

**TRANSAKSI *E-COMMERCE* PADA *MARKETPLACE*  
TOKOPEDIA DALAM PERSPEKTIF FATWA DSN-MUI  
NOMOR 110/DSN-MUI/IX/2017 TENTANG AKAD JUAL BELI**

**SKRIPSI**

diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Hukum (S.H)  
Fakultas Syari'ah  
Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah



Oleh:

**QONITATUL JANNAH  
NIM: S20172100**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER  
FAKULTAS SYARIAH  
JUNI 2021**

**TRANSAKSI *E-COMMERCE* PADA *MARKETPLACE*  
TOKOPEDIA DALAM PERSPEKTIF FATWA DSN-MUI  
NOMOR 110/DSN-MUI/IX/2017 TENTANG AKAD JUAL BELI**

**SKRIPSI**

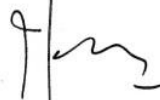
diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Hukum (S.H)  
Fakultas Syari'ah  
Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah

Oleh:

Qonitatul Jannah  
NIM: S20172100

Disetujui Pembimbing

8/21  
/5



**Dr. Mahmudah, S.Ag., M.E.I**  
NIP. 19750702 199803 2 002

**TRANSAKSI E-COMMERCE PADA MARKETPLACE  
TOKOPEDIA DALAM PERSPEKTIF FATWA DSN-MUI  
NOMOR 110/DSN-MUI/IX/2017 TENTANG AKAD JUAL BELI**

**SKRIPSI**

telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu  
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H)  
Fakultas Syari'ah  
Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah

**Hari: Kamis**

**Tanggal: 03 Juni 2021**

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris

  
**Dr. Martoyo, S.H.I., M.H**

NIP. 19781212 200910 1 001

  
**Baidlowi, M.H.I**

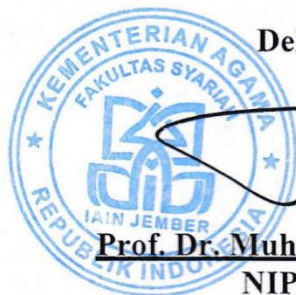
NIP. 19840422 201903 1 003

Anggota:

1. Dr. Sri Lumatus Sa'adah, M.H.I (  )

2. Dr. Mahmudah, S.Ag., M.E.I (  )

**Menyetujui**  
**Dekan Fakultas Syariah**



  
**Prof. Dr. Muhammad Noor Harisudin, M.Fil.I.**

NIP. 197809252005011002

## MOTTO

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ  
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

"Hai orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu." (Q.S. An-Nisa': 29).<sup>1</sup>



---

<sup>1</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *Alqur'an dan Terjemahan* (Semarang: Toha Putra, 1989), 118.



## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini kupersembahkan kepada kedua orang tuaku, yakni Bapak Rauzi dan Ibu Rukmaniyah yang selalu memberikan dukungan, semangat, motivasi, dan mendo'akanku setiap waktu, serta perjuangan mereka yang selalu berusaha memberikan yang terbaik untukku dengan penuh kasih sayang.



## ABSTRACT

Qonitatul Jannah, 2021: *e-Commerce Transactions on the Marketplace Tokopedia in the Perspective of the Fatwa DSN-MUI No. 110/DSN-MUI/IX/2017 of Trading Contract.*

**Keywords:** *e-Commerce, Tokopedia, Fatwa DSN-MUI No. 110 DSN-MUI/IX/2017.*

*The Covid-19 pandemic has caused e-Commerce transactions to grow rapidly. One of the e-Commerce transactions that people often do is through the marketplace Tokopedia. This e-Commerce transaction has advantages and disadvantages. In addition, in that marketplace, there are sellers who sell goods that are prohibited from being traded. Islam does not clearly regulate about this. However, the existence of the Fatwa DSN-MUI No. 110/DSN-MUI/IX/2017 of Trading Contract is able to provide an understanding of how e-Commerce transactions are permitted by comparing the buying and selling provisions contained in the fatwa with transactions in the marketplace Tokopedia.*

*The focus of this research studies in this thesis are 1. How are e-Commerce transactions on the marketplace Tokopedia? 2. What is the perspective of the Fatwa DSN-MUI No. 110/DSN-MUI/IX/2017 of Trading Contract on e-Commerce Transactions on the marketplace Tokopedia?*

*The purpose of this study are 1. to describe e-Commerce transactions on the marketplace Tokopedia. 2. to describe the perspective of the Fatwa DSN-MUI No. 110/DSN-MUI/IX/2017 of Trading Contract on e-Commerce transactions on the marketplace Tokopedia.*

*This type of research is juridical normative. It is a legal research conducted by examining library materials or secondary data with data sources in the form of Fatwa DSN-MUI, marketplace Tokopedia, and various books, journals, news, articles, and other literature related to the research done. This study uses a conceptual approach with descriptive analysis techniques.*

*The results of this thesis showed that 1. e-Commerce transactions on the marketplace Tokopedia were the same as offline transactions. The difference is the media used to make transactions. For offline transactions, the media used are markets, supermarkets, shops, stalls, and so on, while e-commerce transactions on Tokopedia, the media is a marketplace in the form of a website or application. In e-commerce transactions on the marketplace Tokopedia use the "Salam" and "Istishna'" contract with khiyar 'aib. 2. e-Commerce transactions on the marketplace Tokopedia have not fully complied with the provisions in the Fatwa DSN-MUI No. 110/DSN-MUI/IX/2017 of Trading Contract, which is not accordance with the provisions of goods (mutsman/mabi') because there are several items sold not in accordance with sharia and there are still some food products that do not have a halal label. In addition, there are incompatibility between the terms and conditions of Tokopedia with the facts in the Tokopedia's operations.*

## ABSTRAK

Qonitatul Jannah, 2021: *Transaksi e-Commerce pada Marketplace Tokopedia dalam Perspektif Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli.*

**Kata kunci:** *e-Commerce*, Tokopedia, Fatwa DSN-MUI Nomor 110 DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli.

Adanya pandemi Covid-19 menyebabkan transaksi *e-Commerce* atau jual beli *online* semakin berkembang pesat. Salah satu transaksi *e-Commerce* yang sering dilakukan masyarakat yakni melalui *marketplace* Tokopedia. Transaksi tersebut memiliki kelebihan dan kekurangan. Selain itu, dalam *marketplace* tersebut ada penjual yang menjual barang-barang yang dilarang untuk diperjualbelikan. Islam tidak mengatur secara jelas mengenai hal tersebut. Akan tetapi, kehadiran Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli mampu memberikan pemahaman bagaimana transaksi *e-Commerce* yang diperbolehkan dengan membandingkan ketentuan-ketentuan jual beli yang ada dalam fatwa tersebut dengan transaksi pada *marketplace* Tokopedia.

Fokus kajian penelitian dalam skripsi ini adalah: 1. Bagaimana transaksi *e-Commerce* pada *marketplace* Tokopedia? 2. Bagaimana perspektif Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli terhadap transaksi *e-Commerce* pada *marketplace* Tokopedia?

Tujuan penelitian ini adalah: 1. Mendeskripsikan transaksi *e-Commerce* pada *marketplace* Tokopedia. 2. Mendeskripsikan perspektif Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli terhadap transaksi *e-Commerce* pada *marketplace* Tokopedia.

Jenis penelitian ini adalah yuridis normatif, yakni penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder dengan sumber data berupa Fatwa DSN-MUI, *marketplace* Tokopedia, dan berbagai buku, jurnal, berita, artikel, dan literatur lainnya yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Penelitian ini menggunakan pendekatan konseptual dengan teknik analisis data bersifat deskriptif analisis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1. Transaksi *e-Commerce* pada *marketplace* Tokopedia, para pihaknya bisa penjual dan pembeli biasa atau *reseller* atau *dropshipper*. Dalam transaksi tersebut menggunakan akad *salam* untuk kegiatan jual beli barang-barang dalam bentuk jadi dan menggunakan akad *istishna'* untuk kegiatan jual beli barang-barang dalam bentuk tidak jadi atau memesan untuk dibuatkan suatu barang tertentu. Dalam transaksi tersebut ada *khayar 'aib*, yaitu hak untuk melanjutkan atau membatalkan transaksi ketika adanya kecacatan. 2. Transaksi *e-Commerce* pada *marketplace* Tokopedia belum sepenuhnya memenuhi ketentuan-ketentuan yang ada dalam Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli, yaitu belum sepenuhnya memenuhi ketentuan *mutshaman/mabi'* (barang) karena ada beberapa barang yang dijual tidak sesuai dengan syari'ah dan masih ada beberapa produk makanan yang tidak memiliki label halal. Selain itu, ada ketidaksesuaian antara ketentuan Tokopedia dengan fakta yang ada dalam operasional Tokopedia tersebut.

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena dengan rahmat, hidayah dan kemuliaan-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Transaksi e-Commerce pada Marketplace Tokopedia dalam Perspektif Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli”**.

Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan studi jenjang strata 1 (S1) Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah, Fakultas Syari'ah Institut Agama Islam Negeri Jember. Kesuksesan ini dapat penulis peroleh karena dukungan dari banyak pihak. Oleh karena itu, penulis menyadari dan mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, S.E., M.M selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Jember.
2. Bapak Prof. Dr. Muhammad Noor Harisudin, M.Fil.I selaku Dekan Fakultas Syari'ah Institut Agama Islam Negeri Jember.
3. Ibu Dr. Busriyanti, M.Ag selaku Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah Fakultas Syari'ah Institut Agama Islam Negeri Jember.
4. Ibu Dr. Mahmudah, S.Ag., M.E.I selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah banyak meluangkan waktu dan pikiran untuk memberikan bimbingan, petunjuk, dan pengarahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Bapak Dr. Martoyo, S.H.I., M.H selaku Dosen Pembimbing Akademik.
6. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Syari'ah Institut Agama Islam Negeri Jember.
7. Tim Tokopedia yang telah menyediakan data di *platform* Tokopedia.
8. Kedua orang tuaku, Bapak Rauzi dan Ibu Rukmaniyah yang selalu memberikan dukungan, semangat, motivasi, dan mendo'akanku setiap waktu, serta perjuangan mereka yang selalu berusaha memberikan yang terbaik untukku.
9. Keluarga yang telah memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis.

10. Mohammad Lukman Hakim, S.H selaku *partner* yang selalu memberikan bantuan, dukungan, dan semangat yang tinggi untuk segera menyelesaikan penelitian ini.
11. Teman-teman Angkatan 2017 Fakultas Syari'ah Institut Agama Islam Negeri Jember, khususnya Prodi Hukum Ekonomi Syari'ah kelas MU3 yang telah menjadi keluarga kecilku selama kuliah.
12. Teman-teman Organisasi Korps Sukarela Palang Merah Indonesia Institut Agama Islam Negeri Jember.
13. Teman-temanku yang selalu memberikan dukungan dan semangat.
14. Semua pihak yang telah membantu tersusunnya skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa tidak ada karya manusia yang sempurna di dunia ini. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis menerima kritik dan saran yang membangun sehingga dapat memperbaiki semua kekurangan yang ada dalam penulisan hukum ini. Semoga penulisan hukum ini dapat bermanfaat bagi siapapun yang membacanya.

Jember, 10 Mei 2021

Penulis

IAIN JEMBER

## DAFTAR ISI

	Hal
<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Fokus Kajian .....	11
C. Tujuan Penelitian .....	11
D. Manfaat Penelitian .....	12
E. Definisi Istilah .....	14
F. Sistematika Pembahasan .....	17
<b>BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN</b> .....	<b>19</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	19
B. Kajian Teori.....	26
1. <i>e-Commerce</i> .....	26
a. Pengertian <i>e-Commerce</i> .....	26

b. Tipe <i>e-Commerce</i> .....	29
c. Proses Transaksi <i>e-Commerce</i> .....	34
d. Kelebihan Transaksi <i>e-Commerce</i> .....	36
e. Kekurangan Transaksi <i>e-Commerce</i> .....	37
2. <i>Marketplace</i> .....	40
3. <i>e-Commerce</i> pada <i>Marketplace</i> .....	44
4. <i>Khiyar</i> pada <i>e-Commerce</i> .....	44
5. Tokopedia .....	48
a. Pengertian Tokopedia .....	48
b. Sejarah Tokopedia .....	49
c. Kelebihan Tokopedia .....	50
6. Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli .....	53
a. Pengertian Fatwa DSN-MUI .....	53
b. Kedudukan Fatwa sebagai Sumber Hukum Islam .....	56
c. <i>Mustafti</i> Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/ 2017 tentang Akad Jual Beli .....	60
d. Landasan Hukum Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN- MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli .....	61
e. Ketentuan Akad Jual Beli Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli.....	63

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>75</b>
A. Jenis Penelitian.....	75
B. Pendekatan Penelitian .....	76
C. Sumber Data.....	77
D. Teknik Pengumpulan Data.....	78
E. Teknik Analisis Data.....	80
F. Keabsahan Data.....	82
G. Tahap-Tahap Penelitian .....	83
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>84</b>
A. Transaksi <i>e-Commerce</i> pada <i>Marketplace</i> Tokopedia .....	84
B. Transaksi <i>e-Commerce</i> pada <i>Marketplace</i> Tokopedia dalam Perspektif Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli .....	118
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>148</b>
A. Kesimpulan .....	148
B. Saran-saran.....	150
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>152</b>
<b>LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR TABEL

No Uraian	Hal.
2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Peneliti.....	24



## DAFTAR GAMBAR

No Uraian	Hal.
4.1 Tampilan Awal Aplikasi Tokopedia .....	95
4.2 Tampilan Awal Aplikasi Tokopedia .....	96
4.3 Tampilan Pilihan Metode Verifikasi .....	97
4.4 Tampilan Awal Aplikasi Tokopedia .....	97
4.5 Tampilan Pilihan Akun Media Sosial Untuk Masuk Tokopedia .....	98
4.6 Tampilan Cara Buka Toko Gratis di Tokopedia .....	99
4.7 Tampilan Tambah Produk Toko di Tokopedia .....	100
4.8 Tampilan Simpan Produk di Tokopedia .....	101
4.9 Tampilan Terima Pesanan di Tokopedia .....	102
4.10 Tampilan Konfirmasi dan Cetak Label Pengiriman .....	103
4.11 Tampilan Pengiriman Via Penjemputan Kurir .....	104
4.12 Tampilan Pengiriman ke Agen .....	105
4.13 Tampilan Awal Halaman Tokopedia .....	107
4.14 Tampilan Gambar, Spesifikasi dan Ulasan Pembeli .....	108
4.15 Tampilan Aturan Pilihan Transaksi .....	109
4.16 Tampilan Pilihan Alamat Pengiriman .....	110
4.17 Tampilan Alamat dan Durasi Pengiriman .....	111
4.18 Tampilan Pilihan Metode Pembayaran .....	112
4.19 Tampilan Akhir Transaksi .....	113
4.20 Tampilan Pembayaran .....	114
4.21 Tampilan Sistem COD ( <i>Cash On Delivery</i> ) .....	115
4.22 Tampilan Status Pesanan dan Lacak Paket .....	116
4.23 Tampilan Beri Ulasan pada Produk .....	117
4.24 Gambar Barang yang Melanggar Syari'ah .....	125
4.25 Ulasan Pembeli Terkait Barang yang Sesuai .....	135

4.26 Ulasan Pembeli Terkait Barang yang Tidak Sesuai.....	136
4.27 Ulasan Kepuasan dan Ketidakpuasan Pembeli .....	137
4.28 Tampilan Perkiraan Barang Datang .....	138
4.29 Ulasan Pembeli yang Mendapat Pertanggungjawaban .....	141
4.30 Cara Melakukan Komplain Pesanan .....	142
4.31 Cara Melakukan Komplain Pesanan .....	143



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Sebagai negara hukum, Indonesia menganut tiga sistem hukum yang hidup dan berkembang di masyarakat yakni sistem hukum barat (Belanda), sistem hukum adat, dan sistem hukum Islam. Hukum barat adalah hukum yang dibawa oleh bangsa Belanda ke Indonesia. Beberapa contohnya antara lain hukum perdata (Kitab Undang-undang Hukum Perdata atau *Burgerlijke Wetboek* dan Hukum Dagang atau *Wetboek van Koopenhandel*) serta hukum pidana (Kitab Undang-undang Hukum Pidana atau *Wetboek van Strafrechts*). Kedua hukum barat tersebut masih berlaku di Indonesia, namun ada beberapa pasal-pasal dalam hukum perdata maupun hukum pidana yang sudah tidak berlaku lagi, baik karena ada suatu peraturan perundang-undangan baru yang menggantikannya, maupun karena dianggap sudah tidak sesuai dengan nilai-nilai atau perkembangan masyarakat Indonesia.<sup>2</sup> Hukum adat adalah hukum Indonesia asli yang tidak tertulis yang tumbuh dan berkembang dari kesadaran dan budaya bangsa atau kebiasaan-kebiasaan masyarakat sehingga mempengaruhi proses berlakunya hukum di Indonesia.<sup>3</sup> Sedangkan Hukum Islam adalah aturan-aturan yang berdasarkan pada wahyu Allah SWT dan

---

<sup>2</sup> Zaka Firma Aditya dan Rizkisyabana Yulistyaputri, "Romantisme Sistem Hukum di Indonesia: Kajian Atas Kontribusi Hukum Adat dan Hukum Islam terhadap Pembangunan Hukum di Indonesia," *Rechtsvinding* 8, no. 1 (April, 2019): 37, <http://dx.doi.org/10.33331/rechtsvinding.v8i1>.

<sup>3</sup> Sri Sudaryatmi, "Peranan Hukum Adat dalam Pembangunan Hukum Nasional di Era Globalisasi," *MMH* 41, no. 4 (Oktober 2012), 573-574, <http://10.14710/mmh.41.4.2012.572-578>.

sunnah Rasul mengenai tingkah laku manusia.<sup>4</sup> Mayoritas penduduk Indonesia menganut agama Islam, sehingga hukum Islam menjadi bagian yang penting dan berpengaruh dalam sistem hukum di Indonesia.<sup>5</sup> Hukum Islam berupa syariah dan fikih. Syariah adalah segala hukum yang ditetapkan oleh Allah untuk hamba-hambaNya, baik ketetapanannya itu dengan Al-Qur'an maupun dengan sunnah Nabi Muhammad SAW yang berupa perkataan, perbuatan, dan ketetapan beliau. Sedangkan Fikih adalah ilmu pengetahuan tentang hukum-hukum syar'i yang praktis dan digali dari dalil-dalilnya yang rinci.<sup>6</sup> Artinya, Syariah merupakan peraturan mengenai perbuatan manusia yang berasal dari Allah SWT dan ditujukan bagi umat manusia. Sedangkan fikih merupakan peraturan mengenai perbuatan manusia yang berasal dari manusia berdasarkan dalil-dalil yang terperinci dan ditujukan untuk umat manusia itu sendiri.

Secara garis besar, fikih dibagi menjadi dua macam, yaitu fikih ibadah dan fikih muamalah. Fikih Ibadah adalah aturan-aturan mengenai segala perbuatan yang dilakukan untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT, seperti sholat, puasa, zakat, haji, umrah, dan semua perbuatan yang berhubungan dengan Tuhannya.<sup>7</sup> Sedangkan Fikih Muamalah adalah aturan-aturan mengenai segala persoalan yang berkaitan dengan perbuatan antar sesama

---

<sup>4</sup> Marzuki, *Pengantar Studi Hukum Islam (Prinsip Dasar Memahami Berbagai Konsep dan Permasalahan Hukum Islam di Indonesia)* (Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2017), 12.

<sup>5</sup> Zaka Firma Aditya dan Rizkisyabana Yulistiyaputri, "Romantisme Sistem Hukum di Indonesia: Kajian Atas Kontribusi Hukum Adat dan Hukum Islam terhadap Pembangunan Hukum di Indonesia," *Rechtsvinding* 8, no. 1 (April, 2019): 37, <http://dx.doi.org/10.33331/rechtsvinding.v8i1>.

<sup>6</sup> Muchammad Ichsan, *Pengantar Hukum Islam* (Yogyakarta: Laboratorium Hukum Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2015), 4-5.

<sup>7</sup> Fathul A Aziz, "Fiqh Ibadah Versus Fiqh Muamalah," *Jurnal Ekonomi Islam* 7, no. 2 (Juli-Desember 2019), 240, <https://doi.org/10.24090/ej.v7i2.3454>.

manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya di dunia yang berkaitan dengan masalah harta dan hak-hak kebendaan.<sup>8</sup>

Permasalahan yang paling berkembang dalam kehidupan masyarakat saat ini adalah masalah *muamalah*, khususnya *muamalah maliyah* atau interaksi sesama manusia yang berkaitan dengan uang dan harta dengan segala macam bentuk transaksinya. Ruang lingkungannya yaitu jual beli, sewa-menyewa, kerjasama, upah-mengupah, pinjam-memimjam, utang-piutang, gadai, dan lain sebagainya.<sup>9</sup> Salah satu praktek *muamalah* yang hampir setiap saat dilakukan yaitu jual beli. Jual beli adalah suatu perjanjian tukar-menukar benda atau barang diantara kedua belah pihak, dimana satu pihak menyerahkan suatu kebendaan dan pihak lain membayar harga sesuai dengan kesepakatan dan ketentuan *syara'*.<sup>10</sup> Seiring berkembangnya zaman, kegiatan jual beli saat ini tidak hanya dilakukan di pasar, supermarket, toko, dan lain sebagainya. Akan tetapi, bisa dilakukan dimanapun dan kapanpun yakni dengan cara *online*. Hal itu terjadi karena adanya pengembangan teknologi yang semakin canggih. Dalam kegiatan jual beli *online*, pembeli dan penjual tidak perlu keluar rumah dan tidak dapat saling bertemu secara langsung. Namun, pembeli dapat memesan barang yang ditunjukkan dalam bentuk gambar dan dilengkapi dengan harga serta spesifikasinya menggunakan *gadget* seperti *handphone* atau komputer.

Di masa pandemi Covid-19 kegiatan apapun dilakukan secara *online*, mulai dari kegiatan sekolah, kuliah, dan kerja pun dilakukan secara *online*,

---

<sup>8</sup> Sri Sudiarti, *Fiqh Muamalah Kontemporer* (Sumatera Utara: FEBI UIN-SU Press, 2018), 4.

<sup>9</sup> Zainudin Ali, *Hukum Ekonomi Syariah* (Jakarta: Sinar Grafika, 2009), 118.

<sup>10</sup> Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014), 68-69.

tidak terkecuali kegiatan jual beli. Sebelum masa pandemi Covid-19 banyak masyarakat yang melakukan transaksi *online* tersebut, dan ketika memasuki masa pandemi Covid-19 kegiatan transaksi jual beli *online* semakin meningkat drastis. Semua itu dilakukan untuk mencegah penyebaran Covid-19. Jual beli secara *online* ini dikenal dengan istilah *e-Commerce*, yaitu kegiatan jual beli barang atau jasa melalui media elektronik dan jaringan internet.<sup>11</sup> *e-Commerce* bisa dilakukan melalui *website*, *marketplace*, aplikasi, dan lain sebagainya. Untuk *marketplace* sendiri, banyak sekali macam-macamnya, yaitu Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Lazada, Blibli, JD Indonesia, Elevenia, Zalora, dan masih banyak lagi. Berdasarkan jumlah kunjungan bulanan pada periode bulan Juli tahun 2020, urutan *marketplace e-Commerce* di Indonesia yaitu Shopee (96,4 juta), Tokopedia (86,4 juta), Bukalapak (32,7 juta), Lazada (22,2 juta), Blibli (18,3 juta), JD.ID (9 juta), dan 14 *marketplace* lainnya.<sup>12</sup>

*Marketplace e-Commerce* yang sering digunakan oleh masyarakat yaitu Shopee dan Tokopedia. Sebelumnya, Tokopedia menempati posisi pertama dalam peringkat *e-Commerce*, namun tahun ini tergeser oleh Shopee karena lebih banyak promo. Akan tetapi, Tokopedia masih tetap eksis dan memiliki beberapa keunggulan, yaitu pelanggan yang lebih stabil dengan *branding* yang lebih kuat, jumlah barang yang diperjualbelikan lebih banyak, tampilannya sederhana sehingga memudahkan penggunaannya, aksesnya lebih cepat dan sangat ringan, ada fitur *pre-order*, banyak pilihan kurir pengiriman

---

<sup>11</sup> Yosef Murya, *Membuat Toko e-Book Online dengan Bootstrap Twitter 3 & PHP MySQL* (Jakarta: Jasakom, 2014), 19-21.

<sup>12</sup> Aurelia Salsabila Putri dan Roni Zakaria, "Analisis Pemetaan *e-Commerce* Terbesar di Indonesia berdasarkan Model Kekuatan Ekonomi Digital," Makalah disajikan pada Seminar dan Konferensi Nasional IDEC 2020, Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2020.

barang, proses pencairan saldo sangat cepat, ada promo gratis ongkir, *cashback*, ada hadiah *Lucky Egg* yang bisa dikumpulkan untuk ditukarkan dengan promo-promo yang ada di Tokopedia, dan kualitas barang yang dijual sangat terjamin. Selain itu, seseorang bisa menjual barang di Tokopedia secara gratis dengan mudah melalui *website* atau aplikasi.<sup>13</sup> Tokopedia adalah satunya *marketplace* yang gratis. Visi Tokopedia yaitu “Membangun Indonesia lebih baik lewat internet”. Misi Tokopedia yaitu terus berusaha memberikan kesempatan kepada setiap individu di Indonesia untuk memulai bisnis dengan mudah dan gratis di Tokopedia. William Tanuwijaya sebagai salah satu pendiri Tokopedia mengatakan bahwa Tokopedia bisa sukses jika membantu para pengguna Tokopedia menjadi lebih sukses, ketika kami dapat membantu banyak orang untuk membawa perubahan, baik bagi dirinya sendiri, keluarga, maupun orang lain di lingkungan sekitar mereka, bagi kami tidak ada model bisnis yang lebih indah dari ini. Dengan memberikan layanan dasar gratis, tidak ada *barrier of entry* (penghalang masuk) untuk siapa saja yang ingin mencoba mengubah hidup mereka menjadi lebih baik lewat internet.<sup>14</sup> Selain itu, jika pembeli mengalami suatu permasalahan atau kendala dalam berbelanja di Tokopedia, ia bisa meminta bantuan ke pihak Tokopedia dan pihak Tokopedia akan segera memberikan solusi dengan cepat dan

---

<sup>13</sup> “Kelebihan Tokopedia dibanding *Marketplace* Lain,” Tutorial di Tokopedia, diakses pada tanggal 7 Februari 2019, <https://www.caratokopedia.com/2019/02/kelebihan-tokopedia-dibanding-marketplace-lain.html?m=1>.

<sup>14</sup> “Mengapa Tokopedia Gratis,” Tokopedia, diakses pada tanggal 5 Juni 2021, <https://www.google.com/amp/s/www.tokopedia.com/blog/press-release-mengapa-tokopedia-gratis/amp>.



tanggap.<sup>15</sup> Hal seperti itu sering dialami oleh banyak orang dan berdasarkan pengalaman para pembeli di Tokopedia, *Customer Service* Tokopedia selalu cepat dan tanggap dalam memberikan bantuan dan solusi kepada siapapun yang membutuhkan.<sup>16</sup> Tidak hanya memberikan dampak positif terhadap pembeli, namun juga memberikan dampak positif bagi pemilik usaha setelah bergabung menjadi Mitra Tokopedia. Dari hasil survei yang dilakukan terhadap ribuan mitra pada Oktober 2020 lalu menyatakan hampir 80% pemilik usaha meraih keuntungan tambahan lebih dari dua kali lipat ketika bergabung menjadi mitra Tokopedia. Hasil survei tersebut juga mencatatkan lebih dari 80% Mitra Tokopedia meraih lebih banyak pelanggan dan hampir 100% mitra dapat menghemat biaya transportasi lebih dari Rp.50.000 (lima puluh ribu rupiah) per minggu dengan memanfaatkan fitur grosir di aplikasi mitra Tokopedia.<sup>17</sup>

Dengan menggunakan transaksi *e-Commerce*, kegiatan jual beli dapat dilakukan secara lebih mudah. Namun, terkadang barang yang kita beli tidak sesuai dengan apa yang di tampilkan di *marketplace*. Contohnya, barang yang dipesan ada yang cacat, salah kirim warna barang, kualitas tidak sesuai, pengiriman kurang, dan beberapa dampak negatif lainnya. Ketidaksesuaian barang yang dipesan tersebut sangat merugikan sekali bagi pihak konsumen. Dalam Tokopedia sendiri, selain memiliki banyak keuntungan dan dampak

---

<sup>15</sup> Nisful Ardi, "Tokopedia Penipu? Pengalaman Buruk Belanja di Tokopedia + Dokumen Pribadi," Kurir, diakses pada tanggal 21 Desember 2020, <https://idkurir.web.id/tokopedia-penipu/>.

<sup>16</sup> "TokopediaCare," Twitter, diakses pada tanggal 17 November 2020, <https://mobile.twitter.com/TokopediaCare/status/1328700919467237379>.

<sup>17</sup> Angga Laraspati, "80% Mitra Tokopedia Raup Banyak Pelanggan dan Keuntungan," detikinet, diakses pada tanggal 4 November 2020, <https://inet.detik.com/business/d-5241012/80-mitra-tokopedia-raup-banyak-pelanggan-dan-keuntungan>.

positif seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, Tokopedia ini juga memiliki kekurangan. Berdasarkan presentase keluhan pelanggan Tokopedia, 26,92% mengalami *update* status pesanan lama, 7,69% *tracking* bermasalah, 34,61% sistem pembayaran atau *top-up* bermasalah, 3,85% produk cacat atau palsu, 3,85% *refund* dan *return* bermasalah, 3,85% penipuan, 3,85% pengiriman barang bermasalah, 7,69% *System* atau *server error*, 7,69% fitur *shake* mengganggu.<sup>18</sup> Selain itu, di Tokopedia banyak penjual yang menjual barang-barang yang seharusnya tidak dijual di Tokopedia seperti makanan yang haram, produk ilegal, dan barang-barang yang mengandung kemudharatan lainnya. Allah SWT berfirman:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ  
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنكُمْ

Artinya: “Hai orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu ...”<sup>19</sup>

Berdasarkan ayat tersebut dapat diketahui bahwa sebagai umat manusia dilarang memakan harta dengan jalan yang *batil* (tidak benar atau melanggar syariah) dan harus dilandasi dengan kerelaan para pihak. Itu artinya bahwa untuk mendapatkan harta harus dengan sesuai syariah, dengan cara yang halal, tapi tidak menghalalkan segala cara untuk mendapatkan harta.

<sup>18</sup> Anthoni Rivai Pulakiang, I Made Nomo Wiranatha, dan John Reimon Batmetan, “Analisis Kualitas Layanan *e-Commerce* menggunakan *Twitter API* (Studi Kasus: Tokopedia, Lazada, dan Bukalapak),” *Indonesian Journal on Information System* 4, no. 1 (April, 2019): 29-30, <https://doi.org/10.36549/ijis.v4i1.47>.

<sup>19</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *Alqur’an dan Terjemahan* (Semarang: Toha Putra, 1989), 118.

Dalam permasalahan yang terjadi dalam *marketplace* Tokopedia seharusnya penjual dalam *marketplace* tersebut menjual barang-barang yang sesuai syariah, halal, dan tidak bertentangan dengan peraturan-peraturan yang ada.

Dengan semakin majunya masyarakat dan masalah kegiatan ekonomi yang dihadapi, para ulama menyadari perlunya ijtihad agar suatu permasalahan dapat ditinjau dari berbagai disiplin sehingga melahirkan jawaban yang komprehensif. Hal itulah yang melahirkan lahirnya fatwa ekonomi syari'ah yang berperan penting dalam menjawab permasalahan kegiatan ekonomi berbasis syari'ah.<sup>20</sup> Keberadaan fatwa tersebut untuk mendinamisasikan hukum Islam dalam menanggapi berbagai permasalahan yang ada di masyarakat sesuai dengan dimensi ruang dan waktu yang menghadapinya. Oleh karena itu, Majelis Ulama Indonesia (MUI) mendirikan Dewan Syariah Nasional (DSN).<sup>21</sup> Dewan Syariah Nasional adalah lembaga yang menetapkan standar hukum syari'ah dan mengaudit operasional perbankan syari'ah di Indonesia dari aspek hukum syari'ah yang dapat dianggap sebagai salah satu sarana sosialisasi sekaligus aplikasi dan implementasi hukum Islam di Indonesia dalam bidang *muamalah*. Tugasnya adalah menangani masalah-masalah yang berhubungan dengan kegiatan

---

<sup>20</sup> Mahmudah, *Dewan Syariah Nasional & Fatwa Ekonomi* (Jember: IAIN Jember Press, 2015), 77.

<sup>21</sup> Nur Hidayah, "Fatwa-fatwa Dewan Syariah Nasional atas Aspek Hukum Islam Perbankan Syariah di Indonesia," *Al-'Adalah* 10, no. 1 (Januari, 2011): 14, <https://doi.org/10.24042/adalah.v13i3.231>.

ekonomi syari'ah, baik yang berhubungan dengan aktivitas lembaga keuangan syari'ah maupun yang lainnya.<sup>22</sup>

Fatwa memang bukan termasuk peraturan perundang-undangan yang memiliki kekuatan mengikat bagi seluruh warganegara, namun fatwa dapat memiliki kekuatan mengikat setelah ditransformasikan ke dalam hukum positif menjadi berbagai bentuk peraturan perundang-undangan. Akan tetapi, fatwa DSN-MUI telah banyak memberikan kontribusi positif terhadap regulasi dalam sistem hukum ekonomi syariah.<sup>23</sup> Di bidang perbankan syariah, adanya berbagai ketentuan dalam Peraturan Bank Indonesia (PBI) bahwa harus ada Dewan Pengawas Syariah (DPS) pada setiap bank syariah, secara implisit menegaskan bahwa ketentuan Fatwa DSN diakui secara yuridis. Bank Indonesia mengeluarkan peraturan akad-akad yang digunakan bank syariah dalam melaksanakan transaksi keuangan syariah. Ketentuan tersebut berpedoman pada fatwa DSN. Selain itu, fatwa DSN juga diserap dalam peraturan di bidang asuransi syariah dan pasar modal syariah. Dengan demikian, fatwa DSN memberikan pengaruh yang besar terhadap peraturan di bidang hukum ekonomi syariah.<sup>24</sup> Itulah alasan mengapa peneliti menggunakan fatwa sebagai indikator dalam penelitian ini.

Transaksi *e-Commerce* dalam Tokopedia mengandung kelebihan dan juga kekurangan. Sebagaimana kita ketahui bahwa Islam tidak mengatur

---

<sup>22</sup> Mahmudah, *Dewan Syariah Nasional & Fatwa Ekonomi*, (Jember: IAIN Jember Press, 2015), 77.

<sup>23</sup> Andi Fariana, "Urgensi Fatwa MUI dalam Pembangunan Sistem Hukum Ekonomi Islam di Indonesia," *al-ahkam* 12, no. 1 (Juni, 2017): 104, <https://doi.org/10.19105/al-ihkam.v12i1.1191>.

<sup>24</sup> Mahmudah, *Dewan Syariah Nasional & Fatwa Ekonomi* (Jember: IAIN Jember Press, 2015), 195.

secara jelas terhadap transaksi *e-Commerce* tersebut. Akan tetapi, kehadiran Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli membantu kita mengetahui dan memahami bagaimana transaksi *e-Commerce* yang diperbolehkan dengan membandingkan ketentuan-ketentuan jual beli yang ada dalam fatwa tersebut dengan fakta yang terjadi didalam operasional Tokopedia. Perlu diketahui, bahwa DSN-MUI telah menetapkan fatwa-fatwa terkait jual beli, baik untuk perbankan, perusahaan pembiayaan, jasa keuangan maupun aktivitas bisnis lainnya.<sup>25</sup> Namun, belum menetapkan fatwa tentang akad jual beli untuk ruang lingkup yang lebih luas sebagai fatwa induk karena dengan berkembangnya zaman selalu muncul transaksi-transaksi jual beli baru yang belum diketahui batasan hukumnya. Oleh karena itu, DSN-MUI mengeluarkan Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli.

Transaksi *e-Commerce* pada *marketplace* Tokopedia menyediakan barang dalam bentuk jadi dan tidak jadi atau memesan untuk dibuatkan suatu barang tertentu. Artinya, dalam transaksi tersebut tidak hanya menggunakan akad *Salam* untuk pesanan barang dalam bentuk jadi, melainkan juga menggunakan akad *Istishna'* untuk pesanan yang dibuatkan suatu barang tertentu. Itulah alasan mengapa peneliti menggunakan Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli, karena didalam fatwa tersebut pada bagian ketentuan kegiatan dan produknya membahas akad

---

<sup>25</sup> Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli.

*Salam dan Istishna'*. Dengan menggunakan fatwa tersebut, maka data yang didapatkan menjadi lebih lengkap karena pembahasannya lebih luas.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka peneliti perlu untuk menganalisa transaksi *e-Commerce* pada *marketplace* Tokopedia dengan menggunakan Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli sebagai alat ukurnya. Oleh karena itu, peneliti melakukan penelitian dengan judul **“Transaksi *e-Commerce* pada *Marketplace* Tokopedia dalam Perspektif Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli”**.

## **B. Fokus Kajian**

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan diatas, maka fokus kajian penelitian dalam skripsi ini yaitu:

1. Bagaimana Transaksi *e-Commerce* pada *Marketplace* Tokopedia?
2. Bagaimana Perspektif Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli terhadap Transaksi *e-Commerce* pada *Marketplace* Tokopedia?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian menggambarkan tentang arah penelitian yang dituju dalam melakukan penelitian.<sup>26</sup> Tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mendeskripsikan transaksi *e-Commerce* pada *marketplace* Tokopedia.

---

<sup>26</sup> Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Jember* (Jember: IAIN Jember, 2020), 101.

2. Untuk mendeskripsikan perspektif Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli terhadap transaksi *e-Commerce* pada *marketplace* Tokopedia.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian akan lebih berguna jika dapat digunakan oleh semua orang. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang dapat memberikan kontribusi positif kepada siapapun, baik secara teoritis maupun praktis.<sup>27</sup>

##### **1. Manfaat teoritis**

Secara teoritis, penelitian ini berguna untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan tentang kegiatan *muamalah* khususnya kegiatan transaksi *e-Commerce* atau perdagangan secara elektronik atau jual beli *online*, transaksi pada Tokopedia, dan konsep jual beli berdasarkan fatwa tentang jual beli, serta diharapkan penelitian ini menjadi sumber rujukan dan bahan bacaan yang bermanfaat bagi masyarakat luas.

##### **2. Manfaat praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pihak-pihak tertentu dan dapat memecahkan masalah yang dijadikan bahan penelitian.

###### **a. Bagi Peneliti**

- 1) Sebagai syarat untuk menempuh Gelar Sarjana Hukum (SH).

---

<sup>27</sup> Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Jember* (Jember: IAIN Jember, 2020), 101.

- 2) Sebagai bahan rujukan terhadap permasalahan yang diteliti dan untuk menambah wawasan serta pengalaman tentang penelitian dan penulisan karya tulis ilmiah sebagai bekal untuk melakukan penelitian-penelitian yang selanjutnya.

**b. Bagi Institut Agama Islam Negeri Jember**

- 1) Sebagai bahan referensi atau rujukan bagi perkembangan ilmu yang berkaitan langsung dengan Hukum Ekonomi Syariah.
- 2) Bagi akademisi, dapat digunakan sebagai sarana untuk menambah wawasan dan dapat digunakan sebagai masukan dan referensi bagi pihak-pihak yang melakukan penelitian serupa.

**c. Bagi Masyarakat**

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan rujukan atau referensi bagi masyarakat yang hendak melakukan kegiatan transaksi *e-Commerce*, khususnya menggunakan *marketplace* Tokopedia. Selain itu, penelitian ini bisa memberikan pemahaman konsep jual beli yang diperbolehkan dalam Islam berdasarkan Fatwa (hasil ijtihad para ahli hukum Islam berupa pendapat atau jawaban atas suatu permasalahan yang muncul di masyarakat dan belum ada ketentuan hukumnya).

**d. Bagi Tokopedia**

Penelitian ini bisa dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk memperbaiki regulasi dalam Tokopedia, memperbaiki sistemnya, dan untuk menyadarkan perlunya ketegasan serta pengawasan yang tinggi terhadap operasional Tokopedia.



#### e. Bagi Pemerintah

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan aturan hukum di bidang muamalah.

### E. Definisi Istilah

Definisi Istilah berisi tentang pengertian istilah-istilah penting yang menjadi titik perhatian peneliti di dalam judul penelitian. Tujuannya agar tidak terjadi kesalahpahaman terhadap makna istilah yang terkandung dalam judul sebagaimana yang dimaksud oleh peneliti.<sup>28</sup> Berikut beberapa definisi istilah penting yang perlu diterjemahkan agar mudah dipahami oleh pembaca maupun peneliti:

#### 1. Transaksi *e-Commerce*

*e-Commerce* adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran dagang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet, televisi, atau jaringan komputer lainnya. *e-Commerce* ini dapat melibatkan transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventori otomatis, dan sistem pengumpulan data otomatis. Jadi, transaksi *e-Commerce* adalah kegiatan transaksi jual beli secara *online* melalui media elektronik dan jaringan internet.<sup>29</sup>

#### 2. *Marketplace* Tokopedia

*Marketplace* merupakan media *online* berbasis internet sebagai tempat melakukan kegiatan bisnis dan transaksi antara penjual dan

<sup>28</sup> Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Jember* (Jember: IAIN Jember, 2020), 101.

<sup>29</sup> Yosef Murya, *Membuat Toko e-Book Online dengan Bootstrap Twitter 3 & PHP MySQL* (Jakarta: Jasakom, 2014), 19-21.

pembeli.<sup>30</sup> Definisi lain menyatakan bahwa *marketplace* merupakan sebuah wadah pemasaran produk secara elektronik yang mempertemukan banyak penjual dan pembeli untuk saling bertransaksi.<sup>31</sup> Tokopedia merupakan perusahaan perdagangan elektronik atau sering disebut toko daring atau *online*.<sup>32</sup> [www.tokopedia.com](http://www.tokopedia.com) merupakan salah satu toko *online* yang dimiliki oleh Indonesia. Website tersebut menjual berbagai macam barang elektronik, peralatan kantor, peralatan rumah tangga, peralatan olahraga, kosmetik, perlengkapan wanita, perlengkapan pria, perlengkapan bayi, dan lain sebagainya. Jadi, *marketplace* Tokopedia merupakan salah satu tempat melakukan transaksi jual beli secara *online* melalui *website* atau aplikasi.

### 3. Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli

Fatwa adalah pendapat ulama yang merupakan respon terhadap pertanyaan atau situasi yang muncul pada zaman kontemporer karena adanya perubahan yang dialami masyarakat akibat perubahan pola hidup dan perkembangan teknologi.<sup>33</sup> Dewan Syariah Nasional adalah lembaga yang menetapkan standar hukum syariah dan mengaudit operasional perbankan syariah di Indonesia dari aspek hukum syariah yang dapat

<sup>30</sup> Angga, K.P, "Rancang Bangun Aplikasi *Marketplace* Penyedia Jasa Les *Private* di Kota Pontianak Berbasis *Web*," *Sistem dan Teknologi Informasi* 1, no. 2 (Agustus, 2017): 3.

