedangkan UU No. 1 tahun 1974 menentukan bahwa 18 tahun<sup>72</sup> ialah batas usia seseorang dinyatakan dewasa. Contohnya, seorang artis cilik berusia 11 tahun yang ingin membuat perjanjian kerja dengan sebuah *Production House* harus diwakilkan oleh orang tua atau walinya karena berdasarkan usia artis cilik tersebut oleh undang-undang ia dinyatakan tidak cakap.

Selain syarat subjektif yang harus dipenuhi oleh para pihak, mereka juga harus memperhatikan syarat lain, yaitu syarat objektif. Jika dalam syarat subjektif dibagi menjadi beberapa bagian, maka begitu pula untuk syarat objektif perjanjian. Syarat objektif perjanjian menurut doktrin ilmu hukum, dibagi menjadi dua bagian.

---

<sup>70</sup> Agus Sardjono, dkk, *Pengantar Hukum...*, Hal. 15

<sup>71</sup> Pasal 330 KUH Perdata

<sup>72</sup> Pasal 47 UU Nomor 1 Tahun 1974 tentang Perkawinan

## 1. Tentang hal tertentu dalam perjanjian

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata memberikan penjelasan maksud dari “hal tertentu” tersebut. Dalam Pasal 1333 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata disebutkan.

Suatu perjanjian harus mempunyai sebagai pokok perjanjian berupa suatu kebendaan yang paling sedikit ditentukan jenisnya. Tidaklah menjadi halangan bahwa jumlah kebendaan tidak tentu, asal saja jumlah itu kemudian dapat ditentukan atau dihitung.

Beberapa pakar hukum perdata Indonesia memberikan penjelasan, perjanjian yang dilakukan oleh para pihak, di dalamnya haruslah mengandung suatu ketentuan tentang eksistensi benda, baik berwujud maupun tidak berwujud. Dalam ketentuan eksistensi tentang benda berwujud, sesuatu tersebut harus ditentukan secara pasti. Contohnya adalah jumlah benda yang ditentukan secara pasti.<sup>73</sup>

## 2. *Causa* halal

*Causa* halal atau jika disebut dalam bahasa Indonesia adalah tujuan halal dari perjanjian. Dalam Pasal 1335 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata disebutkan.<sup>74</sup> “Suatu perjanjian tanpa sebab, atau yang telah dibuat karena suatu sebab yang palsu atau yang terlarang, tidaklah mempunyai kekuatan”.

---

<sup>73</sup> Kartini Muljadi dan Gunawan Widjaja, *Perikatan yang Lahir...*, Hal. 154-156. Lihat juga Pasal 1234 dan Pasal 1332 sampai 1334 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

<sup>74</sup> Indonesia Legal Center Publishing, *Kitab Undang-Undang...*, Hal. 245

Dari isi pasal tersebut kita bisa mengetahui bahwa yang dimaksud dengan “sebab halal” dalam perjanjian adalah bukan tanpa sebab, bukan sebab yang palsu, bukan sebab yang terlarang.<sup>75</sup> Prof. Abdulkadir Muhammad memberikan penjelasan tentang sebab halal tersebut. Menurutnya, apa yang dimaksud dengan sebab halal adalah tujuan dari perjanjian yang akan dicapai oleh pihak-pihak itu sifatnya harus halal. Yaitu, dalam arti bahwa tidak dilarang oleh undang-undang, tidak bertentangan dengan ketertiban umum, dan tidak bertentangan dengan kesusilaan masyarakat (Pasal 1337).<sup>76</sup>

## 5. Perjanjian Jual Beli Dalam *Electronic Commerce*

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik atau disebut dengan UU ITE memberikan definisi tentang transaksi elektronik atau perjanjian dalam transaksi elektronik (*electronic commerce*). Pasal 1 angka 2 memberikan penjelasan bahwa yang dimaksud dengan transaksi elektronik adalah “Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan computer, jaringan computer, dan/atau media elektronik lainnya”.

Inilah yang kemudian dikenal oleh masyarakat sebagai *electronic commerce*. Sedikit berbeda dengan perjanjian yang dilakukan

---

<sup>75</sup> Kartini Muljadi dan Gunawan Widjaja, *Perikatan yang Lahir...*, Hal. 161

<sup>76</sup> Abdul Kadir Muhammad, *Hukum Perdata...*, Hal. 303. Lihat juga Pasal 1337 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

pada umumnya, perjanjian *electronic commerce* dilakukan dengan cara tanpa mempertemukan para pihak. Perjanjian tersebut dilakukan melalui media elektronik berupa computer, jaringan computer maupun media elektronik lainnya. Sedangkan, pada umumnya, perjanjian dilakukan ketika para pihak yang akan mengikatkan diri bertemu dan bertatap secara langsung, kemudian bersepakat mengikatkan diri dalam suatu perjanjian. Inilah perbedaan antara perjanjian yang dilakukan melalui *electronic commerce* dengan perjanjian pada umumnya.<sup>77</sup>

Dalam *electronic commerce*, perjanjian jual beli yang dilakukan disebut dengan kontrak elektronik. Pada Pasal 1 angka 17 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik disebutkan bahwa yang dimaksud dengan kontrak elektronik adalah perjanjian para pihak yang dibuat melalui sistem elektronik.<sup>78</sup>

Kembali pada dasar dari sahnya perjanjian seperti yang tercantum pada Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Yaitu, kesepakatan mereka yang mengikatkan dirinya; kecakapan untuk membuat suatu perikatan; suatu pokok persoalan tertentu; suatu sebab yang tidak terlarang.<sup>79</sup> Dalam kontrak elektronik pun juga harus dipenuhi 4 (empat) syarat tersebut. jika diuraikan, maka dalam kontrak terdapat:

---

<sup>77</sup> Shinta Vinayanti Bumi, dan Anak Agung Sri Indrawati. "Syarat Subjektif Sahnya Perjanjian Menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata) Dikaitkan Dengan Perjanjian E-Commerce." *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* (2013). Lihat juga Subekti, *Aneka Perjanjian*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 1995), Hal. 3

<sup>78</sup> Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

<sup>79</sup> Indonesia Legal Center Publishing, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (Bulgerlijk Weboek voor Indonesie)*, (Jakarta Selatan: Indonesia Legal Center Publishing, 2013), Hal. 245

- a. Ada kontrak
- b. Para pihak
- c. Kesepakatan
- d. Barang atau klausula halal yang menjadi objek kontak (perjanjian)

