

IMPELEMENTASI ASAS TARÂDIN DALAM BISNIS ONLINE

(TELAH SURAT AN-NISA AYAT 29)

Muzakkir S.

Sekolah Tinggi Ilmu Syariah Darul Falah (STISDAFA) Pagutan Mataram NTB

Jalan Banda Seraya No. 47 Pagutan Mataram NTB. Email: stisdafa@gmail.com. Web.

www.stisdafa.ac.id

Email: zakir@gmail.com

ABSTRAK

Dinamika fenomena dan problematika yang dihadapi manusia abad ini sering kali dihadapkan pada pengujian keluasan dan kedalaman ajaran Islam. Semua tata ruang hidup manusia tidak lepas dari corak dan keragaman dinamika yang terus berkembang tanpa henti sementara finalisasi nash sudah terhenti di era Rasulullah. Bisnis dengan segala kreativitas dan inovasi yang berkembang mengambil andil dalam membaca ajaran Islam secara komprehensif dan menguji *syumuliyah* atau komplisitas Islam sebagai ajaran agung yang dibawa Muhammad saw.

Fenomena *E-Comerrce* yang berkembang begitu pesat abad ini merupakan fenomena yang sedikit tidak membawa pada sikap *re-thinking* terhadap konsep muamalah klasikal konvensional atau mencari formulasi fikih konstruktif dan responsif terhadap persoalan bisnis modern. Kajian ini berusaha mengungkapkan implementasi dari salah satu konsep muamalah yang sangat urgen namun menentukan legalitas dari suatu muamalah yang dijalani, sehingga relevan dengan titah serta ajaran Islam yang sudah dipetakan dalam nash al-Qur'an dan hadits. Terlebih ketika hal itu disoroti dari aspek *Dilalah Al-Nash* yang ada dalam al-Qur'an, dan penelitian ini akan mengkaji fenomena *E-Comerrce* dari sudut pandang ayat al-Qur'an surat An-Nisa ayat 29.

Secara yuridis, *E-Comerrce* masih relevan dengan rumusan fikih klasikal selama prinsip-prinsip syariah tidak dilanggar dan dihilangkan dari substansi kontrak yang dilakukan. Refleksi dari prinsip kerelaan bisa divisualisasikan dalam ucapan, tulisan dan isyarat, dan ketiga bentuk sikap ridho tersebut bisa diimplementasikan dan bisnis online.

Abstract

The dynamics of the phenomena and problems facing mankind this century are often faced with the breadth and depth of testing the teachings of Islam. All spatial human life cannot be separated from the patterns and diversity dynamics of evolving without stopping while the finalization of the texts has been stalled in the era of the Prophet. Business with a glass of creativity and innovation that developed taking part in reading the teachings of Islam in a comprehensive and tested *syumuliyah* or complicity sublime teachings of Islam as brought Muhammad.

E-Comerrce phenomenon that is growing so rapidly this century is a phenomenon that bit did not bring on the attitude towards the concept of re-thinking *muamalah* conventional classical formulation or seek Jurisprudence constructive and responsive to modern business problems. This study tried to

reveal the implementation of one of the concepts *muamalah* urgent yet determine the legality of an *muamalah lived*, so it is relevant to the word and the teachings of Islam that has been mapped in the texts of the *Qur'an* and *hadith*. Especially when it highlighted aspects of *dilalah Al-Nash* that exist in the *Qur'an*, and this study will examine the phenomenon of E-Commerce from the standpoint of verses of the *Qur'an* Surat an-Nisa verse 29.

Legally, E-Commerce is still relevant to the formulation of the classical *fiqh* for Islamic principles are not violated and removed from the substance of the contract is done. The reflection of the principle of willingness can be visualized in speech, writing and signed, and all three forms of the blessing of attitude could be implemented and the online business.

Keyword : *Taradin, E-Commerce*,

Pendahuluan

Misi hakiki setiap insan lahir ke dunia untuk mengabdikan diri kepada sang kholik. Dengan pola manajemen menggeluti akhirat tanpa mengabaikan dunia dalam *setting* ruang dan waktu yang sangat singkat, dalam akses yang sudah ditentukan dengan pertanggungjawaban yang permanen,¹ Allah swt., telah menggariskan semuanya secara komprehensif agar keseluruhan aktivitas manusia selaras dengan misi hakiki penciptaan insan itu. Islam memerintahkan secara eksplisit kepada umatnya untuk memegang nilai-nilai ajaran Islam secara totalitas. Manusia diperintahkan untuk melaksanakan ajaran Islam yang berkaitan dengan kewajiban individu kepada Allah swt., dan kewajiban yang berhubungan dengan manusia. Oleh sebab itu, komitmen muslim atas kewajibannya terhadap Allah swt., sama nilainya dengan komitmen atas kewajibannya atas sesama.²

Aspek ekonomi merupakan bagian yang urgen dalam Islam, di mana posisi ini menentukan akan kesejahteraan manusia semuanya. Seiring dengan berkembangnya teknologi informasi yang didukung pula dengan teknologi komputer yang semakin canggih, teknologi komputer pada saat ini menjadi sarana penunjang bagi penyebaran informasi di seluruh dunia. Jaringan komunikasi global dengan fasilitas teknologi tersebut dikenal sebagai *internet*.³ Kemajuan teknologi tersebut mengubah pola pikir manusia dalam pekerjaannya sehari-hari termasuk dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Keberadaan internet dalam kehidupan manusia sangat jelas terlihat dalam dunia bisnis.⁴ Salah satu perilaku yang terasa saat ini adalah perkembangan internet yang bahkan dengan amat revolusioner mengubah dari gaya hidup manusia hingga cara manusia mendapatkan finansial dan mata pencaharian.⁵ Tatap muka antar penjual dan pembeli bukan lagi suatu yang mutlak diperlukan, layaknya dalam transaksi tradisional atau manual. Dalam bisnis tradisional, penjual dan pembeli bertemu secara fisik untuk melakukan aktivitas tawar-menawar. Sedangkan dalam bisnis internet, para pelaku tidak *face to*

¹ Jusmaliani, dkk. *Bisnis Berbasis Syari'ah*. (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), hlm.15.

² *Ibid.*, hlm. 22.

³ Gemala Dewi, dkk "Hukum Perikatan Islam di Indonesia", (Jakarta: Kencana, 2006), hln. 195.

⁴Yahya Ahmad Zein, *E.Kontrak Elektronik & Penyelesaian Sengketa Bisnis E-Commerce dalam Transaksi Nasional dan Internasional*, (Bandung: Sumbersari Indah, 2009), hlm. 3.