<sup>31</sup> Deni Apriadi dan Arie Yandi Saputra, "E-Commerce Berbasis *Marketplace* Dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian," *RESTI (Rekayasa Sistem dan Teknologi Informasi)* 1, no. 2 (2017): 132, <https://doi.org/10.29207/resti.v1i2.36>.

<sup>32</sup> "Tokopedia," Wikipedia, diakses pada tanggal 5 Februari 2021, <https://id.wikipedia.org/wiki/Tokopedia>.

<sup>33</sup> Harun Nasution, *Pembaharuan dalam Islam, Sejarah Pemikiran dan Gerakan* (Jakarta: Bulan Bintang, 1975), 11-12.

dianggap sebagai salah satu sarana sosialisasi sekaligus aplikasi dan implementasi hukum Islam di Indonesia dalam bidang *muamalah*. Tugasnya adalah menangani masalah-masalah yang berhubungan dengan kegiatan ekonomi syariah, baik yang berhubungan dengan aktivitas lembaga keuangan syariah maupun yang lainnya.<sup>34</sup>

Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli adalah hasil pemikiran dan musyawarah Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia dalam menanggapi permasalahan kegiatan ekonomi baru yang muncul di masyarakat khususnya kegiatan jual beli yang dilakukan secara *online*. Masyarakat memerlukan panduan untuk mempraktikkan akad jual beli. Sebelumnya, DSN-MUI telah menetapkan fatwa-fatwa terkait jual beli, baik untuk perbankan, perusahaan pembiayaan, jasa keuangan maupun aktivitas bisnis lainnya. Namun, belum menetapkan fatwa tentang akad jual beli untuk lingkup yang lebih luas sebagai fatwa induk sehingga DSN-MUI mengeluarkan Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli untuk mengetahui batasan hukum tentang kegiatan jual beli.<sup>35</sup>

Adapun skripsi peneliti yang berjudul “Transaksi *e-Commerce* pada *Marketplace* Tokopedia dalam Perspektif Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli” mempunyai pengertian bahwa peneliti akan meninjau atau menganalisis transaksi *e-Commerce* atau jual beli *online*

---

<sup>34</sup> Mahmudah, *Dewan Syariah Nasional & Fatwa Ekonomi* (Jember: IAIN Jember Press, 2015), 77.

<sup>35</sup> Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli.

pada *marketplace* melalui aplikasi maupun *website* Tokopedia berdasarkan Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli.

## F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan merupakan urutan dan kerangka berfikir dalam penelitian skripsi yang berisi deskripsi alur pembahasan penelitian yang dimulai dari bab pendahuluan hingga bab penutup.<sup>36</sup> Tujuannya untuk memudahkan pembaca untuk memahami penelitian ini. Maka, disusunlah sistematika pembahasan penelitian ini yaitu:

**Bab I** memuat pendahuluan yang meliputi latar belakang, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah, dan sistematika pembahasan. Dalam bab ini diharapkan dapat memberikan gambaran umum mengenai permasalahan penelitian.

**Bab II** memuat kajian kepustakaan yang terdiri dari penelitian terdahulu dan kajian teori. Dalam bab ini akan dibandingkan persamaan dan perbedaan penelitian peneliti dengan beberapa penelitian-penelitian terdahulu yang serupa dengan penelitian ini. Selain itu, dalam bab ini akan membahas teori-teori yang berkaitan dengan penelitian ini yakni tentang transaksi *e-Commerce*, *marketplace* Tokopedia, dan Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli. Bab ini bertujuan agar dapat membentuk kerangka berfikir terkait dengan penelitian yang dilakukan.

**Bab III** memuat metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, mulai dari jenis penelitian, pendekatan penelitian, sumber data

---

<sup>36</sup> Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Jember* (Jember: IAIN Jember, 2020), 101.

yang digunakan, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian ini.

**Bab IV** memuat penyajian data dan analisis data yang menjelaskan tentang hasil penelitian. Dalam bab ini akan memuat jawaban fokus penelitian tentang proses transaksi *e-Commerce* pada *marketplace* Tokopedia dan transaksi *e-Commerce* pada *marketplace* Tokopedia berdasarkan Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli.

**Bab V** memuat penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran-saran dari hasil penelitian. Dalam bab ini akan memuat kesimpulan terkait transaksi *e-Commerce* pada *marketplace* Tokopedia dalam perspektif Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli dan saran-saran peneliti yang berkaitan dengan penelitian ini.



## BAB II

### KAJIAN KEPUSTAKAAN

#### A. Penelitian Terdahulu

Untuk menghindari terjadinya duplikasi, plagiasi atau penelitian pada objek yang sama terhadap karya tertentu, maka perlu dilakukan kajian terhadap karya-karya yang sudah ada sebelumnya. Baik penelitian yang sudah terpublikasikan dalam jurnal ilmiah atau buku dan/atau belum terpublikasikan (skripsi, tesis, disertasi, dan lain sebagainya). Dengan melakukan hal ini, dapat dilihat sejauh mana orisinalitas dan posisi penelitian yang hendak dilakukan.<sup>37</sup> Terkait dengan penelitian ini, peneliti menemukan beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian peneliti, yaitu:

1. Skripsi dari Rifaldi pada tahun 2019 berjudul “Transaksi *e-Commerce* pada *Facebook Marketplace* dalam Perspektif Ekonomi Islam”. Penelitian tersebut membahas perspektif Ekonomi Islam terhadap transaksi *e-Commerce* pada *Facebook Marketplace*. Teknik penelitiannya adalah kualitatif dengan pendekatan normatif. Hasil penelitiannya yaitu mekanisme Transaksi *e-Commerce* pada *Facebook Marketplace* sama dengan transaksi *offline*. Perbedaannya yaitu pada proses akad dan media utama dalam proses melakukan transaksi. Mekanisme Transaksi *e-Commerce* pada *Facebook Marketplace* yaitu penjual mengiklankan gambar produk/barang pada *Facebook Marketplace*, lalu penjual dan

---

<sup>37</sup> Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Jember* (Jember: IAIN Jember, 2020), 102.

pembeli melakukan negosiasi sehingga terjadi transaksi. Transaksi *e-Commerce* pada *Facebook Marketplace* dalam Perspektif Ekonomi Islam dibolehkan selama tidak bertentangan dengan rukun dan syarat jual beli dalam Ekonomi Islam. Pihak yang bertransaksi pada *Facebook Marketplace* telah memenuhi rukun dan syarat jual-beli baik dari segi akad dan kesesuaian dengan prinsip dasar ekonomi Islam. Meskipun masih terdapat beberapa masalah yang tidak sesuai dengan etika jual beli dalam Ekonomi Islam, namun pihak yang bertransaksi dapat mengambil pelajaran agar senantiasa berhati-hati pada saat melakukan bertransaksi.<sup>38</sup>

2. Skripsi dari Intan Mutiari Solihah pada tahun 2017 berjudul “Tinjauan Yuridis Mengenai Transaksi *e-Commerce* Berdasarkan Perspektif Hukum Perdata dan Undang-undang No 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan”.

Penelitian tersebut tentang keabsahan perjanjian dalam transaksi *e-Commerce* apakah sesuai dengan syarat sah perjanjian dalam Pasal 1320 KUHPerdata dan mengetahui penyelesaiannya apabila terjadi Wanprestasi. Penelitiannya merupakan penelitian deskriptif-analitis dengan bahan hukumnya berupa KUHPerdata dan Undang-undang No 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan. Hasil penelitiannya yaitu keabsahan perjanjian jual beli melalui internet sama dengan keabsahan perjanjian konvensional yakni harus terpenuhinya syarat perjanjian dalam Pasal 1320 KUHPerdata. Sulitnya pembuktian kecakapan hukum dalam proses transaksi *e-Commerce* harus mencantumkan identitas diri. Penyelesaian sengketa yang

---

<sup>38</sup> Rifaldi, “Transaksi *e-Commerce* pada *Facebook Marketplace* dalam Perspektif Ekonomi Islam” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2019).

terjadi dalam jual beli *online* apabila ada pihak yang dirugikan dapat meminta ganti rugi atas wanprestasi berupa pemenuhan perjanjian serta ganti rugi, pembatalan perjanjian disertai ganti rugi. Tahapnya melalui litigasi atau non litigasi menurut Pasal 65 ayat 5 Undang-undang No 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan.<sup>39</sup>

3. Skripsi dari Nur Fadila pada tahun 2019 berjudul “Analisis Hukum Islam Terhadap Jual Beli *Flash Sale* di Tokopedia”. Penelitiannya untuk mengetahui bagaimana petugas menjalankan Jual beli pada *Flash sale* di Tokopedia dan analisa Hukum Islam terhadap Jual beli tersebut. Jenis penelitiannya adalah penelitian lapangan dengan pendekatan deskriptif analitis. Hasil penelitiannya yaitu dalam Tokopedia terdapat permasalahan yang terjadi ketika *flash sale* pada tanggal 15-17 Agustus 2018 yakni pertama, persediaan barang di laman *flash sale* tidak jelas barang mana saja yang telah terjual dan masih ada, kedua, dinyatakan gagal melakukan transaksi sebab barang tiba-tiba habis, ketiga, kekeliruan dalam sistem pembayaran yakni dinyatakan telah tertagih melakukan pembelian barang pada kartu kredit akan tetapi mekanisme gagal menurut Tokopedia. Setelah diteliti ternyata pelanggaran itu disebabkan oleh karyawan Tokopedia yang membaaur menjadi konsumen sehingga hak konsumen yang sesungguhnya terhalang dan mengakibatkan sistem *flash sale* tidak terkontrol dan tidak updatenya produk-produk yang telah terjual dan terjadi *miss system* dalam pembayarannya. Dalam tinjauan hukum Islam,

<sup>39</sup> Intan Mutiari Solihah, “Tinjauan Yuridis Mengenai Transaksi *e-Commerce* Berdasarkan Perspektif Hukum Perdata dan Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2017).



rukun dan syaratnya tidak bertentangan dengan hukum Islam, baik dari segi orang yang berakad, *sighat* (lafal ijab dan kabul), nilai tukar barang, dan objek transaksinya halal. Hanya saja pihak Nakama telah melakukan kecurangan sehingga para pelakunya seharusnya mengembalikan barang-barang atau produk yang telah dibelinya untuk mengembalikan hak-hak konsumen lainnya yang telah terampas oleh para Nakama. Akan tetapi kecurangan yang telah dilakukan tersebut tidak menjadikan Jual beli tersebut batal alias Sah.<sup>40</sup>

4. Skripsi dari Dewi Fatimah pada tahun 2018 berjudul “Perlindungan Konsumen dalam Transaksi *e-Commerce* Menurut Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan”. Penelitian tersebut tentang perlindungan konsumen dalam transaksi perdagangan melalui sistem elektronik menurut Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan serta korelasi hukum antara Undang-undang Perdagangan, Undang-undang Perlindungan Konsumen, dan Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik dalam memberikan perlindungan terhadap konsumen *e-Commerce*. Penelitiannya adalah penelitian yuridis normatif dengan pendekatan undang-undang yang dilakukan pada taraf sinkronisasi secara horizontal. Hasil penelitiannya bahwa Undang-undang Perdagangan memberikan perlindungan terhadap konsumen *e-Commerce* yang berkedok penipuan, karena Undang-undang tersebut menekankan kewajiban kepada setiap pelaku usaha, penyelenggara, atau agen yang memperdagangkan

---

<sup>40</sup> Nur Fadila, “Analisis Hukum Islam Terhadap Jual Beli *Flash Sale* di Tokopedia” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019).

barang dan/atau jasa melalui sistem elektronik untuk memberikan informasi secara lengkap dan benar terhadap barang atau jasa yang diperdagangkan. Selain itu, korelasi hukum diantara Undang-undang Perdagangan, Undang-undang Perlindungan Konsumen, dan Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik menunjukkan hubungan yang saling terakit satu sama lain. Karenanya, ketiga Undang-undang tersebut bersifat komplementer dan tidak dapat berdiri sendiri untuk memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *e-Commerce*.<sup>41</sup>

5. Skripsi dari Hafilah Nindya Pangesti pada tahun 2019 berjudul “Praktik Jual Beli ReKayasa Untuk Mendapat *Cashback* di Tokopedia Purwokerto (Perspektif Fikih *Ju’alah*)”. Penelitiannya untuk mengetahui hukum praktik pendapatan *cashback* di Tokopedia. Jenis penelitiannya adalah penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif. Datanya diperoleh dari observasi dan wawancara dengan *Hunter* Tokopedia Purwokerto, *Team Leader* Tokopedia Purwokerto. Hasil penelitiannya yaitu sistem *cashback* pada Tokopedia sudah sesuai dengan konsep *ju’alah* dalam hukum Islam, baik dilihat dari rukun, syarat sahnya, maupun kebolehan *ju’alah*. Tokopedia Purwokerto dalam melaksanakan sistem *cashback* memberikan manfaat positif dan jelas untuk para pihak karena masing-masing mendapat keuntungan. Dengan tujuan untuk daya tarik pemasaran antara penjual dan pembeli di Tokopedia, sistem *cashback* nya bebas dari unsur judi. Jual beli reKayasa termasuk dalam jual beli yang dilarang karena

---

<sup>41</sup> Dewi Fatimah, “Perlindungan Konsumen dalam Transaksi *e-Commerce* Menurut Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018).

seseorang tidak seharusnya melampiaskan dengan melakukan tipu daya. Apabila dilihat dari macam-macam jual beli, itu termasuk *fasid* (rusak) yang mana syarat dan rukunnya kurang atau cacat menurut syariat.<sup>42</sup>

**Tabel 2.1**  
**Perbandingan Penelitian-penelitian Terdahulu**  
**dengan Penelitian yang Dilakukan Peneliti**

NO	PENELITI	JUDUL	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1.	Rifaldi (2019)	Transaksi <i>e-Commerce</i> pada <i>Facebook Marketplace</i> dalam Perspektif Ekonomi Islam	Sama-sama penelitian studi pustaka tentang transaksi <i>e-Commerce</i>	Penelitian terdahulu fokus pada transaksi <i>e-Commerce</i> pada <i>Facebook</i> dalam perspektif Ekonomi Islam, sedangkan penelitian ini fokus pada transaksi <i>e-Commerce</i> pada Tokopedia dalam perspektif Fatwa DSN-MUI No 110/DSN- MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli
2.	Intan Mutuari Solihah (2017)	<i>Tinjauan Yuridis Mengenai Transaksi e-Commerce Berdasarkan Perspektif Hukum Perdata dan Undang- undang No 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan</i>	Sama-sama studi pustaka tentang tinjauan yuridis terhadap transaksi <i>e-Commerce</i>	Penelitian terdahulu tentang keabsahan <i>e-Commerce</i> ditinjau dari KUHPerdara dan Undang-undang No 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, sedangkan penelitian ini tentang transaksi <i>e-Commerce</i> pada Tokopedia dalam perspektif Fatwa DSN-MUI No 110/DSN- MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli

<sup>42</sup> Hafilah Nindya Pangesti, "Praktik Jual Beli Rekeyasa Untuk Mendapat *Cashback* di Tokopedia Purwokerto" (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2019).

3.	Nur Fadila (2019)	<i>Analisis Hukum Islam Terhadap Jual Beli Flash Sale di Tokopedia</i>	Sama-sama studi pustaka tentang jual beli pada Tokopedia	Penelitian terdahulu adalah studi lapangan tentang Hukum Islam jual beli <i>Flash Sale</i> di Tokopedia, sedangkan penelitian ini adalah studi pustaka tentang transaksi <i>e-Commerce</i> pada Tokopedia dalam perspektif Fatwa DSN-MUI No 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli
4.	Dewi Fatimah (2018)	<i>Perlindungan Konsumen dalam Transaksi e-Commerce Menurut Undang-undang No 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan</i>	Sama-sama studi pustaka tentang transaksi <i>e-Commerce</i>	Penelitian terdahulu fokus pada perlindungan konsumen pada transaksi <i>e-Commerce</i> menurut UU No 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, sedangkan fokus penelitian ini tentang <i>e-Commerce</i> pada Tokopedia dalam perspektif Fatwa DSN-MUI No 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli
5.	Hafilah Nindya Pangesti (2019)	<i>Praktik Jual Beli Rekayasa Untuk Mendapat Cashback di Tokopedia Purwokerto (Perspektif Fikih Ju'alah)</i>	Sama-sama membahas jual beli pada Tokopedia	Penelitian terdahulu adalah studi lapangan hukum praktik pendapatan <i>cashback</i> di Tokopedia, sedangkan penelitian ini adalah studi pustaka tentang transaksi <i>e-Commerce</i> pada

				Tokopedia dalam perspektif Fatwa DSN-MUI No 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli
--	--	--	--	--

*Sumber:* Dokumentasi 2020

Berdasarkan hasil penelusuran penelitian tersebut, penelitian tentang transaksi *e-Commerce* atau jual beli secara *online* sudah banyak dilakukan, namun peneliti menemukan beberapa perbedaan dalam penelitian ini, yaitu terkait jenis penelitian, pendekatan penelitian, dan fokus penelitiannya, sehingga peneliti melakukan penelitian dengan judul “**Transaksi *e-Commerce* pada Marketplace Tokopedia dalam Perspektif Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Jual Beli**”.

## B. Kajian Teori

Kajian teori berisi tentang pembahasan teori-teori yang dijadikan sebagai perspektif dalam melakukan penelitian. Hal ini menunjukkan wawasan peneliti dalam mengkaji permasalahan yang hendak dipecahkan sesuai dengan latar belakang masalah dan fokus kajian.<sup>43</sup> Berikut adalah kajian teori yang dijadikan wawasan peneliti dalam mengkaji penelitiannya:

### 1. *e-Commerce*

#### a. Pengertian *e-Commerce*

*e-Commerce* berasal dari bahasa Inggris, yaitu dari kata *electronic* (elektronik dalam hal ini adalah medianya) dan *commerce*

<sup>43</sup> Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Jember* (Jember: IAIN Jember, 2020), 102

(perdagangan atau jual beli). *e-Commerce* dapat didefinisikan sebagai transaksi perdagangan melalui media elektronik dan jaringan internet.<sup>44</sup> Atau dengan kata lain, *e-Commerce* adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran dagang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet, televisi, atau jaringan komputer lainnya. *e-Commerce* ini dapat melibatkan transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventori otomatis, dan sistem pengumpulan data otomatis.<sup>45</sup>

Pada prinsipnya, transaksi *e-Commerce* merupakan suatu model kontrak yang sama dengan jual beli konvensional. Perbedaan utamanya hanya pada media yang digunakan. Jika jual beli konvensional, medianya adalah pasar, toko, supermarket, warung, dan lain sebagainya. Sedangkan *e-Commerce*, medianya adalah alat elektronik dan internet sehingga kesepakatan pun tercipta melalui media *online*, dan dalam *e-Commerce* juga ada penawaran dan permintaan sebab suatu kesepakatan selalu diawali dengan adanya penawaran oleh salah satu pihak dan penerimaan oleh pihak lainnya. Penawaran *online* dilakukan oleh penjual dengan menampilkan produk-produk beserta spesifikasinya melalui *website*, aplikasi, *marketplace*, dan lain sebagainya. Kemudian, penjual akan mempromosikan produk-produknya secara *online*, salah satunya

---

<sup>44</sup> Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Transaksi Elektronik: sebagai Panduan dalam Menghadapi Era Digital Bisnis e-Commerce di Indonesia* (Bandung: Nusa Media, 2019), 12.

<sup>45</sup> Yosef Murya, *Membuat Toko e-Book Online dengan Bootstrap Twitter 3 & PHP MySQL* (Jakarta: Jasakom, 2014), 19-21.

melalui media sosial. Setelah ada penawaran, maka ada penerimaan dari pembeli atau konsumen. Ketika pembeli yakin dengan barang yang dipilih, maka ia akan melakukan proses pembayaran. Perbuatan tersebut melahirkan kesepakatan dalam transaksi *e-Commerce* yaitu pada saat diklik simbol-simbol di internet yang menunjukkan persetujuan. Selanjutnya, akan dilakukan pengiriman barang oleh penjual kepada pembeli.<sup>46</sup>

Pada umumnya, transaksi *e-Commerce* sama dengan jual beli menggunakan akad *salam*, karena objek transaksi dalam transaksi jual beli *salam* tidak ada atau tidak dapat dihadirkan pada saat transaksi terjadi. Penjual hanya menyebutkan kriteria atau spesifikasi tertentu pada produk yang dijual dan pembeli menentukan barang yang akan dibeli dengan menyebutkan spesifikasinya kepada penyedia barang. Ketika akad terjadi, barang tidak ada pada saat kedua belah pihak melakukan transaksi, namun pihak penjual mampu menyediakan apa yang dipesan oleh calon pembeli berdasarkan kriteria atau spesifikasi yang telah disebutkan. Selain itu, pembeli harus menyerahkan pembayaran terlebih dahulu, kemudian barang akan diserahkan kepada pembeli pada waktu yang telah disepakati.<sup>47</sup> Hal itu sama dengan transaksi *e-Commerce*, karena barang yang diperjualbelikan tidak ada pada saat melakukan transaksi.

---

<sup>46</sup> Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Transaksi Elektronik: sebagai Panduan dalam Menghadapi Era Digital Bisnis e-Commerce di Indonesia* (Bandung: Nusa Media, 2019), 50-56.

<sup>47</sup> Yulia Kurniaty dan Heni Hendrawati, "Jual Beli *Online* dalam Perspektif Hukum Islam," *Transformasi Jurnal Informasi & Pengembangan IPTEK* 11, no.1 (2015): 90-92.

## b. Tipe *e-Commerce*

### 1) Tipe Bisnis ke Konsumen (B2C)

Tipe B2C merupakan tipe *e-Commerce* yang umum, yaitu bisnis penjualan *online* dari unit bisnis (perusahaan) ke konsumen individual.<sup>48</sup> Tipe ini sifatnya terbuka untuk publik, sehingga setiap individu dapat mengaksesnya melalui suatu *website server*. Pihak produsen melakukan bisnis dengan menjual dan memasarkan produknya ke konsumen tanpa adanya *feedback* dari konsumen untuk melakukan bisnis kembali kepada pihak produsen (tidak berlangganan). Artinya, perusahaan hanya menjual produk atau jasa dan konsumen hanya sebagai pemakai atau pembeli. Jenis ini berkembang dengan sangat cepat karena adanya dukungan munculnya *website* serta banyaknya toko virtual bahkan mall di internet yang menjual beragam kebutuhan masyarakat.<sup>49</sup> Karakteristik Tipe B2C yaitu:

- a) Informasi disebarakan secara umum.
- b) Pelayanan bersifat umum sehingga banyak digunakan oleh banyak orang.
- c) Pelayanan berdasarkan permintaan. Jadi, konsumen melakukan permintaan, kemudian pelaku usaha harus cepat dan siap merespon permintaan konsumen tersebut.

<sup>48</sup> Ahmad Firmansyah, "Kajian Kendala Implementasi *e-Commerce* di Indonesia," *Masyarakat Telematika dan Informasi* 8, no. 2 (Oktober-Desember, 2017): 130, <http://dx.doi.org/10.17933/mti.v8i2.107>.

<sup>49</sup> Rintho Rante Rerung, *e-Commerce Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi* (Yogyakarta: DEEPUBLISH, 2018), 23.



d) Pendekatan yang dilakukan adalah *Client Server*, yaitu konsumen sebagai *Client* menggunakan *Web Browser* untuk mengaksesnya dan pelaku usaha sebagai *Server*.

e) Mekanisme untuk mendekati konsumen menggunakan bermacam-macam pendekatan misalnya menggunakan *Electronic Shopping Mall* atau menggunakan konsep portal. *Electronic Shopping Mall* menggunakan *website* untuk menjajakan produk dan servis. Contohnya, *Amazon* <http://www.amazon.com> (toko buku virtual yang menjual buku melalui *website*), dan <http://www.ebay.com> (tempat lelang *online*), <http://www.bhinneka.com> (distribusi produk IT), <http://www.berrybenka.com> (*fashion* untuk wanita dan anak-anak), dan <http://www.tiket.com> (menyediakan dan menyelenggarakan sistem dan fasilitas pemesanan dan pembelian tiket secara *online*).<sup>50</sup>

## 2) Tipe Bisnis ke Bisnis (B2B)

Tipe B2B merupakan tipe *e-Commerce* yang menjalankan bisnis penjualan *online* dari unit bisnis (perusahaan) ke unit bisnis (perusahaan) lainnya.<sup>51</sup> Atau bisnis antar pelaku bisnis/transaksi secara elektronik antar perusahaan yang dilakukan secara rutin dan dalam kapasitas produk yang besar.

<sup>50</sup> Hani Nurliyani, *Buku seri praktikum e-Commerce* (Jawa Barat: Universitas Gunadarma, 2010), 16-17.

<sup>51</sup> Ahmad Firmansyah, "Kajian Kendala Implementasi *e-Commerce* di Indonesia," *Masyarakat Telematika dan Informasi* 8, no. 2 (Oktober-Desember, 2017): 130, <http://dx.doi.org/10.17933/mti.v8i2.107>.

Biasanya yang menggunakan jenis ini adalah produsen dan pedagang tradisional.<sup>52</sup> Karakteristik Tipe B2B yaitu:

a) Transaksi dilakukan oleh para *trading partners* yang sudah saling kenal. Informasi hanya dipertukarkan dengan *partner* tersebut. dengan format data yang telah disepakati bersama. Dengan demikian, informasi yang dikirimkan dapat disusun sesuai dengan kebutuhan dan kepercayaan.

b) Pertukaran data berlangsung berulang-ulang dan berkala. Misalnya setiap hari dengan format yang sudah disepakati bersama. Artinya, servis yang digunakan sudah tertentu. Hal ini memudahkan pertukaran data yang menggunakan standard yang sama.

1. Salah satu pelaku bisnis tidak harus menunggu rekan bisnisnya untuk mengirimkan datanya.
2. Sarana yang digunakan yaitu EDI (*Electronic Data Interchange*)
3. Model yang umum digunakan adalah *peer-to-peer* agar pelaku bisnis lebih mudah untuk mendistribusikan informasi yang dimilikinya.<sup>53</sup>

Contoh *e-Commerce* tipe B2B yaitu

<http://www.bizzy.com>, <http://www.kawanlama.com>, dan

<sup>52</sup> Rintho Rante Rerung, *e-Commerce Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi* (Yogyakarta: DEEPUBLISH, 2018), 20.

<sup>53</sup> Endar Nirmala dan Ahmad Musyafa, *Modul e-Commerce Teknik Informatika* (Tangerang Sealatan: UNPAM PRESS, 2017), 3-4.

<http://www.ralali.com>. Bizzy.com merupakan *e-Commerce* pertama yang memiliki tipe B2B di Indonesia. Bizzy menyediakan solusi bagi perusahaan yang memiliki masalah dalam hal pengadaan *supply* dan jasa kebutuhan bisnis. Kawanlama.com menyediakan berbagai macam peralatan industri mulai dari alat rumah tangga sampai alat-alat bengkel. Sedangkan ralali.com menjual berbagai macam kebutuhan otomotif, alat ukur, GPS, dan peralatan listrik lainnya.<sup>54</sup>

### 3) Tipe Konsumen Ke Konsumen (C2C)

Tipe C2C merupakan tipe *e-Commerce* yang menjalankan bisnis penjualan *online* dari konsumen ke konsumen lainnya.<sup>55</sup> Dapat juga disebut sebagai pelanggan ke pelanggan yaitu orang yang menjual produk dan jasa ke satu sama lain. Umumnya transaksi ini dilakukan melalui pihak ketiga yang menyediakan *platform online* atau yang dikenal dengan nama *marketplace* untuk melakukan transaksi tersebut. Contohnya yakni <http://www.bukalapak.com>, <http://www.tokopedia.com>, <http://www.shopee.com>, dan lain-lain. Macam-macam kegiatan *Consumer to Consumer* (C2C) yaitu:

<sup>54</sup> Rintho Rante Rerung, *e-Commerce Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi* (Yogyakarta: DEEPUBLISH, 2018), 21-22.

<sup>55</sup> Ahmad Firmansyah, "Kajian Kendala Implementasi *e-Commerce* di Indonesia," *Masyarakat Telematika dan Informasi* 8, no. 2 (Oktober-Desember, 2017): 130, <http://dx.doi.org/10.17933/mti.v8i2.107>.

- a) Lelang C2C. C2C dalam situs lelang sangat sangat banyak. Kebanyakan lelang dilakukan oleh perantara, seperti [www.ebay.com](http://www.ebay.com) dan [www.auctionanything.com](http://www.auctionanything.com)
- b) Iklan Kecil. Orang menjual ke orang lainnya setiap hari melalui iklan kecil (*classified ad*) di koran dan majalah. Iklan kecil berbasis internet memiliki satu keunggulan besar dari pada berbagai jenis iklan kecil yang lebih tradisional seperti AOL, MSN, dan lain sebagainya.
- c) Layanan Personal. Banyak layanan personal (pengacara, pembuat laporan pajak, penasehat investasi) tersedia di internet.<sup>56</sup>

#### 4) Tipe *Consumer To Business* (C2B)

C2B merupakan suatu model bisnis dimana perorangan dapat menawarkan berbagai produk/jasa kepada perusahaan tertentu dimana nantinya perusahaan membeli/membayar barang/jasa tersebut. konsep ini merupakan kebalikan dari *bussines to consumer* (B2C). *Platform* yang umumnya menggunakan jenis ini adalah yang menjual foto bebas royalti, gambar, media, dan elemen desain. Contohnya seorang desainer profesional dapat menawarkan jasa desain logo atau *brand* yang dimiliki suatu perusahaan atau seorang *programmer* menawarkan *template website* untuk perusahaan tertentu yang membutuhkan.

<sup>56</sup> Rintho Rante Rerung, *e-Commerce Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi* (Yogyakarta: DEEPUBLISH, 2018), 28.

Contoh bisnis yang menerapkan tipe ini adalah

<http://www.priceline.com>, <http://www.MyBloggerThemes.com>.<sup>57</sup>

### c. Proses Transaksi *e-Commerce*

Untuk lebih jelasnya, berikut adalah tahapan atau proses jual beli secara *online* melalui media elektronik (*e-Commerce*):

- 1) Pembeli menentukan spesifikasi barang yang akan dibeli dengan melihat gambar barang yang dipajang di suatu situs *website* atau aplikasi.
- 2) Pembeli melakukan pemesanan barang tertentu sesuai harga yang tertera.
- 3) Pembeli melakukan pembayaran sesuai harga yang tertera, biasanya dengan cara transfer yang melibatkan pihak bank atau melalui internet atau *SMS banking*, indomaret, alfamart, dan lain sebagainya. Bahkan bisa membayar dengan sistem *COD (Cash On Delivery)* yang mana pembeli akan membayar kepada kurir ketika barang telah diterima.
- 4) Penjual mengonfirmasi pesanan dan segera mengirimkan barang kepada pembeli.
- 5) Ketika pesanan diterima pembeli, pembayaran otomatis masuk ke saldo atau rekening penjual.<sup>58</sup>

<sup>57</sup> Rintho Rante Rerung, *e-Commerce Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi* (Yogyakarta: DEEPUBLISH, 2018), 28.

<sup>58</sup> Imam Mustofa, "Transaksi Elektronik (*e-Commerce*) dalam Perspektif Fikih," *Jurnal Hukum Islam (JHI)* 10, no. 2 (2012): 162-163, <https://doi.org/10.28918/jhi.v0i0>.

Singkatnya, dalam transaksi *e-Commerce*, perusahaan, sekelompok orang, atau individu yang ingin menawarkan produk atau jasanya, dapat memulai rangkaian bisnis dengan menggunakan internet sebagai media berkomunikasi dan bermodalkan sebuah *website* atau *homepage*. Mereka dapat memberikan berbagai informasi terkait produk atau jasa yang ditawarkan. Sementara itu, calon pembeli menggunakan internet yang menyediakan akses secara luas dan bebas terhadap semua perusahaan yang telah mendaftarkan diri di dunia maya. Pertukaran informasi dalam arena ini dapat dilakukan secara satu arah maupun interaktif melalui beragam produk elektronik, seperti komputer, telepon, faks, dan televisi. Untuk proses transaksi *e-Commerce* yang pertama dinamakan *information sharing*.

Penjual dalam proses ini mencari dan menjaring calon pembeli sebanyak-banyaknya, sementara pembeli berusaha sedapat mungkin mencari produk atau jasa yang diinginkan dan mencoba mencari tahu penilaian orang lain terhadap produk atau jasa tersebut. Setelah aktivitas tukar-menukar informasi dilakukan, proses selanjutnya adalah melakukan pemesanan produk atau jasa secara elektronik.<sup>59</sup> Dua pihak yang bertransaksi sudah selayaknya harus melakukan aktivitas perjanjian tertentu, sehingga proses pembelian dapat dilakukan dengan sah, benar, dan aman. Setelah transaksi usai dilakukan, maka produk akan didistribusikan ke tangan konsumen

---

<sup>59</sup> Sugeng Santoso, "Sistem Transaksi *e-Commerce* dalam Perspektif KUH Perdata dan Hukum Islam," *AHKAM* 4, no. 2 (November, 2016): 226-227, <https://doi.org/10.21274/ahkam.2016.4.2.217-246>.

melalui jasa pengiriman, kemudian proses terakhir yaitu produk atau pesanan tiba ke tangan pembeli dan ia bisa memberikan komentar terkait tingkat kepuasannya dalam melakukan transaksi *e-Commerce*.<sup>60</sup>

#### d. Kelebihan Transaksi *e-Commerce*

##### 1) Bagi konsumen

- a) Transaksi lebih efektif, efisien, dan fleksibel.
- b) Menyediakan harga kompetitif.
- c) Menyediakan informasi barang dan jasa yang lengkap dan jelas.
- d) Menyediakan banyak bonus seperti kupon, penawaran istimewa dan diskon.
- e) Memberikan perhatian khusus seperti usulan pembeli.<sup>61</sup>

##### 2) Bagi Produsen

- a) *Market Exposure* (pangsa pasar). Dengan keunggulan teknologi, memperluas jangkauan pemasaran dan mempercepat proses distribusi.
- b) *Revenue Stream* (aliran pendapatan). Pendapatan akan lebih menjanjikan daripada melalui sistem transaksi tradisional.
- c) *Operating Cost* (biaya operasional). Jika secara konvensional akan membutuhkan banyak karyawan untuk melayani sehingga mengeluarkan biaya yang lebih untuk membayar karyawan.

<sup>60</sup> Sugeng Santoso, "Sistem Transaksi *e-Commerce* dalam Perspektif KUH Perdata dan Hukum Islam," *AHKAM* 4, no. 2 (November, 2016): 226-227, <https://doi.org/10.21274/ahkam.2016.4.2.217-246>.

<sup>61</sup> Hani Nurliyani, *Buku seri praktikum e-Commerce* (Jawa Barat: Universitas Gunadarma, 2010), 47-48.

Selain itu, mengurangi biaya-biaya yang berhubungan dengan kertas seperti pencetakan laporan. Sedangkan jika secara *online*, maka tidak membutuhkan modal usaha yang terlalu besar dan biaya operasional cenderung lebih murah dibandingkan pemasaran lainnya.

d) Waktu kerja pemasaran *online* tidak terbatas.<sup>62</sup>

**e. Kekurangan Transaksi *e-Commerce***

**1) Bagi Konsumen**

- a) Keterlambatan pengiriman. Barang yang dikirim bisa saja mengalami keterlambatan pengiriman.
- b) Kesulitan transaksi. Walaupun zaman sudah semakin canggih akan teknologi, namun masih ada beberapa orang yang masih awam untuk menggunakan teknologi, apalagi untuk melakukan transaksi menggunakan teknologi tersebut.
- c) Pelayanan buruk.
- d) Produk tidak dapat dicoba. Dalam jual beli *online*, produk yang ditawarkan bermacam-macam dan beragam. Namun, semua produk tersebut tidak dapat dicoba. Pembeli hanya bisa melihat melalui gambar beserta spesifikasinya.
- e) Kualitas barang tidak sesuai. Barang yang diterima kadang tidak sama dengan gambar yang dipajang di situs *online*.

---

<sup>62</sup> Rintho Rante Rerung, *e-Commerce Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi* (Yogyakarta: DEEPUBLISH, 2018), 33.



Kesamaan dari barang yang ada dalam foto atau gambar tidak bisa seratus persen sama.

- f) Pengiriman mahal. Jual beli *online* yang terjadi melalui media elektronik yang berjauhan tentunya produk yang dibeli tidak bisa langsung didapatkan. Pemilik toko *online* memerlukan jasa pengiriman seperti JNE, TIKI, Pos Indonesia, dan sebagainya. Tentunya hal ini mengharuskan pembeli untuk membayar biaya pengiriman (ongkos kirim).
- g) Resiko penipuan. Dalam jual beli *online*, rentan akan penipuan. Bisa saja penjual tidak mengirim barang kepada pembeli, padahal penjual telah menerima pembayaran dari pembeli tersebut.<sup>63</sup>

## 2) Bagi Produsen

- a) Pencurian informasi rahasia yang berharga. Gangguan yang timbul bisa menyingkap semua informasi rahasia kepada pihak-pihak yang tidak berhak dan dapat mengakibatkan kerugian yang besar bagi korban.
- b) Adanya gangguan pelayanan. Hal ini merupakan kesalahan non-teknis seperti aliran listrik tiba-tiba padam.
- c) Penggunaan akses ke sumber oleh pihak yang tidak berhak.

Contohnya, seorang *hacker* berhasil membobol sebuah sistem

<sup>63</sup> Tira Nur Fitria, "Bisnis Jual Beli *Online (Online Shop)* dalam Hukum Islam dan Hukum Negara," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 3, no. 1 (Maret, 2017): 57, <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v3i01.99>.

perbankan. Setelah itu dia memindahkan sejumlah rekening orang lain ke rekeningnya sendiri.<sup>64</sup>

d) Kehilangan kepercayaan dari konsumen. Hal itu terjadi karena berbagai macam faktor seperti usaha yang dilakukan dengan sengaja oleh pihak lain yang berusaha menjatuhkan reputasi perusahaan tersebut.

e) Kerugian yang tidak terduga. Hal tersebut disebabkan oleh gangguan yang dilakukan dengan sengaja, ketidakjujuran, praktek bisnis yang tidak benar, kesalahan faktor manusia, atau kesalahan sistem.

f) Kehilangan segi finansial secara langsung karena kecurangan. Seorang penipu mentransfer uang dari rekening satu ke rekening lainnya atau dia telah mengganti semua data finansial yang ada.<sup>65</sup>

Selain itu, dampak negatif dari adanya transaksi berbasis elektronik atau jual beli *online* (*e-Commerce*) yaitu:

- 1) Pengangguran. Perusahaan yang menggunakan teknologi informasi secara intensif semakin lama akan mengurangi tenaga kerja.
- 2) Timbulnya jurang pemisah antara kalangan menengah kebawah dan atas. Untuk melakukan komunikasi bisnis secara *online*

<sup>64</sup> Rintho Rante Rerung, *e-Commerce Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi* (Yogyakarta: DEEPUBLISH, 2018), 34.

<sup>65</sup> Hani Nurliyani, *Buku seri praktikum e-Commerce* (Jawa Barat: Universitas Gunadarma, 2010), 48.

dengan menggunakan *handphone*, komputer, atau *gadget* lainnya.

Mau tidak mau, masyarakat berusaha untuk bisa memiliki *handphone*, komputer, dan segala perangkat yang diperlukan.

- 3) Meningkatkan individualisme. Pada perdagangan *online*, seseorang dapat melakukan jual beli tanpa bertemu dengan siapapun. Hal itu mengakibatkan manusia semakin individual dan membuat sosialisasi menjadi berkurang.
- 4) Membuat individu menjadi manja dan bermalas-malasan untuk belanja keluar dan menyebabkan kecanduan berbelanja *online*.
- 5) Terkadang menimbulkan kekecewaan. Barang yang ditampilkan dalam situs *online* berbeda dengan barang yang diterima pembeli.
- 6) Pembeli atau penjual yang licik. Terkadang pembeli tidak melakukan pembayaran setelah barang pesanan sampai atau penjual yang licik karena setelah menerima pembayaran dari pembeli, penjual tidak mengirim barang tersebut ke pembeli.
- 7) Dengan semakin maraknya jual beli secara *online*, maka akan mematikan pedagang-pedagang kecil atau orang-orang yang memiliki toko-toko kecil, karena pembeli atau konsumen beralih ke transaksi secara *online*.<sup>66</sup>

## 2. Marketplace

*Marketplace* adalah media *online* berbasis internet tempat melakukan kegiatan bisnis dan transaksi antara pembeli dan penjual.

<sup>66</sup> Rose Rahmidani, "Penggunaan *e-Commerce* dalam Bisnis sebagai Sumber Keunggulan Bersaing Perusahaan," Makalah disajikan pada Seminar Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi, Universitas Negeri Padang, 2015.

Pembeli dapat mencari pemasok barang sebanyak mungkin dengan kriteria atau spesifikasi yang diinginkan sehingga diperoleh sesuai harga pasar.<sup>67</sup> Dengan kata lain, *Marketplace* adalah sebuah wadah pemasaran produk secara elektronik yang mempertemukan banyak penjual dan pembeli untuk saling bertransaksi.<sup>68</sup> Contoh *marketplace* yaitu Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Lazada, Blibli, JD Indonesia, Elevenia, Zalora, dan masih banyak lagi.

*Marketplace* merupakan solusi yang tercipta dari pesatnya perkembangan teknologi informasi dan internet yang menggempur industri perdagangan. *Marketplace* memiliki konsep seperti pasar tradisional. Akan tetapi, pasar tersebut berbentuk virtual. Peran pemilik *marketplace* yakni mempertemukan penjual dan pembeli di *website* mereka

Dalam *marketplace*, setiap pelaku usaha dapat menampilkan produknya untuk dijual tanpa perlu membangun sistem. Adanya *marketplace* ini sangat menguntungkan para pelaku usaha, terutama usaha kecil dan menengah karena kemudahan operasional. Dengan demikian, maka para pelaku usaha hanya perlu memberikan informasi selengkap-lengkapny tentang produk yang dijual di *marketplace* seperti informasi produk, harga, pengiriman dan lain sebagainya.<sup>69</sup>

<sup>67</sup> Angga, K.P, "Rancang Bangun Aplikasi *Marketplace* Penyedia Jasa Les *Private* di Kota Pontianak Berbasis *Web*," *Sistem dan Teknologi Informasi* 1, no. 2 (Agustus, 2017): 3.

<sup>68</sup> Deni Apriadi dan Arie Yandi Saputra, "e-Commerce Berbasis *Marketplace* Dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian," *RESTI (Rekayasa Sistem dan Teknologi Informasi)* 1, no. 2 (2017): 132, <https://doi.org/10.29207/resti.v1i2.36>.

<sup>69</sup> Rini Yustiani dan Rio Yunanto, "Peran *Marketplace* sebagai Alternatif Bisnis di Era Teknologi Informasi," *Jurnal Ilmiah Komputer dan Informatika (KOMPUTA)* 6, no. 2 (Oktober, 2017): 43, <https://doi.org/10.33867/komputa.v6i2.2476>.