Dalam jual beli *electronic commerce* ada beberapa pihak yang berperan penting, seperti penjual, pembeli, dan penyedia situs perdagangan *online*. Dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, disebutkan pengertian dari masing-masing pihak yang berperan tersebut. Semua terangkum atau disebutkan dalam Pasal 1 (satu), yang terbagi ke dalam beberapa angka atau point. Pasal 1 angka 18 menyebutkan bahwa “Pengirim adalah subjek hukum yang mengirimkan informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik”. Kemudian, Pasal 1 angka 19 menyebutkan, “Penerima adalah subjek hukum yang menerima informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik pengirim”. Pasal 1 angka 21, “Orang adalah orang perseorangan, baik warga negara Indonesia, warga negara asing, maupun badan hukum”. Pasal 1 angka 22 menyebutkan, “Badan usaha adalah perusahaan perseorangan atau perusahaan persekutuan, baik yang berbadan hukum maupun yang tidak berbadan hukum”.<sup>80</sup>

---

<sup>80</sup> Pasal 1 angka 18-22 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2011 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Dalam kaitannya para pihak yang bersepakat membuat suatu perjanjian (kontrak) elektronik tersebut, tidak bisa dilepaskan dari yang namanya bukti kesepakatan. Sering dalam perjanjian (kontrak) secara tertulis, sebagai sebuah tanda bukti bersepakatnya para pihak, maka dibubuhkan suatu tanda tangan. Maka, dalam perjanjian (kontrak) elektronik pun juga sama. Pasal 1 angka 12 menyebutkan yang dimaksud dengan tanda tangan elektronik adalah.<sup>81</sup>

Tanda tangan elektronik adalah tanda tangan yang terdiri atas informasi elektronik yang dilekatkan, terasosiasi atau terkait dengan informasi elektronik lainnya yang digunakan sebagai alat verifikasi dan autentikasi

Lebih lanjut, pada Pasal 1 angka 13 disebutkan apa yang dimaksud dengan penanda tangan, yaitu “subjek hukum yang terasosiasikan atau terkait dengan tanda tangan elektronik”. Para pihak yang menjadi pengirim dan penerima, semua terkait dan terikat dalam hal ini.<sup>82</sup>

## **G. HUKUM ISLAM TENTANG JUAL BELI**

Setiap perbuatan muamalah pada dasarnya adalah boleh, sampai ada dalil yang mengharamkannya.<sup>83</sup> Muamalah sendiri menurut Rasyid Ridha sebagaimana ditulis oleh Prof. Racmat Syafei seorang dosen di salah satu

---

<sup>81</sup> Pasal 1 angka 12 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

<sup>82</sup> Pasal 1 angka 13 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

<sup>83</sup> Agus Arwani, Epistemologi Hukum Ekonomi Islam (Muamalah), *Religia*, 2017, Diakses Melalui [Http://E-Journal.iainpekalongan.ac.id/index.php/Religia/Article/View/126](http://E-Journal.iainpekalongan.ac.id/index.php/Religia/Article/View/126), Pada Tanggal 18 Januari 2019

universitas Islam Negeri di Indonesia, memiliki arti sebagai tukar menukar barang atau sesuatu yang bermanfaat dengan cara yang telah ditentukan.<sup>84</sup> Perdagangan secara etomologi mempunyai arti saling tukar menukar. Perdagangan dalam bahasa arab disebut dengan *al-tijarah* atau *al-bai'*. Perdagangan juga bisa berarti menukar barang atau jasa berdasarkan kesepakatan.

Menurut Muhammad Djakfar, salah seorang guru besar dalam bidang ilmu Ekonomi Islam, jual beli dalam Islam mempunyai pengertian tentang salah satu bentuk bisnis dalam perdagangan yang bertujuan untuk mencari keuntungan.<sup>85</sup> Hal tersebut dilandaskan pada kutipan surat Faatir ayat 29.<sup>86</sup>

يَرْجُونَ تِجْرَةً لَّنْ تَبُورَ

... mereka itu mengharapkan perniagaan yang tidak akan merugi

Jual beli dalam dunia perniagaan merupakan transaksi yang paling melekat dalam diri masyarakat. Pada prinsipnya, jual beli diperbolehkan

<sup>84</sup> Rachmat Syafei, *Fiqh Muamalah*, (Bandung: Cv Pustaka Setia, 2000), Hal. 16

<sup>85</sup> Muhammad Djakfar, *Hukum Bisnis Membangun Wacana Integrasi Perundangan Nasional dengan Syariah*, (Malang, UIN-Malang Press, 2009), Hal. 170

<sup>86</sup> Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah*, Terj. Yayasan Penyelenggara Penerjemah Al-Qur'an, (Solo: PT. Tiga Serangkai Pustaka Mandiri, 2015), Hal. 437

selama tidak ada dalil yang mengharamkannya.<sup>87</sup> Namun, bagi setiap pihak atau pelaku yang melakukan jual beli hendaknya tetap berhati-hati. Berhati-hati dalam setiap prosesnya jual beli, diperbolehkan atau tidak. Kemudian, cara dan barang yang diperdagangkan merupakan suatu yang halal atau tidak.

Secara etimologis, jual beli mempunyai pengertian berupa mengganti sesuatu dengan sesuatu yang lain.<sup>88</sup> Sedangkan, secara termonologis, jual beli adalah saling menukar harta dengan harta melalui cara tertentu.<sup>89</sup> Menurut Sayyid Sabiq, jual beli mempunyai arti saling tukar menukar harta dengan atas dasar saling suka.<sup>90</sup>

Dari beberapa pengertian di atas dapat dipahami bahwa jual beli menunjukkan suatu aktivitas yang di dalamnya terdapat pihak yang mengatakan “menjual” dan ada pihak yang mengatakan “membeli” sebagai bukti menerima barang yang ditukar tersebut dengan barang lainnya atas dasar sama suka. Dalam aktivitas atau perbuatan tersebut haruslah jelas barang dan kepemilikannya, termasuk di dalamnya jumlahnya.<sup>91</sup>

Pada prinsipnya di dalam jual beli terdapat suatu kemaslahatan, yaitu prinsip *ta'awun*. Menurut Muhammad Djakfar, jual beli merupakan kegiatan saling membantu antara yang satu dengan yang lainnya dengan prinsip saling

---

<sup>87</sup> Muhammad Djakfar, *Hukum Bisnis...*, Hal. 170

<sup>88</sup> Abdullah al-Mushlih dan Shalah ash-Shawi, *Fikih Ekonomi Keuangan Islam*, ter. Abu Umar Basyir, (Jakarta: Darul Haq, 2004), Hal. 89