⁵ Triton Prawira Budi, *Bisnis Lewat Internet*, (Yogyakarta:Oryza, 2009), hlm. 5.

face dalam melakukan transaksi. Aplikasi internet saat ini telah memasuki berbagai segmen aktivitas manusia, baik dalam sektor politik, sosial, budaya, maupun ekonomi dan bisnis.⁶

Transaksi jual beli atau bisnis dalam Islam merupakan aspek kehidupan yang dikategorikan ke dalam masalah *mu'amalah*, yaitu masalah yang berkenaan dengan hubungan yang bersifat horizontal dalam kehidupan manusia. Sekalipun bersifat horizontal, tetapi harus sesuai dengan ajaran Islam. Rambu-rambu, tuntutan dan tatanannya tetap mengacu pada instruksi *ilahi* yang tersurat dan tersirat dalam Al-Qur'an dan Al-Hadits.⁷ Sebenarnya kedudukan bisnis dalam Islam berada dalam sub sistem di dalam masyarakat. Hal ini berarti, bahwa eksistensi bisnis memang diakui keberadaannya. Bisnis membutuhkan masyarakat dan masyarakat membutuhkan bisnis. Dengan kata lain, kedua hal ini dibutuhkan dan diperlukan dalam aktivitas kehidupan sehari-hari.⁸ Landasan ajaran Islam yaitu Al-Qur'an dan Al-Hadits memiliki daya jangkauan dan daya atur yang luar biasa, secara universal dapat dilihat dari sisi teksnya yang relevan untuk diimplementasikan dalam wacana kehidupan aktual,⁹ misalnya daya jangkauan dan daya atur dalam masalah ekonomi dan bisnis.

Dalam bisnis, internet mau tidak mau telah merambah hingga terjadi transformasi ruang perdagangan. Tidak hanya ruang perdagangan di dunia nyata, bahkan ruang bisnis di dunia maya juga turut dirambah. Fenomena aktivitas bisnis dengan teknologi internet merupakan term baru dalam dunia bisnis yang populer dengan istilah *E-Commerce*, dan saat ini dalam bahasa Indonesia dikenal dengan istilah *Perniagaan Elektronik*. Penggunaan fasilitas internet memungkinkan aktivitas bisnis dilakukan di mana, dan kapan pun tanpa harus mempertemukan pihak yang bertransaksi secara fisik.¹⁰ Hal tersebut memberikan banyak kelebihan dan kemudahan bagi para pelaku bisnis dan membuat setiap personal untukantisipasi dalam menyikapinya, karena tidak semua fasilitas bisnis via internet (*online*) memiliki dampak positif. Dampak negatif yang akan terjadi harus diperhatikan pula, seperti yang terkait dengan penerapan dan penyimpangan prinsip syari'ah seperti prinsip keadilan, keseimbangan (*equilibrium*) serta prinsip suka sama suka atau prinsip *ridha*.¹¹

Berbagai jenis transaksi dalam dunia internet bisa dilakukan, namun harus dipahami dan dikaji relevansinya dengan prinsip-prinsip syari'ah dan aspek ekonominya. Karena pada dasarnya dalam intraksi muamalah segala transaksi boleh dilakukan kecuali aktivitas transaksi yang sudah dilarang. Gejala yang demikian tentunya harus diwaspadai, untuk itu *filter* yang berupa moral dan *qanun* (undang-undang) harus senantiasa dipegang agar dapat menilai apakah mekanisme yang dilakukan sudah mengarah pada *fair trade* yang tidak merugikan salah satu pihak atau sebaliknya, karena *unfair trade* tidak sejalan dengan sistem dan aturan main dalam bisnis Islam.¹²

Pola transaksi *E-Commerce*, merupakan sebuah olahan hasil inovasi kreatif yang dikembangkan dari pola tradisional yang konvensional. Perkembangan zaman yang berkorelasi positif dengan perkembangan peradaban dan budaya umat manusia, semakin menuntut pada hal-hal yang bersifat praktis, efisien, ekonomis, instan atau aktual-kontemporer dalam dimenasi dan

⁶ Yahya Ahmad Zein, *E-Kotrak Elektronik*, hlm. 3.

⁷ *Ibid.*, hlm. vi.

⁸ Muhammad, *Etika Bisnis*, hlm. 73.

⁹ *Ibid.*, hlm.. 72.

¹⁰ Jusmaliani, *Bisnis Berbasis*, hlm. 199.

¹¹ *Ibid.*, hlm. 182.

¹² Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syari'ah*, hlm. 182.

setiap sektor serta ranah kehidupan manusia. Dengan misi *rahmatan lil alamin*, Islam hadir bukan untuk mengekang kreatifitas umat manusia dalam menjalani kehidupannya. Islam justru hadir dengan mengusung dan membawa norma dan etika baik, *mashlahah* dan manfaat bagi diri sendiri, keluarga, masyarakat juga bagi bangsa dan bagi peradaban manusia yang global.

Konsep *Tarâdin* (Kerelaan)

Berbicara tentang konsep *Tarâdin* (kerelaan), ia merupakan bagian yang tidak bisa dipisahkan dalam akad transaksi apa pun bentuk dan jenisnya. Prinsip *Tarâdin* dalam jual beli, secara implisit mengandung larangan jual beli secara paksa karena apabila ada paksaan dalam transaksi maka itu diharamkan. *Tarâdin* menjadi salah satu prinsip yang sangat penting dalam transaksi jual beli, karena segala transaksi yang dilakukan harus berdasarkan keridhaan di antara masing-masing pihak. Apabila dalam transaksi tidak terpenuhi prinsip ini, maka sama artinya dengan memakan harta orang lain dengan cara batil. Sebagaimana yang termaktub dalam surat an-Nisa ayat 29.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.

Dari kandungan ayat di atas, Allah swt., dengan sangat jelas memberikan *warning* yang keras kepada umat-Nya untuk jangan pernah mengkonsumsi hak orang lain dengan cara batil, dan segala bentuk *tijarah* atau perniagaan harus didasarkan pada asas keridhaan dari kedua belah pihak dan masing-masing pihak melaksanakannya dengan penuh kesadaran dan pilihannya, dan menjadi kesempurnaan suatu kerelaan adalah agar apa yang menjadi akad merupakan barang/benda yang diketahui, dan barang/benda yang mampu diserahkan. Dengan demikian, tanpa adanya unsur keridhaan maka suatu transaksi masuk dalam kategori batil.

Menurut Imam Qurthubi bahwa kalimat *تراض* di dalam surat an-Nisa ayat 29 itu merupakan bentuk *musyarakah* dari kata *رضي* yang berarti rela. *Musyarakah* berarti adalah suatu tindakan dan adanya timbal balik dari dua subjek. Maka *عن تراض* di sini berarti adanya unsur saling suka sama suka dari kedua belah pihak.¹³ Di dalam tafsirnya beliau mengutarakan diferensiasi yang variatif terhadap pandangan beberapa tokoh terkemuka tentang konsep *Tarâdin* tersebut. Seperti pendapat imam Syafi'i, Imam ats-Sauriy, imam Al-Auzai dan lainnya bahwa mereka mengatakan¹⁴:

تَمَامُهُ وَجُزْأُهُ بِإِفْتِرَاقِ الْأَبْدَانِ بَعْدَ عُقْدَةِ الْبَيْعِ

Artinya yang menjadi tolak ukur dalam kesempurnaan dan terjadinya transaksi adalah berlakunya keridhaan pada dua belah pihak sesudah mereka berpisah setelah dilakukan akad.