*Marketplace* merupakan model bisnis baru yang berkembang seiring pesatnya perkembangan infrastruktur teknologi informasi. *marketplace* dirancang untuk meminimalisir proses bisnis yang kompleks sehingga tercipta efisiensi dan efektifitas. Dengan adanya *marketplace*, setiap orang dapat melakukan aktivitas jual beli dengan mudah, cepat dan murah karena tidak ada batas ruang, jarak dan waktu.

Indikator dari ektivitasnya *marketplace* ditentukan oleh kemampuan *marketplace* tersebut dalam memfasilitasi transaksi, mempertemukan penjual dan pembeli serta menyediakan infrastruktur. Sedangkan indikator efisiensi berkaitan dengan ringkasnya waktu dan biaya yang diberikan *marketplace*.

Pasar konvensional memerlukan pasar fisik sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli. Sedangkan *marketplace* memerlukan sarana virtual sebagai tempat terjadinya transaksi. *Marketplace* merupakan *platform* transaksi bisnis *online* yang menyediakan metode elektrik untuk memfasilitasi transaksi komersil seperti menjual barang, jasa ataupun informasi secara *online* antara pembeli dan penjual.<sup>70</sup>

Pada dasarnya, pemilik *marketplace* tidak bertanggung jawab atas barang-barang yang dijual karena tugas mereka adalah menyediakan tempat bagi para penjual yang ingin berjualan dan membantu mereka untuk bertemu pelanggan dan melakukan transaksi dengan lebih sederhana dan mudah. Transaksinya sendiri memang diatur oleh

<sup>70</sup> Rini Yustiani dan Rio Yunanto, "Peran *Marketplace* sebagai Alternatif Bisnis di Era Teknologi Informasi," *Ilmiah Komputer dan Informatika (KOMPUTA)* 6, no. 2 (Oktober, 2017): 45, <https://doi.org/10.33867/komputa.v6i2.2476>.

*marketplace*-nya. Kemudian, setelah menerima pembayaran, penjual akan mengirim barang ke pembeli. Hal tersebut menyebabkan *marketplace* terkenal karena kemudahan dan kenyamanan dalam penggunaannya, sehingga banyak yang menggambarkan *marketplace* seperti *department store*.<sup>71</sup>

Adanya *marketplace* membuat pelaku usaha tidak perlu mengeluarkan biaya yang mahal untuk membangun sistem karena telah disediakan oleh pihak *marketplace*. Selain itu, tidak perlu melakukan perbaikan secara berkala karena sudah ditangani oleh pihak penyedia *marketplace*. Dengan demikian, para pelaku usaha dapat memangkas biaya operasional. Para pelaku usaha juga tidak perlu melakukan promosi karena situs *marketplace* telah memiliki strategi promosi sendiri yang mana promosi tersebut akan berdampak pula pada usaha ataupun bisnis. Yang perlu dilakukan dalam menjalankan usaha di situs *marketplace* yakni memberikan informasi produk secara lengkap. Oleh karena itu, dengan banyaknya manfaat yang diberikan, maka para pelaku usaha dapat memangkas biaya transaksi, mempertahankan pelanggan dan mendapatkan pelanggan baru sehingga tercipta efisiensi.<sup>72</sup>

---

<sup>71</sup> Putu Artaya dan Tubagus Purworismiardi, "Efektivitas *Marketplace* dalam Meningkatkan Konsentrasi Pemasaran dan Penjualan Produk bagi UMKM di Jawa Timur," diakses pada tanggal 3 April 2019, <https://www.researchgate.net/publication/332523654>.

<sup>72</sup> Rini Yustiani dan Rio Yunanto, "Peran *Marketplace* sebagai Alternatif Bisnis di Era Teknologi Informasi," *Ilmiah Komputer dan Informatika (KOMPUTA)* 6, no. 2 (Oktober, 2017): 46, <https://doi.org/10.33867/komputa.v6i2.2476>.

### 3. *e-Commerce* pada *Marketplace*

*Marketplace* memiliki segmentasi penerapan yang luas. Secara garis besar, *marketplace* diterapkan untuk melaksanakan aktivitas ekonomi B2B (*business to business*) dan C2C (*customer to customer*). Jenis atau tipe *e-Commerce* B2B (*business to business*) pada *marketplace* adalah situs yang mempertemukan antara perusahaan dengan perusahaan lainnya, mereka adalah para distributor dan *supplier*. Contohnya Indotrading, Indonetnetwork, tradeshift, dan tradekorea.<sup>73</sup>

Jenis atau tipe *e-Commerce* C2C (*consumer to consumer*) pada *marketplace* yaitu konsumen individu dapat menjual dan membeli produk dari konsumen lainnya. Beberapa contoh *marketplace* yang menggunakan tipe ini yaitu Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak.<sup>74</sup>

### 4. *Khiyar* pada *e-Commerce*

*Khiyar* adalah hak pilih bagi penjual dan pembeli untuk melanjutkan atau membatalkan akad jual-beli yang dilakukannya.<sup>75</sup> *Khiyar* diadakan oleh *syara'* agar kedua orang yang melakukan jual beli dapat memikirkan kemaslahatan masing-masing lebih jauh, supaya tidak akan terjadi penyesalan di kemudian hari akibat merasa tertipu.<sup>76</sup> *Khiyar* mengandung prinsip keadilan. Selain itu, dengan adanya *khiyar*, maka

<sup>73</sup> Indra Wibawa, "Penjelasan Lengkap Tentang *e-Commerce*," Trendingbisnis, diakses pada tanggal 22 April 2020, <https://trendingbisnis.com/index.php/70-startup/25-penjelasan-lengkap-tentang-e-commerce>.

<sup>74</sup> Rian Romadhon, "5 Model Bisnis *e-Commerce* (B2B, B2C, C2C, C2B, B2G) untuk dicoba di 2021," Softwareseni, diakses 12 Januari 2021, <https://www.softwareseni.co.id/blog/5-model-bisnis-ecommerce-b2b-b2c-c2c-c2b-b2g>.

<sup>75</sup> Pasal 20 Angka 8 Buku II tentang Akad Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.

<sup>76</sup> Sulaiman Rasjid, *Fiqh Islam* (Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2017), 286.

kemungkinan dirugikan akibat transaksi bisa dicegah. Ini merupakan salah satu upaya pencegahan dalam Islam terhadap kemungkinan pelanggaran etika jual beli oleh penjual.<sup>77</sup> Menurut Rachmat Syafe'i, *khiyar* yang paling *masyhur* atau terkenal ada 3 macam, yaitu:

a. *Khiyar Majelis*

Menurut ulama fiqh, *khiyar majelis* adalah hak bagi semua pihak yang melakukan akad selagi masih berada di tempat akad dan kedua pihak belum berpisah. Keduanya saling memilih sehingga muncul kelziman dalam akad.<sup>78</sup>

b. *Khiyar Syarat*

Menurut ulama fiqh, *khiyar syarat* 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. Misalnya, seorang pembeli berkata “Saya beli dari kamu barang ini dengan catatan saya ber-*khiyar* (pilih-pilih) dalam tiga hari”. *Khiyar* ini dilakukan untuk menghilangkan unsur kelalaian atau penipuan. *Khiyar* ini boleh dilakukan dalam segala macam jual beli, kecuali barang yang wajib diterima di tempat jual beli, seperti barang-barang riba. Masa *khiyar syarat* paling lama 3 hari 3 malam, sebagaimana dalam sabda Rasulullah SAW yang artinya “*Engkau boleh khiyar*

<sup>77</sup> Abdul Ghafur dan Ahmad Munif, “Problematika Perdagangan *Online* Telaah terhadap Aspek *Khiyar* dalam *e-Commerce*,” *Al-Manahij* 10, no. 2 (Desember 2016): 299, <https://doi.org/10.24090/mnh.v10i2.940>.

<sup>78</sup> Rachmat Syafe'i, *Fiqh Muamalah* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2001), 113.



*pada segala barang yang telah engkau beli selama tiga hari tiga malam.*” (H.R. Baihaqi dan Ibnu Majah).<sup>79</sup>

Jika hanya satu pihak yang mensyaratkan *khiyar*, maka barang tersebut dalam masa *khiyar* menjadi kepunyaan orang yang mensyaratkan *khiyar*. Akan tetapi, jika kedua belah pihak sama-sama mensyaratkan *khiyar*, maka barang tersebut tidak dimiliki oleh seorang pun dari keduanya. Jika jual beli tetap diteruskan, maka baru diketahui bahwa barang tersebut milik pembeli. Tetapi, jika jual beli tidak diteruskan, barang tersebut tetap milik penjual.<sup>80</sup>

### c. *Khiyar 'aib* (Cacat)

Menurut ulama fiqh, *khiyar 'aib* adalah keadaan yang membolehkan salah seorang yang akad memiliki hak untuk membatalkan akad atau menjadikannya ketika ditemukan *aib* (kecacatan) dari salah satu yang dijadikan alat tukar-menukar yang tidak diketahui pemiliknya waktu akad. Dengan demikian, penyebab *khiyar 'aib* adalah adanya cacat pada barang yang diperjualbelikan atau harga yang kurang nilainya atau tidak sesuai dengan yang dimaksud atau orang yang tidak meneliti kecacatannya ketika akad.<sup>81</sup> Artinya, pembeli boleh mengembalikan barang yang dibeli apabila pada barang itu terdapat suatu cacat yang mengurangi kualitas barang atau mengurangi harganya, sedangkan pada akad cacatnya sudah ada tetapi pembeli tidak tahu atau terjadi sesudah akad yaitu

<sup>79</sup> Sulaiman Rasjid, *Fiqh Islam* (Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2017), 287.

<sup>80</sup> Rasjid, 286.

<sup>81</sup> Rachmat Syafe'i, *Fiqh Muamalah* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2001), 115-116.

sebelum diterima. Jika cacat terjadi sesudah akad sebelum barang diterima, maka barang tersebut masih dalam tanggungan penjual. Jika barang ada di tangan pembeli, boleh dikembalikan dan diminta kembali uangnya. Akan tetapi, jika barang tidak ada lagi seperti kambing dan ternyata sudah mati atau sawah yang sudah diwaqafkan, dan pembeli baru mengetahuinya, maka dia berhak meminta ganti kerugian.<sup>82</sup>

Dalam transaksi *e-Commerce*, tidak ada pertemuan secara langsung antara penjual dan pembeli sehingga tidak mungkin ada *khiyar majelis* karena *khiyar majelis* hanya bisa terjadi ketika penjual dan pembeli berada di satu tempat yakni tempat berlangsungnya transaksi. *Khiyar* yang terjadi pada transaksi *e-Commerce* yaitu *khiyar 'aib*. *Khiyar* ini berlaku bagi penjual yang menerapkan aturan kebolehan pembeli melakukan komplain terhadap barang yang dikirim. Jika barang yang dikirim tidak sesuai yang dikehendaki atau ada cacat pada barang tersebut, pembeli dapat mengajukan komplain atau meminta pertanggungjawaban kepada penjual. Namun perlu diingat, bahwa harus ada kesepakatan terlebih dahulu pada saat melakukan transaksi jika memang ada cacat, pembeli berhak mengajukan komplain atau minta pertanggungjawaban kepada penjual. Akan tetapi, *khiyar 'aib* tidak berlaku apabila sejak dari awal pihak penjual memberi ketentuan bahwa barang yang sudah dibeli tidak bisa dikembalikan. Kemudian, untuk

---

<sup>82</sup> Sulaiman Rasjid, *Fiqh Islam* (Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2017), 288.

transaksi *e-Commerce* dengan sistem COD (*Cash On Delivery*) atau sistem bayar di tempat, maka berlaku *khiyar syarat* yakni sampai kurir mengirim barang ke pembeli. Jika barang yang dibeli sesuai dengan pesanan, maka pembeli akan membayar barang tersebut. Akan tetapi, jika barang yang diterima tidak sesuai dengan pesanan atau ada cacat, pembeli bisa memilih untuk membayar atau mengembalikan barang tersebut kepada penjual. Namun, *khiyar syarat* ini harus diperjanjikan atau disepakati terlebih dahulu pada saat melakukan transaksi.<sup>83</sup>

## 5. Tokopedia

### a. Pengertian Tokopedia

Tokopedia merupakan perusahaan perdagangan secara elektronik atau toko daring. Sejak didirikan pada tahun 2009,

Tokopedia telah bertransformasi menjadi sebuah *unicorn* yang berpengaruh tidak hanya di Indonesia tetapi juga di Asia Tenggara.<sup>84</sup>

Tokopedia.com merupakan sebuah toko *online* yang dimiliki oleh Indonesia. Website ini menjual berbagai macam barang elektronik, peralatan kantor, peralatan rumah tangga, peralatan olahraga, kosmetik, perlengkapan wanita, perlengkapan pria, perlengkapan bayi, dan lain sebagainya.

<sup>83</sup> Abdul Ghafur dan Ahmad Munif, "Problematika Perdagangan *Online* Telaah terhadap Aspek *Khiyar* dalam *e-Commerce*," *Al-Manahij* 10, no. 2 (Desember 2016): 304, <https://doi.org/10.24090/mnh.v10i2.940>.

<sup>84</sup> "Tokopedia," Wikipedia, diakses pada tanggal 5 Februari 2021, <https://id.wikipedia.org/wiki/Tokopedia>.

## b. Sejarah Tokopedia

Tokopedia resmi diluncurkan ke publik pada 17 Agustus 2009 dibawah naungan PT Tokopedia yang didirikan oleh William Tanuwijaya dan Leontinus Alpha Edison pada 6 Februari 2009. Sejak resmi diluncurkan, PT Tokopedia berhasil menjadi salah satu perusahaan internet Indonesia dengan pertumbuhan yang sangat pesat.

Pada tahun 2016, Tokopedia menghadirkan produk teknologi finansial. Produk tersebut terdiri atas dompet digital, investasi terjangkau, kredit modal bisnis, kartu kredit virtual, produk proteksi, skoring kredit berdasarkan data untuk produk pinjaman, investasi, serta layanan keuangan lainnya. Kemudian, pada tahun 2018, Tokopedia menghadirkan aplikasi Mitra Tokopedi berukuran 1 MB yang ditujukan untuk memungkinkan semua orang khususnya pemilik warung dan usaha kecil bisa berjualan produk digital Tokopedia seperti paket data, token listrik, BPJS, *voucher* game, dan lain sebagainya.<sup>85</sup>

Tokopedia turut mendukung para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dan perorangan untuk mengembangkan usaha mereka dengan memasarkan produk secara daring dengan Pemerintah dan pihak-pihak lainnya. Salah satu program kolaborasi yang diinisiasi oleh Tokopedia adalah acara tahunan MAKERFEST yang diadakan sejak bulan Maret 2018. Selain itu, pada Maret 2018

---

<sup>85</sup> "Tokopedia," Wikipedia, diakses pada tanggal 5 Februari 2021, <https://id.wikipedia.org/wiki/Tokopedia>.

Tokopedia juga menghadirkan Tokopedia Center agar pengunjung dapat melakukan transaksi secara *online-to-offline* (O2O), membayar tagihan, membeli tiket, mendapatkan informasi mengenai cara menggunakan aplikasi Tokopedia, belanja secara interaktif, sampai mencari inspirasi untuk memulai usaha daring secara gratis.<sup>86</sup>

### c. Kelebihan Tokopedia

Kelebihan Tokopedia yakni tampilannya lebih sederhana sehingga memudahkan penggunaanya karena desainnya yang minimalis dengan dominasi warna hijau yang segar, akses *website* atau aplikasinya lebih cepat dan sangat ringan sehingga *loading* dan proses-proses lainnya sangat cepat dan tidak membuat pengguna bosan, banyak tersedia promo gratis barang, gratis ongkir, bahkan gratis pembelian barang-barang tertentu bagi pengguna baru, seseorang bisa menawarkan atau menjual barang secara gratis, banyak pilihan kurir pengiriman barang, proses pencairan saldo yang sangat cepat dan terdapat fitur yang mendukung penjual untuk melayani pembelian dan hanya ada di Tokopedia yakni fitur *pre-order* dengan waktu pengiriman maksimal satu bulan, fitur tersebut memungkinkan pengguna melakukan pemesanan di jauh-jauh hari termasuk barang-barang impor. Selain itu, kualitas barang-barang yang dijual di Tokopedia sangat terjamin karena jika ada barang yang bodong maka

---

<sup>86</sup> "Tokopedia," Wikipedia, diakses pada tanggal 5 Februari 2021, <https://id.wikipedia.org/wiki/Tokopedia>.

Tokopedia akan segera memprosesnya. Hal itu yang membuat masyarakat percaya kepada Tokopedia.<sup>87</sup>

Tokopedia ini adalah satu-satunya *marketplace* yang gratis. Visi Tokopedia yaitu “Membangun Indonesia lebih baik lewat internet”. Misi Tokopedia yaitu terus berusaha memberikan kesempatan kepada setiap individu di Indonesia untuk memulai bisnis dengan mudah dan gratis di Tokopedia. William Tanuwijaya sebagai salah satu pendiri Tokopedia mengatakan bahwa Tokopedia bisa sukses jika membantu para pengguna Tokopedia menjadi lebih sukses, ketika kami dapat membantu banyak orang untuk membawa perubahan, baik bagi dirinya sendiri, keluarga, maupun orang lain di lingkungan sekitar mereka, bagi kami tidak ada model bisnis yang lebih indah dari ini. Dengan memberikan layanan dasar gratis, tidak ada *barrier of entry* (penghalang masuk) untuk siapa saja yang ingin mencoba mengubah hidup mereka menjadi lebih baik lewat internet.<sup>88</sup> Selain itu, jika pembeli mengalami suatu permasalahan atau kendala dalam berbelanja di Tokopedia, ia bisa meminta bantuan ke pihak Tokopedia dan pihak Tokopedia akan segera memberikan solusi dengan cepat dan tanggap. Misalnya, pembeli tidak kunjung menerima barang yang sudah dipesan sedangkan ia tidak

---

<sup>87</sup> “Kelebihan Tokopedia dibanding *Marketplace* Lain”, Tutorial di Tokopedia, diakses pada tanggal 7 Februari 2019, <https://www.caratokopedia.com/2019/02/kelebihan-tokopedia-dibanding-marketplace-lain.html?m=1>.

<sup>88</sup> “Mengapa Tokopedia Gratis,” Tokopedia, diakses pada tanggal 5 Juni 2021, <https://www.google.com/amp/s/www.tokopedia.com/blog/press-release-mengapa-tokopedia-gratis/amp>.

mendapatkan respon sama sekali dari penjual, maka ia bisa menghubungi pihak Tokopedia untuk meminta solusi atau melakukan permintaan pengembalian dana. Jadi, jika memang tidak ada respon dari penjual, maka pembeli bisa melakukan permintaan pengembalian dana dan pihak Tokopedia akan segera memproses pengembalian dana tersebut.<sup>89</sup> Hal seperti itu sering dialami oleh banyak orang dan berdasarkan pengalaman para pembeli di Tokopedia, *Customer Service* Tokopedia selalu cepat dan tanggap dalam memberikan bantuan dan solusi kepada siapapun yang membutuhkan.<sup>90</sup> Tidak hanya memberikan dampak positif terhadap pembeli, namun juga memberikan dampak positif bagi pemilik usaha setelah bergabung menjadi Mitra Tokopedia. Dari hasil survei yang dilakukan terhadap ribuan mitra pada Oktober 2020 lalu menyatakan hampir 80% pemilik usaha meraih keuntungan tambahan lebih dari dua kali lipat ketika bergabung menjadi mitra Tokopedia. Hasil survei tersebut juga mencatatkan lebih dari 80% Mitra Tokopedia meraih lebih banyak pelanggan dan hampir 100% mitra dapat menghemat biaya transportasi lebih dari Rp.50.000 (lima puluh ribu rupiah) per minggu dengan memanfaatkan fitur grosir di aplikasi mitra Tokopedia. 8 dari 10 mitra juga berhasil menambah jumlah stok warungnya sehingga menjadikan suplai barang tetap terjaga dan

---

<sup>89</sup> Nisful Ardi, "Tokopedia Penipu? Pengalaman Buruk Belanja di Tokopedia + Dokumen Pribadi," Kurir, diakses pada tanggal 21 Desember 2020, <https://idkurir.web.id/tokopedia-penipu/>.

<sup>90</sup> "TokopediaCare," Twitter, diakses pada tanggal 17 November 2020, <https://mobile.twitter.com/TokopediaCare/status/1328700919467237379>.

aman. 9 dari 10 mitra juga berhasil menjual lebih banyak produk dengan pulsa, listrik, PDAM, BPJS, dan *voucher game* menjadi produk terlaris. Mitra Tokopedia juga memberikan dampak kesejahteraan bagi para mitranya, dengan lebih dari 25% Mitra Tokopedia mempunyai waktu lebih bersama keluarganya, lebih dari 40% mitra mengemukakan kemudahannya dalam berbisnis, lebih dari 40% mengaku lebih melek teknologi, dan lebih dari 50% mengaku lebih mandiri secara finansial. Selain itu, 5 dari 10 mitra menyatakan punya tabungan tambahan, lebih dari 35% mitra sudah memanfaatkan transaksi digital, jumlah mitra laki-laki dan perempuan yang seimbang, dan hampir 25% mitra Tokopedia memiliki penghasilan tambahan di masa pandemi Covid-19.<sup>91</sup>

## 6. Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli

### a. Pengertian Fatwa DSN-MUI

Fatwa berasal dari bahasa Arab *fataa = bayyana*, berarti menjelaskan atau menerangkan. Kata kerja *afta-yufti ifta'an* berarti menerangkan tentang hukum. *Al iftaa*, bisa diartikan sebagai pemberian keputusan. Pemberian keputusan dalam hal ini adalah terkait dengan masalah penyelesaian hukum dalam Islam. Jadi, secara bahasa, fatwa adalah jawaban (keputusan atau pendapat) terhadap

<sup>91</sup> Angga Laraspati, "80% Mitra Tokopedia Raup Banyak Pelanggan dan Keuntungan," detikinet, diakses pada tanggal 4 November 2020, <https://inet.detik.com/business/d-5241012/80-mitra-tokopedia-raup-banyak-pelanggan-dan-keuntungan>.



suatu masalah. Selain itu, fatwa juga berarti nasihat orang alim, pelajaran baik, atau petuah.

Secara istilah, fatwa berarti penjelasan hukum syar'i bagi orang yang bertanya perihal peristiwa-peristiwa yang dipertanyakan dengan menggunakan dalil-dalil. Al-Karofi mendefinisikan, fatwa adalah *khobar* dari Allah mengenai sesuatu yang wajib dan yang boleh. Dengan demikian, fatwa adalah segala sesuatu yang dikabarkan mufti sebagai jawaban terhadap pertanyaan atau sebagai penjelasan bagi hukum-hukum yang dipertanyakan.

Dilihat dari prosesnya, fatwa bukanlah sebuah keputusan hukum yang dibuat secara mudah atau asal-asalan, tetapi ditetapkan melalui prosedur yang sulit dan ketat karena terkait dengan pihak yang mempunyai otoritas untuk membuat fatwa atau memberikan fatwa (*ijazah al ifta*), metode pembuatan fatwa (*al istinbath*) dan kode etik fatwa (*adab al ifta'*). Seseorang yang mengeluarkan fatwa disebut dengan mufti yang berarti *al faqihu al ladzi yu'thi al fatwa wa yajibu 'amma ulqiya 'alaihi min al masa'ili al muta'alliqati bi al syari'ah* (ahli fiqh yang memberikan fatwa dan wajib mengaitkan persoalan yang difatwakan dengan syariah).<sup>92</sup>

Jadi, fatwa adalah pendapat ulama yang merupakan respon terhadap pertanyaan atau situasi yang ada pada zamannya yang muncul karena adanya perubahan pola hidup yang dialami oleh

<sup>92</sup> Mahmudah, *Dewan Syariah Nasional & Fatwa Ekonomi* (Jember: IAIN Jember Press, 2015), 1-2.

masyarakat dan perkembangan teknologi. Dari pengertian dan sifat fatwa tersebut, dapat diketahui unsur-unsur dari fatwa, yaitu:

- 1) *Al ifta* atau *al futuya*, yaitu kegiatan menerangkan hukum syara' sebagai jawaban atas pertanyaan yang diajukan.
- 2) *Mustafti*, yaitu individu atau kelompok yang mengajukan pertanyaan atau meminta fatwa.
- 3) *Mufti*, yaitu orang yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut atau orang yang memberikan fatwa.
- 4) *Mustafti fih*, yaitu masalah, peristiwa, kasus atau kejadian yang ditanyakan status hukumnya.
- 5) Fatwa, yaitu jawaban hukum atau masalah, peristiwa atau kasus kejadian yang ditanyakan.

Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) merupakan lembaga yang secara struktural berada di bawah naungan Majelis Ulama Indonesia (MUI). Dewan Syariah Nasional adalah satu-satunya lembaga yang diberi amanat oleh Undang-undang untuk menetapkan fatwa-fatwa tentang ekonomi dan keuangan syariah. Tugasnya adalah menangani masalah-masalah yang berhubungan dengan kegiatan ekonomi syariah, baik yang berhubungan dengan aktivitas lembaga keuangan syariah maupun yang lainnya.<sup>93</sup>

---

<sup>93</sup> Mahmudah, *Dewan Syariah Nasional & Fatwa Ekonomi* (Jember: IAIN Jember Press, 2015), 77-82.

## b. Kedudukan Fatwa Sebagai Sumber Hukum Islam

Fatwa menempati kedudukan yang penting dalam hukum Islam, karena fatwa merupakan pendapat yang dikemukakan oleh ahli hukum Islam (*Fuqaha*) tentang kedudukan hukum suatu masalah baru yang muncul di kalangan masyarakat. Ketika muncul suatu masalah baru yang belum ada ketentuan hukumnya secara tegas, baik dalam al-Qur'an, as-Sunnah, ijma', maupun pendapat-pendapat *fuqaha* terdahulu, maka fatwalah yang merupakan salah satu institusi normatif yang berkompeten untuk menjawab atau menetapkan kedudukan hukum masalah baru tersebut. Dengan demikian, fatwa bisa diartikan sebagai penjelasan hukum syariat atas persoalan tertentu, sehingga kaedah pengambilan fatwa tidak ubahnya dengan kaedah menggali hukum-hukum syariat dari dalil-dalil syariat (*ijtihad*). Palsalnya, satu-satunya cara untuk mengetahui hukum syariat dari dalil-dalil syariat adalah dengan *ijtihad*, tidak ada cara lain. Oleh karena itu, seorang *mufti* (pemberi fatwa) tidak ubahnya dengan seorang *mujtahid* yang mencurahkan segala kemampuannya untuk menemukan hukum dari sumber hukum Islam, yakni al-Qur'an dan Hadits.<sup>94</sup>

Secara fungsional, fatwa memiliki fungsi *tabyin* dan *tawjih*.

*Tabyin* artinya menjelaskan hukum yang merupakan regulasi praksis bagi masyarakat, khususnya masyarakat yang memang mengharapkan

<sup>94</sup> M. Erfan Riadi, "Kedudukan Fatwa Ditinjau Dari Hukum Islam dan Hukum Positif," *ULUMUDDIN* 6, no. 4 (Januari-Juni, 2010): 475-476, <https://doi.org/10.22219/ulumuddin.v7i1.1305>.

keberadaannya. Sedangkan *Tawjih* artinya memberikan *guidance* (petunjuk) serta pencerahan kepada masyarakat luas tentang permasalahan agama yang bersifat kontemporer. Fungsi *tabyin* dan *tawjih* fatwa terikat dalam fungsi keulamaan, sehingga *fatwa syar'iyah* yang telah dikeluarkan sejak generasi sahabat, *tabi'in*, *tabiut tabi'in* dan generasi sesudahnya hingga generasi ulama sekarang.<sup>95</sup>

Jadi, dapat diketahui bahwa fatwa memiliki kedudukan yang sangat penting dalam hukum Islam. Menurut pandangan para ulama, fatwa bersifat opsional “*ikhtiyariah*” (pilihan yang tidak mengikat secara legal, meskipun mengikat secara moral bagi *mustafti* atau pihak yang meminta fatwa), sedangkan bagi selain *mustafti* bersifat “*i'laniyah*” atau informatif yang lebih dari sekedar wacana. Mereka terbuka untuk fatwa kepada *mufti*/seorang ahli yang lain. Kedudukan fatwa dalam sistem hukum Islam yaitu merupakan hasil dari *ijtihad kolektif*, akan tetapi tidak bisa dipersamakan dengan *ijma'*, karena para ulama yang berperan dalam *ijtihad kolektif* tersebut tidak meliputi seluruh ulama yang menjadi persyaratan bagi suatu *ijma'*, karena kegiatan *ijtihad jama'i* (*ijtihad kolektif*) ini dimungkinkan untuk dilakukan beberapa kali oleh pelaku yang berbeda pada waktu dan tempat yang berlainan pula sehingga hasil temuan hukumnya dimungkinkan ada perbedaan antara satu kegiatan *ijtihad jama'i*

<sup>95</sup> M. Erfan Riadi, “Kedudukan Fatwa Ditinjau Dari Hukum Islam dan Hukum Positif,” *ULUMUDDIN* 6, no. 4 (Januari-Juni, 2010): 475-476, <https://doi.org/10.22219/ulumuiddin.v7i1.1305>.

(ijtihad kolektif) dengan yang lainnya, meskipun terhadap masalah-masalah yang sama. Akan tetapi sebaliknya *ijma'* tidak memberikan kesempatan untuk berbeda pendapat karena semua ulama telah sepakat, sehingga fatwa bukan merupakan *ijma'*, dan dimungkinkan fatwa bisa diterima atau tidak oleh masyarakat.<sup>96</sup>

Fatwa memang bukan salah satu bentuk peraturan perundang-undangan yang memiliki kekuatan mengikat bagi seluruh warganegara, namun fatwa dapat memiliki kekuatan mengikat setelah ditransformasi ke dalam hukum positif menjadi berbagai bentuk peraturan perundang-undangan. Fatwa yang dikeluarkan oleh DSN-MUI (Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia) telah banyak memberi kontribusi positif terhadap regulasi dalam sistem hukum ekonomi syariah. Adanya berbagai ketentuan dalam Peraturan Bank Indonesia (PBI) bahwa harus ada Dewan Pengawas Syariah (DPS) pada setiap bank syariah, secara implisit menegaskan bahwa ketentuan Fatwa DSN diakui secara yuridis. Bank Indonesia mengeluarkan peraturan akad-akad yang digunakan bank syariah dalam melaksanakan transaksi keuangan syariah. Ketentuan tersebut berpedoman pada fatwa DSN. Artinya, ketentuan-ketentuan pada fatwa-fatwa DSN diadopsi atau diserap ke dalam PBI. Selain itu, fatwa DSN juga diserap dalam peraturan di bidang asuransi syariah dan pasar modal syariah.

<sup>96</sup> M. Erfan Riadi, "Kedudukan Fatwa Ditinjau Dari Hukum Islam dan Hukum Positif," *ULUMUDDIN* 6, no. 4 (Januari-Juni, 2010): 475-476, <https://doi.org/10.22219/ulumuddin.v7i1.1305>.

Kehadiran lembaga pembiayaan dengan prinsip syariah merupakan dorongan dari kehadiran perbankan syariah dan perasuransian syariah. Lembaga pembiayaan yang salah satu sumber dananya berasal dari perbankan dan mengasuransikan objek usahanya, akan kehilangan mitra dari bank syariah dan perusahaan asuransi syariah apabila tidak menjalankan kegiatan pembiayaannya secara syariah. Oleh karena itu, pembiayaan secara syariah yang dilakukan oleh lembaga-lembaga pembiayaan dilaksanakan sejak tahun 2000. Peraturan pertama yang mengatur tentang pembiayaan syariah adalah Keputusan Menteri Keuangan No. 448/KMK.017/2000 tentang Perusahaan Pembiayaan. Setelah itu disusul dengan peraturan-peraturan lainnya dan berkaitan dengan fatwa-fatwa DSN yaitu Keputusan Menteri Keuangan No. 448/KMK.017/2000 tentang Perusahaan Pembiayaan, Peraturan Menteri Keuangan No. 84/PMK.012/2006 tentang Perusahaan Pembiayaan, Peraturan Ketua Bapepam-LK No. Per-03/BL/2007 tentang Kegiatan Perusahaan Pembiayaan Berdasarkan Prinsip Syariah, dan Peraturan Ketua Bapepam-LK No. Per-04/BL/2007 tentang Akad-Akad yang Digunakan dalam Kegiatan Perusahaan Pembiayaan Berdasarkan Prinsip Syariah.<sup>97</sup> Dengan demikian, fatwa DSN memberikan pengaruh yang besar terhadap peraturan di bidang hukum ekonomi syariah.

---

<sup>97</sup> Mahmudah, *Dewan Syariah Nasional & Fatwa Ekonomi* (Jember: IAIN Jember Press, 2015), 195-200.

Seiring dengan pertumbuhan ekonomi syariah, maka fatwa dari DSN-MUI terus dibutuhkan karena menjadi bagian yang penting dalam bangunan sistem hukum ekonomi syariah, untuk itu perlu terus dijaga agar tetap kondusif politik hukum Islam yang menjadi katalisator dalam mentransformasi nilai-nilai hukum Islam yang merupakan salah satu dari *the living law* untuk pada akhirnya dapat melahirkan sistem hukum ekonomi Islam yang komprehensif dan dapat dijadikan pedoman bagi setiap pelaku ekonomi syariah.<sup>98</sup>

**c. *Mustafti* Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli**

*Mustafti* adalah orang yang meminta fatwa. *Mustafti* Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli yaitu:

- 1) Surat dari Permata Bank Syariah Nomor: 28/SYA-PRODUCT/VII/2017 tertanggal 28 Juli 2017 perihal Permohonan Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia.
- 2) Pendapat dan saran *Working Group* Perbankan Syariah (WGPS) yang terdiri atas DSN-MUI, Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Dewan Standar Akuntansi Syariah IAI (DSAS-IAI), dan Mahkamah Agung (MA) pada tanggal 07 September 2017 di Jakarta.

<sup>98</sup> Andi Fariana, "Urgensi Fatwa MUI dalam Pembangunan Sistem Hukum Ekonomi Islam di Indonesia," *al-ahkam* 12, no. 1 (Juni, 2017): 104, <https://doi.org/10.19105/al-ihkam.v12i1.1191>.

- 3) Pendapat peserta Rapat Pleno Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia pada hari Selasa tanggal 28 Dzulhijjah 1438 H / 19 September 2017.<sup>99</sup>

**d. Landasan Hukum Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli**

**1) Firman Allah Q.S. An-Nisa' ayat 29**

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا  
 أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ

Artinya: "Hai orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu ...".<sup>100</sup>

**2) Firman Allah Q.S. Al-Baqarah ayat 275**

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya: "...Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba...".<sup>101</sup>

**3) Firman Allah Q.S. Al-Ma'idah ayat 1**

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ

Artinya: "Hai orang yang beriman! Penuhilah akad-akad itu....".<sup>102</sup>

<sup>99</sup> Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli.

<sup>100</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *Alqur'an dan Terjemahan* (Semarang: Toha Putra, 1989), 118.

<sup>101</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, 65.

<sup>102</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, 152.



#### 4) Hadis Nabi riwayat al-Baihaqi dan Ibnu Majah

عَنْ أَبِي سَعِيدٍ الْخُدْرِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ وَسَلَّمَ قَالَ: إِنَّمَا الْبَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ, (رواه البيهقي وابن ماجه وصححه ابن حبان)

Artinya: Dari Abu Sa'id Al-Khudri bahwa Rasulullah SAW bersabda, "Sesungguhnya jual beli itu harus dilakukan suka sama suka".

#### 5) Hadis Nabi Riwayat al-Bazzar dan al-Hakim

عَنْ رِفَا عَةَ بْنِ رَافِعٍ قَالَ: سَأَلَ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ؟ قَالَ: "عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ, وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ"

Artinya: "Dari Rifa'ah Ibn Rafi': Rasulullah ditanya salah seorang sahabat, 'pekerjaan (profesi) apakah yang paling baik?' Rasulullah menjawab: 'Usaha tangan manusia sendiri dan setiap jual beli yang diberkahi'."

#### 6) Hadis Nabi Riwayat Ibnu Majah

أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ وَسَلَّمَ قَالَ: ثَلَاثٌ فِيهِنَّ الْبَرَكَهُ: الْبَيْعُ إِلَى أَجَلٍ, وَالْمُقَارَضَةُ, وَخَلْطُ الْبُرِّ بِالشَّعِيرِ لِلْبَيْتِ لَا لِلْبَيْعِ

Artinya: "Nabi bersabda, 'Ada tiga hal yang mengandung berkah: jual beli tidak secara tunai, muqaradhad (mudharabah), dan mencampur gandum dengan jemawut untuk keperluan rumah tangga, bukan untuk dijual.'"

#### 7) Hadis Nabi Riwayat al-Tirmidzi dari kakeknya 'Amr bin 'Auf

al-Muzani, dan Riwayat al-Hakim dari kakeknya Katsir bin Abdillah bin 'Amr bin 'Auf r.a.

الصُّلْحُ جَائِزٌ بَيْنَ الْمُسْلِمِينَ إِلَّا صُلْحًا حَرَّمَ حَلَالًا أَوْ أَحَلَّ حَرَامًا وَالْمُسْلِمُونَ عَلَى شُرُوطِهِمْ إِلَّا شَرْطًا حَرَّمَ حَلَالًا أَوْ أَحَلَّ حَرَامًا

Artinya: "Shulh (penyelesaian sengketa melalui musyawarah untuk mufakat) boleh dilakukan diantara kaum muslimin kecuali shulh yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram; dan kaum muslimin

terikat dengan syarat-syarat mereka kecuali syarat yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram”.

### 8) Ijma’

Mayoritas ulama tentang kebolehan jual beli dengan cara *Murabahah* (Ibnu Rusyd, *Bidayah al-Mujtahid*, juz 2, hal. 161; al-Kasani, *Bada’i’ as-Shana’i’*, juz 5 Hal. 220-222).<sup>103</sup>

### 9) Kaidah Fikih

أَصْلُ فِي الْمَعَامَلَاتِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يَدُلَّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا

Artinya: “Pada dasarnya, semua bentuk muamalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya.”<sup>104</sup>

إِنَّ لِلزَّمَنِ حِصَّةً مِنَ الثَّمَنِ

Artinya: “Sesungguhnya waktu memiliki porsi harga.”

### e. Ketentuan Akad Jual Beli Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli

#### 1) Ketentuan Umum

- a) Akad Jual Beli adalah akad antara penjual (*al-Ba’i*) dan pembeli (*al-Musyitari*) yang mengakibatkan berpindahannya kepemilikan obyek yang dipertukarkan (barang [*mabi’/mutsman*] dan harga [*tsaman*]).
- b) Penjual (*al-Ba’i*) adalah pihak yang melakukan penjualan barang dalam akad jual beli, baik berupa orang (*Syakhshiyah thabi’iyah/natuurlijke persoon*) maupun yang dipersamakan

<sup>103</sup> Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli.

<sup>104</sup> Fathurrahman Azhari, *Qawaid Fiqhiyyah Muamalah*, (Banjarmasin: Lembaga Pemberdayaan Kualitas Ummat (LPKU), 2015), 135.

dengan orang baik berbadan hukum maupun tidak berbadan hukum (*syakhshiyah i'tibariah/syakhshiyah hukmiyah/rechtsperson*).

- c) Pembeli (*al-Musyitari*) adalah pihak yang melakukan pembelian dalam akad jual beli, baik berupa orang (*Syakhshiyah thabi'iyah/natuurlijke persoon*) maupun yang dipersamakan dengan orang baik berbadan hukum maupun tidak berbadan hukum (*syakhshiyah i'tibariah/syakhshiyah hukmiyah/rechtsperson*).
- d) *Wilayah ashliyyah* adalah kewenangan yang dimiliki oleh penjual karena yang bersangkutan berkedudukan sebagai pemilik.
- e) *Wilayah niyabiyyah* adalah kewenangan yang dimiliki oleh penjual karena yang bersangkutan berkedudukan sebagai wakil dari pemilik atau wali atas pemilik.
- f) *Mutsman/mabi'* adalah barang atau hak yang dijual; *mutzman/mabi'* merupakan imbalan atas *tsaman* yang dipertukarkan.
- g) *Tsaman/harga* adalah harga sebagai imbalan atas *mutzman* yang dipertukarkan.<sup>105</sup>
- h) *Bai' al-musawamah* adalah jual beli dengan harga yang disepakati melalui proses tawar-menawar dan *ra'sul mal*-nya

<sup>105</sup> Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli.

(harga perolehan ditambah biaya-biaya yang diperkenankan) tidak wajib disampaikan oleh penjual kepada pembeli. *Bai' al-musawamah* sering disebut dengan jual beli biasa (*Bai' al-'adiyy*).

- i) *Bai' al-amanah* adalah jual beli yang *ra'sul mal*-nya wajib disampaikan oleh penjual kepada pembeli.
- j) *Bai' al-muzayadah* adalah jual beli dengan harga paling tinggi yang penentuan harga (*tsaman*) tersebut dilakukan melalui proses tawar menawar.
- k) *Bai' al-munaqashah* adalah jual beli dengan harga paling rendah yang penentuan harga (*tsaman*) tersebut dilakukan melalui proses tawar menawar.
- l) *Al-Bai' al-hal* terkadang disebut juga dengan *al-bai' al-mu'ajjal/naqdan* adalah jual beli yang pembayaran harganya dilakukan secara tunai.
- m) *Al-Bai' al-mu'ajjal* adalah jual beli yang pembayarun harganya dilakukan secara tangguh.
- n) *Al-Bai' bi al-taqsith* adalah jual beli yang pembayaran harganya dilakukan secara angsur/bertahap.
- o) *Bai' as-salam* adalah jual beli dalam bentuk pemesanan atas suatu barang dengan kriteria tertentu yang harganya wajib dibayar tunai pada saat akad.<sup>106</sup>

<sup>106</sup> Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli.

- p) *Bai' al-istishna'* adalah jual beli dalam bentuk pemesanan pembuatan suatu barang dengan kriteria tertentu yang pembayaran harganya berdasarkan kesepakatan antara pemesan (pembeli/*mustashni'*) dan penjual (pembuat/*shani'*).
- q) *Bai' al-murabahah* adalah jual beli suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih sebagai laba.<sup>107</sup>

### 2) Ketentuan Terkait *Shigat al-'Aqd*

- a) Akad Jual Beli harus dinyatakan secara tegas dan jelas serta dipahami dan dimengerti oleh penjual dan pembeli.
- b) Akad Jual Beli boleh dilakukan secara lisan, tertulis, isyarat, dan perbuatan/tindakan, serta dapat dilakukan secara elektronik sesuai syariah dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.<sup>108</sup>

### 3) Ketentuan Terkait Para Pihak

- a) Penjual (*al-Ba'i'*) dan pembeli (*al-Musyitari*) boleh berupa orang atau yang dipersamakan dengan orang, baik berbadan hukum maupun tidak berbadan hukum, berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- b) Penjual (*al-Ba'i'*) dan pembeli (*al-Musyitari*) wajib cakap hukum (*ahliyah*) sesuai dengan syariah dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

<sup>107</sup> Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli.