<sup>89</sup> Muhammad Djakfar, *Hukum Bisnis...*, Hal. 172

<sup>90</sup> Sayyid Sabiq, *Fiqh al-Sunnah*, (Beirut: Dar al-Fikr, 1977)

<sup>91</sup> Muhammad Djakfar, *Hukum Bisnis...*, Hal. 173

menguntungkan sesuai ketentuan syariat.<sup>92</sup> Dalam Islam tentang dasar hukum jual beli terdapat dalam QS. Al-Baqarah ayat 275:<sup>93</sup>

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ  
 مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ  
 الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ  
 وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

*Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan 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 Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.*

QS. Al-Baqarah ayat 198:<sup>94</sup>

<sup>92</sup> Muhammad Djakfar, *Hukum Bisnis...*, Hal. 174

<sup>93</sup> Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah*, Terj. Yayasan Penyelenggara Penerjemah Al-Qur'an, (Solo: PT. Tiga Serangkai Pustaka Mandiri, 2015), Hal. 47

<sup>94</sup> Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah*, Terj. Yayasan Penyelenggara Penerjemah Al-Qur'an, (Solo: PT. Tiga Serangkai Pustaka Mandiri, 2015), Hal. 31

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ ۚ فَإِذَا أَفَضْتُمْ مِّنْ  
 عَرَفَاتٍ فَأَذْكُرُوا اللَّهَ عِندَ الْمَشْعَرِ الْحَرَامِ وَاذْكُرُوهُ كَمَا هَدَيْتُمْ وَإِنْ  
 كُنْتُمْ مِّن قَبْلِهِ لَمِن الضَّالِّين ﴿٦٨﴾

*Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezeki hasil perniagaan) dari Tuhanmu. Maka apabila kamu telah bertolak dari 'Arafat, berdzikirlah kepada Allah di Masy'arilharam. dan berdzikirlah (dengan menyebut) Allah sebagaimana yang ditunjukkan-Nya kepadamu; dan sesungguhnya kamu sebelum itu benar-benar termasuk orang-orang yang sesat.*

Selain itu, dalam hadist Nabi Muhammad SAW juga memberikan pengarahan dan penjelasan tentang hukum jual beli tersebut. Antara lain hadist berikut:

*Nabi Muhammad SAW pernah ditanya: Apakah pekerjaan yang paling baik? Rasulullah menjawab: Usaha tangan manusia sendiri dan setiap jual beli yang diberkati.*

*Jual beli itu atas dasar suka sama suka.*

Dari dasar hukum yang telah diuraikan di atas, dapat diketahui bahwa dalam jual beli terdapat prinsip yang tidak bisa dipisahkan atau dihilangkan,

yaitu keuntungan. Keuntungan dalam hal ini menyangkut pada keuntungan dari para pihak yang berkepentingan dalam jual beli atau antara para pihak.

## H. SALAM (Jual Beli Pesanan)

### 1. Dasar Hukum Islam

Dalam kegiatan muamalah, khususnya jual beli, konsep secara pesanan sudah lazim ada sejak zaman dulu. Rasulullah SAW telah mempraktikkan jual beli ini pada zamannya.

Selain hadits di atas, para *fuqaha* dalam menetapkan hukum dari jual beli pesanan ini antara lain berlandaskan pada QS. Al-Baqarah: 282 sebagaimana bunyinya berikut ini:<sup>95</sup>

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ ...



*Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya.*

<sup>95</sup> Tim Laskar Pelangi, *Metodologi Fiqih Muamalah Diskursus Metodologis Konsep Interaksi Sosial-Ekonomi*, (Kota Kediri, Lirboyo Press, 2015), Hal. 86

Selain itu, Sunan At-Turmudzi meriwayatkan sebuah hadist dari Nabi Muhammad SAW tentang jual beli pesanan ini:

*Sesungguhnya Nabi SAW bersabda, barang siapa mengadakan transaksi salam, maka hendaknya melakukannya dalam takaran, timbangan, dan tempo yang diketahui. (HR. At-Turmudzi)*

## 2. Pengertian Salam atau Jual Beli Pesanan

Definisi *salam* adalah transaksi dalam jual beli barang yang bersifat tanggungan namun dengan pembayaran lunas di depan atau *cash*.<sup>96</sup> Pada pengertian lain, *salam* bisa juga dikatakan sebagai kontrak jual beli atas suatu barang/benda yang letak pembayarannya berada di awal akad disepakati, sedangkan penyerahan barangnya dilakukan pada kemudian hari yang telah disepakati.

Secara etimologis, *salam* mempunyai arti segera (*isti'jal*). Pemberian istilah tersebut karena didalam akad *salam* mengandung unsur kesegeraan dalam hal pembayaran.<sup>97</sup> Selain itu, penamaan *salam* terkait erat dengan substansi akad yang diadakan yaitu keharusan serah terima *ra's al-mal* atau alat pembayaran terlebih dahulu sebelum serah terima

---

<sup>96</sup> Tim Laskar Pelangi, *Metodologi Fiqih Muamalah Diskursus Metodologis Konsep Interaksi Sosial-Ekonomi*, (Kota Kediri, Lirboyo Press, 2015), Hal. 86

<sup>97</sup> البجيرمي على الخطيب, دار الكتب العلمية, ٣/٣٤٣-٣٤٤

barang.<sup>98</sup> Berikut akan dibahas beberapa unsur yang ada dalam *salam*, seperti akad, pihak yang berakad, alat pembayaran, dan barang.

a. Rukun Akad *Salam*

Seperti pada umumnya suatu akad perjanjian didalamnya bisa dipastikan mengandung unsur-unsur rukun yang wajib untuk dipenuhi terlebih dahulu. Tujuan pemenuhan unsur rukun tersebut tidak lain untuk menghindari adanya keharaman atau kemakruhan karena tidak terpenuhi salah satu unsurnya. Berikut ada beberapa rukun yang harus dipenuhi dalam akad *salam*. Seperti pada umumnya akad jual, pada *salam* terdapat rukunnya, yaitu *sighath* atau *ijab qabul*, pihak yang berakad (*'Aqidain*), barang/benda (*Muslam Fih*), dan alat pembayaran (*Ra's Al-Mal*).<sup>99</sup>