¹³ Abi Abdillah Muhammad bin Ahmad al-Anshory al-Qurthuby, *al-Jami' Liabkamil Qur'an*, (Bairut: Dar al-Kutub al-Alamiah, 1993), hlm.100.

¹⁴ Ibid., hlm. 101.

Artinya sekalipun di antara mereka telah berlangsung akad jual beli, tapi jual beli itu masih bisa dirombak selama mereka belum berpisah.

Sementara itu Abdul Halim Hasan Binjai menjelaskan bahwa *ridha* itu merupakan satu tindakan yang abstrak. Oleh sebab itu, wajib mengatungkannya dengan satu isyarat yang dapat menunjukkan *ridha* tersebut, yaitu dengan ikatan akad.¹⁵ Sedangkan Imam al-Syaukani dalam kitabnya *al-Darari al-Mudhi'ah Syarah al-Durar al-Bahiyyah* mengatakan bahwa *أساسُ الْأَهَمِّ فِي الْبَيْعِ الرَّضَى* yaitu prinsip yang paling urgen dan fundamental dalam transaksi jual beli adalah adanya unsur suka sama suka.¹⁶ Dengan kata lain, bahwa dalam melakukan transaksi jual beli orang dapat mengungkapkan perasaannya dengan berbagai cara, seperti dengan lisan, isyarat, tulisan, perantara berita dan sebagainya, karena yang terpenting maksud dan tujuan transaksi tercapai. Perasaan suka sama suka tidak mutlak hanya terucap dengan ucapan lisan semata, tetapi dapat juga dilakukan dengan cara-cara lain, asal dapat dimengerti oleh kedua belah pihak.

M. Quraishy Syihab dalam tafsirnya menjelaskan tentang pengertian *Tarâdin*. Beliau menginterpretasikan bahwa dalam jual beli sikap suka sama suka sangat dituntut dan diharuskan, walaupun kerelaan itu merupakan hal yang tersembunyi di lubuk hati, namun indikator dan tanda-tandanya dapat dilihat, apa saja yang dikenal dalam adat kebiasaan sebagai bentuk serah terima adalah bentuk-bentuk yang digunakan hukum untuk menunjuk pada suatu kerelaan.¹⁷ Sementara itu, Burhanuddin S. Menyatakan bahwa tanda-tanda keridhaan tidak dapat diketahui secara lahiriyah, namun bisa dilihat melalui ijab dan qabul yang dinyatakan para pihak sebelum mereka berpisah. Pernyataan ijab qabul dapat diwujudkan dalam berbagai bentuk, yang paling utama adalah dengan lisan. Namun perlu diketahui, dalam keadaan tertentu pernyataan melalui ucapan digantikan dengan tulisan maupun perbuatan seperti yang marak terjadi belakangan ini, yaitu bisnis *E-Commerce*.¹⁸

Di dalam buku *Hukum Ekonomi Syari'ah di Indonesia*, Mardani mengungkapkan beberapa pendapat para ulama tentang konsep *Tarâdin* yaitu¹⁹ :

“Bagaimana wujud dari suka sama suka itu? Ulama Syafi'iyah, Syi'ah dan Dzahiriyah memahami bahwa wujudnya adalah dalam bentuk ucapan lisan, karenanya mereka mewajibkan adanya akad dalam jual beli. Berbeda dengan mereka, jika dilihat dari struktur bahasa, kalimat *Tarâdin* dalam ayat di atas mengambil bentuk *nakirah*. Sehingga wujud dari *Tarâdin* bisa beragam jenisnya sesuai dengan perkembangan zaman, dan karenanya tidak mutlak terbatas dengan lisan. Orang boleh mengungkapkannya dengan cara lain, seperti dengan isyarat, tulisan dan sebagainya asalkan dapat membuktikan rasa suka sama suka, dan transaksi *via* telepon internet adalah bagian *Tarâdin minkum*.”

Menurut Jusmaliani bahwa pengertian sama-sama *ridha* tidak hanya dalam makna yang sempit, melainkan mencakup pengertian bahwa tidak ada pihak yang dizalimi dan adanya keikhlasan dari pihak-pihak yang terlibat.²⁰ Dari pengertian yang dipaparkan oleh dua tokoh tersebut mengindikasikan bahwa sesungguhnya cakupan *Tarâdin* (suka sama suka) tidak hanya meliputi transaksi *face to face* semata, namun bisa direalisasikan pada tatanan transaksi online. Tidak ada syarat mutlak yang menjelaskan bahwa *Tarâdin* harus dilakukan dengan lisan atau tulisan antara para pihak, namun *Tarâdin* dapat dilakukan dengan cara-cara yang bisa dipahami oleh para pihak, seperti

¹⁵ Abdul Halim Hasan Binjai, *Tafsir al-Ahkam*, (Jakarta: Kencana, 2006), hlm. 258-260.

¹⁶ Imam al-Syaukani, *al-Darari al-Mudhi'ah Syarah al-Durar al-Bahiyyah*, (Bairut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyah, 1987), hlm. 250.

¹⁷ Quraish Shihab. *Tafsir Al-Misbah*, hlm. 98.

¹⁸ Burhanuddin S, *Hukum Kontrak Syari'ah*, (Yogyakarta: BPFE, 2009), hlm. 75.

¹⁹ Mardani, *Hukum Ekonomi Syari'ah*, hlm. 205.

²⁰ Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syari'ah*, hlm.188.

dengan cara lisan, tulisan, dan isyarat. Dengan demikian, *ridha* dapat divisualisasikan dengan cara apa pun yang dapat menimbulkan kesepakatan antara para pihak.

Sedangkan dalam KHES (Kompilasi Hukum Ekonomi Syari'ah), prinsip *Tarâdin* diartikan sebagai suatu kesepakatan atau di dalam hukum kontrak disebut dengan asas konsensualisme. Konsensualisme itu sendiri berasal dari kata "*consensus*" yang berarti kesepakatan. Kesepakatan dalam asas konsensualisme ini berarti persesuaian kehendak, namun kehendak tersebut harus dinyatakan. Dengan kesepakatan dimaksudkan bahwa di antara pihak-pihak yang bersangkutan tercapai suatu persesuaian kehendaki, artinya apa yang dikehendaki oleh yang satu dikehendaki pula oleh yang lain dan kedua kehendak tersebut bertemu dalam kata sepakat. Pernyataan kehendak tidak terbatas pada pengucapan perkataan semata, namun dapat dicapai dengan memberikan tanda-tanda yang dapat menterjemahkan kehendak tersebut.²¹ Dengan kata lain, kesepakatan dapat terjadi dengan berbagai cara dan dalam KHES kesepakatan dalam jual beli dapat dilakukan dengan tulisan, lisan, dan isyarat yang ketiganya memiliki hukum yang sama. Akan tetapi, pengertian kerelaan/kesepakatan tidak hanya dalam makna yang sempit, melainkan mencakup pengertian bahwa tidak ada pihak yang dizalimi dan disakiti serta adanya keikhlasan dari masing-masing pihak.