<sup>108</sup> Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli.

- c) Penjual (*al-Ba'i'*) dan pembeli (*al-Musyitari*) wajib memiliki kewenangan (*wilayah*) untuk melakukan akad jual beli, baik kewenangan yang bersifat *ashliyyah* maupun kewenangan yang bersifat *niyabiyyah*, seperti wakil.<sup>109</sup>

#### 4) Ketentuan Terkait *Mutsman (Mabi')*

- a) *Mutsman/mabi'* boleh dalam bentuk barang dan/atau berbentuk hak, serta milik penjual secara penuh (*al-milk al-tam*)
- b) *Mutsman/mabi'* harus berupa barang dan/atau hak yang boleh dimanfaatkan menurut syariah (*mutaqawwam*) serta boleh diperjualbelikan menurut syariah dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- c) *Mutsman/mabi'* harus wujud, pasti/tertentu dan dapat diserahkan (*maqdur al-taslim*) pada saat akad jual beli dilakukan, atau pada waktu yang disepakati jika akad yang dilakukan menggunakan akad jual beli *salam* atau akad jual beli *istishna'*.
- d) Dalam hal *mabi'* berupa hak, berlaku ketentuan dan batasan sebagaimana ditentukan dalam Fatwa MUI nomor I/MUNASVII/5/2005 tentang Perlindungan Hak Kekayaan

<sup>109</sup> Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli.

Intelektual dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.<sup>110</sup>

#### 5) Ketentuan Terkait *Tsaman*

- a) Harga dalam akad jual beli harus sudah dinyatakan secara pasti pada saat akad, baik ditentukan melalui tawar menawar (*bai' al-musawamah*), lelang (*bai' al-muzayadah*), atau tender (*bai' al-munaqashah*).
- b) Harga perolehan wajib disampaikan oleh penjual hanya dalam jual beli *amanah* seperti jual beli *murabahah*, dan tidak wajib dalam selain jual beli *amanah*.
- c) Pembayaran harga dalam jual beli boleh dilakukan secara tunai (*al-bai' al-hal*), tangguh (*al-bai' al-mu'ailah*), dan angsur/bertahap (*al-bai' bi al taqsith*).
- d) Harga dalam jual beli yang tidak tunai (*bai' al-mu'ailah/bai' al-taqsith*) boleh tidak sama dengan harga tunai (*al-bai' al-hal*).<sup>111</sup>

#### 6) Ketentuan Kegiatan dan Produk

- a) Dalam hal akad jual beli dilakukan dalam bentuk pembiayaan *murabahah*, maka berlaku *dhawabith* dan *hudud* sebagaimana terdapat dalam fatwa DSN-MUI Nomor 04/DSN-MUI/IV/2000 tentang *Murabahah*.

<sup>110</sup> Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli.

<sup>111</sup> Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli.

b) Dalam hal jual beli dilakukan dengan akad jual beli *salam*, maka berlaku *dhawabith* dan *hudud* sebagaimana terdapat dalam fatwa DSN-MUI Nomor 05/DSN-MUI/IV/2000 tentang Jual Beli *Salam*. Jual beli barang dengan cara pemesanan dan pembayaran harga lebih dahulu dengan syarat-syarat tertentu disebut dengan *Salam*.<sup>112</sup> Ketentuan-ketentuan fatwa tersebut yaitu:

**1) Ketentuan tentang Pembayaran:**

- a) Alat bayar harus diketahui jumlah dan bentuknya, baik berupa uang, barang, atau manfaat.
- b) Pembayaran harus dilakukan pada saat kontrak disepakati.
- c) Pembayaran tidak boleh dalam bentuk pembebasan hutang.

**2) Ketentuan tentang Barang:**

- a) Harus jelas ciri-cirinya dan dapat diakui sebagai hutang.
- b) Harus dapat dijelaskan spesifikasinya.
- c) Penyerahannya dilakukan kemudian.
- d) Waktu dan tempat penyerahan barang harus ditetapkan berdasarkan kesepakatan.

---

<sup>112</sup> Fatwa DSN-MUI Nomor 05/DSN-MUI/IV/2000 tentang Jual Beli *Salam*.



- e) Pembeli tidak boleh menjual barang sebelum menerimanya.
  - f) Tidak boleh menukar barang, kecuali dengan barang sejenis sesuai kesepakatan.
- 3) **Ketentuan tentang *Salam Paralel*** yakni dibolehkan tetapi melakukan dengan syarat, yaitu akad kedua terpisah dari, dan tidak berkaitan dengan akad pertama.<sup>113</sup>

**4) Penyerahan Barang Sebelum atau pada Waktunya:**

- a) Penjual harus menyerahkan barang tepat pada waktunya dengan kualitas dan jumlah yang telah disepakati.
- b) Jika penjual menyerahkan barang dengan kualitas yang lebih tinggi, penjual tidak boleh meminta tambahan harga.
- c) Jika penjual menyerahkan barang dengan kualitas yang lebih rendah, dan pembeli rela menerimanya, maka ia tidak boleh menuntut pengurangan harga (diskon).
- d) Penjual dapat menyerahkan barang lebih cepat dari waktu yang disepakati dengan syarat kualitas dan jumlah barang sesuai dengan kesepakatan, dan ia tidak boleh menuntut tambahan harga.

---

<sup>113</sup> Fatwa DSN-MUI Nomor 05/DSN-MUI/IV/2000 tentang Jual Beli *Salam*.

e) Jika semua atau sebagian barang tidak tersedia pada waktu penyerahan, atau kualitasnya lebih rendah dan pembeli tidak rela menerimanya, maka ia memiliki dua pilihan yaitu membatalkan kontrak dan meminta kembali uangnya atau menunggu sampai barang tersedia.

5) **Ketentuan tentang Pembatalan Kontrak.** Pada dasarnya, pembatalan *Salam* boleh dilakukan selama tidak merugikan kedua belah pihak.

6) **Ketentuan tentang Perselisihan.** Jika terjadi perselisihan diantara kedua belah pihak, maka persoalannya diselesaikan melalui Badan Arbitrase Syari'ah setelah tidak tercapai kesepakatan melalui musyawarah.<sup>114</sup>

c) Dalam hal jual beli dilakukan dengan akad jual beli *istishna'*, maka berlaku *dhawabith* dan *hudud* sebagaimana terdapat dalam fatwa DSN-MUI Nomor 06/DSN-MUI/IV/2000 tentang Jual Beli *Istishna'* dan Nomor 22/DSN-MUI/III/2002 tentang Jual Beli *Istishna'* Paralel.<sup>115</sup> *Istishna'* yaitu akad jual beli dalam bentuk pemesanan pembuatan barang tertentu dengan kriteria dan persyaratan tertentu yang disepakati antara

---

<sup>114</sup> Fatwa DSN-MUI Nomor 05/DSN-MUI/IV/2000 tentang Jual Beli *Salam*.

<sup>115</sup> Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli.

pemesan atau pembeli (*mustashni*’) dan pembuat atau penjual (*shani*’).<sup>116</sup>

**1) Ketentuan tentang Pembayaran:**

- a) Alat bayar harus diketahui jumlah dan bentuknya, baik berupa uang, barang, atau manfaat.
- b) Pembayaran harus dilakukan pada saat kontrak disepakati.
- c) Pembayaran tidak boleh dalam bentuk pembebasan hutang.

**2) Ketentuan tentang Barang:**

- a) Harus jelas ciri-cirinya dan dapat diakui sebagai hutang.
- b) Harus dapat dijelaskan spesifikasinya.
- c) Penyerahannya dilakukan kemudian.
- d) Waktu dan tempat penyerahan barang harus ditetapkan berdasarkan kesepakatan.
- e) Pembeli (*mustashni*’) tidak boleh menjual barang sebelum menerimanya.
- f) Tidak boleh menukar barang, kecuali dengan barang sejenis sesuai kesepakatan.
- g) Dalam hal terdapat cacat atau barang tidak sesuai dengan kesepakatan, pemesan memiliki hak *khiyar*

---

<sup>116</sup> Fatwa DSN-MUI Nomor 06/DSN-MUI/IV/2000 tentang Jual Beli *Istishna*’.

(hak memilih) untuk melanjutkan atau membatalkan akad.

### 3) **Ketentuan lain:**

- a) Dalam hal pesanan sudah dikerjakan sesuai dengan kesepakatan, hukumnya mengikat.
- b) Semua ketentuan dalam jual beli *Salam* yang tidak disebutkan diatas berlaku pula pada jual beli *istishna'*.
- c) Jika salah satu pihak tidak menunaikan kewajibannya atau jika terjadi perselisihan diantara kedua belah pihak, maka penyelesaiannya dilakukan melalui Badan Arbitrase Syari'ah setelah tidak tercapai kesepakatan melalui musyawarah.<sup>117</sup>

### 7) **Ketentuan Penutup**

- a) Setiap akad jual beli wajib memenuhi rukun dan syarat-syaratnya; apabila tidak terpenuhi rukun dan/atau syarat-syaratnya, maka perjanjiannya batal.
- b) Jika salah satu pihak tidak menunaikan kewajibannya atau jika terjadi perselisihan di antara para pihak, maka penyelesaiannya dilakukan melalui lembaga penyelesaian sengketa berdasarkan syariah sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku setelah tidak tercapai kesepakatan melalui musyawarah.

---

<sup>117</sup> Fatwa DSN-MUI Nomor 06/DSN-MUI/IV/2000 tentang Jual Beli *Istishna'*.

- c) Penerapan fatwa ini dalam kegiatan atau produk usaha wajib terlebih dahulu mendapatkan opini dari Dewan Pengawas Syariah dan memperhatikan fatwa-fatwa DSN-MUI terkait.<sup>118</sup>



---

<sup>118</sup> Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

Metode Penelitian menjelaskan semua langkah yang dikerjakan penulis sejak awal hingga akhir. Pada bagian ini, dimuat hal-hal yang berkaitan dengan anggapan-anggapan dasar atau fakta-fakta yang dipandang benar tanpa adanya verifikasi dan keterbatasan, yaitu aspek-aspek tertentu yang dijadikan kerangka berpikir. Kemudian, dilanjutkan dengan analisis masalah dan variabel (topik kajian) yang terdapat dalam judul kajian. Analisis masalah menghasilkan variabel dan hubungan antarvariabel. Selanjutnya, dilakukan analisis dengan mengajukan pertanyaan mengenai masing-masing variabel dan pertanyaan yang berkaitan dengan hubungan antar-variabel. Analisis ini dilakukan untuk menyusun alur berpikir dalam memecahkan masalah.<sup>119</sup>

#### A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah yuridis normatif. Penelitian yuridis normatif pada hakikatnya mengkaji hukum yang di konsepkan sebagai norma atau kaidah yang berlaku dalam masyarakat, dan menjadi acuan perilaku setiap orang. Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji menjelaskan bahwa penelitian hukum normatif adalah penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder belaka.<sup>120</sup> Penelitian ini disebut

---

<sup>119</sup> Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Jember* (Jember: IAIN Jember: 2020, 102-103.

<sup>120</sup> Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tujuan Singkat* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010), 13-14.

juga penelitian hukum kepustakaan atau penelitian hukum teoritis/dogmatis.<sup>121</sup> Mukti Fajar ND dan Yulianto Achmad menjelaskan bahwa penelitian hukum normatif adalah penelitian hukum yang meletakkan hukum sebagai sistem norma. Objek kajiannya adalah hukum yang dikonsepsikan sebagai norma atau kaidah.<sup>122</sup> Dalam penelitian ini, objek kajiannya adalah Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli untuk menganalisis hukum transaksi *e-commerce* pada *marketplace* Tokopedia.

## B. Pendekatan Penelitian

Pendekatan diartikan sebagai usaha dalam penelitian untuk mengadakan hubungan dengan yang diteliti atau metode-metode untuk mencapai pengertian tentang masalah penelitian.<sup>123</sup> Untuk menunjang pemecahan terhadap suatu permasalahan dan fakta hukum dalam penelitian ini dan untuk menjawab persoalan hukum tersebut, peneliti menggunakan pendekatan konseptual (*conceptual approach*), yakni beranjak dari pandangan-pandangan, doktrin-doktrin yang berkembang di dalam ilmu hukum. Dengan demikian, penulis akan menemukan ide-ide yang melahirkan pengertian-pengertian hukum, konsep-konsep hukum, dan asas-asas hukum yang ada relevansinya dengan isu yang dihadapi.<sup>124</sup> Tujuan pendekatan ini adalah untuk memahami konsep hukum dari akad jual beli berdasarkan Fatwa

---

<sup>121</sup> Ishaq, *Metode Penelitian Hukum dan Penulisan Skripsi, Tesis, serta Disertasi* (Bandung: Alfabeta, 2017), 66.

<sup>122</sup> Mukti Fajar ND dan Yulianto Achmad, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Hukum Empiris* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), 34.

<sup>123</sup> Salim, HS dan Erlies Septiana Nurbaini, *Penerapan Teori Hukum pada Penelitian Tesis dan Disertasi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013), 12-13.

<sup>124</sup> Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum* (Jakarta: Kencana, 2009), 141.

DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli terhadap transaksi *e-Commerce* pada *marketplace* Tokopedia agar tidak terjadi kesalahan konsep dalam melakukan transaksi jual beli secara *online* tersebut.

### C. Sumber Data

Sumber data adalah tempat diperolehnya data. Sumber data dalam penelitian hukum normatif hanya diperoleh dari sumber data sekunder. Sumber data sekunder, yakni data yang diperoleh dari bahan kepustakaan atau literatur yang ada hubungannya dengan objek penelitian.<sup>125</sup>

Di dalam literatur hukum, sumber data dalam penelitian hukum normatif disebut dengan bahan hukum. Bahan hukum merupakan bahan yang dapat dipergunakan dengan tujuan untuk menganalisis hukum yang berlaku. Bahan hukum yang digunakan untuk dianalisis dalam penelitian hukum normatif terdiri atas bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier.<sup>126</sup> Bahan hukum primer merupakan bahan hukum yang bersifat otoritatif artinya mempunyai otoritas. Bahan hukum sekunder merupakan sumber data pendukung berupa semua publikasi tentang hukum yang bukan merupakan dokumen-dokumen resmi. Publikasi tentang hukum meliputi buku-buku teks, kamus-kamus hukum, jurnal-jurnal hukum, dan komentar-komentar atas putusan pengadilan.<sup>127</sup> Sedangkan bahan hukum tersier, yaitu bahan-bahan yang memberikan petunjuk maupun penjelasan

---

<sup>125</sup> Ishaq, *Metode Penelitian Hukum dan Penulisan Skripsi, Tesis, serta Disertasi* (Bandung: Alfabeta, 2017), 100-101.

<sup>126</sup> Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tujuan Singkat* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010), 13.

<sup>127</sup> Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum* (Jakarta: Kencana, 2009), 141.



terhadap bahan hukum primer dan sekunder, misalnya kamus-kamus hukum, ensiklopedia, indeks kumulatif, dan sebagainya.<sup>128</sup>

Sumber data penelitian ini adalah sumber data sekunder berupa bahan primer yaitu Fatwa DSN-MUI, karena penelitian ini menggunakan pendekatan konseptual, maka sumber bahan paling utama adalah fatwa. Selain itu, penelitian ini menggunakan bahan sekunder yaitu *marketplace* Tokopedia dan berbagai buku, jurnal, artikel, dan literatur lainnya yang berkaitan dengan transaksi *e-Commerce*, tokopedia, dan fatwa, serta bahan hukum tersier yaitu Kamus Besar Bahasa Indonesia.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data erat hubungannya dengan metode penelitian. Untuk memperoleh data yang lengkap, maka diperlukan teknik pengumpulan data. Teknik pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan.<sup>129</sup> Ada beberapa jenis alat pengumpulan data, yaitu studi kepustakaan/studi dokumen, wawancara (*interview*), daftar pertanyaan (kuesioner), dan pengamatan (observasi).<sup>130</sup> Data yang diperlukan dalam penelitian hukum normatif adalah data sekunder yaitu studi pustaka, dokumen, dan studi arsip. Abdul Kadir Muhammad menjelaskan bahwa data sekunder dapat dibedakan antara bahan hukum, yaitu:

---

<sup>128</sup> Bambang Sunggono, *Metodologi Penelitian Hukum* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1998), 117.

<sup>129</sup> P. Joko Subagyo, *Metode Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 211.

<sup>130</sup> Bambang Waluyo, *Penelitian Hukum dalam Praktik* (Jakarta: Sinar Grafika, 1996), 18.

1. Data yang berasal dari hukum, yakni perundang-undangan, dokumen hukum, putusan pengadilan, laporan hukum, dan catatan hukum.
2. Data yang berasal dari ilmu pengetahuan hukum, yakni ajaran atau doktrin hukum, teori hukum, pendapat hukum, dan ulasan hukum.<sup>131</sup>

Untuk memperoleh bahan hukum yang obyektif, baik kualitas maupun kuantitasnya, maka metode pengumpulan bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan/studi dokumenter. Studi kepustakaan dilakukan untuk memperoleh bahan yang berguna bagi penulisan penelitian ini berupa teori-teori hukum, asas-asas hukum doktrin dan kaidah hukum yang didapat dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tertier. Studi dokumenter yaitu mengkaji berbagai dokumen-dokumen, baik yang berkaitan dengan peraturan perundang-undangan atau dokumen-dokumen yang sudah ada. Bahan hukum sekunder ini diperoleh dengan melakukan serangkaian kegiatan studi kepustakaan dengan cara membaca, mengutip buku-buku serta menelaah peraturan perundang-undangan, dokumen, dan informasi yang ada hubungannya dengan penelitian yang dilakukan.<sup>132</sup>

Peneliti mengumpulkan data dengan dokumentasi yakni mengumpulkan referensi, data-data, buku, jurnal, hasil penelitian, pendapat ahli hukum, dan dokumen-dokumen lain yang membahas tentang transaksi *e-Commerce*, Tokopedia, dan fatwa. Kemudian, peneliti melakukan observasi

---

<sup>131</sup> Abdulkadir Muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2004), 81.

<sup>132</sup> Ishaq, *Metode Penelitian Hukum dan Penulisan Skripsi, Tesis, serta Disertasi* (Bandung: Alfabeta, 2017), 252.

dengan cara menggunakan *marketplace* Tokopedia secara langsung untuk mendapatkan data tentang proses transaksi *e-Commerce* pada *marketplace* tersebut dan data-data lainnya.

#### E. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah suatu proses penyederhanaan data menjadi bentuk yang lebih mudah dan diinterpretasikan.<sup>133</sup> Teknik analisis data adalah proses pengumpulan data secara sistematis untuk mempermudah peneliti dalam memperoleh kesimpulan.<sup>134</sup> Analisis data yang digunakan dalam penelitian hukum normatif adalah analisis kualitatif, yakni analisis data dengan cara menguraikan data dalam bentuk kalimat yang teratur, runtut, logis, tidak tumpang tindih, dan efektif, sehingga memudahkan interpretasi data dan pemahaman hasil analisis. Dengan kata lain, analisis kualitatif adalah cara menganalisis data yang bersumber dari bahan hukum berdasarkan kepada konsep, teori, peraturan perundang-undangan, doktrin, prinsip hukum, pendapat pakar atau pandangan peneliti sendiri.<sup>135</sup>

Teknik analisis data penelitian ini bersifat deskriptif analisis, yaitu menguraikan gambaran dari data yang diperoleh dan menghubungkannya satu sama lain untuk mendapatkan kejelasan terhadap suatu kebenaran atau sebaliknya, sehingga memperoleh gambaran yang baru atau menguatkan suatu gambaran yang sudah ada atau sebaliknya.<sup>136</sup> Jadi bentuk analisis ini

---

<sup>133</sup> Milles dan Huberman, *Analisis Data Kualitatif* (Jakarta: Universitas Indonesia Press, 1992), 16.

<sup>134</sup> Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2009), 334.

<sup>135</sup> Ishaq, *Metode Penelitian Hukum dan Penulisan Skripsi, Tesis, serta Disertasi* (Bandung: Alfabeta, 2017), 69-70.

<sup>136</sup> Bambang Waluyo, *Penelitian Hukum dalam Praktik* (Jakarta: Sinar Grafika, 1996), 78.

merupakan penjelasan-penjelasan, bukan berupa angka-angka statistik atau bentuk angka lainnya.

Miles dan Huberman menjelaskan bahwa analisis data terdiri dari tiga alur kegiatan, yaitu:

### 1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa sehingga dapat ditarik kesimpulan. Penulis memilih data dan informasi yang sudah didapat untuk dapat mengambil mana yang perlu diambil dan tidak, sehingga penulis dapat menarik sebuah kesimpulan.

### 2. Penyajian Data

Penyajian data adalah sekumpulan informasi tersusun yang memberikan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian yang baik merupakan cara utama bagi analisis kualitatif yang valid. Penulis akan melakukan penyajian data dengan menyusun seluruh informasi yang didapatkan agar penulis dapat melakukan penarikan kesimpulan.<sup>137</sup>

### 3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan hanya sebagian dari satu kegiatan dari konfigurasi yang utuh. Kesimpulan akan diverifikasi selama penelitian berlangsung. Singkatnya, makna-makna yang muncul dari data yang lain

---

<sup>137</sup> Milles dan Huberman, *Analisis Data Kualitatif* (Jakarta: Universitas Indonesia Press, 1992), 16.

harus diuji kebenaran dan kecocokannya, yakni yang merupakan validitasnya. Kesimpulan akhir tidak hanya terjadi pada waktu proses pengumpulan data saja, tetapi perlu diverifikasi agar benar-benar dapat dipertanggungjawabkan.<sup>138</sup> Jadi, kesimpulan diharapkan merupakan temuan baru yang sebelumnya belum ada. Penulis mengambil kesimpulan berdasarkan hasil penelitian terkait Transaksi *e-Commerce* pada *Marketplace* Tokopedia dalam Perspektif Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli.

#### **F. Keabsahan Data**

Uji keabsahan data pada penelitian kualitatif dengan menggunakan triangulasi akan lebih meningkatkan kekuatan data apabila dibandingkan dengan satu pendekatan.<sup>139</sup> Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.<sup>140</sup> Triangulasi ada lima macam yakni triangulasi data, informan, peneliti, metode, dan sumber. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi data dan sumber. Jadi, peneliti akan mengkomparasikan data-data dan sumber dari teknik pengumpulan data. Hal tersebut dilakukan agar data yang diperoleh dari berbagai data dan sumber menjadi lebih valid sehingga dapat dianalisis dan ditarik kesimpulan.

---

<sup>138</sup> Milles dan Huberman, *Analisis Data Kualitatif* (Jakarta: Universitas Indonesia Press, 1992), 16.

<sup>139</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), 241.

<sup>140</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012), 330.

## **G. Tahap-Tahap Penelitian**

Berikut adalah tahapan peneliti dalam melakukan penelitian ini:

### **a. Pra Riset**

Langkah pertama yang dilakukan peneliti yaitu mempersiapkan segala macam kebutuhan yang diperlukan dalam melakukan penelitian. Peneliti melakukan pencarian terhadap permasalahan, memilih permasalahan baru yang belum pernah diteliti, membuat latar belakang permasalahan dan merumuskan masalahnya, mengumpulkan referensi yang berkaitan dengan permasalahan, dan membuat judul penelitian.

### **b. Riset**

Pada tahap ini, peneliti memahami permasalahan penelitiannya dengan melakukan pengumpulan data dari berbagai sumber, kemudian dianalisis, dikaitkan dengan teori, dan ditarik kesimpulan. Jadi, pada tahap ini peneliti mengumpulkan semua data yang ada setelah itu diolah atau dianalisis.

### **c. Paska Riset**

Langkah terakhir dalam penelitian ini, peneliti menyusun data yang sudah dianalisis dalam bentuk karya ilmiah, konsultasi kepada dosen pembimbing, melakukan perbaikan atau revisi, ujian skripsi, penjurian, dan menyerahkan ke fakultas.

## BAB IV

### PEMBAHASAN

#### A. Transaksi *e-Commerce* pada *Marketplace* Tokopedia

Tokopedia adalah salah satu *marketplace* yang digunakan untuk melakukan transaksi *e-Commerce* (jual beli *online*). Melalui Tokopedia, pembeli bisa melakukan jual beli barang atau jasa untuk kebutuhan manusia, mulai dari kebutuhan pangan, sandang, dan papan, baik itu untuk barang yang sudah jadi maupun barang yang belum jadi atau harus memesan untuk dibuatkan suatu barang tertentu. Selain itu, melalui Tokopedia bisa melakukan pembelian pulsa, paket data, tiket kereta api, tiket pesawat, membayar tagihan listrik, tagihan kartu kredit, air PDAM, pemasangan internet dan TV Kabel, premi asuransi, BPJS, *voucher game*, dan masih banyak lagi.

Transaksi *e-Commerce* pada *marketplace* Tokopedia termasuk tipe *e-Commerce* dengan jenis C2C (*Consumer to Consumer*), yaitu bisnis penjualan yang dilakukan secara *online* dari konsumen ke konsumen lainnya atau pelanggan ke pelanggan.<sup>141</sup> Dengan adanya *marketplace* didalam *platform* Tokopedia, konsumen bisa menjual barang-barangnya ke konsumen-konsumen lainnya. Sedangkan *marketplace* hanya mengawasi transaksi yang terjadi dan mengakomodasi proses jual beli. Hal itu tercantum dalam syarat dan ketentuan Tokopedia yakni bahwa Tokopedia adalah portal *web* dengan model *Customer to Customer Marketplace*, yang menyediakan layanan kepada pengguna untuk

---

<sup>141</sup> Ahmad Firmansyah, "Kajian Kendala Implementasi *e-Commerce* di Indonesia," *Masyarakat Telematika dan Informasi* 8, no. 2 (Oktober-Desember, 2017): 130.

dapat menjadi penjual maupun pembeli di *website* Tokopedia. Dengan demikian, transaksi yang terjadi adalah transaksi antar *member* Tokopedia, sehingga pengguna memahami bahwa batasan tanggung jawab Tokopedia secara proporsional adalah sebagai penyedia jasa portal *web*. Tokopedia selalu berupaya untuk menjaga layanan Tokopedia aman, nyaman, dan berfungsi dengan baik, tapi tidak dapat menjamin operasi terus-menerus atau akses ke layanan Tokopedia dapat selalu sempurna. Informasi dan data dalam situs Tokopedia memiliki kemungkinan tidak terjadi secara *real time*.<sup>142</sup>

*Marketplace* Tokopedia memiliki syarat dan ketentuan untuk mengatur pemakaian jasa yang ditawarkan oleh PT. Tokopedia terkait penggunaan situs [www.tokopedia.com](http://www.tokopedia.com). Pengguna disarankan membaca dengan seksama syarat dan ketentuan tersebut karena dapat berdampak kepada hak dan kewajiban pengguna dibawah hukum. Dengan mendaftar dan/atau menggunakan situs tersebut, maka pengguna dianggap telah membaca, mengerti, memahami, dan menyetujui semua isi dalam syarat dan ketentuan. Syarat dan ketentuan tersebut merupakan bentuk kesepakatan yang dituangkan dalam sebuah perjanjian yang sah antara pengguna dengan PT. Tokopedia. Jika pengguna tidak menyetujui salah satu, sebagian, atau seluruh isi syarat dan ketentuan, maka pengguna tidak diperkenankan menggunakan layanan [www.tokopedia.com](http://www.tokopedia.com). Dalam syarat dan ketentuan tersebut diatur tentang definisi istilah-istilah penting dalam Tokopedia, akun, saldo *refund*, saldo penghasilan, *password* dan keamanan, transaksi pembelian dan penjualan,

---

<sup>142</sup>“Terms and Condition”, diakses pada tanggal 28 Maret 2021, <https://m.tokopedia.com/terms>.



penataan etalase, komisi, harga, tarif pengiriman, konten, jenis barang dan jasa, *power merchants* dan *TopAds*, kartu kredit, promo, pengiriman barang, penarikan dana, pusat resolusi, ketentuan lain, penolakan jasa dan batasan tanggungjawab, pelepasan, ganti rugi, pilihan hukum, pembaharuan, dan biaya layanan.

Tokopedia tidak memungut biaya pendaftaran kepada para pengguna. Pengguna dalam Tokopedia adalah pihak yang menggunakan layanan Tokopedia, termasuk namun tidak terbatas pada pembeli, penjual maupun pihak lain yang sedang berkunjung ke situs Tokopedia. Pengguna adalah orang yang cakap dan mampu untuk mengikatkan dirinya dalam sebuah perjanjian yang sah menurut hukum. Pembeli adalah pengguna terdaftar yang melakukan permintaan atas barang yang dijual oleh penjual di situs Tokopedia. Penjual adalah pengguna terdaftar yang melakukan tindakan buka toko dan/atau melakukan penawaran atas barang kepada para pengguna di situs Tokopedia. Barang adalah benda berwujud atau memiliki fisik barang yang dapat diantar atau memenuhi kriteria pengiriman oleh perusahaan jasa pengiriman barang.<sup>143</sup>

Dalam transaksi *e-Commerce* pada *marketplace* Tokopedia, para pihaknya yaitu penjual dan pembeli. Selain itu, Tokopedia juga melayani *reseller* dan *dropshipper*. *Reseller* adalah orang yang menjual kembali produk dari *supplier*. Artinya, seseorang akan membeli barang-barang dalam jumlah banyak dan dijual kembali. Tokopedia telah menyediakan berbagai pilihan

---

<sup>143</sup>“Terms and Condition”, diakses pada tanggal 28 Maret 2021, <https://m.tokopedia.com/terms>.

jenis produk yang bisa dibeli dalam jumlah banyak atau grosir dan dijual kembali di toko. *Reseller* memiliki beberapa keuntungan yaitu:

1. Cocok bagi penjual yang baru memulai bisnis *online* karena tidak harus memproduksi produk sendiri.
2. Tidak membutuhkan modal besar. Meskipun memiliki modal sedikit, namun masih bisa menjalankan bisnis. Hal ini yang membuat semua orang berpotensi untuk terjun menjadi seorang *reseller*.
3. Kesempatan besar untuk menjangkau 90 juta calon pembeli di Tokopedia.
4. Risiko menjadi seorang *reseller* tidak terlalu besar. *Reseller* dapat melakukan sebuah tes pasar untuk mengetahui kemampuan didalam berbisnis *online* sebelum benar-benar langsung terjun dan memproduksi barang sendiri.<sup>144</sup>

Berbeda dengan *reseller* yang harus mengeluarkan modal serta tempat untuk menyimpan stok barang, seorang *dropshipper* hanya mengunggah foto produk dari *supplier* kepada calon pembeli, selanjutnya *supplier* yang akan mengirimkan pesan pembeli atas nama *dropshipper*. Karena penerapannya yang mudah, bisnis *dropship* aman untuk dijalankan oleh pemula. Pada kebijakan bertransaksi *dropship*, Tokopedia tidak memperbolehkan untuk melakukan *Internal Dropshipper*, dimana penjual Tokopedia membeli produk dari sesama penjual di Tokopedia kemudian menjualnya kembali kepada pembeli di Tokopedia. Hal ini dikarenakan 1 nomor resi hanya dapat diinput oleh satu penjual di Tokopedia. Apabila transaksi terindikasi sebagai *Internal*

<sup>144</sup> “Jadi *Reseller*, Solusi Tepat untukmu yang Belum Punya Produk di Toko!” Pusat Edukasi Seller, diakses pada tanggal 8 Desember 2020, <https://seller.tokopedia.com/edu/cara-menjadi-reseller/>.

*Dropshipper*, maka dana akan dikembalikan ke pembeli dan kerugian akan sepenuhnya ditanggung oleh *Internal Dropshipper*.<sup>145</sup>

Dalam transaksi *e-Commerce* pada *marketplace* Tokopedia membolehkan *External Dropshipper*, yaitu penjual Tokopedia membeli produk di Tokopedia dan menjual ke *marketplace* lain atau penjual membeli produk di suatu *marketplace* lain kemudian menjualnya di *marketplace* Tokopedia. Dalam *dropshipper* tersebut, pengiriman hanya bisa dilakukan menggunakan kurir dan layanan yang bekerjasama dengan Tokopedia (bukan menggunakan resi luar negeri).<sup>146</sup>

Dalam Tokopedia, ada saldo *refund* dan saldo penghasilan. Saldo *refund* adalah fasilitas penampungan sementara atas dana milik pembeli (bukan fasilitas penyimpanan dana) yang disediakan Tokopedia untuk menampung pengembalian dana transaksi (*refund*) pembelian barang, produk digital, dan/atau produk keuangan dan tidak bisa dilakukan penambahan secara sendiri (*top up*). Dana ini hanya dapat digunakan kembali untuk melakukan pembelian pada situs Tokopedia dan/atau ditarik ke akun bank yang terdaftar. Sedangkan saldo penghasilan adalah fasilitas penampungan sementara atas dana milik penjual (bukan fasilitas penyimpanan dana), yang disediakan Tokopedia untuk menampung dana hasil penjualan barang, produk investasi, dan/atau komisi

<sup>145</sup> “Syarat dan Ketentuan Pengiriman dengan Sistem *Dropship*,” Tokopedia Care, diakses pada tanggal 5 Juni 2021, <https://www.tokopedia.com/help/article/bagaimana-syarat-dan-ketentuan-pengiriman-dengan-sistem-dropship>.

<sup>146</sup> “Apakah Saya Dapat Berjualan dengan Sistem *Dropship*?,” Tokopedia Care, diakses pada tanggal 5 Juni 2021, <https://www.tokopedia.com/help/article/apakah-saya-dapat-berjualan-dengan-sistem-dropship#:~:text=Perlu%20kamu%20ketahui%2C%20pada%20kebijakan,kembali%20kepada%20pembeli%20di%20Tokopedia>.

*affiliate* pada situs Tokopedia dan tidak bisa dilakukan penambahan secara sendiri (*top up*). Dana ini hanya dapat ditarik ke akun bank yang terdaftar dan tidak dapat digunakan kembali untuk melakukan pembelian pada situs Tokopedia. Namun, dapat digunakan untuk fitur-fitur berlangganan yang membantu penjual, seperti *TopAds* atau promo *cashback* toko. Tokopedia memiliki kewenangan untuk melakukan pembekuan saldo *refund* dan saldo penghasilan pengguna apabila ditemukan atau diduga adanya tindak kecurangan dalam bertransaksi dan/atau pelanggaran terhadap syarat dan ketentuan Tokopedia.<sup>147</sup>

Tokopedia tanpa pemberitahuan terlebih dahulu kepada pengguna, berwenang untuk melakukan tindakan yang perlu atas setiap dugaan pelanggaran syarat dan ketentuan dan/atau hukum yang berlaku, yakni tindakan berupa memindahkan barang ke gudang, penghapusan barang, moderasi toko, penutupan toko, pembatalan listing, suspensi akun, dan/atau penghapusan akun pengguna. Tokopedia memiliki kewenangan untuk menutup toko atau akun pengguna baik sementara maupun permanen apabila didapati adanya tindakan kecurangan dalam bertransaksi atau pelanggaran terhadap syarat dan ketentuan Tokopedia.

Pengguna dapat mendaftarkan diri sebagai *Power Merchant*, yaitu layanan pada situs atau aplikasi Tokopedia yang memberikan kemudahan bagi penjual untuk mengelola toko *online* dengan beragam fasilitas eksklusif yang disediakan oleh Tokopedia, berupa status dan simbol "Logo *Power Merchant*",

---

<sup>147</sup> "Terms and Condition", diakses pada tanggal 28 Maret 2021, <https://m.tokopedia.com/terms>.

fasilitas *TopAds*, statistik toko, admin toko, sampul halaman toko dan fasilitas lainnya. Dalam menggunakan fitur *TopAds*, pengguna memahami dan menyetujui bahwa setiap iklan yang pengguna unggah di situs Tokopedia adalah tanggung jawab pengguna secara pribadi dan melepaskan Tokopedia dari segala permasalahan yang mungkin timbul daripadanya.<sup>148</sup>

Pada transaksi tertentu, pengguna akan berkesempatan untuk mendapatkan promo *Cashback* dalam bentuk *TokoPoints* dan/atau *OVO Points*. *TokoPoints* dapat diperoleh dan dikumpulkan oleh pembeli dengan melakukan transaksi pembelian produk fisik pada situs atau aplikasi menggunakan kode promo, kupon, dan/atau kupon penjual tertentu. *TokoPoints* dapat digunakan dan ditukarkan sebagai unsur pengurang harga atas transaksi pembelian produk fisik dan/atau produk digital pada situs atau aplikasi, namun *TokoPoints* bukan merupakan metode pembayaran melainkan program loyalitas yang terdapat di situs atau aplikasi Tokopedia. Pengguna yang mendapatkan promo *Cashback*, harus melakukan aktivasi akun OVO dalam situs atau aplikasi, dalam 7×24 jam setelah transaksi berhasil, atau promo *Cashback* tidak dapat digunakan dan/atau hangus. Manfaat *Cashback* akan diterima maksimal 1x24 jam setelah transaksi berhasil serta sesuai dengan syarat dan ketentuan yang berlaku.

Pembeli wajib bertransaksi melalui prosedur transaksi yang telah ditetapkan oleh Tokopedia. Pembeli melakukan pembayaran dengan metode pembayaran yang sebelumnya telah dipilih oleh Pembeli, dan kemudian

---

<sup>148</sup>“Terms and Condition”, diakses pada tanggal 28 Maret 2021, <https://m.tokopedia.com/terms>.

Tokopedia akan meneruskan dana ke pihak Penjual apabila tahapan transaksi jual beli pada sistem Tokopedia telah selesai. Saat melakukan pembelian barang, pembeli menyetujui bahwa pembeli bertanggung jawab untuk membaca, memahami, dan menyetujui informasi atau deskripsi keseluruhan barang sebelum membuat tawaran atau komitmen untuk membeli, pembeli mengakui bahwa warna sebenarnya dari produk sebagaimana terlihat di situs atau aplikasi Tokopedia tergantung pada monitor komputer dan layar *handphone* pembeli., dan pengguna masuk ke dalam kontrak yang mengikat secara hukum untuk membeli barang ketika pengguna membeli suatu barang. Pembayaran oleh pembeli wajib dilakukan segera (selambat-lambatnya dalam batas waktu 1x24 jam) setelah pembeli melakukan *check-out*. Jika dalam batas waktu tersebut pembayaran belum dilakukan oleh pembeli, Tokopedia memiliki kewenangan untuk membatalkan transaksi tersebut. Pengguna tidak berhak mengajukan klaim atau tuntutan atas pembatalan transaksi tersebut.<sup>149</sup>

Pengembalian dana dari Tokopedia kepada pembeli hanya dapat dilakukan jika terjadi kelebihan pembayaran dari pembeli atas harga barang, masalah pengiriman barang telah teridentifikasi secara jelas dari penjual yang mengakibatkan pesanan barang tidak sampai, penjual tidak bisa menyanggupi *order* karena kehabisan stok, perubahan ongkos kirim, maupun penyebab lainnya, penjual sudah menyanggupi pengiriman *order* barang, tetapi setelah batas waktu yang ditentukan ternyata penjual tidak mengirimkan barang hingga batas waktu yang telah ditentukan, dan jika terjadi penyelesaian permasalahan

---

<sup>149</sup>“Terms and Condition”, diakses pada tanggal 28 Maret 2021, <https://m.tokopedia.com/terms>.

melalui Pusat Resolusi berupa keputusan untuk pengembalian dana kepada pembeli atau hasil keputusan dari pihak Tokopedia. Apabila terjadi proses pengembalian dana, maka pengembalian dilakukan melalui Saldo *Refund* milik pengguna yang akan bertambah sesuai dengan jumlah pengembalian dana.

Pembeli wajib melakukan konfirmasi penerimaan barang setelah menerima kiriman barang yang dibeli dengan batas waktu 2 hari setelah pengiriman berstatus "terkirim" pada sistem Tokopedia. Jika dalam batas waktu tersebut tidak ada konfirmasi atau klaim dari pihak pembeli, maka dengan demikian pembeli menyatakan menyetujui dilakukannya konfirmasi penerimaan barang secara otomatis oleh sistem Tokopedia. Setelah adanya konfirmasi penerimaan barang atau konfirmasi penerimaan barang otomatis, maka dana pihak pembeli yang dikirimkan ke rekening resmi Tokopedia akan dilanjut kirimkan ke pihak penjual (transaksi dianggap selesai).<sup>150</sup>

Penjual dilarang memanipulasi harga barang dengan tujuan apapun, dilarang melakukan penawaran atau berdagang barang terlarang sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan, dan wajib memberikan foto dan informasi produk dengan lengkap dan jelas sesuai dengan kondisi dan kualitas produk yang dijualnya. Apabila terdapat ketidaksesuaian antara foto dan informasi produk yang diunggah oleh penjual dengan produk yang diterima oleh pembeli, maka Tokopedia berhak membatalkan atau menahan dana transaksi.

Penjual wajib memberikan balasan untuk menerima atau menolak pesanan barang pihak pembeli dalam batas waktu 2 hari terhitung sejak adanya

---

<sup>150</sup> "Terms and Condition", diakses pada tanggal 28 Maret 2021, <https://m.tokopedia.com/terms>.

notifikasi pesanan barang dari Tokopedia. Jika dalam batas waktu tersebut tidak ada balasan dari penjual maka secara otomatis pesanan akan dibatalkan. Demi menjaga kenyamanan pembeli dalam bertransaksi, penjual memahami dan menyetujui bahwa Tokopedia berhak melakukan moderasi toko penjual apabila penjual melakukan penolakan, pembatalan dan/atau tidak merespon pesanan barang milik pembeli dengan dugaan untuk memanipulasi transaksi, pelanggaran atas syarat dan ketentuan, dan/atau kecurangan atau penyalahgunaan lainnya.<sup>151</sup>

Penjual menyetujui dan memahami bahwa dengan menerima data informasi pembeli yang terdapat dalam situs atau aplikasi wajib menjaga kerahasiaan dan dilarang menyalahgunakan data informasi pembeli dalam bentuk apapun. Tokopedia berhak, tanpa pemberitahuan sebelumnya, melakukan investigasi dan memberikan sanksi terhadap dugaan atau laporan penyalahgunaan data pembeli. Penjual wajib memasukkan nomor resi pengiriman barang yang valid dalam batas waktu 2 x 24 jam (tidak termasuk hari Sabtu/Minggu/libur Nasional) terhitung sejak adanya notifikasi pesanan barang dari Tokopedia. Apabila penjual memasukkan nomor resi pengiriman barang yang invalid atau tidak dapat terlacak, penjual wajib memasukkan nomor resi pengiriman barang yang valid dalam batas waktu 1 x 24 jam (tidak termasuk hari Sabtu/Minggu/libur Nasional) terhitung sejak adanya notifikasi nomor resi invalid atau tidak terlacak yang diberikan oleh Tokopedia kepada penjual. Jika dalam batas waktu tersebut, pihak penjual tidak memasukkan

---

<sup>151</sup> “Terms and Condition”, diakses pada tanggal 28 Maret 2021, <https://m.tokopedia.com/terms>.



nomor resi pengiriman barang yang valid, maka secara otomatis pesanan dianggap dibatalkan. Jika penjual tetap mengirimkan barang setelah melebihi batas waktu pengiriman sebagaimana dijelaskan diatas, maka penjual memahami bahwa transaksi akan tetap dibatalkan untuk kemudian penjual dapat melakukan penarikan barang pada kurir tempat barang dikirimkan. Selain itu, oenjual memahami dan menyetujui bahwa kurir pengiriman tidak dapat diubah oleh penjual setelah penjual melakukan konfirmasi pengiriman dan sepenuhnya menjadi tanggung jawab penjual.