1) *Sighath* atau *Ijab Qabul*

Pengertian *sighath* secara umum disebutkan oleh Prof. Rachmat Syafei adalah segala sesuatu yang dikerjakan oleh seseorang berdasarkan keinginannya sendiri, seperti wakaf, talak, pembebasan, atau sesuatu yang pembentukannya membutuhkan keinginan dua orang seperti jual beli, perwakilan, dan gadai.<sup>100</sup> Sebagaimana dalam redaksi Ibnu Taimiyyah yang beliau kutip pada *Nazhariyah Al-Aqdi*.<sup>101</sup>

<sup>98</sup>أسنى المطالب، دار الفكر، ٢٢٥/٣

<sup>99</sup>افقه المنهجي، الفطرة، ٤٦/٣

<sup>100</sup> Rachmat Syafei, *Fiqh Muamalah Untuk UIN, STAIN, PTAIS, dan Umum*, (Bandung, CV Pustaka Setia, ttt), Hal. 44 Lihat juga Ibnu Taimiyyah, *Nazhariyah Al-Aqdi*, Hal. 18-21, 78

<sup>101</sup> Ibnu Taimiyyah, *Nazhariyah Al-Aqdi*, Hal. 18-21, 78

Sedangkan dalam pengertian secara khusus para ulama fiqh mendefinisikannya sebagai:

Perikatan yang dilakukan dan ditetapkan atas objeknya berdasarkan *ijab qabul*.<sup>102</sup>

*Sighath* atau dalam bahasa transaksinya disebut sebagai *ijab qabul* yang didalamnya menunjukkan makna pembelian barang dengan *salam*.<sup>103</sup>

## 2) Jenis *Sighat* atau *Ijab Qabul*

*Sighat* atau *ijab qabul* merupakan unsur dalam jual beli yang disandarkan pada dua pihak atau lebih yang menunjukkan kehendak hatinya tentang terjadinya suatu peristiwa.<sup>104</sup> Penunjukan atau pengungkapan maksud atas kehendak hatinya tersebut bisa dilakukan dengan cara, lafadz, tulisan, maupun isyarat.

### 2.a. *Sighat* atau *Ijab Qabul* dengan lafadz

Pada umumnya metode penyertaan atau penunjukan maksud seperti ini banyak digunakan oleh masyarakat. Pernyataan kehendak ini disampaikan secara lisan. Penunjukan maksud ini mudah dilakukan dan mudah

<sup>102</sup> Ibn Abidin, *Radd Al-Mukhtar 'Ala Dar Al-Mukhtar*, juz II, Hal. 355

<sup>103</sup> Tim Laskar Pelangi, *Metodologi Fiqih...*, Hal. 89

<sup>104</sup> Rachmat Syafei, *Fiqh Muamalah Untuk...*, Hal. 44 Lihat juga Ibnu Taimiyyah, *Nazhariyah Al-Aqdi*, Hal. 18-21, 78

dipahami oleh pihak-pihak yang berakad. Dalam hal jual beli, pengucapan lafadz serah terima barang tidak harus menyebutkan isi atau barang tersebut.<sup>105</sup>

#### 2.b. *Sighat* atau *Ijab Qabul* dengan Perbuatan

Dalam *ijab qabul* pada prakteknya di masyarakat umum ada yang tidak menggunakan *ijab qabul* secara lisan, namun dilakukan secara perbuatan. Pada zaman sekarang ini banyak ditemukan praktek model *ijab qabul* jenis ini. Contohnya yang umum ditemui adalah praktek jual beli, dimana penjual menyerahkan barang dan pembeli menerima dengan menyerahkan uang/alat pembayaran.<sup>106</sup>

#### 2.c. *Sighat* atau *Ijab Qabul* dengan Isyarat

Bagi orang yang mempunyai kelengkapan indra atau disebut dengan normal, melakukan *ijab qabul* secara biasa adalah wajib. Namun, bagi mereka yang mempunyai keterbatasan, akad secara isyarat adalah boleh. Hal itu karena ketidakmampuan mereka dalam menyatakan *ijab qabul* secara lisan maupun perbuatan. Namun, apabila

---

<sup>105</sup> Rachmat Syafei, *Fiqh Muamalah Untuk...*, Hal. 46

<sup>106</sup> Johar Arifin, Substansi Akad Dalam Transaksi Syariah. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari'ah*, 2016, 6.1. diakses melalui <http://www.syekhnurjati.ac.id/jurnal/index.php/amwal/article/view/256> pada 10 April 2019

mampu dan dianggap tulisannya bagus, maka dianjurkan untuk melakukan *ijab qabul* secara tertulis.<sup>107</sup>

#### 2.d. *Sighat* atau *Ijab Qabul* dengan Tulisan

Dibolehkan melakukan *ijab qabul* atau akad secara tulisan, baik bagi mereka yang mempunyai fisik atau kemampuan normal maupun yang cacat. Catatannya adalah tulisannya bagus, jelas, tampak dan dapat dipahami oleh para pihak.

#### b. Syarat Akad *Salam*

Syarat akad *salam* dan ketentuan-ketentuannya ada yang terdapat dalam harga pada barang yang harus dibayarkan. Tim penyusun buku Laskar Pelangi dari Lirboyo menyebutkan dalam bukunya *Metodologi Fiqh Muamalah Diskursus Metodologis Konsep Interaksi Sosial-Ekonomi* sebagai berikut tentang syarat akad *salam*:<sup>108</sup>

- 1) Menyebutkan kriteria barang (pesanan) secara spesifik. Kriteria tersebut meliputi sifat, jenis, macam dan kadar. Kadar dalam hal ini bisa diartikan sebagai kuantitas atau jumlah dari barang tersebut.
- 2) Menentukan waktu serah terima barang. Artinya, penyerahan barang dilakukan dalam tempo tertentu, yang telah disepakati oleh pembeli dan penjual.