Bisnis Online/E-Commerce

Bisnis online adalah bisnis yang dijalankan melalui media internet.²² Term bisnis *online* tersebut makin populer dengan istilah *E-Commerce* atau perniagaan elektronik. *E-Commerce* merupakan gabungan dari dua kata yaitu *Electronic Commerce* atau perniagaan elektronik. *E-Commerce* itu sendiri dapat diartikan sebagai suatu kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen, manufaktur, *service providers* dan pedagang perantara dengan menggunakan fasilitas internet.²³ *E-Commerce* merupakan satu dari sekian nama yang dipergunakan orang untuk maksud yang sama. nama lain yang dipakai untuk menyebut *E-Commerce* adalah *Internet Commerce*, *Icom*, *Ecom*, *dotcom*, dan *online*.

Triton Prawira Budi mendefinisikan *E-Commerce* sebagai perdagangan elektronik di mana bentuk transaksi perdagangan baik membeli maupun menjual dilakukan melalui elektronik pada jaringan internet.²⁴ Internet itu sendiri secara etimologi adalah kependekan dari *international network* yang mempunyai pengertian jaringan yang terhubung secara internasional.²⁵ Sedangkan secara terminologi, internet adalah suatu jaringan yang menghubungkan jaringan-jaringan lainnya yang tersebar di seluruh dunia. Jaringan tersebut terdiri dari jaringan berkala kecil sampai jaringan besar.²⁶ Sementara itu, Onno W. Purbo mengartikan *E-Commerce* sebagai satu set dinamis teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan komunitas tertentu melalui

²¹ Yahya Ahmad Zein., *Kontrak Elektronik*., hlm. 70.

²² Lingga Buana, *Smart Business Online : Solusi Cerdas Belajar Bisnis Online*, (Bekasi: Laskar Aksara), hlm.7.

²³ Abdul Halim Barakatullah & Teguh Prasetyo. *Bisnis E-Commerce : Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006), cet.2. hlm. 10.

²⁴ Triton Prawira Budi. *Bisnis Lewat Internet*. (Yogyakarta: ORYZA, 2009), hlm. 16.

²⁵ Margianti dan D.Suryadi, *Sistem Informasi Manajemen*, (Jakarta: Gunadarma, 1994), Cet. Ke-1, hlm. 470.

²⁶ Julia Aswunatha dan Suharto, *Panduan Praktis Internet*, (Jakarta: Widyaloka, 1996), hlm. 1.

transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan dan informasi yang dilakukan secara elektronik.²⁷

Berbeda dengan beberapa pandangan di atas, Gemala Dewi menjelaskan bahwa *E-Commerce* merupakan perjanjian melalui *online contract* yang pada prinsipnya sama dengan perjanjian pada umumnya. Perbedaannya terletak pada ketiadaan bertemunya para pelaku kontrak secara fisik (*face to face*) dan media dalam membuat perjanjian tersebut. Walaupun dalam beberapa jenis *online contract* tertentu, objek perikatannya hanya dapat diwujudkan dalam media elektronik, sebab objek perikatannya berupa muatan digital seperti jasa untuk mengakses internet. Fasilitas yang biasa dan sering digunakan dalam membentuk perjanjian lewat internet adalah fasilitas EDI (*Electronic Data Interchange*), yaitu suatu mekanisme pertukaran data secara elektronik yang umumnya berupa informasi bisnis yang rutin di antara beberapa komputer dalam suatu susunan jaringan komputer yang dapat mengolahnya.²⁸

Bagi banyak kalangan, *E-Commerce* merupakan suatu teknologi baru yang belum cukup dikenal. Menurut Gemala Dewi *E-Commerce* adalah suatu aktivitas perniagaan seperti layaknya perniagaan pada umumnya, hanya saja para pihak yang bertransaksi tidak beretmu secara fisik akan tetapi secara elektronik melalui media internet.²⁹

Dari beberapa definisi dan kajian di atas, penulis melihat bahwa konsep *E-Commerce* merupakan model bisnis modern yang *non-fice* dan *non-sign*. *Non-fice* artinya tidak menghadirkan pelaku bisnis secara fisik, karena dapat dilakukan di mana pun dan kapan pun, tidak terikat oleh waktu dan tanpa batas wilayah. Sedangkan *non-sign* artinya tidak memakai tanda tangan asli akan tetapi menggunakan tanda tangan elektronik. *E-Commerce* itu sendiri telah merubah paradigma bisnis klasik dengan menumbuhkan model-model intraksi antara produsen dan konsumen di dunia virtual.

Mekanisme *Tarâdin* Persepektif Ekonomi Islam

Adapun kaitannya dengan mekanisme *Tarâdin* dalam ekonomi Islam maka ada dua aspek yang menjadi tinjauannya, yaitu

1. *Tarâdin* Dalam Transaksi Jual Beli

Bila dicermati, sesungguhnya ada beberapa prinsip dalam Islam yang berkaitan dengan kontrak muamalah atau transaksi jual beli yaitu:³⁰ *Pertama*, asas kerelaan dari semua pihak yang terkait (*Tarâdin*). Oleh karena itu setiap transaksi yang dilakukan karena unsur paksaan dan tekanan maka hukumnya tidak sah. *Kedua*, larangan praktek penipuan dan pemalsuan, termasuk dalam hal ini memakan harta orang lain secara batil. seperti sumpah, janji iklan, penawaran dan promosi dengan barang atau jasa ataupun harga palsu. *Ketiga*, tradisi, prosedur, sistem, konvensi, norma, kelaziman dan kebiasaan bisnis yang berlaku tidak bertentangan dengan prinsip syariah seperti praktek riba dan spekulasi yang merupakan asas pengikat dan komitmen dalam bisnis. Hal ini berdasarkan kaidah ushul fiqh “المعروف بين التجار” yang artinya tradisi yang berlaku di kalangan pembisnis diakui sebagai komitmen lazim yang mengikat.³¹ *Keempat*, transaksi didasari atas dasar niat dan i'tikad baik

²⁷ Onno W. Purbo dan Aang Arif Wahyudi, *Mengenal e.Commerce*. (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2001). hlm. 2.