Tokopedia berwenang untuk membatalkan transaksi dan/atau menahan dana transaksi jika nomor resi kurir pengiriman barang yang diberikan oleh penjual tidak sesuai dan/atau diduga tidak sesuai dengan transaksi yang terjadi di Tokopedia, penjual mengirimkan barang melalui jasa kurir atau logistik selain dari yang disediakan dan terhubung dengan Tokopedia, ika nama produk dan deskripsi produk tidak sesuai ayau tidak jelas dengan produk yang dikirim, jika ditemukan adanya manipulasi transaksi dan/atau mencantumkan nomor resi pengiriman barang yang telah digunakan oleh penjual lainnya (*internal dropshipper*). Tokopedia berwenang memotong kelebihan tarif pengiriman dari dana pembayaran pembeli dan mengembalikan selisih kelebihan tarif pengiriman kepada pembeli.<sup>152</sup>

Sebelum melakukan transaksi *e-Commerce* pada *marketplace* Tokopedia, penjual dan pembeli harus membuat akun di *website* atau aplikasi Tokopedia dengan cara membuka *link* [www.tokopedia.com](http://www.tokopedia.com) melalui *browser*,

---

<sup>152</sup>“Terms and Condition”, diakses pada tanggal 28 Maret 2021, <https://m.tokopedia.com/terms>.

*chrome*, dan sejenisnya, atau mendownload aplikasi Tokopedia melalui *Play Store* atau *App Store*. Caranya adalah sebagai berikut:

1. Buka *website* Tokopedia dengan cara membuka *link* [www.tokopedia.com](http://www.tokopedia.com) melalui *browser*, *chrome*, dan sejenisnya, atau mengunduh Aplikasi Tokopedia. Setelah membuka *link* atau mengunduh aplikasi Tokopedia, maka akan muncul tampilan seperti dibawah ini. Klik “Selanjutnya” atau langsung klik “Gabung Sekarang”.

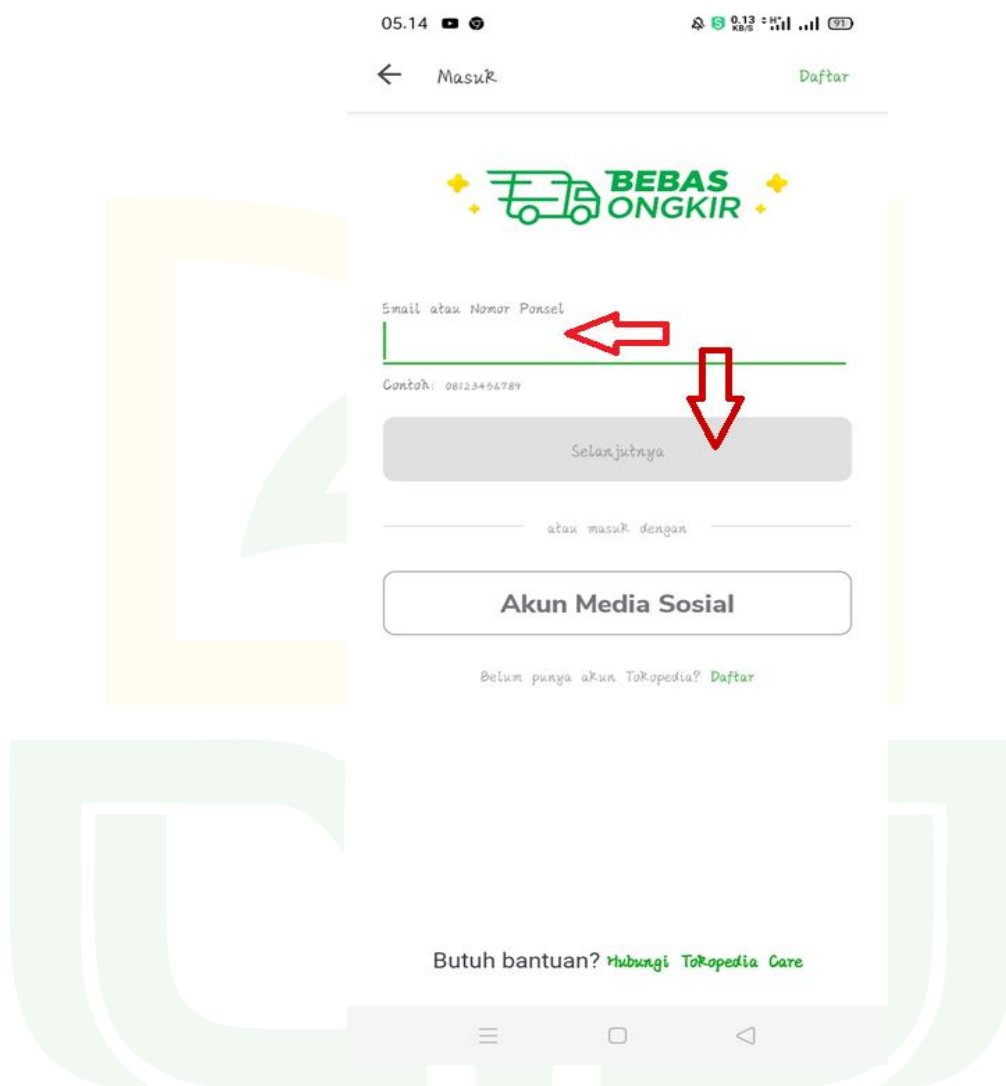


**Gambar. 4.1**

**Tampilan Awal Aplikasi Tokopedia**

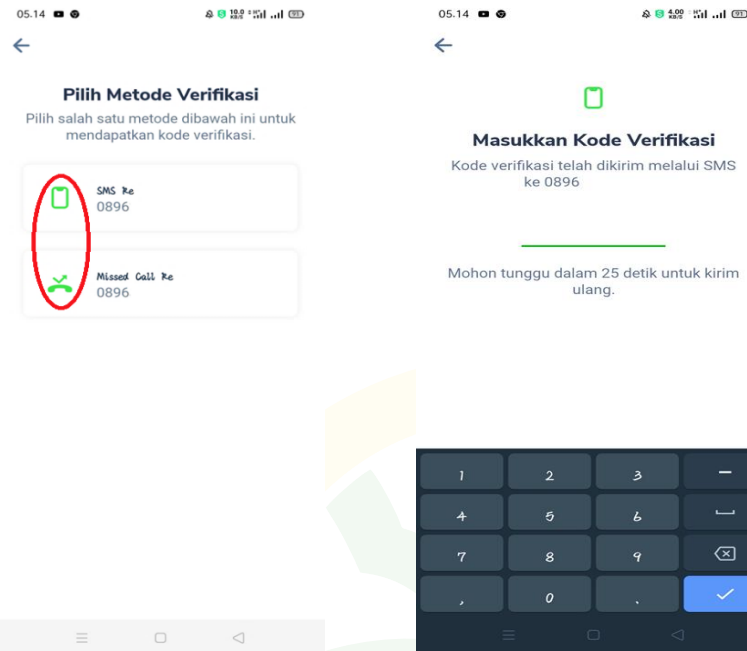
*Sumber: Dokumentasi 2020*

2. Masukkan alamat *e-mail* atau nomor ponsel pada kolom yang sudah disediakan, lalu klik Selanjutnya.



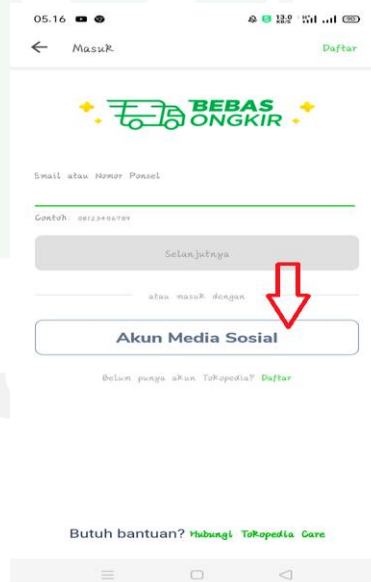
**Gambar. 4.2**  
**Tampilan Awal Aplikasi Tokopedia**  
*Sumber: Dokumentasi 2020*

3. Pilih Metode Verifikasi melalui SMS atau Telepon untuk mendapatkan kode verifikasi. Setelah mendapatkan kode verifikasi, masukkan kode tersebut atau kode akan terverifikasi secara otomatis. Setelah itu, akan muncul tampilan awal halaman Tokopedia.



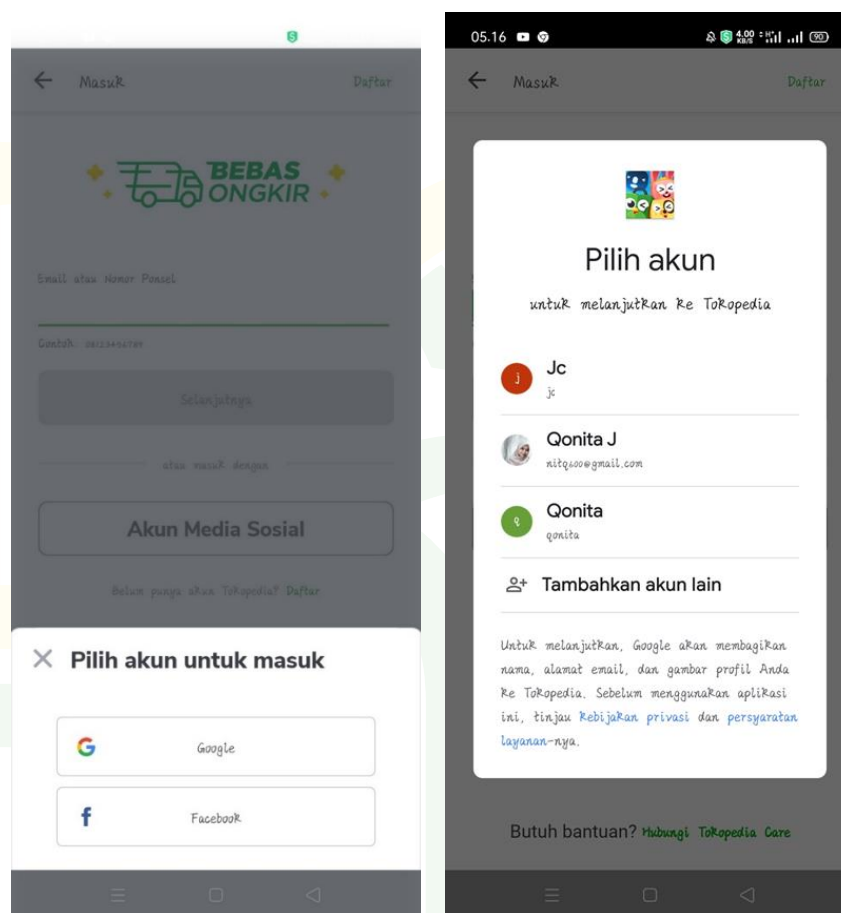
**Gambar.4.3**  
**Tampilan Pilihan Metode Verifikasi**  
*Sumber: Dokumentasi 2020*

4. Selain menggunakan nomor Hp, pengguna bisa membuat akun Tokopedia melalui Akun Media Sosial dengan cara klik “Akun Media Sosial”.



**Gabar. 4.4**  
**Tampilan Awal Aplikasi Tokopedia**  
*Sumber: Dokumentasi 2020*

5. Pilih akun untuk masuk menggunakan akun Google atau Facebook. Pilih akun yang hendak digunakan. Setelah itu, akan muncul tampilan awal halaman Tokopedia.



**Gambar. 4.5**

**Tampilan Pilihan Akun Media Sosial Untuk Masuk Ke Tokopedia**

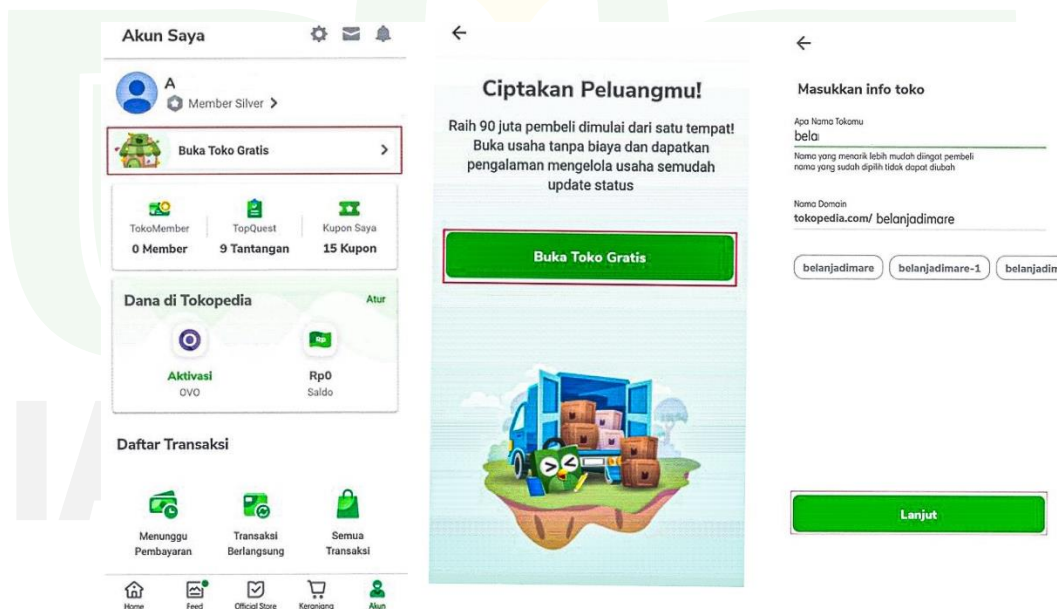
*Sumber: Dokumentasi 2020*

6. Setelah masuk ke halaman Tokopedia, penjual dan pembeli bisa menambah identitas diri, mulai dari nama, tanggal lahir, jenis kelamin, alamat *e-mail*, nomor Hp, alamat yang bisa diisi lebih dari 1 alamat, akun bank, dan pengaturan keamanan.

7. Setelah itu, penjual mulai bisa memperdagangkan barang atau produknya dengan cara memilih “Buka Toko Gratis” pada menu Akun. Kemudian, penjual bisa mulai menawarkan barangnya dengan cara menambah gambar barang atau produk beserta spesifikasinya. Sementara itu, pembeli mulai bisa memilih barang atau produk yang ingin dibeli.

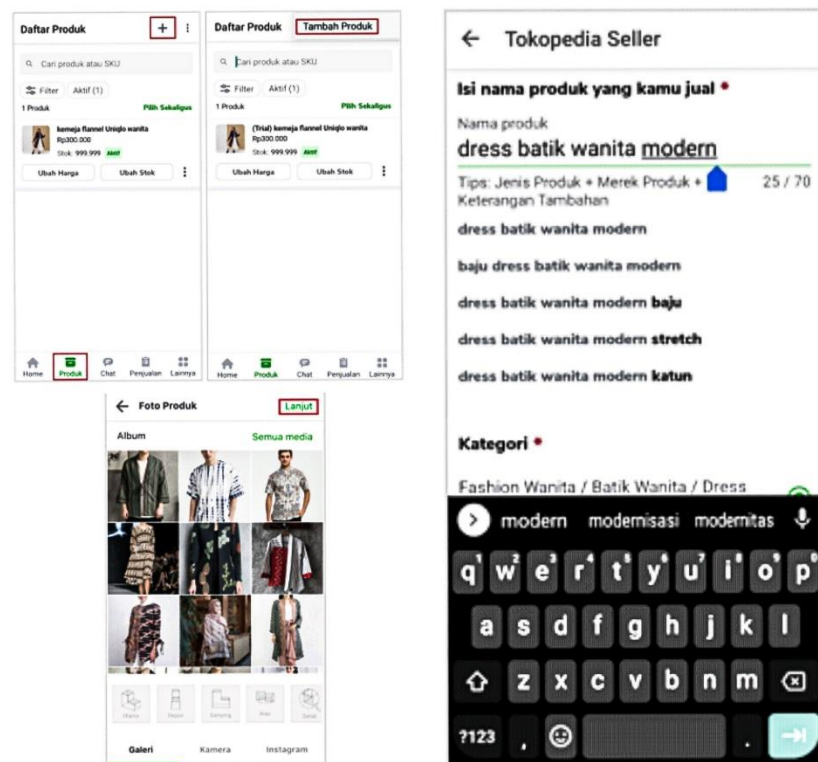
Untuk proses transaksi *e-Commerce* pada *marketplace* Tokopedia, berikut adalah langkah-langkah penjual dalam melakukan transaksi:

1. Buka *website* atau aplikasi Tokopedia, klik “Akun”. Lalu pilih “Akun Toko”, Klik “Buka Toko Gratis”. Lalu, masukkan nomor ponsel dan lakukan verifikasi. Kemudian, masukkan nama pemilik akun sesuai KTP untuk keperluan penarikan saldo ke rekening. Setelah itu, tulis nama toko dan domain toko yang berfungsi sebagai *link* toko.



**Gambar. 4.6**  
**Tampilan Cara Buka Toko Gratis di Tokopedia**  
*Sumber: Dokumentasi 2020*

2. Isi survei singkat tentang berjualan. Jawab pertanyaan agar Tokopedia lebih mengenal penjual dan dapat memberikan pengalaman berjualan dengan baik.
3. Masukkan alamat toko dengan lengkap untuk memudahkan kurir menjemput atau mengantar barang. Setelah itu, akun toko mulai bisa digunakan.
4. Untuk menawarkan barang atau produk yang dijual, pilih “Produk”. Lalu, klik “Tambah Produk” pada pengaturan Toko. Setelah itu, *upload* foto produk dengan kualitas terbaik dari berbagai sisi untuk menarik pembeli. Isi nama dan kategori produk beserta harganya.

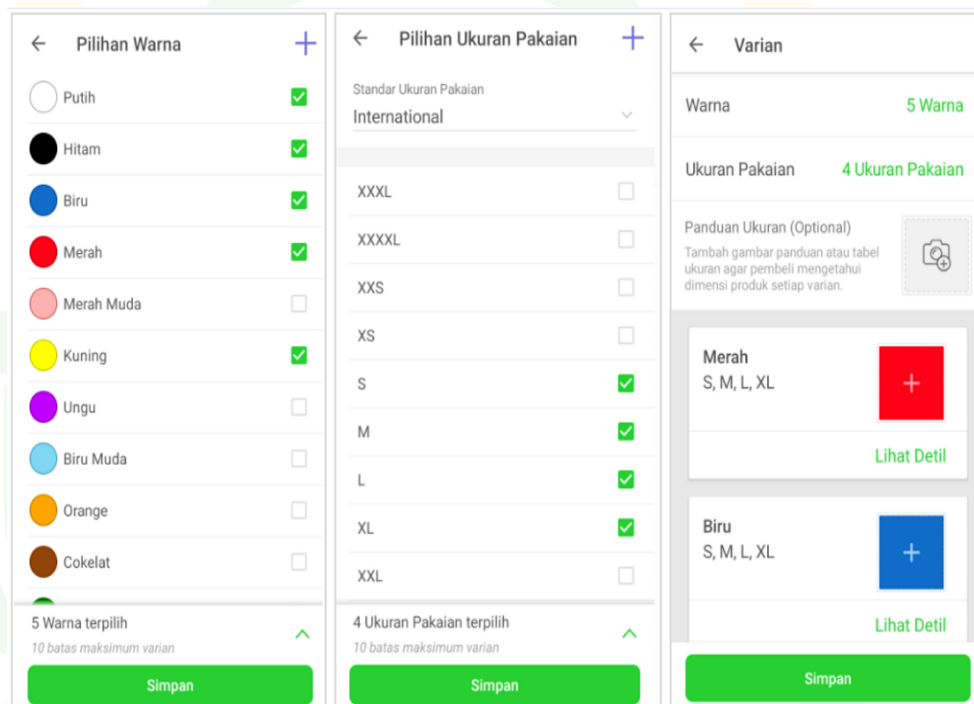


**Gambar. 4.7**

**Tampilan Tambah Produk Toko di Tokopedia**

*Sumber: Dokumentasi 2020*

5. Kemudian, lengkapi info produk, seperti jumlah stok, varian, kondisi, dan deskripsi produk. Setelah itu, klik “Simpan”. Penjual bisa melakukan promosi dengan cara *share* produk ke media sosial untuk menarik orang-orang agar mengunjungi tokonya, membuat promosi unik seperti Beli 1 Gratis 1 atau promo *cashback*, atau dengan memanfaatkan fitur gratis Tokopedia, yakni mencoba fitur Voucher Toko untuk memberikan promo ke pembeli. Selain itu, penjual bisa mempromosikan produk dengan klik “Buat Post” di fitur *feed*.



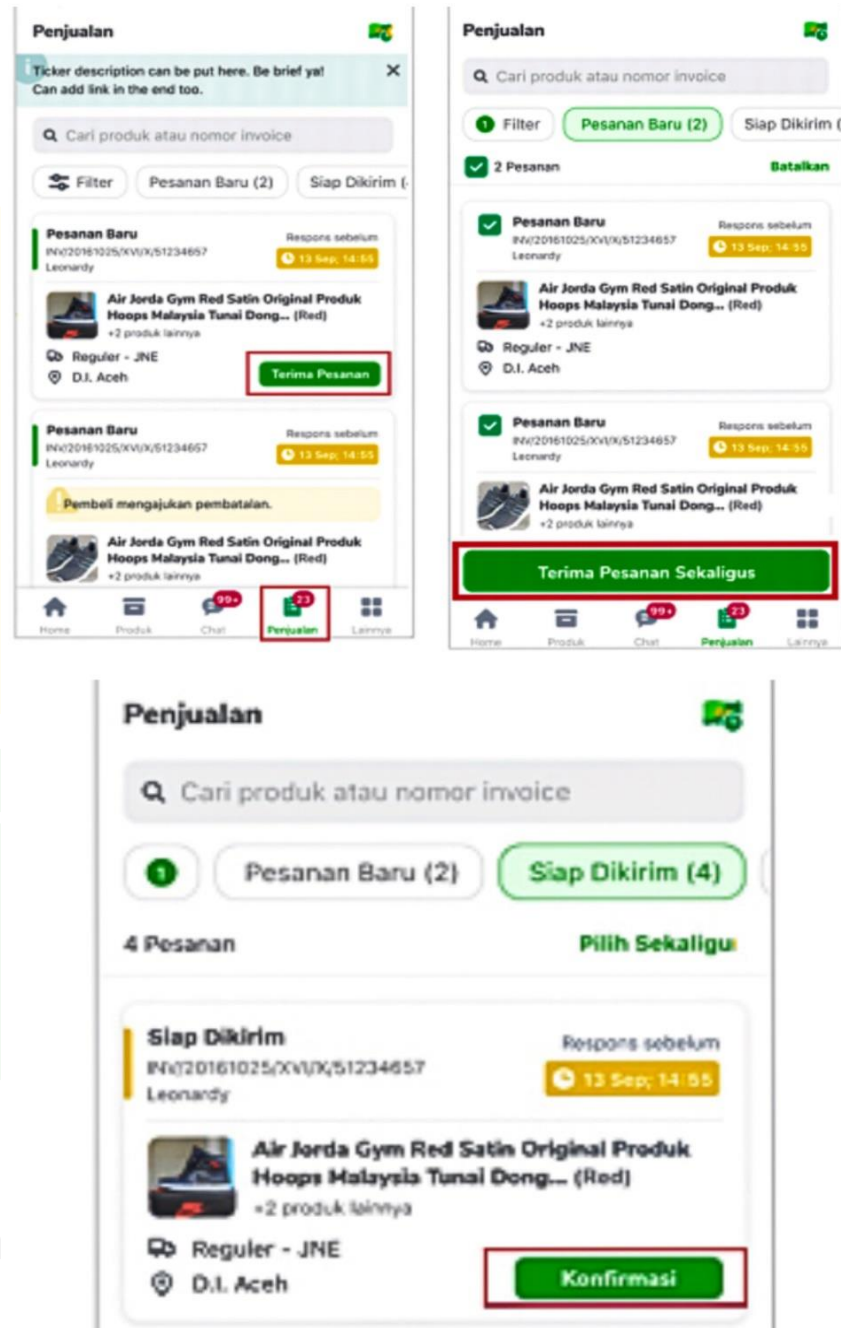
**Gambar. 4.8**  
**Tampilan Simpan Produk di Tokopedia**

*Sumber: Dokumentasi 2020*

6. Ketika ada pesanan, penjual harus klik “Terima Pesanan”. Agar lebih mudah, penjual harus men-*download* aplikasi Tokopedia Seller. Setelah itu, buka aplikasinya lalu klik “Penjualan” dan pilih pesanan baru yang ingin

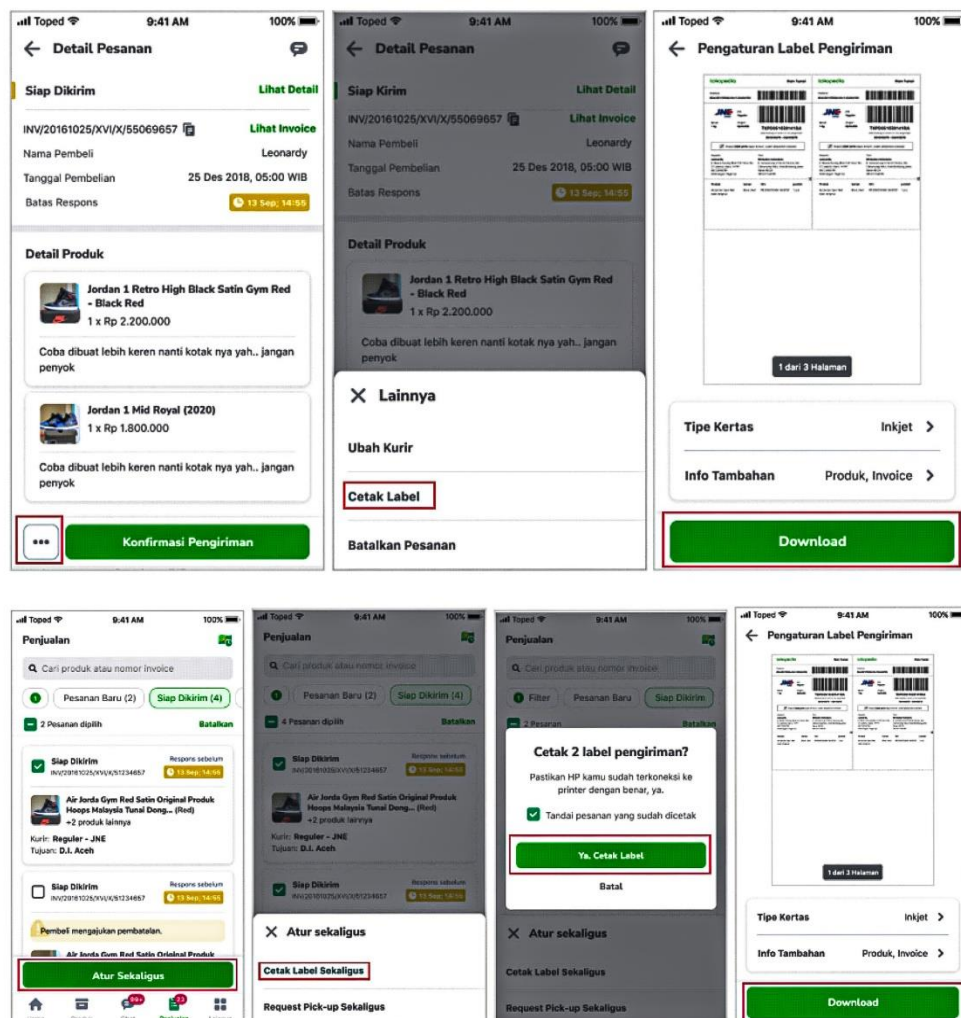


diproses dengan cara klik “Terima Pesanan”. Jika memiliki pesanan lebih dari satu, klik “Terima Pesanan Sekaligus”. Setelah itu, klik “Konfirmasi”.



**Gambar.4.9**  
**Tampilan Terima Pesanan di Tokopedia**  
*Sumber: Dokumentasi 2020*

7. Jangan lupa untuk periksa kembali paket dan alamat pembeli supaya tidak salah kirim. Kemudian, klik pada produk, klik “Konfirmasi Pengiriman” dan pilih “Cetak Label”, lalu *Download*. Jika ingin mencetak resi dengan *list* produk, klik “Info Tambahan”, lalu klik “Cetak dengan Daftar Produk”, kemudian *Download*. Penjual juga bisa cetak resi sekaligus dengan klik “Atur Sekaligus” kemudian klik “Cetak Label Sekaligus” pada halaman Siap Dikirim.

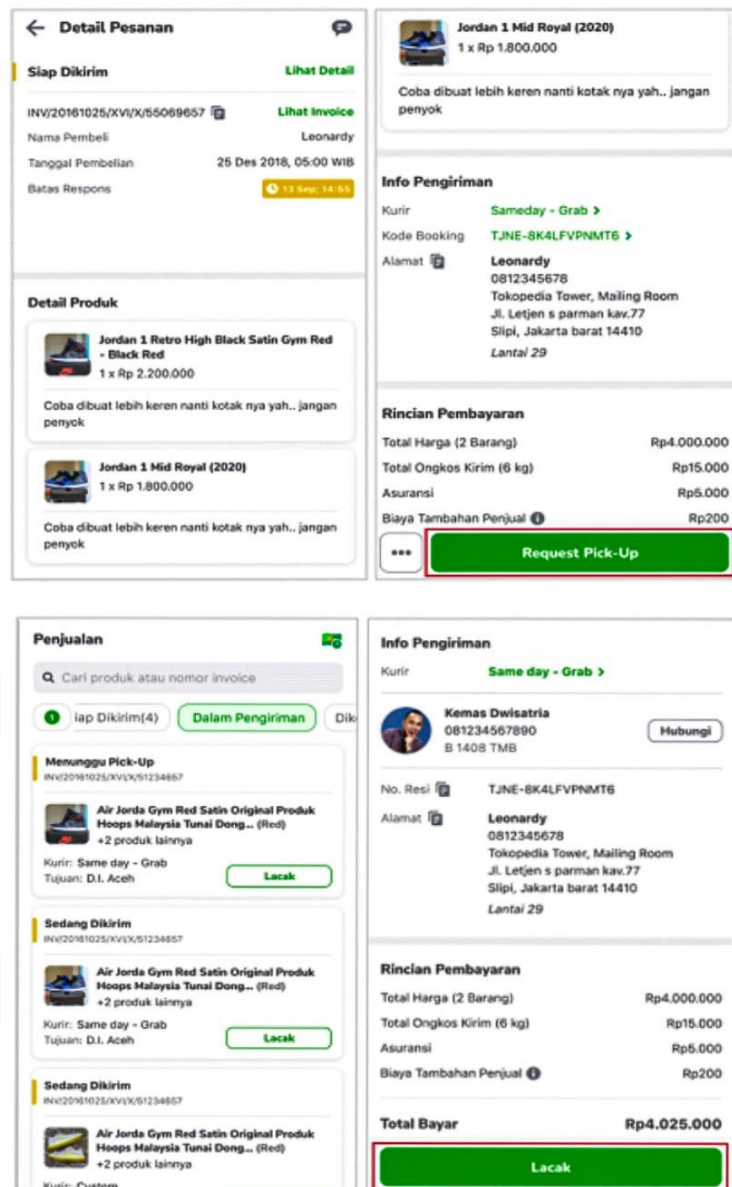


**Gambar.4.10**

**Tampilan Konfirmasi dan Cetak Label Pengiriman**

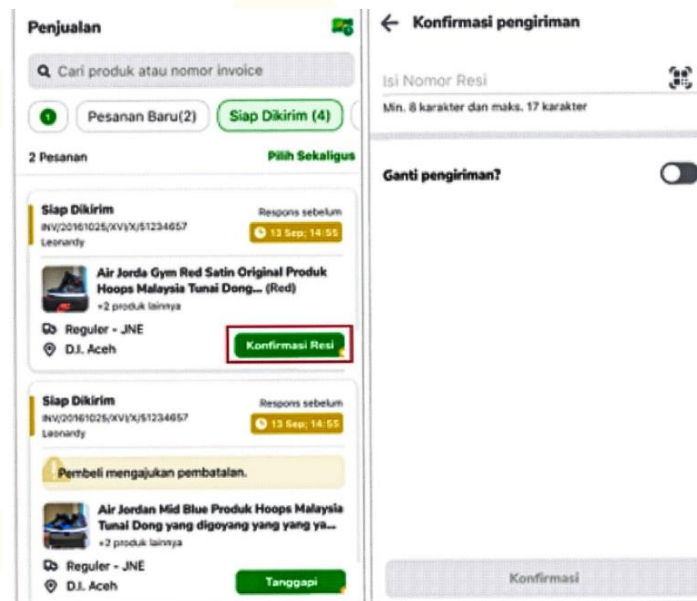
*Sumber: Dokumentasi 2020*

8. Lakukan pengiriman paket. Untuk pilihan layanan “Dijemput Kurir”, klik “Request Pickup” dan kurir akan menjemput pakatnya. Jika ingin memonitor pengiriman pesanan, klik “Lacak”.



**Gambar.4.11**  
**Tampilan Pengiriman Paket Via Penjemputan Kurir**  
*Sumber: Dokumentasi 2020*

9. Untuk pilihan layanan “Antar ke Agen”, klik “Konfirmasi Resi”. Jangan lupa input nomor resi setelah barang dikirim ke kantor agen untuk menghindari pembatalan pesanan secara otomatis. Setelah itu, klik “Konfirmasi Pengiriman”.



**Gambar.4.12**

**Tampilan Pengiriman Via Agen**

*Sumber: Dokumentasi 2020*

10. Jangan lupa mencetak label pengiriman agar pakatnya tidak hilang saat pengiriman oleh kurir. Label tersebut juga bertujuan untuk memudahkan kurir mengirim paket ke pembeli. Setelah pesanan telah diterima oleh pembeli, tunggu pembeli melakukan konfirmasi paket yang telah diterima. Tapi, jika pembeli tidak mengkonfirmasi pesanan dalam jangka waktu 2x24 jam setelah pesanan diterima, transaksi akan tetap selesai secara otomatis dan dana akan langsung diteruskan ke Saldo Tokopedia penjual. Saldo tersebut bisa digunakan untuk berbelanja di Tokopedia atau dicairkan ke rekening pribadi yang sudah ditambahkan di akun toko. Setelah transaksi selesai, beri komentar atau penilaian terhadap ulasan dari pembeli dengan memilih ikon puas, netral, atau tidak puas. Penjual diusahakan harus rutin membalas ulasan produk agar bisa mempengaruhi calon pembeli lain untuk ikut berbelanja di tokonya. Supaya lebih efektif, aktifkan fitur Balasan Ulasan Otomatis dan buat pesan balasan sendiri. Kemudian, setiap ulasan yang diterima akan otomatis terbalas.<sup>153</sup>

Untuk pembeli, berikut adalah langkah-langkah atau proses transaksinya:

1. Setelah membuat akun Tokopedia, pembeli bisa melakukan transaksi jual beli dengan cara mengetik barang yang hendak dibeli di kolom *Search* dan memilih barang yang cocok melalui gambar yang disertai spesifikasi dan ulasan dari pembeli sebelumnya agar bisa memilih barang yang sesuai

---

<sup>153</sup> “Cara Baru Terima Pesanan di Tokopedia Lewat Aplikasi Tokopedia Seller”, Pusat Edukasi *Seller*, diakses pada tanggal 28 Desember 2020, <https://seller.tokopedia.com/edu/cara-proses-pesanan/>.

dengan keinginan. Selain itu, pembeli bisa langsung melihat barang-barang yang ditawarkan di Tampilan Awal Halaman Tokopedia dan jika tertarik, klik barangnya, lihat spesifikasi dan ulasan pembeli, lalu melakukan pemesanan. Tidak hanya melalui itu saja, pembeli bisa mencari barang dengan mengklik “Kategori” di Tampilan Awal Halaman Tokopedia, dan pembeli bisa memilih barang sesuai kategori yang diinginkan.



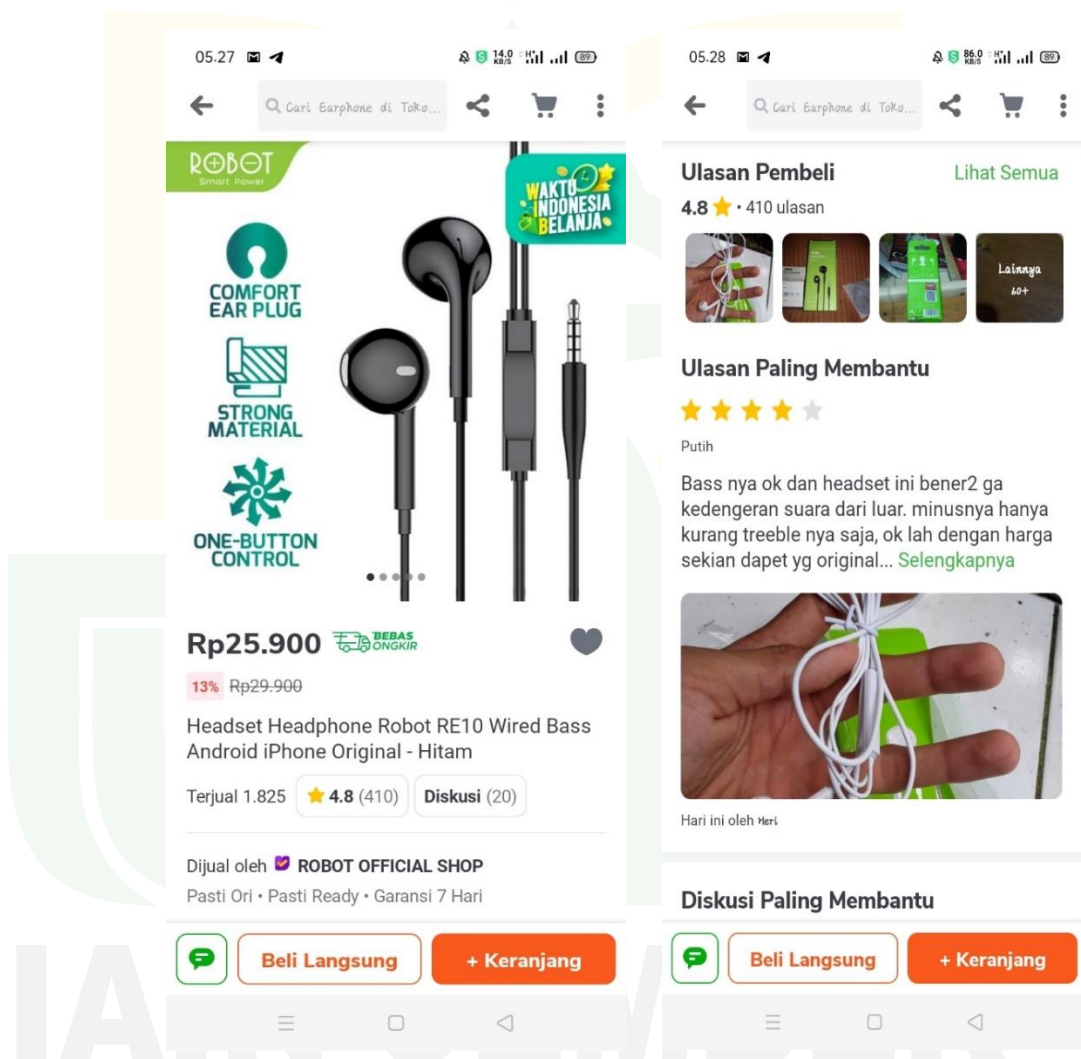
**Gambar.4.13**

**Tampilan Awal Halaman Tokopedia**

*Sumber: Dokumentasi 2020*



2. Pilih barang yang ingin dibeli dengan cara klik “Beli Langsung” atau “+ Keranjang”. Jika hanya ingin membeli 1 barang saja di 1 toko, maka langsung klik “Beli Langsung”, akan tetapi jika masih ingin melihat barang-barang lainnya di Toko tersebut, maka masukkan barang yang dibeli ke keranjang terlebih dahulu dengan cara klik “+ Keranjang”.



**Gambar. 4.14**

**Tampilan Gambar, Spesifikasi, dan Ulasan Pembeli**  
*Sumber: Dokumentasi 2020*

3. Setelah memilih barang yang dibeli, atur alamat pengiriman dan cara pembayaran dengan cara klik “Atur Pilihan”.

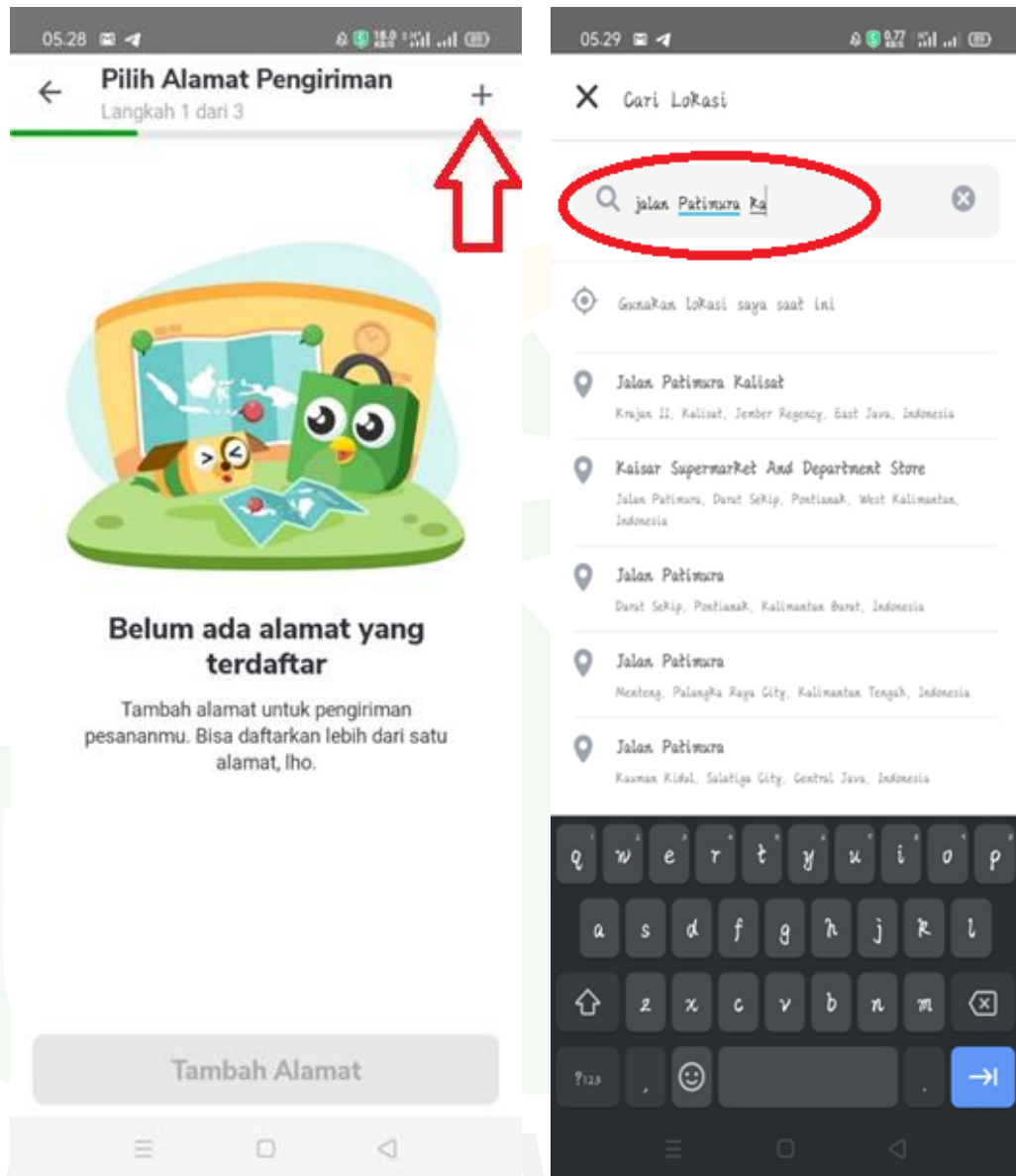


**Gambar.4.15**  
**Tampilan Aturan Pilihan Transaksi**  
*Sumber: Dokumentasi 2020*



4. Klik tanda “+” di pojok kanan atas untuk mengatur alamat pengiriman.

Setelah itu, tulislah alamat pengiriman dengan lengkap.