---

<sup>107</sup> Tim Laskar Pelangi, *Metodologi Fiqh Muamalah Diskursus Metodologis Konsep Interaksi Sosial-Ekonomi*, (Kota Kediri, Lirboyo Press, 2015), Hal. 87

<sup>108</sup> Tim Laskar Pelangi, *Metodologi Fiqh Muamalah...*, Hal. 89-91

- 3) Tempat juga menjadi syarat tambahan yang harus disebutkan secara jelas, dimana barang tersebut akan diserahkan, misal di rumah pembeli atau di suatu pasar. Penentuan tempat dilakukan apabila tempat berlangsungnya transaksi tidak layak untuk dilakukannya serah terima barang. Namun, syarat ini juga bisa dilakukan dengan cara pengiriman. Dengan catatan bahwa, telah terjadi kesepakatan antara pembeli dan penjual tentang biaya pengiriman barang tersebut.
  - 4) Akad *salam* dilakukan secara terang (final). Di dalam akad salam tidak berlaku khiyar syarat bagi kedua belah pihak, baik dalam hal harga maupun barang.
- c. Syarat barang

Seperti yang telah disebutkan di atas, bahwa barang diserahkan berupa benda yang telah ditentukan jenis, kadar dan sifatnya. Ada beberapa syarat dalam hal tersebut yang harus diketahui, antara lain, yaitu:<sup>109</sup>

- 1) Barang harus berupa yang bisa dicirikan (disebutkan cirinya secara jelas) melalui kriteria atau sifatnya-sifatnya. Dengan kata lain, hal yang disebutkan tersebut adalah sesuatu yang memikat dan menarik minat dari pembeli. Seperti cirri barang tersebut bermerk A dengan kualitas A dengan Z.

---

<sup>109</sup> Tim Laskar Pelangi, *Metodologi Fiqih Muamalah Diskursus Metodologis Konsep Interaksi Sosial-Ekonomi*, (Kota Kediri, Lirboyo Press, 2015), Hal. 94-97

- 2) Barang harus bisa diketahui jenis, macam dan kadarnya. Penjual harus menyebutkan jenis barang, macamnya dan kadar (kuantitas atau jumlah) barang yang diperdagangkannya tersebut.
  - 3) Barang harus berstatus hutang.
  - 4) Barang harus berupa yang mudah dan mungkin pengadaannya, tidak berupa barang langka atau yang sulit didapatkan. Karena hal tersebut akan berpengaruh dalam pemenuhan tanggungan oleh penjual terhadap hak pembeli.
- d. Syarat harga

Seperti pada jual beli pada umumnya, barang yang dijual haruslah ditentukan harganya terlebih dahulu di awal. Hal tersebut juga harus diketahui oleh pembeli yang akan membeli barang tersebut. Ini untuk menghindari adanya cacat, baik harga maupun barang yang dibeli. Diantara syarat harga, antara lain:<sup>110</sup>

- 1) Harga harus *ma'lum*, yaitu bisa dengan sekedar dengan menyaksikan atau mengerti dalam ucapan (tulisan juga), jika status barang ditentukan jelas dengan mengetahui kadar, jenis, sifatnya dan berada dalam tanggungan.
- 2) Serah terima dilakukan dalam majelis akad, baik dalam majelis maupun di tempat yang terpisah.

---

<sup>110</sup> Tim Laskar Pelangi, *Metodologi Fiqih Muamalah Diskursus Metodologis Konsep Interaksi Sosial-Ekonomi*, (Kota Kediri, Lirboyo Press, 2015), Hal. 91-94

## I. KORELASI AS-SALAM DENGAN *E-COMMERCE*

Pertukaran yang dilakukan sekarang ini berupa barang dengan uang yang sah menurut masing-masing negara.<sup>111</sup> Menurut Sayyid Sabiq, jual beli atau perdagangan adalah pemindahan hak milik dengan jalan saling menukar dan merelakan disertai cara yang dibolehkan.<sup>112</sup> Menurut al-Kasabi, salah seorang ahli fiqh madzhab Hanafiyah, yang disebut dengan perdagangan adalah menukarkan sebagian harta yang dimiliki dengan harta orang lain melalui tata cara tertentu, atau menukarkan sesuatu yang disenangi dengan sesuatu yang disenangi lainnya yang dapat dipahami dengan *al-bai' melalui ijab qabul*.<sup>113</sup>

Menurut al-Bahuti dalam Haris Faulidi<sup>114</sup> *al-salam* atau disebut juga *as-salaf* merupakan istilah dalam bahasa Arab yang mengandung makna penyerahan. Lebih lanjut ia mendefinisikan *al-salam* sebagai transaksi atas sesuatu yang masih berada dalam tanggungan dengan kriteria-kriteria tertentu dan diserahkan kemudian dengan pembayaran harga di tempat kontrak. Atau secara lebih ringkas disebutkan jual beli yang ditangguhkan dengan harga disegerakan.

Dari berbagai perbedaan definisi yang disebutkan nampak ada beberapa poin yang disepakati. Pertama, disebutkan bahwa *al-salam* merupakan suatu transaksi dan sebagian menyebutnya sebagai transaksi jual

---

<sup>111</sup> Ghofur, Abdul. "Problematika Perdagangan Online: Telaah Terhadap Aspek Khiyar Dalam E-Commerce." *Al-Manahij: Jurnal Kajian Hukum Islam* 10.2 (2016): 295-308.

<sup>112</sup> As-Sayyid Sabiq, *Fiqh Al-Sunnah*, (Beirut: Dar Al-Kitab Al-Arabi, 1977), Hal. 126

<sup>113</sup> Ghofur, Abdul. "Problematika Perdagangan Online: Telaah Terhadap Aspek Khiyar Dalam E-Commerce." *Al-Manahij: Jurnal Kajian Hukum Islam* 10.2 (2016): 295-308.

<sup>114</sup> Haris Faulidi, *Transaksi Bisnis Ecommerce*, (Yogyakarta : Magistra, 2004), Hal. 92

beli. Kedua, adanya keharusan menyebutkan kriteria-kriteria untuk sesuatu yang dijadikan obyek transaksi / *al-muslim fih*. Ketiga, obyek transaksi / *al-muslim fih* harus berada dalam tanggungan.

Transaksi *al-salam* boleh sesuai dengan al-Qur'an dan as-Sunnah dan berlandaskan atas dasar, bahwa:

- a. Di dalam transaksi *al-salam* terdapat unsur yang sejalan dengan upaya merealisasikan kemaslahatan perekonomian (*mashlahah al-iqtishâdiyyah*).
- b. Transaksi *al-salam* merupakan *rukhsah* (suatu dispensasi atau sesuatu yang meringankan) bagi manusia.
- c. Transaksi *al-salam* memberikan kemudahan kepada manusia.

Transaksi *as-salam* merupakan bagian dari transaksi jual beli biasa. Hanya saja dalam transaksi *al-salam* terdapat persyaratan tambahan yang menentukan validitas transaksi tersebut. Karena dalam transaksi *al-salam* produk yang dijadikan obyek transaksi tidak ada tidak dapat dihadirkan pada saat transaksi terjadi. Penjual, dalam hal ini, hanya menyebutkan kriteria-kriteria tertentu pada produk yang akan dijual.