²⁸ Gemala Dewi. Dkk. “*Hukum Perikatan Islam di Indonesia*”. (Jakarta: Kencana, 2006), hlm. 196.

²⁹ *Ibid.*, hlm. 196.

³⁰ Setiawan Budi Utomo, *Fiqh Aktual, Jawaban Tuntas Masalah Kontemporer*, (Jakarta: Gema insani, 2003), hlm. 63 -65.

³¹ Musthafa Ahmad Zarqa, “*Syarh al-Qawa'id al-Fiqhiyyah*”, (Damaskus: Dar al-Qalam, 1987), hlm. 239.

serta menghindari kelecikan dan akal-akalan (*moral hazard*) dengan mencari celah hukum dan ketentuan seharusnya. *Kelima*, *deal* atau kesepakatan dilangsungkan secara serius, konsekuen, komit dan konsisten. *Keenam*, transaksi didasarkan atas dasar prinsip keadilan dan toleransi.

Pada dasarnya setiap orang berhak menentukan objek, isi atau materi dari transaksi apapun yang dikehendaki. Namun demikian, agar suatu transaksi perekonomian sejalan dengan ketentuan syari'at Islam dan memiliki akibat hukum secara syar'i, maka harus berpegang kepada beberapa asas pokok berikut.³²

- a. **Asas Mengikat.** Setiap transaksi yang sah bersifat mengikat dan harus dilaksanakan dengan sebaik-baiknya oleh para pihak. Hal tersebut sebagaimana yang tercantum dalam Al-Qur'an yang berbunyi ;

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُتْلَى عَلَيْكُمْ غَيْرِ مُحِلِّي الصَّيْدِ
وَأَنْتُمْ حُرْمٌ إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu (Al-Maidah ; 1)

- b. **Asas kemauan bebas.** Transaksi harus dibangun di atas prinsip kemauan bebas di antara para pihak yang melakukannya. Karena di dalam Islam salah satu syarat sahnya sebuah transaksi adalah adanya kerelaan (*Tarâdin*) dari para pihak tanpa ada paksaan ataupun intimidasi dari siapa pun.
- c. **Asas kejujuran.** Transaksi harus didasarkan pada prinsip kejujuran dan transparan. Bila dalam suatu transaksi terdapat klausul yang sengaja dibuat samar guna membuka peluang untuk menipu pihak lain, maka sesungguhnya itu merupakan suatu pelanggaran syar'i.
- d. **Prinsip Halal.** Semua bentuk transaksi harus berada dalam lingkup arena kegiatan usaha yang halal, baik halal dari aspek jenis kegiatan maupun dari aspek barang yang menjadi objek transaksi.

2. *Tarâdin* Dalam Bisnis Online

Dalam al-Qur'an tidak ditemukan secara eksplisit keharusan transaksi dalam satu tempat dan waktu tertentu. Namun secara umum bahwa soal tempat dan waktu diserahkan kepada manusia tentang mekanismenya, yang terpenting adalah terciptanya sukarela antara para pihak. Pertanyaan pun sering kali mencuat ketika berbicara tentang konsep kerelaan tersebut. Bagaimana wujud dari kerelaan itu? Bila kita merivew beberapa pendapat para ulama seperti Syafi'iyah, Syi'ah dan Dzahiriyah mereka memahami bahwa wujud kerelaan adalah dalam bentuk ucapan lisan, karenanya mereka mewajibkan adanya akad dalam jual beli sebagaimana yang telah dikutip sebelumnya. Sedangkan menurut Abu Halim Hasan al-Binjai, Syaikh Abdurrahman bin Nashir as-Sa'adi, dan Quraisy Syihab bahwa indikator kerelaan adalah apa saja yang dikenal dalam adat kebiasaan sebagai bentuk serah terima adalah bentuk-bentuk yang digunakan hukum untuk menunjuk pada suatu kerelaan atau dengan hal apa pun yang menunjukkan kepadanya berupa perkataan maupun perbuatan bisa tercapai suatu kerelaan, maka tercapai pula akad yang dimaksud dengan tindakan atau perbuatan tersebut. Sedangkan dalam Pasal 1458 KUHPdata disebutkan bahwa jual beli dianggap telah terjadi antara kedua belah pihak, segera setelah orang-orang itu mencapai

³² Miftahul Huda, "*Aspek Ekonomi dalam Syari'at Islam*". (Mataram: LKBH IAIN Mataram, 2007), hlm.76.

kesepakatan tentang barang tersebut beserta harganya, meskipun barang tersebut belum diserahkan dan harganya belum dibayar.³³

Kaitannya dengan konsep kerelaan dan indikasi tercapainya kerelaan tersebut bisa dilihat dalam transaksi nyata, maka akan muncul permasalahan ketika konsep tersebut disandingkan dengan bisnis yang tidak ada dalam keadaan nyata atau bisnis online (*E-Commerce*). Untuk mengukur dan mengetahui kerelaan dalam dunia virtual tersebut, bisa divisualisasikan dengan mengungkapkan bahwa di dalam akad transaksi terdapat unsur dan syarat dalam suatu akad, salah satunya adalah unsur *shigat*. Di dalam *shigat* ada beberapa media yang dapat dipergunakan untuk mengungkapkan *shigat* tersebut yang terdiri dari; perkataan lisan, perbuatan, isyarat dan tulisan. Akad online merupakan akad dengan media tulisan, baik kondisi para pihak mampu berbicara secara lisan atau tidak, atau keduanya sama-sama hadir atau tidak. Karena syarat akad dengan media tulisan harus bersifat permanen/tidak mudah rusak (*mustabinah*), sehingga tulisannya masih tetap keberadaannya sampai waktu akad sudah selesai. Di samping itu, akad tersebut harus dilaksanakan sesuai dengan standar yang berlaku, ditulis secara jelas dan ditandatangani secara suka rela oleh kedua belah pihak.³⁴

Selain itu, menurut Syamsul Anwar bahwa dalam hukum perjanjian ada yang disebut dengan akad konsensual,³⁵ yang berarti bahwa jenis akad yang berdasarkan pada kesepakatan para pihak tanpa memerlukan formalitas-formalitas tertentu, walaupun kadang-kadang disyaratkan harus adanya formalitas tertentu seperti harus tertulis. Akan tetapi hal tersebut tidak menghalangi keabsahan dan kevalidan dari akad tersebut. Sedangkan menurut Imam Al-Bajuri bahwa ungkapan, baik tulisan maupun isyarat merupakan bentuk dari *Tarâdin* dalam transaksi jual beli.³⁶

Mardani berpendapat bahwa indikasi tercapainya kerelaan beragam jenisnya sesuai dengan perkembangan zaman, tidak terbatas dengan lisan, akan tetapi orang boleh mengungkapkannya dengan cara lain seperti dengan isyarat, tulisan, dan lain sebagainya yang terpenting adalah dapat membuktikan sikap rela dalam transaksi tersebut.³⁷ Hal tersebut didasarkan pada lafaz *Tarâdin*, lafaz tersebut bila dilihat dari sisi bahasa, kalimatnya menggunakan bentuk *nakirah*. Penulis sependapat dengan apa yang diutarakan oleh beliau bahwa kata *Tarâdin* merupakan bentuk *nakirah*. *Nakirah* itu sendiri di dalam ilmu linguistik Arab berarti kalimat memiliki arti yang masih bersifat umum. Dengan demikian, bentuk kerelaan tidak bisa disfiksikan ke dalam bentuk yang pasti dan tertentu.