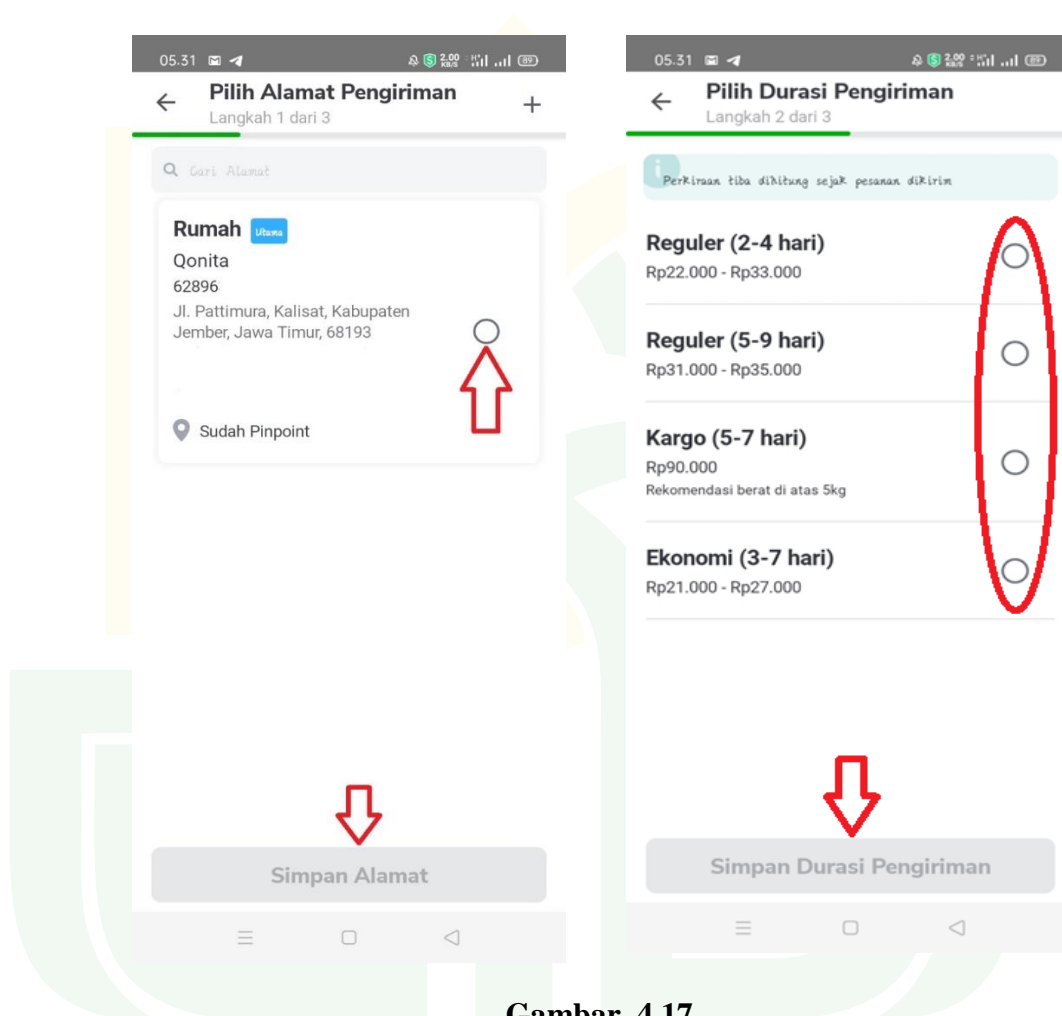


**Gambar. 4.16**

**Tampilan Pilihan Alamat Pengiriman**

*Sumber: Dokumentasi 2020*

- Centang alamat yang sudah dibuat, setelah itu klik “Simpan Alamat” di bagian bawah. Setelah itu, pilihlah durasi pengiriman yang tertera sesuai keinginan. Lalu, klik “Simpan Durasi Pengiriman”.



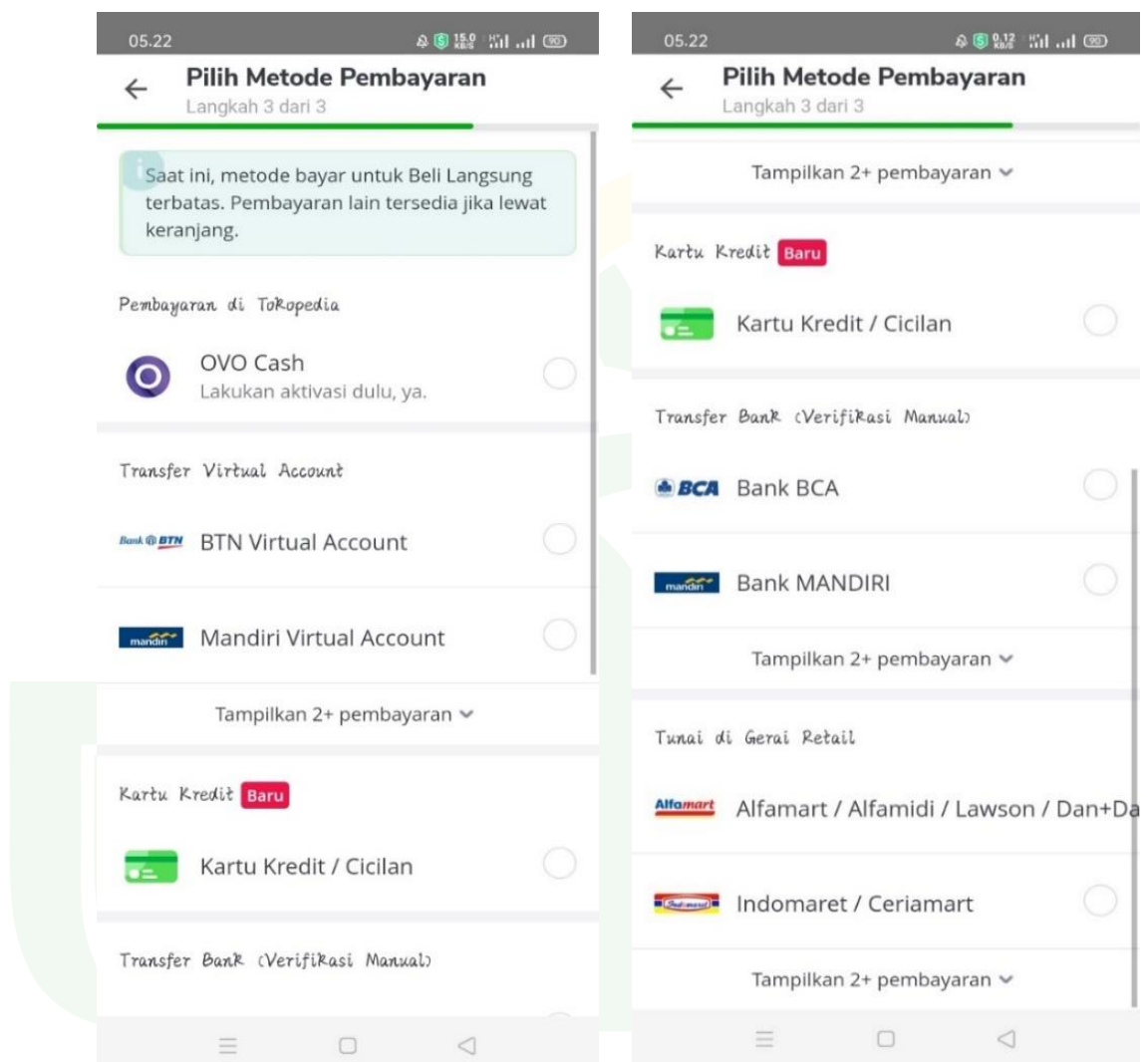
**Gambar. 4.17**

**Tampilan Alamat dan Durasi Pengiriman**

*Sumber: Dokumentasi 2020*

- Pilih metode pembayaran sesuai keinginan. Pilihan metode pembayarannya sangat banyak, bisa melalui Bank, Debit, Kartu Kredit, *Transfer Virtual Account*, atau melalui pembayaran tunai di gerai retail seperti Indomaret, Alfamart, JNE, Kantor Pos, Mitra Tokopedia, Gerai

Tokopedia, dan lain sebagainya. Bahkan ada beberapa barang yang bisa dibeli dengan sistem COD (*Cash On Delivery*) atau pembayaran yang dilakukan ketika barang diterima.

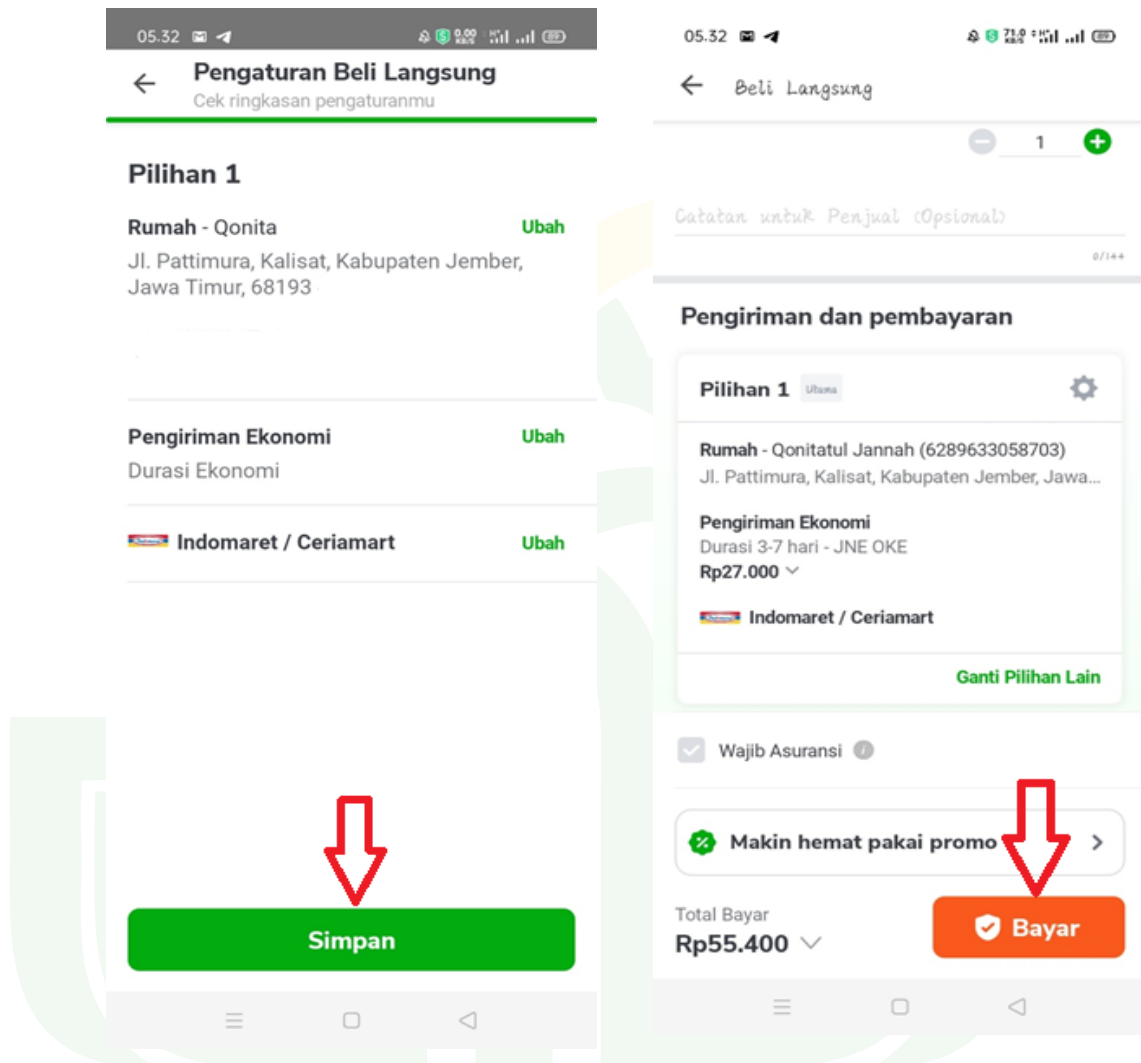


**Gambar. 4.18**  
**Tampilan Metode Pembayaran**

*Sumber: Dokumentasi 2020*

7. Cek kembali alamat pengiriman, durasi pengiriman, dan metode pembayaran. Setelah itu, klik “Simpan”. Pembeli bisa menggunakan promo yang tersedia. Akan tetapi, tidak semua transaksi bisa

menggunakan promo. Setelah selesai, klik “Bayar” di pojok kanan bawah.

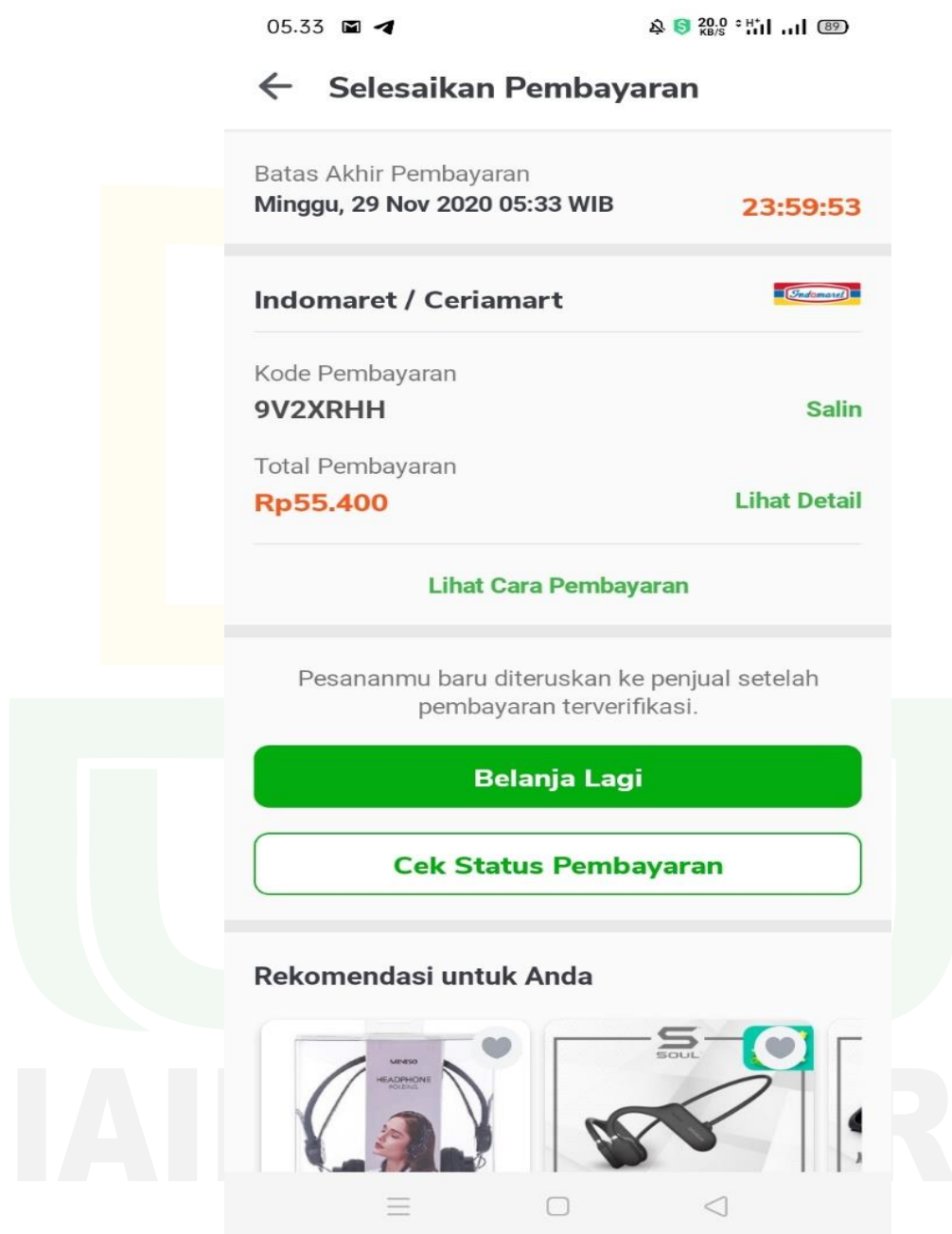


**Gambar. 4.19**  
**Tampilan Akhir Transaksi**

*Sumber: Dokumentasi 2020*

8. Setelah selesai, maka akan muncul kode pembayaran, batas akhir pembayaran, dan total pembayaran. Selanjutnya, pembeli melakukan pembayaran sesuai metode pembayaran yang dipilih. Setelah itu, tinggal menunggu konfirmasi dari penjual. Jika telah terkonfirmasi, maka

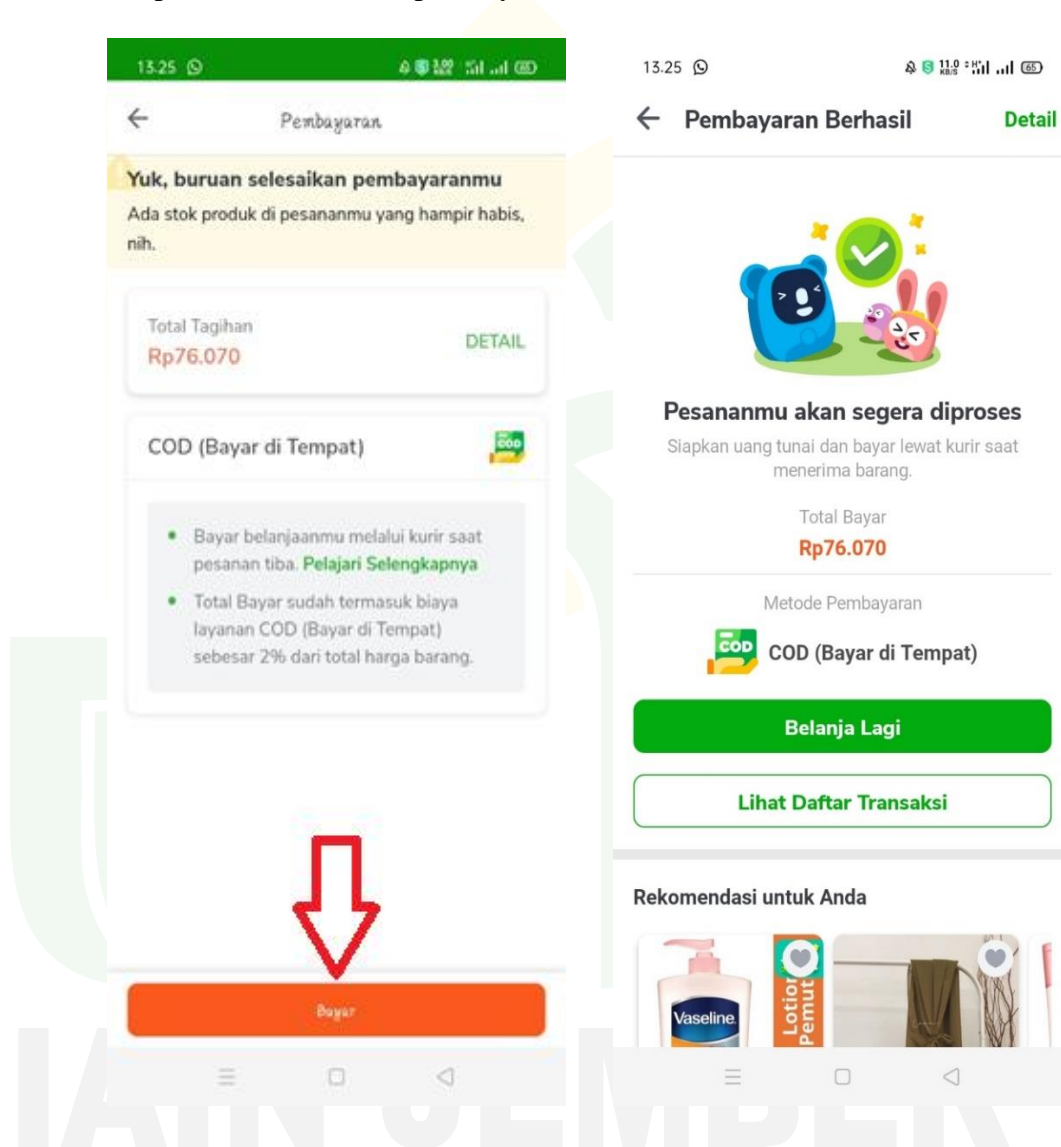
penjual akan memproses pengiriman dan pembeli tinggal menunggu kurir datang dengan membawa pesanan.



**Gambar. 4.20**  
**Tampilan Pembayaran**

*Sumber: Dokumentasi 2020*

9. Jika pembelian dengan sistem COD (*Cash On Delivery*), maka akan muncul tampilan seperti dibawah ini. Setelah itu, klik “Bayar”. Lalu, tinggal menunggu kurir datang untuk mengirim barang yang dibeli dan pembeli melakukan pembayaran ke kurir.

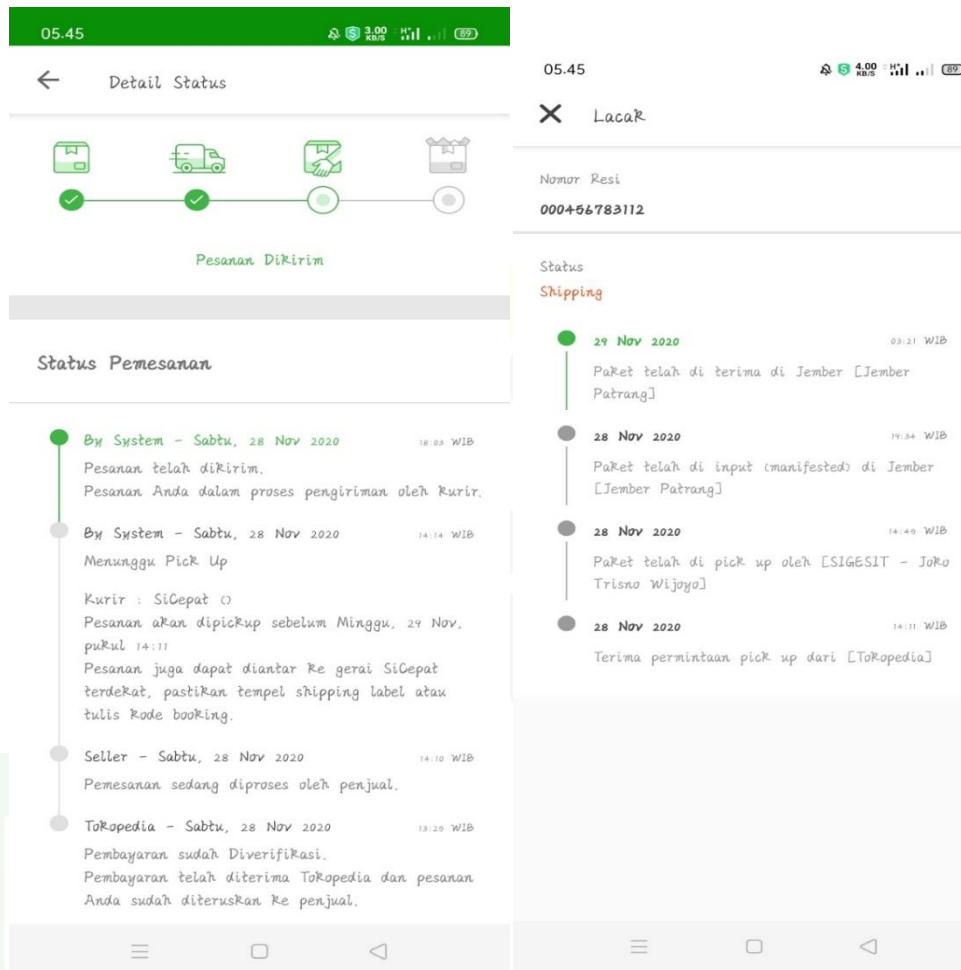


**Gambar. 4.21**

**Tampilan Sistem COD (*Cash On Delivery*)**

*Sumber: Dokumentasi 2020*

10. Pembeli dapat melihat status pesanan dan melacak paket dengan cara mengecek Daftar Transaksi di Aplikasi maupun *Website* Tokopedia.



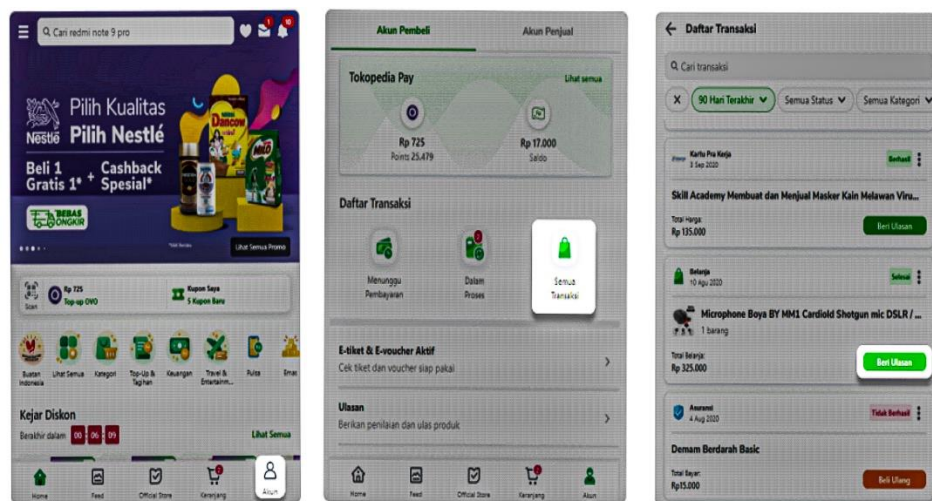
**Gambar. 4.22**

**Tampilan Status Pesanan dan Lacak Paket**

*Sumber: Dokumentasi 2020*

11. Setelah pesanan paket datang, buka paket pesanan tersebut dan cek apakah sesuai dengan spesifikasi atau tidak. Kemudian pembeli bisa memberikan ulasan dan komentar tentang tingkat kepuasannya dalam melakukan transaksi dengan cara klik "Berikan Ulasan". Lalu, pembeli memberikan komentar dengan atau tanpa *upload* barang pesanan yang

telah diterima atau cukup dengan memilih rating bintang untuk menunjukkan seberapa puas pembeli terhadap transaksi yang sudah dilakukan.



**Gambar. 4.23**  
**Tampilan Beri Ulasan**

*Sumber: Dokumentasi 2020*

Berdasarkan data diatas, dapat diketahui bahwa transaksi *e-Commerce* pada *marketplace* Tokopedia sebenarnya sama dengan transaksi jual beli pada umumnya, yakni ada pihak penjual dan pembeli, objek atau barang transaksi, dan *ijab qabul* (kesepakatan penjual dan pembeli). Namun, ada sedikit perbedaan yaitu pada media yang digunakan dalam bertransaksi. Jika melakukan jual beli secara *offline*, media yang digunakan adalah pasar, toko, warung, supermarket, dan lain sebagainya. Sedangkan untuk melakukan jual beli secara *online* atau *e-commerce*, mediana adalah *website*, *marketplace*, atau aplikasi jual beli *online* atau *e-Commerce* yang ada pada *gadget* (Handphone, laptop, dan barang-barang elektronik lainnya) dengan menggunakan jaringan internet.



## **B. Transaksi *e-Commerce* pada *Marketplace* Tokopedia dalam Perspektif Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli**

Setelah mengetahui proses transaksi *e-Commerce* pada *marketplace* Tokopedia, perlu ditinjau secara yuridis terkait transaksi tersebut, dan peneliti menggunakan perspektif Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli untuk menganalisisnya.

### **1. Ketentuan Terkait *Shigat al'Aqd***

- a. Akad Jual Beli harus dinyatakan secara tegas dan jelas serta dipahami dan dimengerti oleh penjual dan pembeli.<sup>154</sup> Sebelum menggunakan *marketplace* Tokopedia, pihak penjual dan pembeli harus membaca syarat dan ketentuan yang ada di laman Tokopedia yakni <https://m.tokopedia.com/terms> atau membaca pengaturan melalui aplikasi Tokopedia untuk memahami dan mengerti penggunaan *marketplace* tersebut agar tidak terjadi hal-hal yang tidak diinginkan serta agar transaksi jual beli berjalan lancar. Dalam transaksi *e-Commerce* pada *marketplace* Tokopedia, kalimat dan bahasa Indonesia yang digunakan sangat jelas dan bisa dimengerti oleh semua orang. Akad jual beli dalam transaksi *e-Commerce* pada *marketplace* Tokopedia dinyatakan melalui pembeli yang telah melakukan pemesanan dengan meng-klik “Bayar” dan penjual yang menerima pesanan dengan klik “Terima Pesanan” serta dengan klik “Konfirmasi” untuk memproses pengiriman. Kalimat “Bayar” itu jelas dan menegaskan bahwa pembeli sepakat untuk

<sup>154</sup> Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli.

melakukan transaksi jual beli. Begitu juga dengan penjual, dengan mengklik “Terima Pesanan” dan mengkonfirmasi pesanan, itu jelas dan menegaskan bahwa penjual sepakat untuk melakukan transaksi jual beli.

- b. Akad Jual Beli boleh dilakukan secara lisan, tertulis, isyarat, dan perbuatan/tindakan, serta dapat dilakukan secara elektronik sesuai syariah dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.<sup>155</sup> Akad jual beli dalam transaksi *e-Commerce* pada *marketplace* Tokopedia dilakukan secara elektronik melalui *website* atau aplikasi yang dinyatakan melalui perbuatan yaitu pembeli yang telah melakukan pemesanan dengan mengklik “Bayar” dan penjual yang menerima pesanan dengan klik “Terima Pesanan” untuk memproses pengiriman.

Transaksi *e-Commerce* pada *marketplace* Tokopedia telah memenuhi ketentuan ‘*Shigat al’Aqd*’ dalam Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli.

## 2. Ketentuan Terkait Para Pihak

- a. Penjual (*al-Ba'i*) dan pembeli (*al-Musyitari*) boleh berupa orang atau yang dipersamakan dengan orang, baik berbadan hukum maupun tidak berbadan hukum, berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku.<sup>156</sup> Penjual dan pembeli dalam transaksi *e-Commerce* pada *marketplace* Tokopedia umumnya adalah perorangan yang tidak berbadan hukum, namun ada juga yang berbadan hukum.

<sup>155</sup> Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli.

<sup>156</sup> Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli.

- b. Penjual (*al-Ba'i'*) dan pembeli (*al-Musyitari*) wajib cakap hukum (*ahliyah*) sesuai dengan syariah dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.<sup>157</sup> Pada umumnya, untuk penjual dalam transaksi *e-Commerce* pada *marketplace* Tokopedia pasti cakap hukum, karena jika tidak cakap hukum pasti tidak bisa menjalankan bisnis dengan cara menjual menggunakan sistem *online*. Namun, tidak bisa dipungkiri bahwa anak-anak remaja SMP bisa saja menjadi penjual *online*. Begitu juga dengan pembeli, pembeli pada *marketplace* Tokopedia tidak bisa dipastikan semuanya sudah cakap hukum, karena anak-anak yang masih kecil/dibawah umur dan tidak cakap hukum sudah bisa menggunakan gadget dan bisa saja melakukan transaksi jual beli *online* melalui *marketplace* orang tuanya karena caranya yang begitu mudah. Jika hal itu terjadi, maka resiko ditanggung pembeli karena dari awal sudah diatur atau sudah ada ketentuan tentang syarat pengguna Tokopedia yaitu para pengguna adalah orang yang cakap dan mampu untuk mengikatkan dirinya dalam sebuah perjanjian yang sah menurut hukum.<sup>158</sup> Pihak Tokopedia sendiri tidak bisa melacak dan memastikan bahwa para penggunanya sudah cakap hukum atau tidak.
- c. Penjual (*al-Ba'i'*) dan pembeli (*al-Musyitari*) wajib memiliki kewenangan (*wilayah*) untuk melakukan akad jual beli, baik kewenangan yang bersifat *ashliyyah* maupun kewenangan yang bersifat

<sup>157</sup> Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli.

<sup>158</sup> "Terms and Condition", diakses pada tanggal 28 Maret 2021, <https://m.tokopedia.com/terms>.

*niyabiyyah*, seperti wakil.<sup>159</sup> Penjual atau pembeli harus memiliki akun dan melakukan transaksi hanya atas nama dirinya sendiri. Dalam *marketplace* Tokopedia terdapat fasilitas pengisian data bagi penjual atau pembeli untuk memberikan data pribadi seperti foto identitas, rincian rekening bank dan/atau dokumen lain apapun yang diperlukan untuk tujuan verifikasi, termasuk verifikasi yang diperlukan oleh pengelola pembayaran pihak ketiga dan penyedia layanan logistik.

Transaksi *e-Commerce* pada *marketplace* Tokopedia telah memenuhi ketentuan ‘Para Pihak’ dalam Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli.

### 3. Ketentuan Terkait *Mutsman/Mabi*’ (Obyek Transaksi atau Barang)

- a. *Mutsman/mabi*’ boleh dalam bentuk barang dan/atau berbentuk hak, serta milik penjual secara penuh (*al-milk al-tam*).<sup>160</sup> Dalam transaksi *e-Commerce* pada *marketplace* Tokopedia, objek transaksinya berupa barang dan barang tersebut milik penjual secara penuh.
- b. *Mutsman/mabi*’ harus berupa barang dan/atau hak yang boleh dimanfaatkan menurut syari’ah (*mutaqawwam*) serta boleh diperjualbelikan menurut syari’ah dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.<sup>161</sup> Dalam transaksi *e-Commerce* pada *marketplace* Tokopedia, ada beberapa barang yang tidak sesuai dengan syari’ah yaitu makanan yang mengandung babi dan minuman beralkohol yang memabukkan seperti arak, vodka, wiski, dan soju (kadar alkohol yang

<sup>159</sup> Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli.

<sup>160</sup> Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli.

<sup>161</sup> Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli.

tinggi), serta berbagai macam produk yang mengandung pornografi. Padahal dalam Pasal 4 Ayat 1 Undang-undang Nomor 44 Tahun 2008 tentang Pornografi diatur bahwa setiap orang dilarang memproduksi, membuat, memperbanyak, menggandakan, menyebarluaskan, menyiarkan, mengimpor, mengekspor, menawarkan, memperjualbelikan, menyewakan, atau menyediakan pornografi yang secara eksplisit memuat persenggamaan, termasuk persenggamaan yang menyimpang, kekerasan seksual, masturbasi atau onani, ketelanjangan atau tampilan yang mengesankan ketelanjangan, alat kelamin, atau pornografi anak.<sup>162</sup> Dalam Pasal 29 Undang-undang Nomor 44 Tahun 2008 tentang Pornografi termaktub bahwa bagi yang melanggar Pasal 4 Ayat 1 tersebut dipidana penjara paling singkat 6 bulan dan paling lama 12 tahun dan/atau pidana denda paling sedikit Rp. 250.000.000,- dan paling banyak Rp. 6.000.000.000,-.<sup>163</sup> Selain itu, masih ada beberapa produk makanan yang tidak memiliki label halal, seperti bakso, berbagai macam makanan ringan dalam bentuk kemasan, kue kering, aneka makanan impor seperti samyang, dan lain sebagainya. Dengan demikian, pembeli tidak bisa mengetahui apakah produk makanan tersebut benar-benar halal untuk dimakan atau tidak. Padahal dalam Pasal 4 Undang-undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal diatur bahwa produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib

---

<sup>162</sup> Pasal 4 Ayat 1 Undang-undang Nomor 44 Tahun 2008 tentang Pornografi.

<sup>163</sup> Pasal 29 Undang-undang Nomor 44 Tahun 2008 tentang Pornografi.

bersertifikat halal.<sup>164</sup> Selain itu, perlu diketahui bahwa didalam Tokopedia sudah diatur jenis-jenis produk yang dilarang diperjualbelikan, produk tersebut yaitu produk yang dijual berupa barang dengan hak distribusi eksklusif yang hanya dapat diperdagangkan dengan sistem penjualan MLM, produk dewasa dan pornografi seperti obat untuk aktivitas seksual, gambar produk sensual, gambar barang yang menyerupai alat vital, segala macam produk yang mengandung tingkah laku erotis dan aksi seksual pada lukisan, gambar, tulisan, maupun media digital seperti harddisk, CD/DVD, dan *flashdisk*, produk ilegal dan berbahaya seperti uang asing, materai, produk mistis, senjata, bahan peledak, obat atau kosmetik berbahaya, narkotika, minimal beralkohol, hewan, produk nonfisik seperti tiket kereta api, promo token listrik, dan tiket pertunjukan, promosi pihak atau produk lain misalnya menawarkan jasa, produk berupa pengakuan yang mengandung testimoni pada produk tertentu, dan iklan ke situs atau toko lain.<sup>165</sup> Selain itu, juga masih banyak barang atau produk yang dilarang diperjualbelikan di Tokopedia yaitu pakaian dalam bekas, dokumen pemerintahan dan perjalanan, seragam pemerintahan, bagian atau organ manusia, atribut kepolisian, perlengkapan dan peralatan judi, jimat, dokumen-dokumen resmi seperti sertifikat TOEFL, Ijazah, dan lain sebagainya, pembuka kunci dan segala aksesoris penunjang tindakan perampokan atau pencurian, dan masih ada

---

<sup>164</sup> Pasal 4 Undang-undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.

<sup>165</sup> "Jenis-jenis Produk yang Dilarang di Tokopedia," Pusat Edukasi *Seller*, diakses pada tanggal 28 Maret 2021, <https://seller.tokopedia.com/edu/produk-yang-dilarang/>.

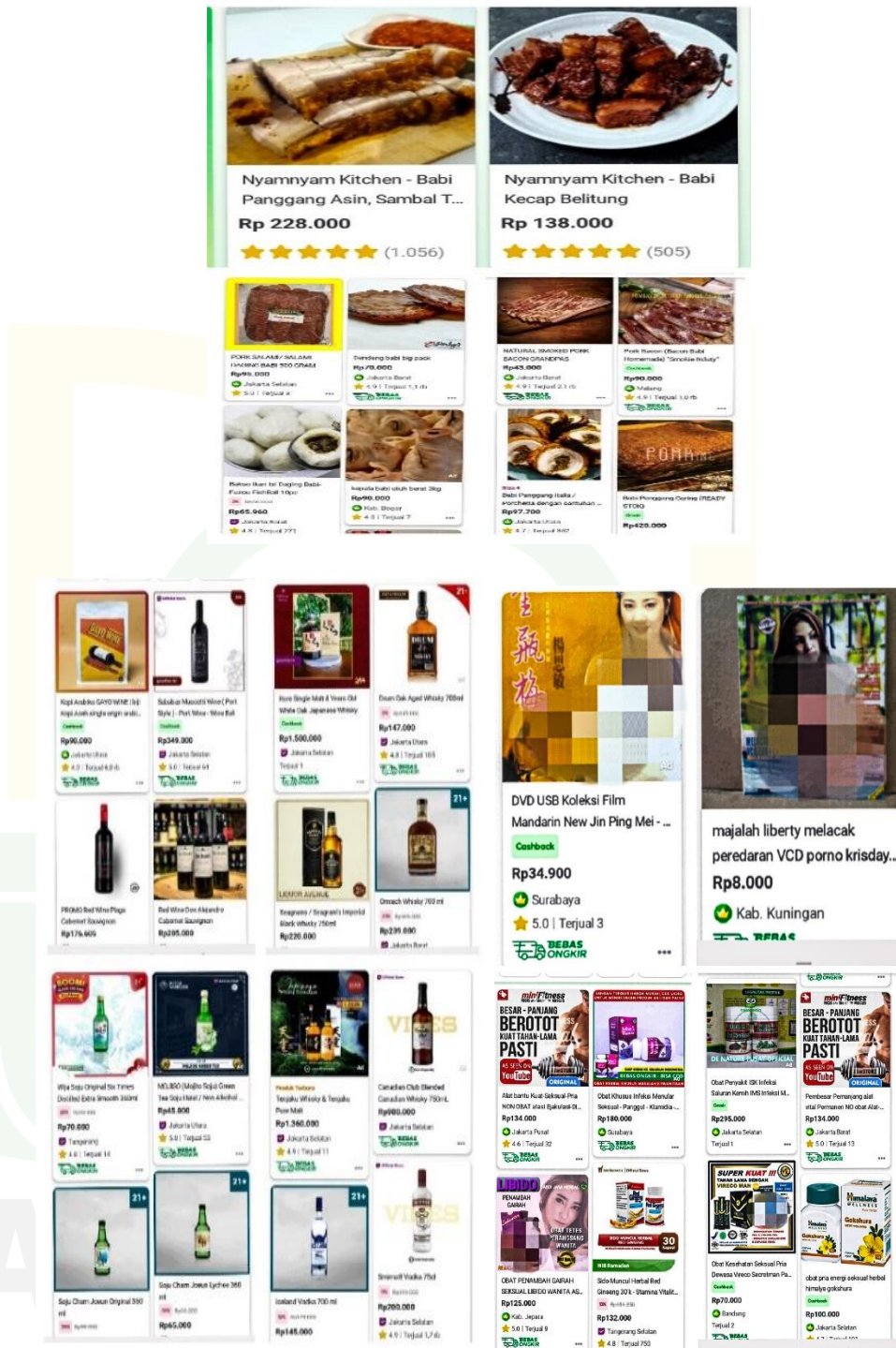
beberapa produk lainnya.<sup>166</sup> Hal itu bisa dilihat di syarat dan ketentuan Tokopedia melalua *webiste* atau aplikasi. Jika penjual menjual produk yang dilarang tersebut, maka toko penjual atau produk tersebut akan dikenakan moderasi. Jika toko dimoderasi, maka penjual tidak bisa aktif berjualan untuk sementara waktu dan jika sering melakukan pelanggaran, maka toko akan dinonaktifkan secara permanen.<sup>167</sup> Akan tetapi, di dalam Tokopedia masih banyak produk-produk yang tidak sesuai dengan syarat dan ketentuan atau peraturan dari pihak Tokopedia dan juga tidak sesuai dengan syari'ah atau ajaran Islam. Selain itu, tidak adanya kesesuaian antara pernyataan toko akan dimoderasi atau dinonaktifkan secara permanen jika menjual produk-produk yang dilarang. Faktanya, di Tokopedia banyak penjual yang menjual produk-produk yang dilarang dan orang-orang bisa melakukan transaksi untuk membeli produk tersebut. Itu artinya, bahwa toko penjual tersebut tidak dikena moderasi atau dinonaktifkan. Jadi, tidak ada kesesuaian antara syarat dan ketentuan Tokopedia dengan fakta yang sebenarnya terjadi dalam operasional Tokopedia. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa dalam *marketplace* Tokopedia masih banyak penjual yang menjual barang-barang yang melanggar syari'ah dan melanggar undang-undang. Berikut adalah contoh beberapa produk yang tidak sesuai tersebut:

---

<sup>166</sup> "Terms and Condition", diakses pada tanggal 28 Maret 2021, <https://m.tokopedia.com/terms>.