Seperti halnya jual beli biasa, transaksi *as-salam* memiliki unsur-unsur yang harus ada dan saling berhubungan ketika terjadinya suatu transaksi jual beli. Unsur-unsur yang dimaksudkan merupakan tiga unsur rukun (termasuk pihak-pihak yang terlibat) dalam transaksi

*al-salam*, yaitu pertama tentang *sighat* transaksi, kedua tentang pelaku transaksi, dan ketiga tentang obyek transaksi.

Ketiga unsur tersebut harus ada untuk terjadinya transaksi (*al-salam*). Tidak mungkin dapat dibayangkan terciptanya suatu transaksi apabila tidak ada orang yang melakukan transaksi. Tetapi adanya orang yang bertransaksi belum dengan sendirinya melahirkan transaksi, karena untuk terciptanya transaksi harus ada kehendak untuk melahirkan akibat hukum tertentu dari masing-masing pihak dan agar kehendak itu dapat diketahui oleh pihak lain sehingga bisa diberi persetujuan (kesepakatan) ia harus dinyatakan. Pernyataan kehendak masing-masing pihak yang bersepakat itu merupakan unsur yang membentuk transaksi dan dalam istilah fiqh disebut *sighat* transaksi. Selanjutnya harus ada sesuatu yang mengenai persetujuan dan kata sepakat itu diberikan, yaitu yang disebut obyek transaksi.

Masing-masing unsur yang membentuk transaksi di atas memerlukan ketentuan-ketentuan agar terbentuknya transaksi itu menjadi sempurna. Dalam istilah fiqh ketentuan-ketentuan dimaksud disebut syarat-syarat terbentuknya transaksi (*al-salam*).

Berdasarkan urutan sejarah, electronic commerce merupakan model transaksi baru yang ada sesudah *bai' as salam*. *Electronic commerce* ada sebagai akibat pesatnya perkembangan teknologi informasi abad ke – 21 ini. Secara normatif yuridis pun *bai' as salam* bersumber dari praktek jual beli yang dicontohkan oleh generasi awal Islam dan menjadi landasan

salah satu praktek fiqh jual beli yang terlegitimasi selama berabad-abad oleh umat Islam. Karena pengakuan jumbuh fuqaha itulah maka transaksi *al-salam* menjadi standar tolak ukur yang cukup baku untuk mengevaluasi transaksi sejenisnya yang muncul belakangan.

Memang *bai' al-salam* merupakan produk hukum fiqh Islam yang dirumuskan oleh para ulama dengan segala kemungkinannya untuk mengalami reaktualisasi dari masa ke masa agar senantiasa sesuai dengan tuntutan tempat dan waktu. Namun sebagaimana produk fiqh lainnya, hukum ini digali dengan menggunakan metodologi ijtihad dari dua sumber utama (*mashâdirul ahkâm*) hukum Islam; yaitu al-Qur'an dan as-Sunnah. Oleh karena hal itulah, *bai' al-salam* pada penelitian ini menjadi sebuah model transaksi klasik hukum Islam yang akan menjadi pembanding dan penganalisa transaksi *electronic commerce*.

Secara garis besar, antara *e-commerce* dengan *bai' al-salam* memiliki persamaan dan perbedaan yang sangat mendasar. Berdasarkan uraian di atas, paling tidak ada beberapa hal yang peneliti dapat rumuskan terkait dengan hal tersebut

Baik *bai' al-salam* maupun *electronic 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 atau obyek transaksi. Hanya saja, pada transaksi *e-commerce* maupun *bai' al-salam* obyek transaksi ditanggihkan penyerahannya walaupun telah terjadi kesepakatan jual

beli antara penjual dan pembeli. Setidaknya ini adalah persamaan mendasar antara *e-commerce* dan *bai' al-salam*.

## J. KHIYAR

Dalam suatu transaksi jual beli barang, para pedagang dengan pembeli pasti akan melakukan kegiatan tawar menawar didalamnya. Mencari suatu kesepakatan atas harga dari barang yang akan dijual dan dibeli oleh pembeli. Kegiatan tawar menawar yang dilakukan kedua belah pihak, terutama oleh pembeli, pasti ada alasan. Latar belakang pembeli menawar suatu harga barang yang dijual, biasanya adalah karena faktor ketidakcocokan menurut dirinya pribadi. Menurutnya, antara harga dengan kualitas barang tidak sesuai, itu bisa menjadi faktor utamanya. Untuk mencegah timbulnya pelanggaran hak dan kewajiban antara penjual dan pembeli, maka di dalam Hukum Islam muncul yang dinamakan dengan *Khiyar*.

*Khiyar* yang secara terminology berasal dari bahasa Arab *khara-yakhiru-khairan-wa khiyyaratan* memiliki arti usaha dalam memilih dalam pilihan yang terbaik. Dalam suatu konsep jual beli, khiyar masuk pada bagian dari *aqad* atau akad. Artinya, antara penjual atau pembeli dalam usahanya memilih pilihan, akan dilanjutkan dengan keputusan melanjutkan jual beli atau membatalkannya.<sup>115</sup> Menurut Prof. Rachmat Syafei, salah seorang dosen dan ketua bidang kajian hukum Islam, Pusat Pengkajian Islam dan Pranata (PPEP) IAIN Sunan Gunung Jati Bandung, dalam bukunya *Fiqh Muamalah*

---

<sup>115</sup> Muhammad Majdy Amiruddin, *Khiyār (hak untuk memilih) dalam Transaksi On-Line: Studi Komparasi antara Lazada, Zalora dan Blibli*, FALAH: Jurnal Ekonomi Syariah, 2016, 1.1: 47-62. Diakses melalui <http://ejournal.umm.ac.id/index.php/JES/article/view/2695/3382> pada 3 Maret 2019

menjelaskan bahwa akad yang sempurna, pada hakikatnya terhindar daripada khiyar.<sup>116</sup> Khiyar sendiri menurut para ahli fiqh atau ulama fiqh, disebut:<sup>117</sup>

*Suatu keadaan dimana aqid atau orang yang berakad mempunyai hak untuk memutuskan akadnya, yakni menjadikan atau membatalkannya jika khiyar tersebut berupa khiyar syarat, 'aib atau ru'yah, atau hendaklah memilih di antaradua barang khiyar ta'yin."*