Kembali kepada sub pembahasan sebelumnya, bahwa kerelaan diartikan sebagai sebuah kesepakatan, dan kesepakatan bisa diwujudkan dengan beberapa teori. Dari semua teori kesepakatan, peneliti menganggap teori ucapan dan pernyataan paling relevan dengan bisnis online. Dalam bisnis online tercapainya kesepakatan bisa ditunjukkan dengan mengucapkan atau menuliskan kalimat “setuju”, “accoord”, “ok”, dan lain sebagainya ataupun dengan sama-sama menandatangani di bawah pernyataan tertulis sebagai bukti bahwa para pihak telah menyetujui segala apa yang tertera di atas tulisan itu.³⁸ Oleh sebab itu, pernyataan yang dilakukan oleh seorang pembeli dan penjual dalam dunia virtual tersebut merupakan bentuk kerelaan yang nyata.

Dengan demikian, bisnis online merupakan konsekuensi logis dari kemajuan ilmu pengetahuan komunikasi dan informasi. Karena persoalan jual beli dalam Islam tampaknya bukan dilihat dari jenis atau model sarana yang digunakan, tetapi lebih ditekankan pada prinsip moral dan spritual, seperti kehalalan, kejujuran, kemaslahatan, dan kerelaan.³⁹ Hal

³³ Yahya Ahmad Zein, *Kontrak Elektronik*, hlm. 68.

³⁴ Miftahul Huda, *Aspek Ekonomi*, hlm. 83.

³⁵ Syamsul Anwar, *Hukum Perjanjian Syari'ah: Studi Tentang Teori Akad dalam Fikih Muamalah*, (Jakarta: Rajawali Press, 2007), hlm. 78.

³⁶ Ibrahim al-Bajuri, *Al-Bajuri*, (Dar. Ihya al-Kutub al-Arabiyah, 1999), Jilid I, hlm. 341.

³⁷ Mardani, *Hukum Ekonomi Syari'ah*, hlm. 206.

³⁸ Yahya Ahmad Zein, *E.Kontrak Elektronik*, hlm. 69.

³⁹ Mardani, *Hukum Ekonomi Syari'ah*, hlm. 210.

yang paling penting adalah selama transaksi jual beli berjalan pada kaidah dan koridor tersebut, maka segala bentuk transaksi apa pun dibolehkan, termasuk transaksi jual beli yang dilakukan secara online.

Dalam konsep ekonomi Islam dikenal istilah prinsip *mashlahah*. *Mashlahah* itu sendiri adalah sesuatu yang ditunjukkan oleh dalil hukum tertentu yang membenarkan atau membatalkan atas segala tindakan manusia dalam rangka mencapai tujuan syara' yaitu memelihara agama, jiwa, akal, harta benda dan keturunan.⁴⁰ Dalam kajian surat an-Nisa ayat 29 termaktub dengan jelas bahwa Allah telah melarang hamba-Nya untuk mengkonsumsi sesuatu dengan cara bathil karena akan mendatangkan kemudharatan bagi pelakunya secara khusus dan orang lain secara umum. Namun demikian, Allah swt., menginstruksikan kepada semua hamba-Nya untuk melakukan segala transaksi dengan cara ridha antar sesama, baik itu penjual atau pun pembeli, karena kerelaan antara dua belah pihak menentukan bathil atau tidak bathilnya, baik atau tidak baiknya suatu ikatan transaksi. Bila dalam suatu transaksi didasari kerelaan maka transaksi tersebut bisa dipastikan akan berdampak pada kemashlahatan bersama, masing-masing pihak tidak ada yang terzalimi dan tertipu. Atas dasar itulah, Islam mengajarkan umatnya untuk senantiasa menjalani transaksi di atas keridhaan bersama.

Aspek *mashlahah* dari bisnis online bisa dirasakan saat ini yaitu dapat mengurangi *cost* dalam operasional bisnis, baik karyawan, tempat dan waktu. Semuanya bisa berjalan secara efektif dan efisien. Di samping itu, manfaat yang dirasakan adalah sedikitnya resiko kerugian yang ditimbulkan akibat bisnis tersebut, karena biaya yang dibutuhkan untuk menggeluti bisnis online itu relatif murah, tidak membutuhkan modal banyak. Hanya perlu perangkat komputer plus koneksi internet. Dengan dua modal tersebut, seseorang mampu menjalani bisnis pada tempat dan ruang waktu yang lebih luas. Manfaat yang lain adalah semakin luasnya pangsa pasar untuk mendistribusikan barang dan jasa melalui media elektronik, sehingga para konsumen atau produsen dapat dengan mudah mengakses dan menemukan keinginannya. Maka dengan demikian, dua aspek tersebut menjadi salah satu alasan implemementasi asas kerelaan dalam bisnis online.

Selain itu, dalam hukum Islam (*muamalah*) dikenal dengan asas kebolehan. Dalam perjalanannya Islam memberikan kesempatan luas kepada manusia untuk mengembangkan dan mengkreasikan bentuk dan pola muamalah sesuai dengan perkembangan zaman dan kebutuhan umat manusia sepanjang hubungan tersebut tidak dilarang oleh Al-Qur'an dan Al-Hadits.⁴¹

Sebagaimana yang diungkapkan pada pembahasan sebelumnya bahwa asal segala bentuk transaksi adalah boleh selama tidak ada dalil yang mengacu pada pengharaman dan larangannya. Dengan demikian dari aspek hukum, bisnis online merupakan pola transaksi yang dibolehkan karena ditinjau setidaknya dari empat aspek; *pertama*, aspek kebolehan; *kedua*, aspek *maqashid al-Syar'iyah*; *ketiga*, aspek substansi dan sasaran yang ingin dicapai; *keempat*, aspek analogi yang dipergunakan.⁴² Dari empat aspek yang diutarakan, maka akan ditemukan benang merah antara legalitas bisnis online dengan konsep yang ditawarkan oleh al-Qur'an yaitu konsep *Tarâdin*.