<sup>167</sup> "Jenis-jenis Produk yang Dilarang di Tokopedia," Pusat Edukasi *Seller*, diakses pada tanggal 28 Maret 2021, <https://seller.tokopedia.com/edu/produk-yang-dilarang/>.





Gambar. 4.24  
 Gambar Barang yang Melanggar Syari'ah  
 Sumber: Dokumentasi 2021



- c. *Mutsman/mabi'* harus wujud, pasti/tertentu dan dapat diserahkan (*maqdur al-taslim*) pada saat akad jual beli dilakukan, atau pada waktu yang disepakati jika akad yang dilakukan menggunakan akad jual beli *salam* atau akad jual beli *istishna'*.<sup>168</sup> Dalam transaksi *e-Commerce* pada *marketplace* Tokopedia, barangnya berwujud dan dapat diserahkan. Dalam syarat dan ketentuan Tokopedia telah diatur bahwa barang adalah benda yang berwujud atau memiliki fisik barang yang dapat diantar atau memenuhi kriteria pengiriman oleh perusahaan jasa pengiriman barang.<sup>169</sup> Selain itu, transaksi *e-Commerce* pada *marketplace* Tokopedia menggunakan akad jual beli *salam*, karena pembeli memesan barang dan melakukan pembayaran terlebih dahulu, lalu penjual menyediakan barang sesuai kriteria yang pembeli inginkan dan dikirim atau diserahkan di kemudian hari, serta menggunakan akad *istishna'* untuk barang *custom* atau *handmade* seperti baju dengan sablon, gelang dengan tulisan nama, *case handphone*, souvenir, dan lain sebagainya.
- d. Dalam hal *mabi'* berupa hak, berlaku ketentuan dan batasan sebagaimana ditentukan dalam Fatwa MUI nomor I/MUNASVII/5/2005 tentang Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.<sup>170</sup> Dalam transaksi *e-Commerce* pada *marketplace* Tokopedia, tidak ada barang yang termasuk Hak Kekayaan Intelektual.

<sup>168</sup> Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli.

<sup>169</sup> "Terms and Condition", diakses pada tanggal 28 Maret 2021, <https://m.tokopedia.com/terms>.

<sup>170</sup> Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli.

Transaksi *e-Commerce* pada *marketplace* Tokopedia belum sepenuhnya memenuhi ketentuan ‘*Mutsman/Mabi*’ (Obyek Transaksi) dalam Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli, yakni adanya barang-barang yang haram dan makanan-makanan yang tidak berlabel halal.

#### 4. Ketentuan Terkait *Tsaman* (Harga dan Pembayaran)

- a. Harga dalam akad jual beli harus sudah dinyatakan secara pasti pada saat akad, baik ditentukan melalui tawar menawar (*bai' al-musawamah*), lelang (*bai' al-muzayadah*), atau tender (*bai' al-munaqashah*).<sup>171</sup> Dalam syarat dan ketentuan Tokopedia, harga barang yang terdapat dalam situs Tokopedia adalah harga yang ditetapkan oleh Penjual. Batasan harga maksimal satuan untuk barang yang dapat ditawarkan adalah Rp. 100.000.000,-. Penjual dilarang memanipulasi harga barang dengan cara apapun dan dilarang menetapkan harga yang tidak wajar pada barang yang ditawarkan. Tokopedia berhak untuk melakukan tindakan berupa memindahkan barang ke gudang, pemeriksaan, penundaan, atau penurunan konten serta tindakan lainnya berdasarkan penilaian sendiri dari Tokopedia atas dasar penetapan harga yang tidak wajar. Pengguna memahami dan menyetujui bahwa setiap masalah dan/atau perselisihan yang terjadi akibat ketidaksepahaman antara Penjual dan Pembeli tentang harga bukanlah merupakan tanggung jawab Tokopedia.<sup>172</sup> Dalam transaksi *e-Commerce* pada *marketplace* Tokopedia, harganya sudah

<sup>171</sup> Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli.

<sup>172</sup> “Terms and Condition”, diakses pada tanggal 28 Maret 2021, <https://m.tokopedia.com/terms>.

terlihat jelas. Selain itu, biaya ongkos kirim juga terlihat jelas dengan berbagai jenis pengiriman mulai dari J&T, JNE, Pos, dan lain sebagainya. Jadi, para pembeli bisa memilih barang sesuai harga yang diinginkan dan bisa memilih pengiriman yang murah namun pengirimannya akan memakan waktu yang lama atau memilih pengiriman yang mahal dengan pengiriman yang lebih cepat.

- b. Harga perolehan wajib disampaikan oleh penjual hanya dalam jual beli *'amanah* seperti jual beli murabahah, dan tidak wajib dalam selain jual beli *'amanah*.<sup>173</sup> Dalam transaksi *e-Commerce* pada *marketplace* Tokopedia tidak tertera harga perolehan karena bukan akad jual beli *'amanah*, melainkan jual beli akad *salam* yaitu jual beli dalam bentuk pesanan dengan spesifikasi tertentu.
- c. Pembayaran harga dalam jual beli boleh dilakukan secara tunai (*al-bai' al-hal*), tangguh (*al-bai' al-mu'ail*), dan angsur/bertahap (*al-bai' bi al taqsith*).<sup>174</sup> Dalam transaksi *e-Commerce* pada *marketplace* Tokopedia, pembayarannya dilakukan secara tangguh yakni dengan membayar terlebih dahulu melalui Bank, debit, kartu kredit, *Transfer Virtual Account*, *Transfer Virtual Account Syariah*, atau melalui pembayaran tunai di gerai retail seperti Indomaret, Alfamart, JNE, Kantor Pos, Mitra Tokopedia, Gerai Tokopedia, dan lain sebagainya. Selain itu, bisa membayar langsung kepada kurir ketika barang tiba di tempat atau telah diterima yang dikenal dengan istilah COD (*Cash on Delivery*).

<sup>173</sup> Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli.

<sup>174</sup> Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli.

- d. Harga dalam jual beli yang tidak tunai (*bai' al-mu'ail/bai' al-taqsih*) boleh tidak sama dengan harga tunai (*al-bai' al-hal*).<sup>175</sup> Dalam transaksi *E-Commerce* pada *marketplace* Tokopedia memiliki perbedaan harga untuk pembayarannya Hal itu tergantung pada pilihan pembayarannya. Untuk pembayaran langsung kepada kurir atau *Cash On Delivery* (bayar di tempat), akan dikenakan tambahan biaya. Begitu juga dengan pembayaran melalui Bank, Debit, Kartu Kredit, *Transfer Virtual Account*, atau melalui pembayaran tunai di gerai retail ada tambahan biaya juga dan tambahan biayanya berbeda-beda disetiap metode pembayaran. Namun, ada juga beberapa metode pembayaran yang tidak mengenakan tambahan biaya, misalnya menggunakan metode pembayaran via BRIVA.

Transaksi *e-Commerce* pada *marketplace* Tokopedia telah memenuhi ketentuan '*Tsaman* (Harga dan Pembayaran)' dalam Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli.

## 5. Ketentuan Terkait Kegiatan dan Produk

- a. Dalam hal jual beli dilakukan dalam bentuk pembiayaan *murabahah*, maka berlaku *dhawabith* dan *hudud* sebagaimana terdapat dalam Fatwa DSN-MUI Nomor 04/DSN-MUI/IV/2000 tentang *Murabahah*.
- b. Dalam hal jual beli dilakukan dengan akad jual beli *salam*, maka berlaku *dhawabith* dan *hudud* sebagaimana terdapat dalam Fatwa DSN-MUI Nomor 05/DSN-MUI/IV/2000 tentang Jual Beli *Salam*.

<sup>175</sup> Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli.

- c. Dalam hal jual beli dilakukan dengan akad jual beli *istishna'*, maka berlaku *dhawabith* dan *hudud* sebagaimana terdapat dalam Fatwa DSN-MUI Nomor 06/DSN-MUI/IV/2000 tentang Jual Beli *Istishna'* dan Nomor 22/DSN-MUI/III/2002 tentang Jual Beli *Istishna'* Paralel.<sup>176</sup>

Transaksi *e-Commerce* pada *marketplace* Tokopedia menggunakan akad *Salam* dan akad *Istishna'* (untuk barang *custom/handmade* atau produk *pre-order*). Akad *Salam* yaitu akad jual beli barang dengan cara pemesanan dan pembayaran harga lebih dahulu dengan syarat-syarat tertentu.<sup>177</sup> Sedangkan akad *Istishna'* yaitu akad jual beli dalam bentuk pemesanan pembuatan barang tertentu dengan kriteria dan persyaratan tertentu yang disepakati antara pembeli (*mustashni'*) dan penjual atau pembuat (*shani'*).<sup>178</sup> Dalam Tokopedia, akad *Istishna'* disebut *Pre-order*. *Pre-Order* adalah sistem pembelian barang dengan memesan dan membayar terlebih dahulu di awal, dengan masa tenggang waktu tunggu (estimasi/perkiraan) pengiriman barang yang telah ditentukan penjual. Dengan menggunakan fitur tersebut, jualan produk *custom* atau *handmade* bisa menjadi lebih mudah.<sup>179</sup>

Untuk mengetahui apakah transaksi *e-Commerce* pada *marketplace* Tokopedia yang menggunakan akad *Salam* sudah sesuai dengan *dhawabith* (ketentuan) dan *hudud* (batasan) dalam Fatwa DSN-MUI Nomor 05/DSN-MUI/IV/2000 tentang Jual Beli *Salam*, maka perlu dilakukan analisis.

<sup>176</sup> Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli.

<sup>177</sup> Fatwa DSN-MUI Nomor 05/DSN-MUI/IV/2000 tentang Jual Beli *Salam*.

<sup>178</sup> Fatwa DSN-MUI Nomor 06/DSN-MUI/VI/2000 tentang Jual Beli *Istishna'*.

<sup>179</sup> "Apa itu Fitur *Pre Order*," Tokopedia Care, diakses pada tanggal 28 Maret 2021, <https://www.tokopedia.com/help/article/apa-itu-fitur-pre-order#:~:text=Pre%20Order%20adalah%20sistem%20pembelian,mudah%20dengan%20fitur%20Pre%20Order.>

Berikut adalah hasil analisis terkait dengan *dhawabith* (ketentuan) dan *hudud* (batasan) dalam Fatwa DSN-MUI Nomor 05/DSN-MUI/IV/2000 tentang Jual Beli *Salam* pada *marketplace* Tokopedia:

**1) Ketentuan tentang Pembayaran:**

- a) Alat bayar harus diketahui jumlah dan bentuknya, baik berupa uang, barang, atau manfaat.
- b) Pembayaran harus dilakukan pada saat kontrak disepakati.
- c) Pembayaran tidak boleh dalam bentuk pembebasan hutang.<sup>180</sup>

Dalam transaksi *e-Commerce* pada *marketplace* Tokopedia, alat bayarnya diketahui jumlah dan bentuknya, yakni bentuknya berupa uang tunai yang dibayarkan melalui bank atau gerai retail dan/atau tidak tunai melalui debit, kartu kredit, atau *Transfer Virtual Account*. Untuk pembayarannya dilakukan ketika melakukan transaksi, namun bisa juga pembayarannya dilakukan ketika barang tiba di rumah (Sistem Bayar di Tempat/*Cash On Delivery*) melalui kurir, dan pembayarannya tidak dalam bentuk pembebasan hutang.

Transaksi *e-Commerce* pada *marketplace* Tokopedia telah memenuhi ketentuan tentang ‘Pembayaran’ dalam Fatwa DSN-MUI Nomor 05/DSN-MUI/IV/2000 tentang Jual Beli *Salam*.

**2) Ketentuan tentang Barang:**

- a) Harus jelas ciri-cirinya dan dapat diakui sebagai hutang.
- b) Harus dapat dijelaskan spesifikasinya.

---

<sup>180</sup> Fatwa DSN-MUI Nomor 05/DSN-MUI/IV/2000 tentang Jual Beli *Salam*.

- c) Penyerahannya dilakukan kemudian.
- d) Waktu dan tempat penyerahan barang harus ditetapkan berdasarkan kesepakatan.
- e) Pembeli tidak boleh menjual barang sebelum menerimanya.
- f) Tidak boleh menukar barang, kecuali dengan barang sejenis sesuai kesepakatan.<sup>181</sup>

Pada umumnya, dalam transaksi *e-Commerce* pada *marketplace* Tokopedia, barang yang diperjualbelikan telah memenuhi ketentuan sebagaimana disebutkan di atas, yakni terkait pembeli bisa mengetahui ciri-ciri dan spesifikasi barangnya, serta bisa melihat gambar aslinya (*real pict*) melalui komentar atau ulasan dari pembeli-pembeli sebelumnya.

Selain itu, penyerahan barangnya dilakukan ketika selesai melakukan transaksi atau pembayaran, waktu dan tempat penyerahan barang juga telah ditetapkan oleh pembeli dan penjual. Hal itu bisa dilihat dari alamat pengiriman dan dalam status pesanan bisa dilihat barang sudah sampai dimana dan bisa diperkirakan kapan barang datang.

Sementara itu, terkait poin 5 yaitu ‘Pembeli tidak boleh menjual barang sebelum menerimanya’. Pada umumnya, semua pembeli membeli barang untuk digunakan sendiri. Namun, tidak bisa dipungkiri bahwa ada pembeli yang menjual barang yang ia beli

---

<sup>181</sup> Fatwa DSN-MUI Nomor 05/DSN-MUI/IV/2000 tentang Jual Beli *Salam*.

kepada orang lain padahal barangnya masih belum diterima. Seharusnya hal itu tidak dilakukan karena jika hal itu terjadi, dikhawatirkan muncul permasalahan. Misalnya, si A membeli 5 gamis di Tokopedia dan ia berniat menjual kembali gamis tersebut. Kemudian, ia menawarkan gamis tersebut kepada orang lain padahal barangnya masih belum diterima. Lalu, si B tertarik dan membeli gamis tersebut. Berdasarkan hal tersebut bisa terjadi permasalahan karena gamisnya tidak kunjung datang kepada si B atau ternyata gamisnya tidak sesuai spesifikasi atau ekspektasi dari si B. Oleh karena itu, sebaiknya hal itu dihindari untuk mencegah perselisihan.

Kemudian, terkait poin 6 yaitu ‘Tidak boleh menukar barang, kecuali dengan barang sejenis sesuai kesepakatan’, untuk hal ini penulis merasa bahwa di zaman seperti sekarang sudah tidak ada lagi pertukaran barang dan dalam Tokopedia tidak ada transaksi tukar-menukar barang, yang ada hanya tukar barang dengan uang.

Transaksi *e-Commerce* pada *marketplace* Tokopedia telah memenuhi ketentuan tentang ‘Barang’ dalam Fatwa DSN-MUI Nomor 05/DSN-MUI/IV/2000 tentang Jual Beli *Salam*.

**3) Ketentuan tentang *Salam Paralel*** yakni dibolehkan tetapi melakukan dengan syarat, yaitu akad kedua terpisah dari, dan tidak berkaitan dengan akad pertama.<sup>182</sup> Dalam transaksi *e-Commerce* pada *marketplace* Tokopedia tidak ada *salam paralel*.

<sup>182</sup> Fatwa DSN-MUI Nomor 05/DSN-MUI/IV/2000 tentang Jual Beli *Salam*.



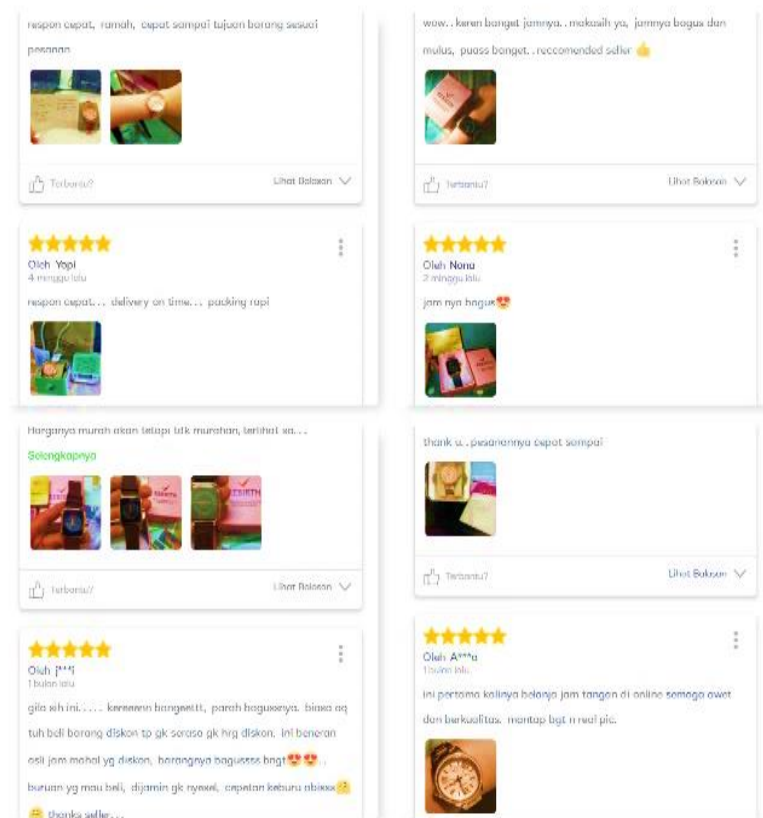
#### 4) Penyerahan Barang Sebelum atau pada Waktunya:

- a) Penjual harus menyerahkan barang tepat pada waktunya dengan kualitas dan jumlah yang telah disepakati.
- b) Jika penjual menyerahkan barang dengan kualitas yang lebih tinggi, penjual tidak boleh meminta tambahan harga.
- c) Jika penjual menyerahkan barang dengan kualitas yang lebih rendah, dan pembeli rela menerimanya, maka ia tidak boleh menuntut pengurangan harga (diskon).
- d) Penjual dapat menyerahkan barang lebih cepat dari waktu yang disepakati dengan syarat kualitas dan jumlah barang sesuai dengan kesepakatan, dan ia tidak boleh menuntut tambahan harga.
- e) Jika semua atau sebagian barang tidak tersedia pada waktu penyerahan, atau kualitasnya lebih rendah dan pembeli tidak rela menerimanya, maka ia memiliki dua pilihan yaitu membatalkan kontrak dan meminta kembali uangnya atau menunggu sampai barang tersedia.<sup>183</sup>

Pada poin 1 yaitu 'Penjual harus menyerahkan barang tepat pada waktunya dengan kualitas dan jumlah yang telah disepakati'. Pada umumnya, dalam transaksi *e-Commerce* pada *marketplace* Tokopedia, penjual menyerahkan barang sesuai dengan spesifikasi dan sesuai dengan pesanan yang pembeli minta serta sesuai dengan estimasi waktu

<sup>183</sup> Fatwa DSN-MUI Nomor 05/DSN-MUI/IV/2000 tentang Jual Beli *Salam*.

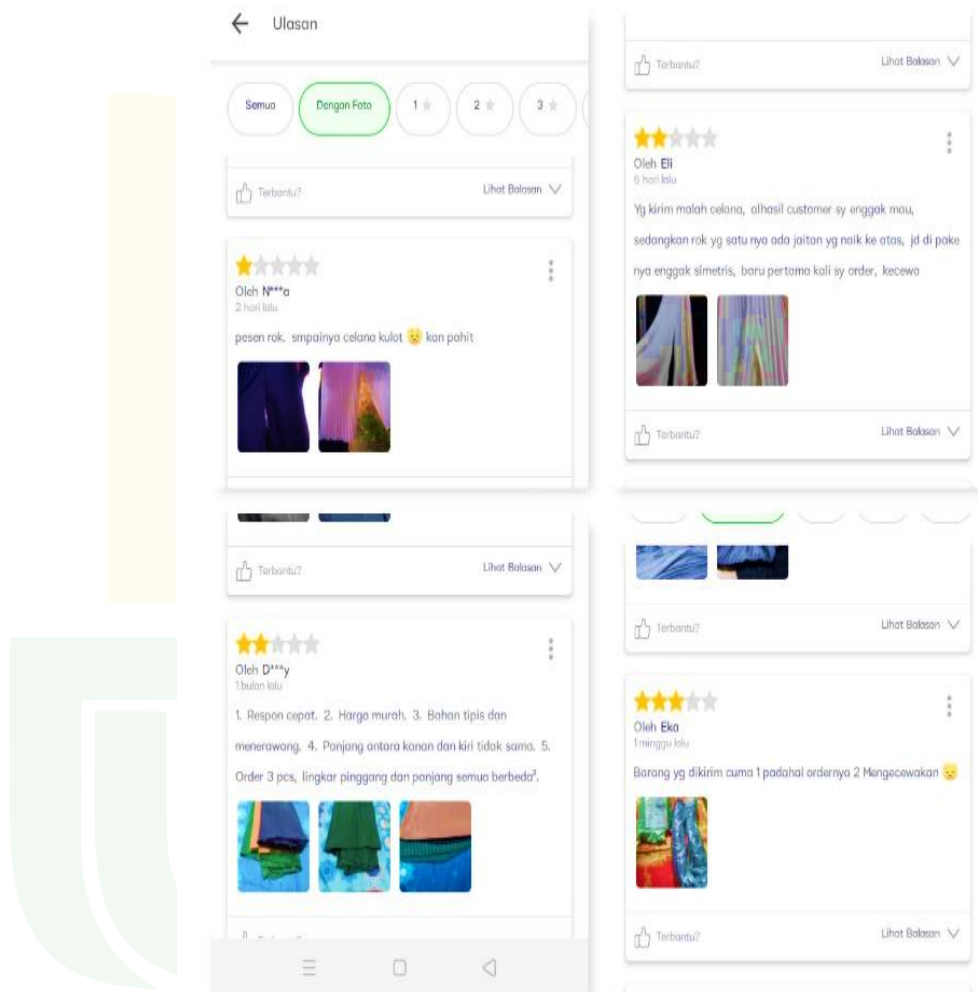
yang ada pada saat melakukan transaksi. Hal itu bisa dicocokkan ketika pembeli menerima barang yang sudah dipesan.



**Gambar. 4.26**  
**Ulasan Pembeli Terkait Barang yang Sesuai**  
*Sumber: Dokumentasi 2021*

Namun, terkadang barang yang diterima pembeli tidak sesuai dengan spesifikasi atau kuantitas barang yang dibeli tidak sesuai. Hal itu bisa dilihat dari komentar pembeli-pembeli sebelumnya. Pembeli mengirimkan foto barangnya yang tidak sesuai dan memberikan komentar serta bintang 1-3 yang manandakan bahwa pembeli tidak puas terhadap transaksi yang telah dilakukan. Terkait hal ini, ada pembeli yang rela menerima dan mengikhlaskan atas apa yang telah terjadi

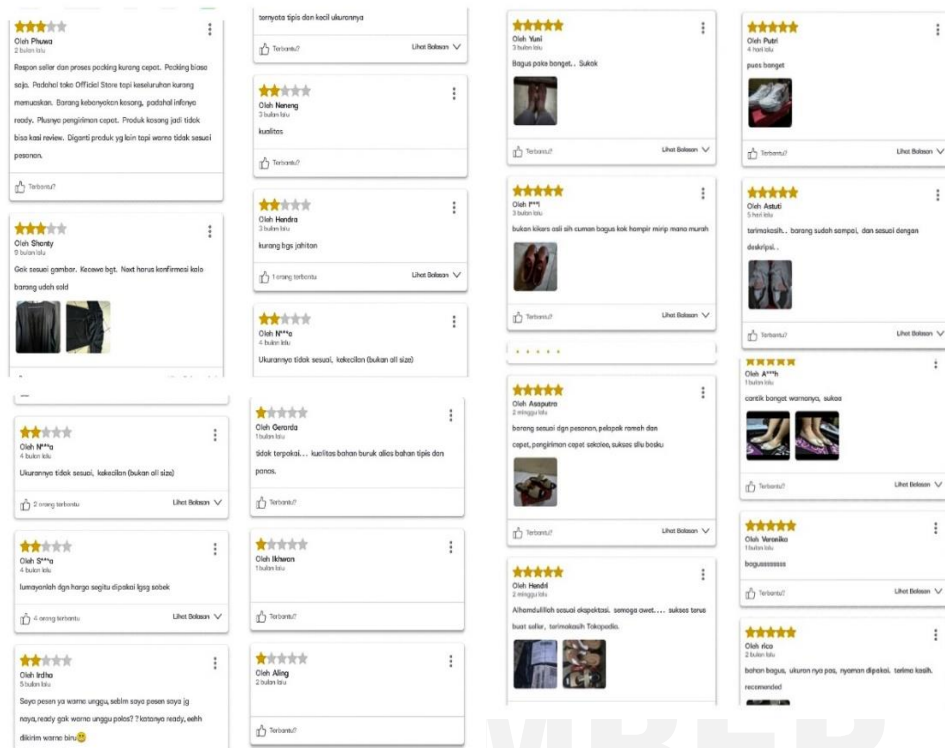
namun ada juga pembeli yang meminta pertanggungjawaban, baik itu melalui komunikasi langsung kepada penjual, melakukan komplain pesanan bahkan mengembalikan barang kepada penjual.



**Gambar. 4.27**  
**Ulasan Pembeli Terkait Barang yang Tidak Sesuai**  
*Sumber: Dokumentasi 2021*

Pada poin 2 yaitu ‘Jika penjual menyerahkan barang dengan kualitas yang lebih tinggi, penjual tidak boleh meminta tambahan harga’. Dalam Tokopedia, penjual tidak akan meminta tambahan harga

jika barangnya berkualitas tinggi. Kemudian, pada poin 3 yaitu ‘Jika penjual menyerahkan barang dengan kualitas yang lebih rendah, dan pembeli rela menerimanya, maka ia tidak boleh menuntut pengurangan harga (diskon)’. Penjual juga tidak akan meminta pengurangan harga jika barangnya berkualitas rendah dan pembelinya rela. Semua itu bisa dilihat dari ulasan pembeli. Ada yang puas karena kualitasnya baik dan penjual tidak meminta tambahan harga dan ada juga yang tidak puas karena kualitasnya rendah, tapi pembeli tersebut rela menerimanya.



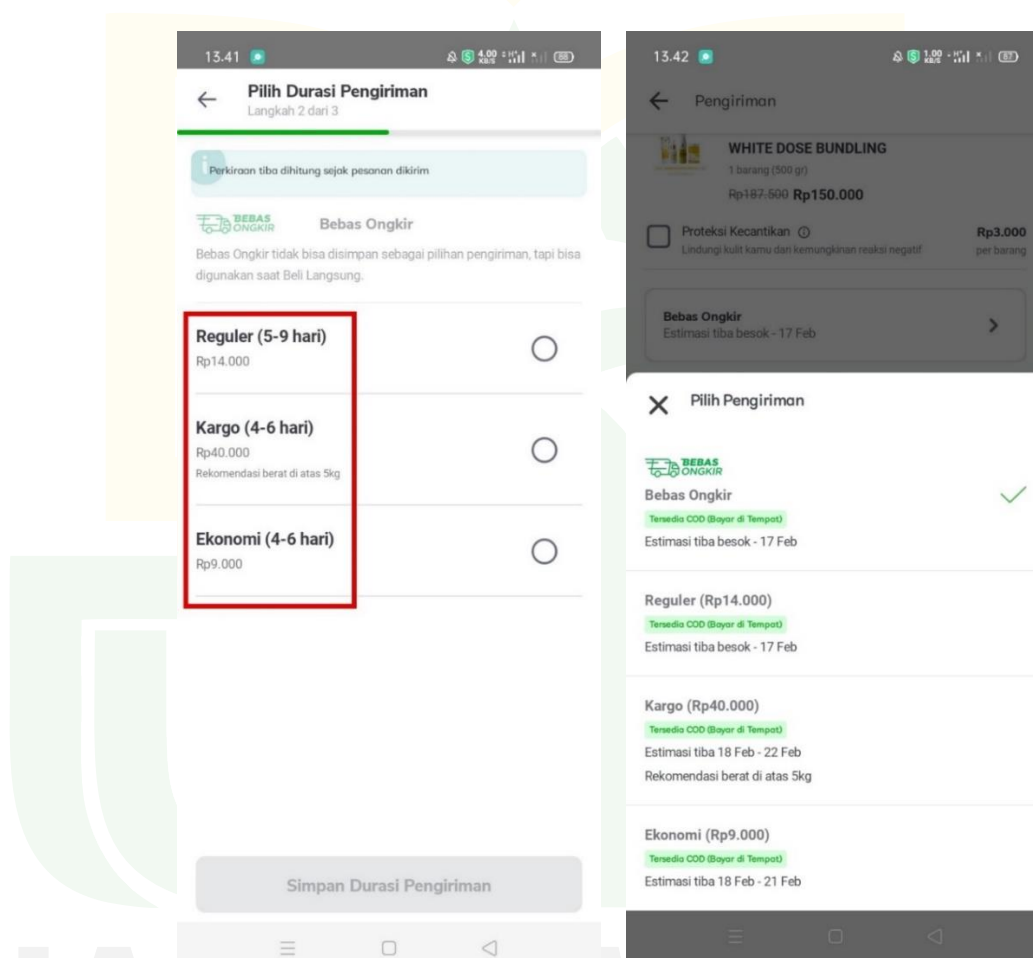
**Gambar. 4.28**

### Ulasan Kepuasan dan Ketidakpuasan Pembeli

*Sumber: Dokumentasi 2021*

Pada poin 4 yaitu ‘Penjual dapat menyerahkan barang lebih cepat dari waktu yang disepakati dengan syarat kualitas dan jumlah barang sesuai dengan kesepakatan, dan ia tidak boleh menuntut

tambahan harga'. Terkait waktu, bisa dilihat ketika selesai melakukan transaksi, ada tulisan yang menyatakan jadwal barang akan tiba atau sampai ke pembeli atau jangka waktu pengiriman. Ada kalanya barang bisa diterima lebih cepat dan penjual tidak bisa menuntut tambahan harga karena tidak ada perjanjian atau kesepakatan untuk hal itu.



**Gambar. 4.29**

### Tampilan Perkiraan Barang Datang

*Sumber: Dokumentasi 2021*

Pada poin 5 yaitu 'Jika semua atau sebagian barang tidak tersedia pada waktu penyerahan, atau kualitasnya lebih rendah dan pembeli tidak rela menerimanya, maka ia memiliki dua pilihan yaitu

membatalkan kontrak dan meminta kembali uangnya atau menunggu sampai barang tersedia'. Inilah yang dinamakan *khiyar*. Dalam Tokopedia, barang yang dibeli bisa dipastikan akan ada atau tersedia pada waktu penyerahan karena didalam Tokopedia ada fitur *Pre-Order*. *Pre-Order* adalah sistem pembelian barang dengan memesan dan membayar terlebih dahulu di awal, dengan masa tenggang waktu tunggu (estimasi/perkiraan) pengiriman barang yang telah ditentukan penjual. Dengan menggunakan fitur tersebut, jualan produk *custom* atau *handmade* bisa menjadi lebih mudah dan waktu proses pemesanan bisa diperpanjang hingga 90 hari.<sup>184</sup> Jadi, pembeli tidak usah khawatir karena barang yang dipesan pasti ada. Jika memang barang tidak ada, penjual akan menggunakan fitur *Pre-Order* tersebut. Fitur *Pre-Order* Tokopedia aman dilakukan asalkan pembeli teliti dan selektif dalam memilih penjual. Berdasarkan salah satu pengalaman dari konsumen disuatu artikel, ia menyatakan telah belanja 30 kali transaksi dan tidak pernah mengalami masalah, bahkan kelebihan uang beberapa ribu dikembalikan, jika ada yang meragukan dan penasaran sudah sampai dimana proses pengerjannya, penjual mudah dihubungi dan diajak kompromi.<sup>185</sup>

<sup>184</sup> “Apa itu Fitur *Pre Order*,” Tokopedia Care, diakses pada tanggal 28 Maret 2021, <https://www.tokopedia.com/help/article/apa-itu-fitur-pre-order#:~:text=Pre%20Order%20adalah%20sistem%20pembelian,mudah%20dengan%20fitur%20Pre%20Order.>

<sup>185</sup> Shabrina, “Pengalaman Belanja *Online Pre Order* Tokopedia, Tata Cara, Kelebihan dan Kekurangan,” Konsumen Digital, diakses pada tanggal 28 Maret 2021, <https://www.konsumendigital.com/2020/10/pengalaman-belanja-online-pre-order.html?m=1.>

Jika barang yang diterima pembeli kualitasnya lebih rendah dan ia tidak rela menerimanya, maka ia bisa meminta pertanggungjawaban dari pembeli atas barang yang tidak sesuai ekspektasi. Inilah yang disebut *khiyar 'aib*. Akan tetapi, hal itu jarang terjadi. Biasanya pembeli akan rela menerima barang yang tidak sesuai harapan. Kalaupun ada barang yang tidak sesuai dengan kesepakatan pada saat melakukan transaksi, maka pembeli dapat meminta pertanggungjawaban kepada penjual dengan cara menghubungi penjual dengan cara chat penjual melalui *website* atau aplikasi Tokopedia dan permasalahan bisa diselesaikan secara musyawarah. Berikut adalah salah satu komentar dari pembeli yang mendapatkan pertanggungjawaban dari penjual. Pembeli tersebut membeli sepasang sepatu dengan ukuran 42 dan ketika barang datang, ternyata kekecilan. Kemudian, si pembeli menghubungi pihak penjual dan mengatakan bahwa sepatu yang ia beli kekecilan. Lalu, si penjual dengan ramah menawarkan untuk menukar sepatu tersebut dengan ukuran yang lebih besar yakni ukuran 43.

IAIN JEMBER

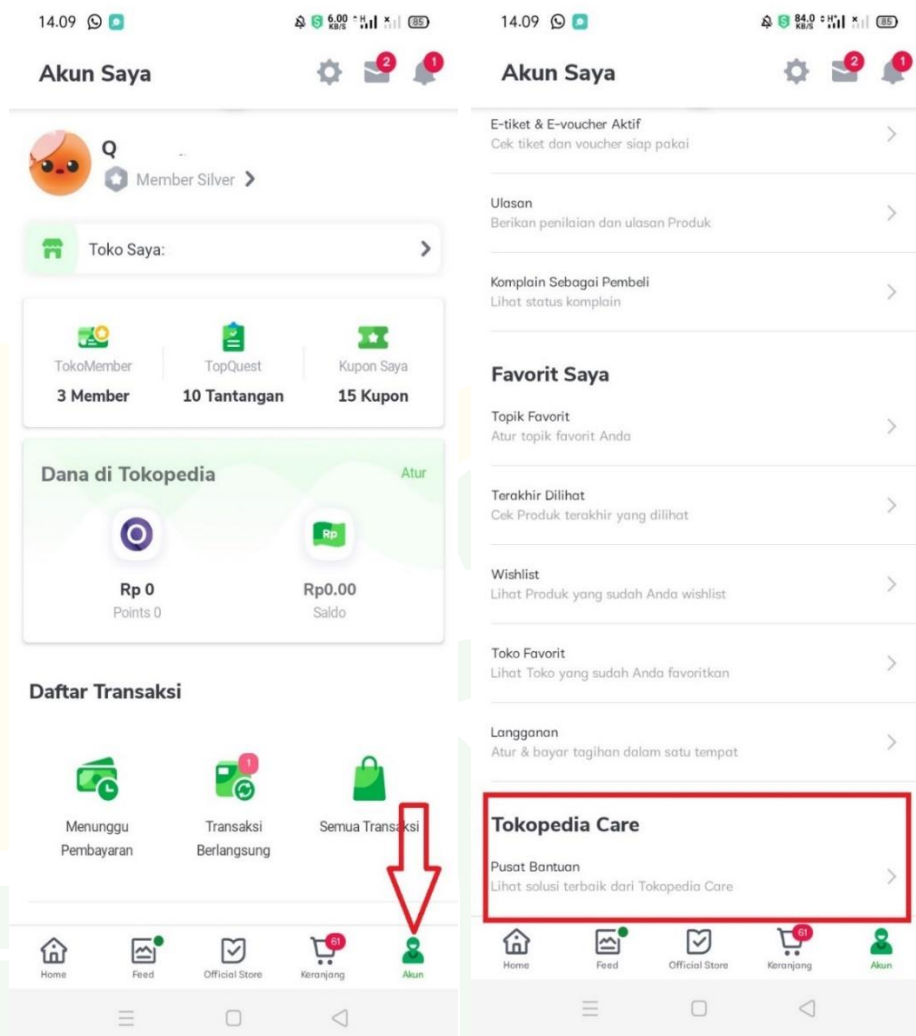


**Gambar. 4.30**  
**Ulasan Pembeli yang Mendapatkan Pertanggungjawaban dari Penjual**

*Sumber: Dokumentasi 2021*

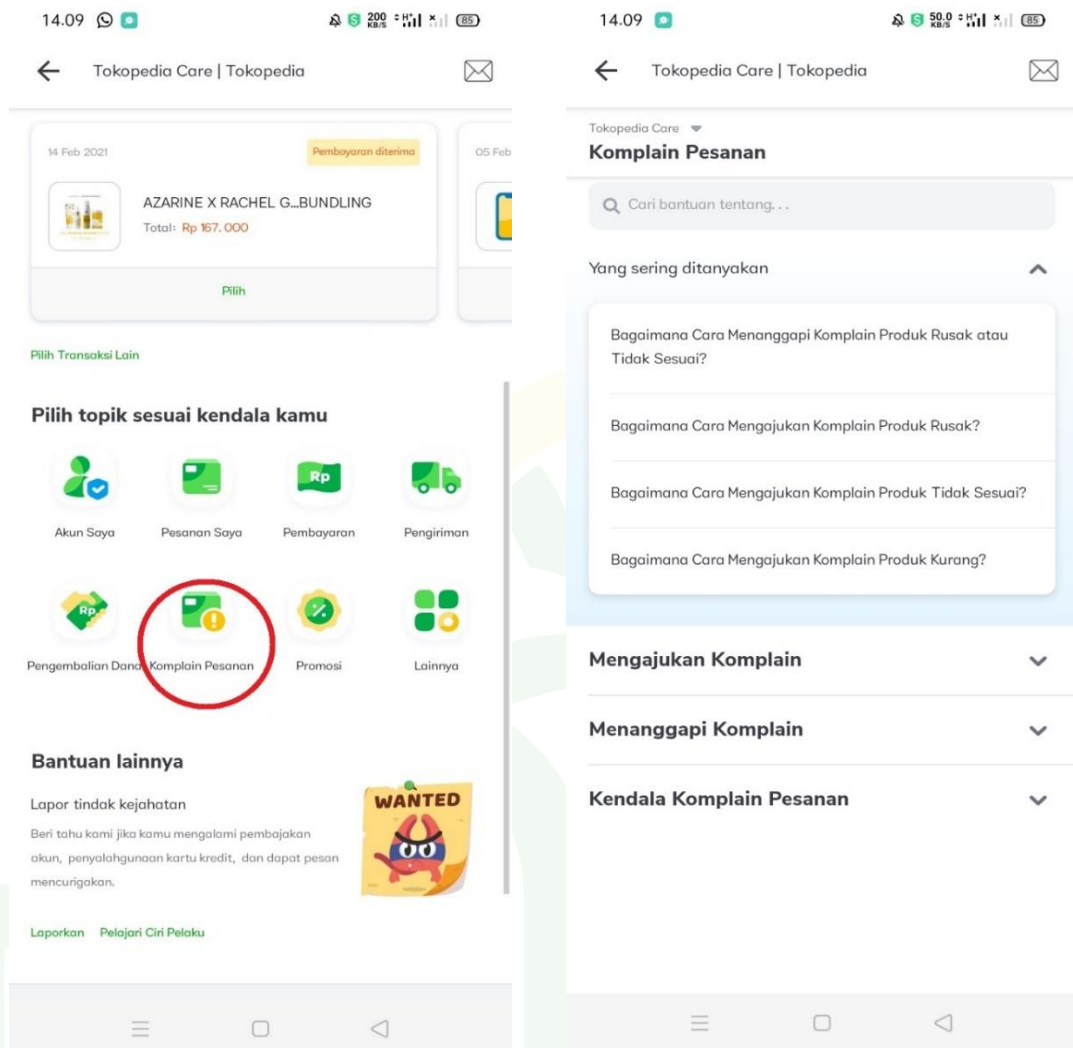
Selain itu, jika pembeli menerima barang atau pesanan yang tidak sesuai atau mengalami kendala rusak pada barang, maka pembeli bisa melakukan pengembalian barang dan dana dengan cara Komplain Pesanan dengan jangka waktu kurang dari 2x24 jam sejak status pesanan tiba di tujuan. Caranya yakni dengan Pilih Akun, lalu klik Tokopedia Care.





**Gambar. 4.31**  
**Cara Melakukan Komplain Pesanan**  
*Sumber: Dokumentasi 2021*

Setelah itu, pilih Komplain Pesanan. Kemudian, pembeli bisa mengetahui bagaimana cara melakukan komplain pesanan dengan cara membaca peraturan yang ada di laman tersebut. Pembeli bisa mengajukan komplain, melakukan pengembalian barang, meminta uang kembali, dan lain sebagainya.



**Gambar. 4.32**  
**Cara Melakukan Komplain Pesanan**  
*Sumber: Dokumentasi 2021*

Transaksi *e-Commerce* pada *marketplace* Tokopedia telah memenuhi ketentuan tentang ‘Penyerahan Barang Sebelum atau pada Waktunya’ dalam Fatwa DSN-MUI Nomor 05/DSN-MUI/IV/2000 tentang Jual Beli *Salam*.