Pihak yang akan membeli suatu barang namun pengetahuannya akan barang tersebut masih kurang, risiko yang akan muncul adalah kerugian karena tidak memahami akan bagian atau kecacatan yang ada pada barang tersebut. Khiyar dirancang dengan tujuan untuk mencegah dan melindungi para pihak yang berakad dari risiko yang akan timbul tentang kerugian.<sup>118</sup> Ligitimasinya secara hukum Islam bisa kita simak pada hadits berikut ini:<sup>119</sup>

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

<sup>116</sup> Rachmat Syafei, *Fiqh Muamalah untuk UIN, STAIN, PTAIS dan Umum*, (Bandung: CV Pustaka Setia, ttb), Hal. 103

<sup>117</sup> Wahbah al-Zuhaili, *Al-Fiqh Al-Islami wa Adillatuhu*, juz IV, (Dar Al-Fikr, 1989), Hal. 250

<sup>118</sup> Muhammad Majdy Amiruddin, *Khiyār (hak untuk memilih) dalam Transaksi On-Line: Studi Komparasi antara Lazada, Zalara dan Blibli*, FALAH: Jurnal Ekonomi Syariah, 2016, 1.1: 47-62. Diakses melalui <http://ejournal.umm.ac.id/index.php/JES/article/view/2695/3382> pada 3 Maret 2019

الرِّبَاۗءُ فَمَنْ جَاءَهُمْ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ <sup>ط</sup>  
 وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

*Orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan 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 Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.*

Legitimasi lainnya bisa dilihat dalam hadits Nabi Muhammad SAW

berikut:

Jika pihak penjual berbicara kebenaran dan mengungkapkan cacat barang, maka kontrak akan bermanfaat bagi keduanya. Jika mereka tidak berbicara kebenaran dan menyembunyikan cacat barang mereka, akan (Allah akan) mengurangi manfaat dari transaksi. (HR. Bukhari)

Melihat dari konteks hadits tersebut yang membicarakan tentang *khiyar*, kita mengetahui bahwa “Jika pihak penjual berbicara kebenaran dan mengungkapkan cacat barang... menyembunyikan cacat barang...” maka terlihat hadits tersebut menggambarkan tentang pertemuan antara penjual dengan pembeli pada satu tempat. Selain itu, pada zaman dahulu, jual beli dilakukan dengan cara bertemu secara langsung atau *offline*. Jika melihat hal tersebut, sejatinya *khiyar* menurut Syaikh Zainuddin bin Abdul Aziz al

Malibary, seorang ulama' *mutakhirin* bermadzhab syafi'iyah, beliau menjelaskan ada beberapa jenis *khiyar*, yaitu *khiyar majlis*, *khiyar syarat* dan *khiyar aib*.<sup>120</sup> Jenis *khiyar* seperti yang dijelaskan pada hadits di atas merupakan *khiyar majlis*.

Dalam laporan penelitian ini, peneliti mengambil kajian teori tentang jenis *khiyar* yang memungkinkan untuk diterapkan pada pokok masalah yang menjadi kajian. Jenis-jenis *khiyar* tersebut adalah *khiyar majlis*, *khiyar syarat* dan *khiyar aib*.

a. *Khiyar Majlis*

Hak bagi para pihak yang melakukan akad untuk membatalkan selagi masih berada pada tempat akad dan para pihak belum berpisah. Para pihak saling memilih sehingga muncul kelaziman dalam akad.<sup>121</sup>

Mereka atau para pihak yang berakad, akan disebut sah akadnya apabila dari mereka telah meninggalkan tempat berakad. Artinya, mereka berpisah dengan sukarela tanpa membawa beban atas cacat atau ketidakcocokan baik pada harga maupun barang yang menjadi objek akad. Sifat pada *khiyar* ini hanya terletak pada akad pertukaran atau barter, jual beli, upah mengupah.<sup>122</sup> Ada beberapa pengecualian yang didalamnya tidak boleh diberlakukan *khiyar majlis*, yaitu

---

<sup>120</sup> Syaikh Zainuddin bin Abdul Azis al Malibary, *Fat-hul Mu'in*, Terj., (Surabaya: Pustaka Agung Harapan, ttb), Hal. 546-549

<sup>121</sup> Wahbah al-Zuhaili, *Al-Fiqh Al-Islami...*, Hal. 250

<sup>122</sup> Rachmat Syafei, *Fiqh Muamalah...*, Hal. 113

b. *Khiyar Syarat*

Dalam beberapa jenis jual beli ada *khiyar* yang tidak hanya *khiyar majlis* saja yang berlaku. Namun, masih terdapat *khiyar* lain yaitu *khiyar syarat*. Contoh dari *khiyar syarat* adalah sebagai berikut “Saya beli barang ini dari kamu dengan catatan saya *berkhiyar* selama satu hari.” Menurut ulama fiqh, *khiyar syarat* merupakan suatu keadaan yang dibolehkan bagi salah seorang pihak yang akan melakukan akad. Keadaan tersebut antara lain adalah keadaan untuk membatalkan atau menetapkan akad untuk jadi membeli barang tersebut. Dasarnya adalah:

Suatu keadaan yang membolehkan salah seorang yang akad atau masing-masing yang akad atau selain kedua pihak yang akad memiliki hak atas pembatalan atau penetapan akad selama waktu yang ditentukan.

c. *Khiyar Aib*

Keadaan yang membolehkan salah seorang yang akad memiliki hak untuk membatalkan akad atau menjadikannya ketika ditemukannya aib (kecacatan) dari salah satu yang dijadikan alat tukar menukar yang tidak diketahui pemiliknya waktu akad.

Dengan demikian penyebab *khiyar aib* adalah adanya cacat dan barang yang dijual belikan atau harga kurang nilainya atau tidak sesuai dengan maksud atau orang yang akad tidak meneliti saat akad dimulai.

1) Aib mengharuskan khiyar

Ulama Hanafiyah dan Hanabilah berpendapat bahwa aib pada khiyar adalah segala sesuatu yang menunjukkan adanya kekurangan dari aslinya, misalnya berkurang nilainya dari barang yang dimaksud atau tidak adanya barang yang dimaksud.

2) Syarat tetapnya khiyar

Adaanya aib setelah akad atau belum diserahkan yakni aib tersebut telah lama ada. Pembeli tidak mengetahui adanya cacat ketika akad dan ketika menerima barang. Pemilik barang tidak mensyaratkan agar pembeli membebaskan jika cacat.

Ulama syafi'iyah dan Malikiyah menurut satu riwayat dari hanabilah berpendapat bahwa seorang penjual tidak sah meminta dibebaskan kepada pembeli kalau ditemukan aib, apabila aib tersebut sudah diketahui oleh keduanya.