Sementara itu keberadaan konsep *Tarâdin* dalam muamalah merupakan bagian yang wajib ada, karena dia adalah item terpenting dalam penentuan sah atau tidak sah, batal atau tida batalnya suatu akad transaksi. Pola transaksi yang terjalin dalam bisnis online sesuai dengan empat aspek di atas, sesungguhnya tidak bisa terlepas dari asas kerelaan. Dengan demikian, bisnis dalam bentuk apa

⁴⁰ Mardani, *Hukum Ekonomi Syari'ah*, hlm.178.

⁴¹ Gemala Dewy, dkk, *Hukum Perikatan Islam*, hlm.197.

⁴² Mardani, *hukum Ekonomi Syari'ah*, hlm. 208.

pun dan pola apa pun yang berkembang di tengah kehidupan manusia harus dan wajib dikemas dengan baik dan relevan sesuai dengan konsep *Tarâdin* agar masing-masing pihak tidak merasa dizalimi atau tertipu.

Kerja sama antar pelaku atau kesepakatan yang dituangkan ke dalam blok-blok ternyata dalam pandangan Islam bukanlah suatu yang secara otomatis dilarang. Namun pola, corak serta tujuan dari kerja sama tersebut sebagai penentu arah boleh tidak bolehnya hal tersebut dijalankan. Dalam hukum ekonomi Islam dikatakan bahwa kesepakatan dalam transaksi dinyatakan dengan media ijab dan kabul sebagai manifestasi dari kerelaan kedua belah pihak. Pernyataan ijab kabul itu bisa dilakukan melalui lisan, tulisan, isyarat atau perbuatan yang menjadi kebiasaan dalam ijab dan kabul.

Kaitannya dengan hal tersebut, maka dalam bisnis online pernyataan kesepakatan sebagai bentuk kerelaan dapat dinyatakan dalam bentuk media-media yang termuat dalam jaringan internet tersebut, seperti *chatting*, *video conference*, dan *hosting*. Pernyataan di masing-masing media tersebut bisa dinyatakan dengan pola yang sudah disiapkan, seperti pernyataan melalui e-mail dapat dinyatakan dengan menulis spesifikasi produk dan tata cara pembayarannya lalu proses pengirimannya ke *merchant*. Sedangkan melalui website, pernyataan kesepakatan dapat dilakukan dengan cara pembeli mengklik tombol persetujuan setelah melewati beberapa *instruction* dan beberapa syarat dan ketentuan yang biasa tawaran persetujuan tersebut tertera dengan kata “*accept*” atau “*aggre*” sebagai tanda setuju untuk menjalin kontrak yang kemudian dilanjutkan dengan proses pembayaran dan pengiriman.

Transaksi atau perdagangan dalam Islam yang akan mendatangkan kegunaan yang lebih besar bagi kedua belah pihak adalah perdagangan yang dilakukan berdasarkan suka sama suka. Manfaat ekonomis yang akan diperoleh para pelaku bisnis dengan sistem suka sama suka akan jauh lebih banyak, bermanfaat dan barakah bagi kehidupannya. Sistem nilai Islam yang mendasari perilaku transaksi merupakan suatu yang urgen untuk diungkapkan, karena transaksi ekonomi ternyata memiliki misi *profit orientied dunia and akhirat*, yang artinya memiliki dua dimensi, yaitu dimensi dunia dan dimensi akhirat.

Kaitannya dengan hal tersebut, keberadaan bisnis online yang nota bene adalah bisnis modern yang dapat dilaksanakan dengan prinsip Islam. Bila dicermati dengan misi dari ekonomi Islam di atas dan sesuai dengan prinsip Islam, maka dari sisi dimensi manfaat dunia, bagi para penjual manfaatnya adalah adanya pengurangan *cost* serta efektif dan efisiensinya waktu yang dipergunakan dalam menjalani bisnis, yang mau tidak mau akan berpengaruh pada *income* yang jauh lebih banyak karena resiko yang timbul tidak terlalu banyak. Pemangkasan biaya operasional dan manajemen serta peningkatan pendapatan yang cukup menjanjikan, membuat bisnis online menjadi primadona di era sekarang ini.

Sedangkan manfaat untuk para pembeli adalah dapat dengan mudah mengakses barang yang sekiranya tidak ada di pasar atau mungkin ada di pasar akan tetapi berada di tempat yang jauh, untuk menghemat waktu dan *cost* dalam menjajaki aneka konsumsi yang diinginkan maka media online dirasa paling pas untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Seorang penjual bisa mengakses atau *browsing* di internet untuk mencari kebutuhan melalui rumah, tidak lagi harus pergi ke pasar dengan mengeluarkan biaya transportasi dan lain-lain, akan tetapi cukup melakukannya lewat rumah kemudian membayar dan menunggu. Dengan demikian, pengeluaran yang kiranya 100% ketika bertransaksi di *offline market* bisa akan berkurang menjadi 80% bahkan kurang ketika bertransaksi di *online market*.

Sedangkan dari sisi dimensi ukhrawi, keberadaan *online market* di tengah kehidupan umat Islam memberikan nuansa tersendiri bagi pola hidup baru umat Islam. Secara prinsipil bahwa kehadiran bisnis online merupakan hal sangat bermanfaat. Islam dengan sangat jelas menerangkan bahwa sesungguhnya manusia dilarang untuk boros dalam mengkonsumsi yang berakibat pada *mubadzir*, akan tetapi Islam menginstruksikan kepada umatnya untuk menggunakan hartanya dengan cara hemat. Ketika bisnis online tersebut digeluti dengan prinsip syar'i, maka aktivitas tersebut menjadi lebih bermanfaat dan bermakna bagi para pelaku karena tidak ada yang terzalimi dan tertipu. Keamanan, kenyamanan, dan keharmonisan pun akan tetap tumbuh bila segala transaksi bisnis dijalani dengan jujur, amanah, dan adil.

Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah peneliti paparkan sebelumnya, maka pada bagian ini peneliti dapat menarik kesimpulan terkait penelitian tersebut :