**5) Ketentuan tentang Pembatalan Kontrak.** Pada dasarnya, pembatalan *Salam* boleh dilakukan selama tidak merugikan kedua belah pihak.<sup>186</sup>

Dalam transaksi *e-Commerce* pada *marketplace* Tokopedia bisa terjadi pembatalan kontrak atau transaksi. Jika pembeli belum melakukan pembayaran dan ia ingin membatalkan transaksinya, maka ia tidak perlu melakukan pembayaran dan transaksi tersebut akan batal secara otomatis jika tidak melakukan pembayaran dalam kurun waktu 24 jam. Akan tetapi, jika pembeli telah melakukan pembayaran dan ia ingin membatalkan transaksinya, maka ia harus meminta persetujuan dari pihak penjual. Kemudian, jika pembeli menggunakan sistem COD (*Cash On Delivery*) atau bayar di tempat dan ia ingin membatalkan transaksinya, ia bisa membatalkan transaksinya dengan cara klik Batalkan Pesanan dan pilih alasan membatalkan pesanan. Jika penjual menerima alasan pembatalan, maka ia akan mengkonfirmasi pembatalan transaksi.

Transaksi *e-Commerce* pada *marketplace* Tokopedia telah memenuhi ketentuan tentang ‘Pembatalan Kontrak’ dalam Fatwa DSN-MUI Nomor 05/DSN-MUI/IV/2000 tentang Jual Beli *Salam*.

**6) Ketentuan tentang Perselisihan.** Jika terjadi perselisihan diantara kedua belah pihak, maka persoalannya diselesaikan melalui Badan Arbitrase Syari’ah setelah tidak tercapai kesepakatan melalui

---

<sup>186</sup> Fatwa DSN-MUI Nomor 05/DSN-MUI/IV/2000 tentang Jual Beli *Salam*.

musyawarah.<sup>187</sup> Jika terjadi perselisihan dalam transaksi *e-Commerce* pada *marketplace* Tokopedia, biasanya diselesaikan secara musyawarah melalui komunikasi antara pembeli dan penjual atau dengan melakukan komplain pesanan. Selain itu, dalam Tokopedia tersedia fitur Pusat Resolusi, yaitu fitur yang disediakan oleh Tokopedia untuk memfasilitasi penyelesaian masalah transaksi antara Pembeli dan Penjual. Fitur ini akan secara otomatis menahan dana pembayaran barang ke Penjual sampai dengan permasalahan yang dilaporkan ke Pusat Resolusi selesai. Dalam menggunakan fitur ini, Pembeli dan Penjual diharapkan memberikan bukti-bukti transaksi jual beli berupa foto barang, nota pembelian, slip resi pengiriman dan bukti-bukti penunjang lainnya yang dapat menjadi dasar pembenar atas setiap argumen yang dikeluarkan oleh masing-masing pihak. Penyelesaian permasalahan melalui Pusat Resolusi dapat berupa solusi yang dihasilkan berdasarkan kesepakatan bersama antara Pembeli dan Penjual. Jika Penjual tidak memberikan jawaban dalam jangka waktu 2x24 jam sejak kendala dibuat, maka kendala secara otomatis akan terselesaikan berdasarkan solusi yang diajukan oleh Pembeli. Jika tidak ditemukan kesepakatan antara Pembeli dan Penjual dalam jangka waktu 2x24 jam, maka Tokopedia memiliki hak untuk membantu menyelesaikan kendala. Tokopedia berwenang untuk melakukan mediasi dan/atau mengambil keputusan untuk penyelesaian masalah

---

<sup>187</sup> Fatwa DSN-MUI Nomor 05/DSN-MUI/IV/2000 tentang Jual Beli *Salam*.

didalam diskusi Pusat Resolusi, meskipun salah satu pihak (Pembeli atau Penjual) belum memberikan tanggapan atas solusi yang diberikan Pusat Resolusi dalam jangka waktu 2x24 jam. Pembeli dan Penjual memahami dan menyetujui bahwa dalam penyelesaian kendala di Pusat Resolusi, Pembeli dan Penjual wajib memberikan tanggapan atas kendala yang ada hingga selesai dengan mematuhi ketentuan dan batas waktu sebagaimana yang telah ditentukan pihak Tokopedia pada diskusi terkait. Untuk lebih lengkapnya, dapat dilihat pada halaman Bantuan Pusat Resolusi.<sup>188</sup>

Transaksi *e-Commerce* pada *marketplace* Tokopedia telah memenuhi ketentuan tentang ‘Perselisihan’ dalam Fatwa DSN-MUI Nomor 05/DSN-MUI/IV/2000 tentang Jual Beli *Salam*. Jadi, dapat diketahui bahwa transaksi *e-Commerce* pada *marketplace* Tokopedia telah memenuhi ketentuan-ketentuan yang ada dalam Fatwa DSN-MUI Nomor 05/DSN-MUI/IV/2000 tentang Jual Beli *Salam*.

Selanjutnya, untuk mengetahui apakah transaksi *e-Commerce* pada *marketplace* Tokopedia yang menggunakan akad *Istishna*’ sudah sesuai dengan *dhawabith* (ketentuan) dan *hudud* (batasan) dalam Fatwa DSN-MUI Nomor 06/DSN-MUI/VI/2000 tentang Jual Beli *Istishna*’, maka perlu juga dilakukan analisis. Namun, perlu kita ketahui bahwa ketentuan-ketentuan yang ada dalam Fatwa DSN-MUI Nomor 06/DSN-MUI/VI/2000 tentang Jual Beli *Istishna*’ itu sama dengan ketentuan-ketentuan yang ada dalam

---

<sup>188</sup> “Terms and Condition”, diakses pada tanggal 28 Maret 2021, <https://m.tokopedia.com/terms>.

Fatwa DSN-MUI Nomor 05/DSN-MUI/IV/2000 tentang Jual Beli *Salam*. Oleh karena itu, seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, bahwa transaksi *e-Commerce* pada *marketplace* Tokopedia telah memenuhi ketentuan-ketentuan yang ada dalam Fatwa DSN-MUI Nomor 05/DSN-MUI/IV/2000 tentang Jual Beli *Salam*. Dengan demikian, transaksi *e-Commerce* pada *marketplace* Tokopedia juga telah memenuhi ketentuan-ketentuan dalam Fatwa DSN-MUI Nomor 06/DSN-MUI/VI/2000 tentang Jual Beli *Istishna*'.

Berdasarkan hasil analisis diatas, dapat disimpulkan bahwa transaksi *e-Commerce* pada *marketplace* Tokopedia telah memenuhi ketentuan tentang 'Kegiatan dan Produk' dalam Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. KESIMPULAN

1. *Marketplace* Tokopedia tidak hanya melayani penjual dan pembeli biasa. Namun, juga melayani *reseller* dan *external dropshipper*. Akad yang digunakan dalam transaksi *e-Commerce* pada *marketplace* Tokopedia yaitu akad *Salam* untuk barang-barang dalam bentuk jadi dan menggunakan akad *istishna'* untuk barang-barang yang belum jadi atau memesan untuk dibuatkan barang-barang tertentu. Selain itu, dalam transaksi tersebut ada *khiyar 'aib*, yaitu hak yang dimiliki para pihak untuk melanjutkan atau membatalkan transaksi ketika adanya cacat pada barang yang diperjualbelikan atau harga yang kurang nilainya atau tidak sesuai dengan yang dimaksud atau orang yang tidak meneliti kecacatannya ketika akad. Dalam *marketplace* Tokopedia, biasanya *khiyar* tersebut dilakukan oleh pembeli dan sebelumnya sudah ada kesepakatan untuk terkait *khiyar* tersebut. Jika ada barang yang tidak sesuai dengan kesepakatan pada saat melakukan transaksi, maka pembeli dapat meminta pertanggungjawaban kepada penjual dengan cara menghubungi penjual dengan cara *chat* penjual melalui *website* atau aplikasi Tokopedia dan permasalahan transaksinya bisa diselesaikan secara musyawarah.
2. Berdasarkan penelitian, transaksi *e-Commerce* pada *marketplace* Tokopedia belum sepenuhnya memenuhi seluruh ketentuan-ketentuan yang ada dalam Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang

Akad Jual Beli. Transaksi *e-Commerce* pada *marketplace* Tokopedia telah memenuhi ketentuan *Shigat al'Aqd*, para pihak, *tsaman* (harga dan pembayaran), dan ketentuan kegiatan dan produk dalam Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli. Akan tetapi, transaksi *e-Commerce* pada *marketplace* Tokopedia belum sepenuhnya memenuhi ketentuan *mutsman* atau *mabi'* (barang) dalam Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli. Hal itu dikarenakan ada beberapa barang yang diperjualbelikan tidak sesuai dengan syari'ah yaitu produk atau barang yang haram, mengandung *kemudharatan*, seperti makanan yang mengandung babi dan minuman beralkohol yang memabukkan seperti arak, vodka, wiski, dan soju (kadar alkohol yang tinggi), serta berbagai macam produk yang mengandung pornografi. Kemudian, masih ada beberapa produk makanan yang tidak memiliki label halal, seperti bakso, berbagai macam makanan ringan dalam bentuk kemasan, kue kering, aneka makanan impor seperti sanyang, dan lain sebagainya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa transaksi *e-Commerce* pada *marketplace* Tokopedia dalam perspektif Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli diperbolehkan selama memenuhi ketentuan-ketentuan yang ada dalam fatwa tersebut. Artinya, agar bisa memenuhi ketentuan-ketentuan tersebut, para pihak (penjual dan pembeli) harus sudah cakap hukum dan khusus untuk penjual harus menjual barang-barang yang bisa dimanfaatkan secara syariah, serta khusus untuk pembeli harus cermat dan



teliti dalam melaksanakan transaksinya agar tidak salah pilih penjual yang *amanah* dan tidak salah pilih membeli barang.

## B. SARAN-SARAN

1. Tokopedia diharapkan dapat memberikan banyak promo supaya semakin diminati oleh masyarakat dan tidak kalah saing dengan *marketplace* yang lainnya sehingga bisa kembali menjadi peringkat pertama urutan *marketplace* terbaik yang digunakan masyarakat Indonesia. Selain itu, diharapkan Tokopedia bisa memperbaiki sistem dan harus memastikan bahwa regulasinya benar-benar diterapkan oleh para pengguna.
2. Para penjual dalam Tokopedia seharusnya tidak menjual barang yang haram atau yang melanggar syari'ah dan tidak melanggar peraturan perundang-undangan yang ada. Mereka juga seharusnya memberikan label halal pada produknya dan diharapkan bahwa mereka harus memiliki iktikad baik dalam berbisnis, mereka harus menjual barang yang sesuai dengan kriteria atau spesifikasi. Selain itu, para pengguna akun Tokopedia diharapkan membaca syarat dan ketentuan yang ada di laman Tokopedia atau membaca pengaturan melalui aplikasi Tokopedia untuk memahami dan mengerti penggunaan *marketplace* tersebut agar tidak terjadi hal-hal yang tidak diinginkan serta agar transaksi jual beli berjalan lancar, dan untuk para pembeli harus selektif dan berhati-hati dalam memilih barang yang hendak dibeli supaya terhindar dari kerugian dan penipuan. Untuk pihak Tokopedia diharapkan lebih tegas lagi terhadap peraturan dan pengawasannya. Tokopedia seharusnya bisa memastikan atau melacak

bahwa para penggunanya sudah cakap hukum. Hal itu bisa dilakukan dengan cara mewajibkan para pengguna harus meng-*upload* KTP atau dengan cara lainnya. Selain itu, pihak Tokopedia sudah membuat syarat dan ketentuan tentang jenis-jenis barang atau produk yang dilarang diperjualbelikan. Namun faktanya, didalam Tokopedia banyak sekali penjual yang menjual barang atau produk yang dilarang tersebut. Seharusnya pihak Tokopedia bisa menindaklanjuti hal tersebut dengan tegas. Dalam syarat dan ketentuan serta sebuah *website* pusat edukasi *seller* Tokopedia tertulis bahwa jika penjual menjual barang-barang yang dilarang dijual dalam Tokopedia, maka toko akan dikenakan moderasi atau dinonaktifkan secara permanen. Akan tetapi, masih banyak toko aktif yang menjual barang-barang yang dilarang tersebut. Jadi, masih belum ada kesesuaian antara syarat dan ketentuan tersebut dengan fakta yang ada. Selain itu, pihak Tokopedia harus lebih tegas terhadap hal-hal yang terjadi pada operasional *marketplace* Tokopedia. Jika ada yang tidak sesuai dengan syarat dan ketentuan Tokopedia, maka harus ditindaklanjuti.

IAIN JEMBER

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Ali, Zainudin. *Hukum Ekonomi Syariah*. Jakarta: Sinar Grafika, 2009.
- Azhari, Fathurrahman. *Qawaid Fiqhiyyah Muamalah*. Banjarmasin: Lembaga Pemberdayaan Kualitas Ummat (LPKU), 2015.
- Barkatullah, Abdul Halim. *Hukum Transaksi Elektronik: sebagai Panduan dalam Menghadapi Era Digital Bisnis e-Commerce di Indonesia*. Bandung: Nusa Media, 2019.
- Departemen Agama Republik Indonesia. *Alqur'an dan Terjemahan*. Semarang: Toha Putra, 1989.
- HS, Salim, dan Erlies Septiana Nurbaini. *Penerapan Teori Hukum pada Penelitian Tesis dan Disertasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013.
- Ichsan, Muchammad. *Pengantar Hukum Islam*. Yogyakarta: Laboratorium Hukum Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2015.
- Ishaq. *Metode Penelitian Hukum dan Penulisan Skripsi, Tesis, serta Disertasi*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Mahmudah. *Dewan Syariah Nasional & Fatwa Ekonomi*. Jember: IAIN Jember Press, 2015.
- Marzuki, Peter Mahmud. *Penelitian Hukum*. Jakarta: Kencana, 2009.
- Marzuki. *Pengantar Studi Hukum Islam (Prinsip Dasar Memahami Berbagai Konsep dan Permasalahan Hukum Islam di Indonesia)*. Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2017.
- Milles dan Huberman. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Universitas Indonesia Press, 1992.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012.
- Muhammad, Abdulkadir. *Hukum dan Penelitian Hukum*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2004.
- Murya, Yosef. *Membuat Toko e-Book Online dengan Bootstrap Twitter 3 & PHP MySQL*. Jakarta: Jasakom, 2014.
- Nasution, Harun. *Pembaharuan dalam Islam, Sejarah Pemikiran dan Gerakan*. Jakarta: Bulan Bintang, 1975

- ND, Mukti Fajar, dan Yulianto Achmad. *Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Hukum Empiris*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.
- Nirmala, Endar, dan Ahmad Musyafa. *Modul e-Commerce Teknik Informatika*. Tangerang Selatan: UNPAM PRESS, 2017.
- Nurliyani, Hani. *Buku seri praktikum e-Commerce*. Jawa Barat: Universitas Gunadarma, 2010.
- Rasjid, Sulaiman. *Fiqh Islam*. Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2017.
- Rerung, Rintho Rante. *e-Commerce Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*. Yogyakarta: DEEPUBLISH, 2018.
- Soekanto, Soerjono, dan Sri Mamudji. *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tujuan Singkat*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010.
- Subagyo, P. Joko. *Metode Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta, 2006.
- Sudiarti, Sri. *Fiqh Muamalah Kontemporer*. Sumatera Utara: FEBI UIN-SU Press, 2018.
- Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2009.
- Suhendi, Hendi. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014.
- Sunggono, Bambang. *Metodologi Penelitian Hukum*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1998.
- Surayin. *Analisis Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Bandung: Yrama Widya, 2005.
- Syafe'I, Rachmat. *Fiqh Muamalah*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2001.
- Tim Penyusun. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Jember*. Jember: IAIN Jember, 2020.
- Waluyo, Bambang. *Penelitian Hukum dalam Praktik*. Jakarta: Sinar Grafika, 1996.

## JURNAL

- Aditya, Zaka Firma, dan Rizkisyabana Yulistyaputri. "Romantisme Sistem Hukum di Indonesia: Kajian Atas Kontribusi Hukum Adat dan Hukum Islam terhadap Pembangunan Hukum di Indonesia." *Rechtsvinding* 8, no. 1 (2019): 37-54. <http://dx.doi.org/10.33331/rechtsvinding.v8i1>.

- Apriadi, Deni, dan Arie Yandi Saputra. “*e-Commerce* Berbasis *Marketplace* Dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian.” *RESTI (Rekayasa Sistem dan Teknologi Informasi)* 1, no. 2 (2017): 131-136. <https://doi.org/10.29207/resti.v1i2.36>.
- Aziz, Fathul A. “Fiqh Ibadah Versus Fiqh Muamalah.” *Jurnal Ekonomi Islam* 7, no. 2 (Juli-Desember 2019): 240. <https://doi.org/10.24090/ej.v7i2.3454>.
- Fariana, Andi. “Urgensi Fatwa MUI dalam Pembangunan Sistem Hukum Ekonomi Islam di Indonesia.” *al-ahkam* 12, no. 1 (Juni, 2017): 104. <https://doi.org/10.19105/al-ihkam.v12i1.1191>.
- Firmansyah, Ahmad. “Kajian Kendala Implementasi *e-Commerce* di Indonesia.” *Masyarakat Telematika dan Informasi* 1, no. 1 (2017): 127-136. <http://dx.doi.org/10.17933/mti.v8i2.107>.
- Fitria, Tira Nur. “Bisnis Jual Beli *Online (Online Shop)* dalam Hukum Islam dan Hukum Negara.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 3, no. 1 (2017): 52-62. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v3i01.99>.
- Ghafur, Abdul, dan Ahmad Munif. “Problematika Perdagangan *Online* Telaah terhadap Aspek *Khiyar* dalam *e-Commerce*.” *Al-Manahij* 10, no. 2 (Desember 2016): 304. <https://doi.org/10.24090/mnh.v10i2.940>.
- Hidayah, Nur. “Fatwa-fatwa Dewan Syariah Nasional atas Aspek Hukum Islam Perbankan Syariah di Indonesia.” *Al-Adalah* 10, no. 1 (2011): 13-24. <https://doi.org/10.24042/adalah.v13i3.231>.
- Kurniaty, Yulia, dan Heni Hendrawati. “Jual Beli *Online* dalam Perspektif Hukum Islam.” *Transformasi Jurnal Informasi & Pengembangan IPTEK* 11, no.1 (2015): 90-92.
- Mustofa, Imam. “Transaksi Elektronik (*e-Commerce*) dalam Perspektif Fiqih.” *Jurnal Hukum Islam (JHI)* 10, no. 2 (2012): 157-180. <https://doi.org/10.28918/jhi.v0i0>.
- Pulakiang, Anthoni Rivai, I Made Nomo Wiranatha, dan John Reimon Batmetan. “Analisis Kualitas Layanan *e-Commerce* menggunakan *Twitter API* (Studi Kasus: Tokopedia, Lazada, dan Bukalapak).” *Indonesian Journal on Information System* 4, no. 1 (April, 2019): 29-30. <https://doi.org/10.36549/ijis.v4i1.47>
- Putra, Angga Kurnia. “Rancang Bangun Aplikasi *Marketplace* Penyedia Jasa Les *Private* di Kota Pontianak Berbasis *Web*.” *Sistem dan Teknologi Informasi* 2, no. 5 (2017): 22-26.

Riadi, M. Erfan. "Kedudukan Fatwa Ditinjau Dari Hukum Islam dan Hukum Positif." *ULUMUDDIN* 6, no. 4 (Januari-Juni, 2010): 475-476. <https://doi.org/10.22219/ulumuddin.v7i1.1305>.

Santoso, Sugeng. "Sistem Transaksi *e-Commerce* dalam Perspektif KUH Perdata dan Hukum Islam." *AHKAM* 4, no. 2 (2016): 217-246. <https://doi.org/10.21274/ahkam.2016.4.2.217-246>.

Sudaryatmi, Sri. "Peranan Hukum Adat dalam Pembangunan Hukum Nasional di Era Globalisasi." *MMH* 41, no. 4 (Oktober 2012): 573-574. <https://10.14710/mmh.41.4.2012.572-578>.

Yustiani, Rini, dan Rio Yunanto. "Peran *Marketplace* sebagai Alternatif Bisnis di Era Teknologi Informasi." *Jurnal Ilmiah Komputer dan Informatika (KOMPUTA)* 6, no. 2 (Oktober, 2017): 46. <https://doi.org/10.33867/komputa.v6i2.2476>.

## SKRIPSI

Fadila, Nur. "Analisis Hukum Islam Terhadap Jual Beli *Flash Sale* di Tokopedia." Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019.

Fatimah, Dewi. "Perlindungan Konsumen dalam Transaksi *e-Commerce* Menurut Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan." Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018.

Mutiari Solihah, Intan. "Tinjauan Yuridis Mengenai Transaksi *e-Commerce* Berdasarkan Perspektif Hukum Perdata dan Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan." Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2017.

Nindya Pangesti, Hafilah. "Praktik Jual Beli Rekalaya Untuk Mendapat *Cashback* di Tokopedia Purwokerto." Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2019.

Rifaldi. "Transaksi *e-Commerce* pada Facebook *Marketplace* dalam Perspektif Ekonomi Islam." Skripsi, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2019.

## INTERNET

"Apa itu Fitur *Pre Order*." Tokopedia Care. Diakses pada tanggal 28 Maret 2021. <https://www.tokopedia.com/help/article/apa-itu-fitur-pre-order#:~:text=Pre%20Order%20adalah%20sistem%20pembelian,mudah%20dengan%20fitur%20Pre%20Order>.

"Apakah Saya Dapat Berjualan dengan Sistem *Dropship*?" Tokopedia Care. Diakses pada tanggal 5 Juni 2021.

<https://www.tokopedia.com/help/article/apakah-saya-dapat-berjualan-dengan-sistem-dropship#:~:text=Perlu%20kamu%20ketahui%2C%20pada%20kebijakan,kembali%20kepada%20pembeli%20di%20Tokopedia.>

“Cara Baru Terima Pesanan di Tokopedia Lewat Aplikasi Tokopedia Seller.” Pusat Edukasi *Seller*. Diakses pada tanggal 28 Desember 2020. <https://seller.tokopedia.com/edu/cara-proses-pesanan/>.

“Jadi *Reseller*, Solusi Tepat untukmu yang Belum Punya Produk di Toko!.” Pusat Edukasi *Seller*. Diakses pada tanggal 8 Desember 2020. <https://seller.tokopedia.com/edu/cara-menjadi-reseller/>.

“Jenis-jenis Produk yang Dilarang di Tokopedia.” Pusat Edukasi *Seller*. Diakses pada tanggal 28 Maret 2021, <https://seller.tokopedia.com/edu/produk-yang-dilarang/>.

“Kelebihan Tokopedia dibanding *Marketplace* Lain.” Tutorial di Tokopedia. Diakses pada tanggal 7 Februari 2019. <https://www.caratokopedia.com/2019/02/kelebihan-tokopedia-dibanding-marketplace-lain.html?m=1>.

“Mengapa Tokopedia Gratis.” Tokopedia. Diakses pada tanggal 5 Juni 2021. <https://www.google.com/amp/s/www.tokopedia.com/blog/press-release-mengapa-tokopedia-gratis/amp>.

“Syarat dan Ketentuan Pengiriman dengan Sistem *Dropship*.” Tokopedia Care. Diakses pada tanggal 5 Juni 2021. <https://www.tokopedia.com/help/article/bagaimana-syarat-dan-ketentuan-pengiriman-dengan-sistem-dropship>.

“Terms and Condition.” Diakses pada tanggal 28 Maret 2021. <https://m.tokopedia.com/terms>.

“Tokopedia.” Wikipedia. Diakses pada tanggal 5 Februari 2021. <https://id.wikipedia.org/wiki/Tokopedia>.

“TokopediaCare.” Twitter. Diakses pada tanggal 17 November 2020. <https://mobile.twitter.com/TokopediaCare/status/1328700919467237379>.

Ardi, Nisful. “Tokopedia Penipu? Pengalaman Buruk Belanja di Tokopedia + Dokumen Pribadi.” Kurir. Diakses pada tanggal 21 Desember 2020. <https://idkurir.web.id/tokopedia-penipu/>.

Artaya, Putu, dan Tubagus Purworusmiardi. “Efektivitas *Marketplace* dalam Meningkatkan Konsentrasi Pemasaran dan Penjualan Produk bagi UMKM di Jawa Timur.” Preprint. Diakses pada tanggal 3 April 2019. <https://www.researchgate.net/publication/332523654>.



Laraspati, Angga. “80% Mitra Tokopedia Raup Banyak Pelanggan dan Keuntungan.” Detikinet. Diakses pada tanggal 4 November 2020. <https://inet.detik.com/business/d-5241012/80-mitra-tokopedia-raup-banyak-pelanggan-dan-keuntungan>.

Romadhon, Rian. “5 Model Bisnis *e-Commerce* (B2B, B2C, C2C, C2B, B2G) untuk dicoba di 2021.” Softwareseni. Diakses pada tanggal 12 Januari 2021. <https://www.softwareseni.co.id/blog/5-model-bisnis-ecommerce-b2b-b2c-c2c-c2b-b2g>.

Shabrina. “Pengalaman Belanja *Online Pre Order* Tokopedia, Tata Cara, Kelebihan dan Kekurangan”. Konsumen Digital. Diakses pada tanggal 28 Maret 2021. <https://www.konsumendigital.com/2020/10/pengalaman-belanja-online-pre-order.html?m=1>.

Wibawa, Indra. “Penjelasan Lengkap Tentang *e-Commerce*.” Trendingbisnis. Diakses pada tanggal 22 April 2020. <https://trendingbisnis.com/index.php/70-startup/25-penjelasan-lengkap-tentang-e-commerce>.

## LAIN-LAIN

Buku II tentang Akad Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.

Fatwa DSN-MUI Nomor 05/DSN-MUI/IV/2000 tentang Jual Beli *Salam*.

Fatwa DSN-MUI Nomor 06/DSN-MUI/VI/2000 tentang Jual Beli *Istishna*’.

Fatwa DSN-MUI Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Jual Beli.

Putri, Aurelia Salsabila, dan Roni Zakaria. “Analisis Pemetaan *e-Commerce* Terbesar di Indonesia berdasarkan Model Kekuatan Ekonomi Digital.” Makalah disajikan pada Seminar dan Konferensi Nasional IDEC 2020, Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2020.

Rahmidani, Rose. “Penggunaan *e-Commerce* dalam Bisnis sebagai Sumber Keunggulan Bersaing Perusahaan.” Makalah disajikan pada Seminar Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi, Universitas Negeri Padang, 2015.

Undang-undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.

Undang-undang Nomor 44 Tahun 2008 tentang Pornografi.



## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Qonitatul Jannah  
NIM : S20172100  
Program Studi : Hukum Ekonomi Syari'ah  
Fakultas : Syari'ah  
Institusi : Institut Agama Islam Negeri Jember

menyatakan dengan sebenarnya bahwa dalam hasil penelitian ini tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur-unsur penjiplakan dan ada klaim dari pihak lain, maka saya bersedia untuk diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Jember, 10 Mei 2021  
Saya yang menyatakan



**Qonitatul Jannah**  
**NIM S20172100**



دewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia

**DEWAN SYARIAH NASIONAL MUI**

National Sharia Board - Indonesian Council of Ulama

Sekretariat : Jl. Dempo No.19 Pegangsaan - Jakarta Pusat 10320 Telp. : (021) 3904146 Fax. : (021) 31903288

**FATWA**

**DEWAN SYARIAH NASIONAL-MAJELIS ULAMA INDONESIA**

NO: 110/DSN-MUI/IX/2017

Tentang

**AKAD JUAL BELI**

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) setelah,

- Menimbang** :
- bahwa masyarakat memerlukan panduan untuk mempraktikkan akad jual beli;
  - bahwa DSN-MUI telah menetapkan fatwa-fatwa terkait jual beli, baik untuk perbankan, perusahaan pembiayaan, jasa keuangan maupun aktivitas bisnis lainnya, namun belum menetapkan fatwa tentang akad jual beli untuk lingkup yang lebih luas sebagai fatwa induk;
  - bahwa atas pertimbangan huruf a dan huruf b, DSN-MUI memandang perlu menetapkan fatwa tentang Akad Jual Beli untuk dijadikan pedoman;

**Mengingat** :

1. Firman Allah SWT:

a. Q.S. al-Nisa' (4): 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ...

"Hai orang yang beriman! Janganlah kalian saling memakan (mengambil) harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan sukarela di antaramu..."

b. Q.S. al-Baqarah (2): 275:

... وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا...

"...Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba..."

c. Q.S. al-Ma'idah (5): 1:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ...

"Hai orang yang beriman! Penuhilah akad-akad itu..."

Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia

## 2. Hadis Nabi SAW:

## a. Hadis Nabi riwayat al-Baihaqi dan Ibnu Majah:

عَنْ أَبِي سَعِيدٍ الْخُدْرِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ وَسَلَّمَ قَالَ: إِذَا الْبَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ.

*Dari Abu Sa'id Al-Khudri bahwa Rasulullah SAW bersabda, "Sesungguhnya jual beli itu harus dilakukan suka sama suka."*

## b. Hadis Nabi riwayat al-Bazzar dan al-Hakim:

عَنْ رِفَاعَةَ بْنِ رَافِعٍ قَالَ: سئِلَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ؟ قَالَ: "عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ، وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٌ."

*"Dari Rifa'ah Ibn Rafi': Rasulullah ditanya salah seorang sahabat, 'pekerjaan (profesi) apakah yang paling baik?' Rasulullah menjawab: 'Usaha tangan manusia sendiri dan setiap jual beli yang diberkahi'."*

## c. Hadis Nabi riwayat Ibnu Majah:

أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ وَسَلَّمَ قَالَ: ثَلَاثٌ فِيمَنْ الْبِرْكَةُ: الْبَيْعُ إِلَى أَحَلِّ، وَالْمُقَارَضَةُ، وَخَلْطُ التُّرِّ بِالشَّعِيرِ لِبَيْتِ لَا لِلْبَيْعِ.

*"Nabi bersabda, 'Ada tiga hal yang mengandung berkah: jual beli tidak secara tunai, muqaradhadh (mudharabah), dan mencampur gandum dengan jewawut untuk keperluan rumah tangga, bukan untuk dijual."*

## d. Hadis Nabi riwayat al-Tirmidzi dari kakeknya 'Amr bin 'Auf al-Muzani, dan riwayat al-Hakim dari kakeknya Katsir bin Abdillah bin 'Amr bin 'Auf r.a.:

الصُّلْحُ جَائِزٌ بَيْنَ الْمُسْلِمِينَ إِلَّا صُلْحًا حَرَّمَ حَلَالًا أَوْ أَحَلَّ حَرَامًا وَالْمُسْتَلْمُونَ عَلَى شُرُوطِهِمْ إِلَّا شَرْطًا حَرَّمَ حَلَالًا أَوْ أَحَلَّ حَرَامًا.

*"Shulh (penyelesaian sengketa melalui musyawarah untuk mufakat) boleh dilakukan di antara kaum muslimin kecuali shulh yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram; dan kaum muslimin terikat dengan syarat-syarat mereka kecuali syarat yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang"*

3. Ijma' mayoritas ulama tentang kebolehan jual beli dengan cara Murabahah (Ibnu Rusyd, *Bidayah al-Mujtahid*, juz 2, hal. 161; al-Kasani, *Bada'i' as-Shana'i*, juz 5 Hal. 220-222).

## 4. Kaidah fikih:

الأصل في المعاملات الإباحة إلا أن يدل دليل على تحريمها.

*"Pada dasarnya, semua bentuk muamalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya."*

إِنَّ لِلزَّمَنِ حِصَّةً مِنَ الثَّمَنِ.

*"Sesungguhnya waktu memiliki porsi harga."*

- Memperhatikan :**
1. Surat dari PermataBank Syariah Nomor: 28/SYA-PRODUCT/VII/2017 tertanggal 28 Juli 2017 perihal *Permohonan Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia*;
  2. Pendapat dan saran *Working Group* Perbankan Syariah (WGPS) yang terdiri atas DSN-MUI, Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Dewan Standar Akuntansi Syariah IAI (DSAS-IAI), dan Mahkamah Agung (MA) pada tanggal 07 September 2017 di Jakarta;
  3. Pendapat peserta Rapat Pleno Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia pada hari Selasa tanggal 28 Dzulhijjah 1438 H / 19 September 2017;

**MEMUTUSKAN:**

**Menetapkan : FATWA TENTANG AKAD JUAL BELI**

**Pertama : Ketentuan Umum**

1. Akad Jual Beli adalah akad antara penjual (*al-Ba'i*-البائع) dan pembeli (*al-Musyitari*-المشتري) yang mengakibatkan berpindahnya kepemilikan obyek yang dipertukarkan (barang [*mabi'*/*mutsman*-المبني/المشمن] dan harga [*tsaman*]).
2. Penjual (*al-Ba'i*) adalah pihak yang melakukan penjualan barang dalam akad jual beli, baik berupa orang (*Syakhshiyah thabi'iyah*-الشخصية الطبيعية/ *natuurlijke persoon*) maupun yang dipersamakan dengan orang baik berbadan hukum maupun tidak berbadan hukum (*Syakhshiyah i'tibariah/syakhshiyah hukmiyah*- الشخصية الاعتبارية/ *rechtsperson*).
3. Pembeli (*al-Musyitari*) adalah pihak yang melakukan pembelian dalam akad jual beli, baik berupa orang (*Syakhshiyah thabi'iyah/ natuurlijke persoon*) maupun yang dipersamakan dengan orang baik berbadan hukum maupun tidak berbadan hukum (*Syakhshiyah i'tibariah/syakhshiyah hukmiyah/ rechtsperson*).
4. *Wilayah ashliyyah* (الولاية الأصلية) adalah kewenangan yang dimiliki oleh penjual karena yang bersangkutan berkedudukan sebagai pemilik.
5. *Wilayah niyabiyyah* (الولاية النيابية) adalah kewenangan yang dimiliki oleh penjual karena yang bersangkutan berkedudukan sebagai wakil dari pemilik atau wali atas pemilik.
6. *Mutsman/mabi'* adalah barang atau hak yang dijual; *mutsman/mabi'* merupakan imbalan atas *tsaman* yang dipertukarkan.
7. *Tsaman*/harga adalah harga sebagai imbalan atas *mutsman* yang dipertukarkan.



8. *Bai' al-musawamah* (بيع المساومة) adalah jual beli dengan harga yang disepakati melalui proses tawar-menawar dan *ra'sul mal*-nya (harga perolehan ditambah biaya-biaya yang diperkenankan) tidak wajib disampaikan oleh penjual kepada pembeli. *Bai' al-musawamah* sering disebut dengan jual beli biasa (*Bai' al-'adyyiyy* (البيع العادي)).
9. *Bai' al-amanah* (بيع الأمانة) adalah jual beli yang *ra'sul mal*-nya wajib disampaikan oleh penjual kepada pembeli.
10. *Bai' al-muzayadah* (بيع المزايدة) adalah jual beli dengan harga paling tinggi yang penentuan harga (*tsaman*) tersebut dilakukan melalui proses tawar menawar.
11. *Bai' al-munaqashah* (بيع المناقصة) adalah jual beli dengan harga paling rendah yang penentuan harga (*tsaman*) tersebut dilakukan melalui proses tawar menawar.
12. *Al-Bai' al-hal* (البيع الحال) – terkadang disebut juga dengan *al-bai' al-mu'ajjal/naqdan* (البيع نقدا/المعجل) -- adalah jual beli yang pembayaran harganya dilakukan secara tunai.
13. *Al-Bai' al-mu'ajjal* (البيع المؤجل) adalah jual beli yang pembayaran harganya dilakukan secara tangguh.
14. *Al-Bai' bi al-taqsih* (البيع بالتقسيط) adalah jual beli yang pembayaran harganya dilakukan secara angsur/bertahap.
15. *Bai' al-salam* (بيع السلم) adalah jual beli dalam bentuk pemesanan atas suatu barang dengan kriteria tertentu yang harganya wajib dibayar tunai pada saat akad.
16. *Bai' al-istishna'* (بيع الاستصناع) adalah jual beli dalam bentuk pemesanan pembuatan suatu barang dengan kriteria tertentu yang pembayaran harganya berdasarkan kesepakatan antara pemesan (pembeli/*mustashni'* (المستصنع) dan penjual (pembuat/*shani'* (الصانع)).
17. *Bai' al-murabahah* (بيع المرابحة) adalah jual beli suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih sebagai laba.

**Kedua : Ketentuan terkait *Shigat al-'Aqd***

1. Akad Jual Beli harus dinyatakan secara tegas dan jelas serta dipahami dan dimengerti oleh penjual dan pembeli.
2. Akad Jual Beli boleh dilakukan secara lisan, tertulis, isyarat, dan perbuatan/tindakan, serta dapat dilakukan secara elektronik sesuai syariah dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

**Ketiga : Ketentuan terkait Para Pihak**

1. Penjual (*al-Ba'i'*) dan pembeli (*al-Musyitari*) boleh berupa orang atau yang dipersamakan dengan orang, baik berbadan hukum

maupun tidak berbadan hukum, berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

2. Penjual (*al-Ba'i*) dan pembeli (*al-Musyitari*) wajib cakap hukum (*ahliyah*) sesuai dengan syariah dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
3. Penjual (*al-Ba'i*) dan pembeli (*al-Musyitari*) wajib memiliki kewenangan (*wilayah*) untuk melakukan akad jual beli, baik kewenangan yang bersifat *ashliyyah* maupun kewenangan yang bersifat *niyabiyyah*, seperti wakil.

**Keempat : Ketentuan terkait *Mutsman (Mabi')***

1. *Mutsman/mabi'* boleh dalam bentuk barang dan/atau berbentuk hak, serta milik penjual secara penuh (*al-milk al-tam-المالك التام*).
2. *Mutsman/mabi'* harus berupa barang dan/atau hak yang boleh dimanfaatkan menurut syariah (*mutaqawwam*) serta boleh diperjualbelikan menurut syariah dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
3. *Mutsman/mabi'* harus wujud, pasti/tertentu (*المعین*), dan dapat diserahkan (*maqdur al-taslim*) pada saat akad jual beli dilakukan, atau pada waktu yang disepakati jika akad yang dilakukan menggunakan akad jual beli *salam* atau akad jual beli *istishna'*.
4. Dalam hal *mabi'* berupa hak, berlaku ketentuan dan batasan sebagaimana ditentukan dalam Fatwa MUI nomor 1/MUNAS VII/5/2005 tentang *Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual* dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

**Kelima : Ketentuan terkait *Tsaman***

1. Harga dalam akad jual beli harus sudah dinyatakan secara pasti pada saat akad, baik ditentukan melalui tawar menawar (*bai' al-musawamah*), lelang (*bai' al-muzayadah*), atau tender (*bai' al-munaqashah*).
2. Harga perolehan wajib disampaikan oleh penjual hanya dalam jual beli *amanah* seperti jual beli murabahah, dan tidak wajib dalam selain jual beli *amanah*.
3. Pembayaran harga dalam jual beli boleh dilakukan secara tunai (*al-bai' al-hal*), tangguh (*al-bai' al-mu'ajjal*), dan angsur/bertahap (*al-bai' bi al-taqsih*).
4. Harga dalam jual beli yang tidak tunai (*bai' al-mu'ajjal/bai' al-taqsih*) boleh tidak sama dengan harga tunai (*al-bai' al-hal*).

**Keenam : Ketentuan Kegiatan dan Produk**

1. Dalam hal akad jual beli dilakukan dalam bentuk pembiayaan murabahah, maka berlaku *dhawabith* dan *hudud* sebagaimana terdapat dalam fatwa DSN-MUI Nomor 04/DSN-MUI/IV/2000 tentang Murabahah.
2. Dalam hal jual beli dilakukan dengan akad jual beli salam, maka berlaku *dhawabith* dan *hudud* sebagaimana terdapat dalam fatwa DSN-MUI Nomor 05/DSN-MUI/IV/2000 tentang Jual Beli Salam.
3. Dalam hal jual beli dilakukan dengan akad jual beli *istishna`*, maka berlaku *dhawabith* dan *hudud* sebagaimana terdapat dalam fatwa DSN-MUI Nomor 06/DSN-MUI/IV/2000 tentang Jual Beli *Istishna`* dan Nomor 22/DSN-MUI/III/2002 tentang Jual Beli *Istishna`* Paralel.

**Ketujuh : Ketentuan Penutup**

1. Setiap akad jual beli wajib memenuhi rukun dan syarat-syaratnya; apabila tidak terpenuhi rukun dan/atau syarat-syaratnya, maka perjanjiannya batal.
2. Jika salah satu pihak tidak menunaikan kewajibannya atau jika terjadi perselisihan di antara para pihak, maka penyelesaiannya dilakukan melalui lembaga penyelesaian sengketa berdasarkan syariah sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku setelah tidak tercapai kesepakatan melalui musyawarah.
3. Penerapan fatwa ini dalam kegiatan atau produk usaha wajib terlebih dahulu mendapatkan opini dari Dewan Pengawas Syariah dan memperhatikan fatwa-fatwa DSN-MUI terkait.
4. Fatwa ini berlaku sejak tanggal ditetapkan, dengan ketentuan jika di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan, akan diubah dan disempurnakan sebagaimana mestinya.

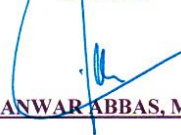
Ditetapkan di : Jakarta  
 Pada Tanggal : 28 Dzulhijjah 1438 H  
 19 September 2017 M

**DEWAN SYARIAH NASIONAL-  
 MAJELIS ULAMA INDONESIA**

Ketua,


**PROF. DR. K.H. MA'RUF AMIN**

Sekretaris,


**DR. H. ANWAR ABBAS, MM, M.A.G**

## RIWAYAT PENULIS



Penulis bernama Qonitatul Jannah yang lahir pada tanggal 28 Desember 1998 di Desa Kalisat, Kecamatan Kalisat, Kabupaten Jember. Penulis merupakan anak pertama dari pasangan Bapak Rauzi dengan Ibu Rukmaniyah, dan memiliki satu orang adik bernama Khoiruzzian. Penulis menempuh jenjang pendidikan dimulai dari Pendidikan di Taman Kanak-Kanak At-Taqwa Kalisat (2003-2005), dilanjutkan di SDN Kalisat 01 (2005-2011), kemudian lanjut di SMP NEGERI 1 Kalisat (2011-2014). Setelah itu, penulis melanjutkan pendidikan di SMA NEGERI Kalisat (2014-2017). Kemudian, penulis melanjutkan pendidikan Perguruan Tinggi di Institut Agama Islam Negeri Jember Fakultas Syari'ah Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah (2017-2021). Di tingkat Sekolah Dasar, penulis aktif di Organisasi Pramuka dan MIPA (Matematika dan IPA). Di tingkat Sekolah Menengah Pertama, penulis selalu berada di kelas unggulan dan aktif di Organisasi Tari. Sedangkan di tingkat Sekolah Menengah Atas, penulis aktif di Organisasi ECC (*English Conversation Club*) dan Palang Merah Remaja. Karena keaktifannya, penulis sering mewakili Sekolah untuk mengikuti berbagai lomba yang berkaitan dengan *Speech in English* dan PMR. Kemudian, selama di Perguruan Tinggi, penulis aktif dalam Unit Kegiatan Khusus yaitu Korps Sukarela (KSR PMI Unit Institut Agama Islam Negeri Jember).

# IAIN JEMBER