3) Waktu khiyar aib

Tanpa ada sejak munculnya cacat walaupun akad telah berlangsung cukup lama, mengenai pembatalan akad setelah diketahui adanya cacat. Apabila barang masih berada ditangan pemilik pertama, yakni belum diserahkan di pembeli akad dianggap telah dikembalikan.

4) Hukum akad dalam khiyar aib

Hak kepemilikan barang khiyar yang masih memungkinkan adanya aib berada ditangan pada pembeli sebab jika tidak terdapat kecacatan, barang tersebut adalah milik pembeli secara lazim.

## K. Penelitian Terdahulu

Untuk mengetahui letak perbedaan antara karya ilmiah yang telah ada baik berupa tesis, disertasi maupun journal, maka peneliti perlu memaparkan hasil dari penemuan penelitian terdahulu.

Tesis yang berjudul *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi E-Commerce*, karya dari Bagus Hanindy Mantri, SH, Universitas Diponegoro, Semarang. Penelitian tersebut dilakukan pada tahun 2007 dan diterbitkan pada tahun yang sama. Pokok permasalahan yang menjadi pembahasan dari tesis tersebut, *pertama* apakah UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen telah bisa melindungi konsumen dalam transaksi *e-commerce*? *Kedua*, Bagaimana perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce*? *Ketiga*, Permasalahan apa saja yang timbul dalam perlindungan konsumen terhadap transaksi *e-commerce* dan bagaimana solusinya? Metode yang digunakan dalam penyusunan karya ini, menggunakan pendekatan normative. Alasannya adalah focus permasalahan yang mengacu pada pemberlakuan undang-undang tersebut di masyarakat. Pada bagian akhir penelitian didapatkan kesimpulan bahwa, *pertama* UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen belum mampu melindungi hak-hak konsumen *e-commerce*. Ketidakmampuan tersebut dikarenakan masih terbatasnya pengertian dari pelaku usaha yang berada di wilayah Indonesia. Selain itu, UU No. 8 Tahun 1999 belum bisa mengatur cakupan hak-hak konsumen. *Kedua*, seharusnya UUPK mengatur tentang perlindungan hukum dalam segi pelaku usaha, konsumen, produk, dan

transaksi. *Ketiga*, dari perspektif yuridis tentang keabsahan perjanjian menurut KUHPdt, penyelesaian sengketa *e-commerce*, UUPK yang tidak akomodatif, dan tidak adanya lembaga penjamin took online. Dari perspektif non-yuridis, keamanan dalam bertransaksi dan kurangnya pemahaman konsumen tentang transaksi *e-commerce*.<sup>123</sup>

Journal yang berjudul *Transaksi E-Commerce dalam Tinjauan Hukum Jual Beli Islam*, karya dari Azhar Muttaqin, Universitas Muhammadiyah Malang, Malang. Penelitian tersebut diterbitkan tahun 2010 oleh Universitas Muhammadiyah Malang. Pokok permasalahan yang menjadi focus penelitian adalah pandangan Islam terhadap jual beli melalui *e-commerce*. Untuk membatasi pembahasan, peneliti menegaskan bahwa dalam pembahasannya hanya akan dijelaskan tentang korelasi *e-commerce* dengan *bai' al-salam*. Di dalamnya memuat persamaan dan perbedaan dari kedua konsep transaksi. Jenis dari penelitian ini adalah studi pustaka dengan metode pendekatan yuridis normative. Dalam journal ini diperoleh kesimpulan bahwa ada persamaan antara *electronic commerce* dan *bai' al-salam*, yaitu terletak pada penangguhan barang setelah terjadinya akad. Kemudian letak perbedaannya ada pada substansinya, yaitu objek dan subjek/para pihak yang melakukan akad.<sup>124</sup>

Journal yang berjudul *E-Commerce di Singapura dan Indonesia: Sebuah Perbandingan Kebijakan*, oleh Ulya Amaliya, Universitas Gadjah

---

<sup>123</sup> Bagus Hanindyo Mantri, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2007)

<sup>124</sup> Muttaqin, Azhar. "Transaksi E-Commerce Dalam Tinjauan Hukum Jual Beli Islam." *Ulumuddin* 7.1 (2013).

Mada, Yogyakarta. Hasil Penelitian ini diterbitkan pada tahun 2011 oleh Universitas Gadjah Mada. Fokus permasalahan yang menjadi kajian dalam journal ini adalah tentang perbandingan kebijakan antara Singapura dan Indonesia mengenai *e-commerce*. Kesimpulan yang diperoleh dari pembahasan journal ini adalah negara Singapura lebih maju dalam hal penerimaan kemajuan media dagang dibandingkan Indonesia. hal tersebut dibuktikan dengan dikeluarkannya kebijakan dari Pemerintah Singapura pada tahun 2008. Sehingga, *e-commerce* menjadi legal dan mempunyai akses yang lebih bebas di negara Singapura. Sedangkan di Indonesia pada tahun tersebut belum ada kebijakan yang mengakomodir tentang kemajuan sistem dagang *e-commerce*.<sup>125</sup>

Letak perbedaan dalam penelitian ini dengan penemuan penelitian terdahulu yang sudah ada, adalah pada sistem *flash sale* yang merupakan *event* dari situs *electronic commerce* Lazada dan Bukalapak. Jadi, fokus pada penelitian ini menitikberatkan pada mekanisme dari setiap langkah berjalannya *flash sale* pada masing-masing dua situs tersebut. Situs *electronic commerce* dalam penelitian ini dibatasi hanya pada Lazada dan Bukalapak. Kekhususannya terletak pada *event flash sale* di dua situs ini, Lazada dan Bukalapak. Di Indonesia, dua situs inilah yang pertama kali menerapkan *flash sale* dalam *electronic commerce*-nya. Selain itu, kedua situs ini lebih dikenal oleh masyarakat Indonesia mulai dari golongan bawah-menengah, jadi lebih mengakar pada masyarakat dan banyak dipraktekkan jual belinya.

---

<sup>125</sup> Amalia, U. "E-Commerce Di Singapura Dan Indonesia: Sebuah Perbandingan Kebijakan." *Dipetik* 10.31 (2011): 2014.

Sistem *flash sale* tersebut akan dikaji berdasarkan *grounded theory fiqh muamalah*, dan Hukum Positif Indonesia. Hingga nanti diharapkan akan memperoleh data apakah sistem atau mekanisme berjalannya *flash sale* bertentangan atau tidak dengan kedua teori tersebut.