1. Mekanisme konsep *Tarâdin* dalam muamalah Islam, merupakan salah satu prinsip yang harus ada. Secara zahir bahwa kerelaan merupakan suatu yang abstrak, maka untuk mengetahui adanya kerelaan diperlukan beberapa faktor pendukung sebagai indikator adanya kerelaan seperti lisan, tulisan, isyarat dan perbuatan. Indikasi tercapainya bisa diwujudkan melalui apa saja yang dikenal dalam kebiasaan sebagai bentuk serah terima. Karena kerelaan merupakan suatu yang abstrak, maka dapat divisualisasikan dan dinyatakan dengan suatu cara yang bisa menterjemahkan kehendak tersebut.
2. Adapun mekanisme bisnis online, pada dasarnya merupakan trend baru dalam dunia bisnis yang melibatkan teknologi komputer dan telekomunikasi secara intensif sebagai sarana. Para penjual dan pembeli tidak lagi bertemu secara fisik, namun cukup dengan mendatangi *online market* kedua belah pihak sudah bisa menjalani bisnis. Segala bentuk transaksi yang ada seperti cara pembayaran dan proses kesepakatan menggunakan media online dengan melalui beberapa syarat dan ketentuan yang berlaku di masing-masing *online market*.
3. Impelementasi konsep *Tarâdin* pada bisnis online bisa dilihat dari tiga aspek yaitu : aspek manfaat/mashlahah, aspek hukum dan aspek ekonomis. Ketiga aspek tersebut merupakan alasan penerapan asas kerelaan pada bisnis online. Maka dengan demikian, *Tarâdin* merupakan konsep yang relevan dan fleksibel dalam menjawab fenomena dunia usaha umat manusia.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Halim Hasan Binjai, *Tafsir al-Ahkam*, (Jakarta: Kencana, 2006)
- Abdul Halim Barakatullah & Teguh Prasetyo. *Bisnis E-Commerce : Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006),
- Abdurrahman Nashir as-Sa'adi: Penerjemah, Muhammad Iqbal. *Tafsir as-Sa'adi*, Juz.2. (Jakarta: Darul Haq, 2007)
- Abi Abdillah Muhammad bin Ahmad al-Anshory al-Qurthuby, *al-Jami' Liahkamil Qur'an*, (Bairut: Dar al-Kutub al-Alamiah, 1993)
- Abudin Nata, *Metodologi Studi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2000),

- Adiwarman Azwar Karim, *Bank Islam : Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007)
- Ahmadi Miru, “*Hukum Kontrak & Perencanaan Kontrak*”, (Jakarta: Rajawali Press, 2010)
- Burhanuddin S., *Hukum Kontrak Syari’ah*, (Yogyakarta: BPFE, 2009)
- David Dwi Marta, *Bisnis Online; Usaha WAH (Work At Home) dan Bisnis SAH (Stay At Home)*, (Yogyakarta: KATA BUKU, 2010)
- Departemen Agama RI. *Al-Qur’an dan Terjemahan : Al-Jum’ânatul ‘Ali*, (Bandung: CV. Penerbit J-ART, 2004).
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. (Jakarta: Balai Pustaka, 1995)
- Gemala Dewi. Dkk. “*Hukum Perikatan Islam di Indonesia*”. (Jakarta: Kencana, 2006).
- H. M. Arifin Hamid, *Membumikan Ekonomi Syari’ah di Indonesia : Perspektif Sosio-Yuridis*, (Jakarta: eLSAS, 2007)
- Imam al-Syaukani, *al-Darari al-Mudhi’ah Syarah al-Durar al-Bahiyyah*, (Bairut: Dar al-Kutub al-‘Ilmiyah, 1987).
- Ibrahim al-Bajuri, *Al-Bajuri*, (Dar. Ihya al-Kutub al-Arabiyah, 1999), Jilid I
- Jalaluddin Abdurrahman bin Abi Bakar as-Suyuthi, *al-Jami’us Shagir*, juz. I. (Bairut: Dar al-Fikr, 1989).
- Julia Aswunatha dan Suharto, *Panduan Praktis Internet*, (Jakarta: Widyaloka, 1996).
- Jusmaliani, dkk. *Bisnis Berbasis Syari’ah*. (Jakarta: Bumi Aksara, 2008).
- Lexy J.Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), cet.XXVIII.
- Lingga Buana, *Smart Business Online : Solusi Cerdas Belajar Bisnis Online*, (Bekasi: Laskar Aksara,).
- Louis Ma’luf, *Kamus al-Munjid*, (Bairut: Dar al-Fikr, 1992).
- M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam*, (Jakarta; PT. Raja Grafindo Persada, 2004)
- Mardani, *Hukum Ekonomi Syari’ah*.
- Margianti dan D.Suryadi, *Sistem Informasi Manajemen*, (Jakarta: Gunadarma, 1994), Cet. Ke-1.
- Miftahul Huda, “*Aspek Ekonomi dalam Syari’at Islam*”. (Mataram : LKBH IAIN Mataram, 2007)
- Muhammad, *Etika Bisnis Islam*. (Yogyakarta: UPP-AMP.YKPN, 2004).
- Muhammad bin Ismail al-Kahlani, *Subulussalam*, Juz. III, (Bandung: CV. Diponogoro)

- Muhammad Teguh, *Metedologi Penelitian Ekonomi*, (Jakarta: Rajawali Press, 2005)
- Munir Fuady, “*Pengantar Hukum Bisnis : Menata Bisnis Modern di Era Global*”. (Bandung; PT. Citra Aditya Bakti, 2012)
- Muslihun Muslim, *Fiqh Ekonomi dan Positivisasinya di Indoesia*, (Mataram; LKIM IAIN Mataram, 2006)
- Mustafa Kamil, *Wawasan Islam dan ekonomi :Sebuah Bunga Rampai*. (Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 1997).
- Musthafa Ahmad Zarqa”, *Syarh al-Qawa”id al-Fiqhiyyah*, (Damaskus: Dar al-Qalam,1987)
- M.Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan dan Kesenian Al-Qur’an*. Vol.V (Jakarta: Lentera Hati, 2007), Cet.IX.
- Nanik Setyowati, *Mom Investment: Resep Investasi Untuk Wanita & Ibu Rumah Tangga*, (Yogyakarta; ANDI, 2011),
- Onno W.Purbo dan Aang Arif Wahyudi, *Mengenal e.Commerce*”. (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2001).
- Setiawan Budi Utomo, *Fiqh Aktual, Jawaban Tuntas Masalah Kontemporer*, (Jakarta: Gema insani,2003)
- Shalah Ash-Shawi & Abdullah al-Mushlih, *Fikih Ekonomi Keuangan Islam*. (Jakarta: Darul Haq, 2004).
- Shofiyyulloh Mz, “E-Commerce Dalam Hukum Islam: Studi atas Pandangan Muhammadiyah dan NU”, *Jurnal Penelitian Agama*, No.3, Vol.XVII (September-Desember, 2008), h.572.
- Sudarto, *Metodologi Penelitian Filsafat*. (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1996).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2012).
- Syamsul Anwar, “*Hukum Perjanjian Syari’ah: Studi Tentang Teori Akad dalam Fikih Muamalah*, (Jakarta: Rajawali Press, 2007)
- Triton Prawira Budi. *Binis Lewat Internet*. (Yogyakarta: ORYZA, 2009).
- Wahbah Az-Zuhaely, *al-Fiqhul Islam Wa Adillatuhu*, juz.IV (Bairut: Dar al-Fikr, 1985).
- Yahya Ahmad Zein, *Kontrak Elektronik & Penyelesaian Sengketa Bisnis E-Commerce dalam Transaksi Nasional dan Internasional*, (Bandung: CV. Mandar Maju, 2009)