



ETIKA AKAD ANTARA PENJUAL, PEMBELI DAN JASA KURIR DALAM SISTEM CASH ON DELIVERY (COD) DALAM TINJAUAN EKONOMI ISLAM

Muflihatul Fauza

Departement Islamic Economic, STAIN Tgk Dirundeng, Meulaboh, Indonesia

muflih92fauza@staindirundeng.ac.id

Abstrak

Pembayaran dengan sistem COD (*Cash on Delivery*) pada sistem jual beli online menimbulkan beberapa masalah seperti kekerasan dan kesalahan yang membuat hubungan antara pembeli dan penjual sangat rentan akan konflik. Jual beli dengan sistem COD adalah hal yang baru dalam pemikiran muamalah, COD seringkali disambungkan dengan akad salam, akan tetapi ada perbedaan yang mencolok diantara keduanya. Namun, pengaturan akad jual beli dalam ranah digital belum memadai untuk menjamin kepercayaan pembeli, penjual dan kurir. Meskipun *e-commerce* berusaha semaksimal mungkin untuk transparan dalam hal pembayaran seperti jaminan uang kembali, cashback dan retur, namun tetap saja terjadi kesalahan dalam akad jual beli online yang disebabkan oleh *human error*. Penelitian ini mencoba melihat secara komprehensif hal-hal yang melatarbelakangi terjadinya kesalahan komunikasi dan ketidaksalngan percayaan antara pembeli pelanggan dan kurir. Melalui penelitian kualitatif, penelitian ini mencoba merangkum beberapa fenomena dari media digital dan beberapa studi literatur yang mengumpulkan pengaturan etika pembeli dan penjual dalam akad jual beli melalui *e-commerce* serta melihat posisi kurir dalam hal tersebut. Penelitian ini diharap mampu melengkapi penelitian terdahulu yang terkait dengan diskursus fiqh dalam hal mu'amalah.

Kata Kunci: COD, *E-commerce*, Etika, Muamalah

Abstract

Payment system with the COD (*Cash on Delivery*) in the online buying and selling system causes several problems such as violence and errors that make the relationship between buyers and sellers very vulnerable to conflict. Buying and selling with the COD system is new to muamalah thinking, COD is often connected with a akad salam (*salam contract*), but there is a striking difference between the two. However, the regulation of buying and selling contracts in the digital realm is not sufficient to guarantee the trust of buyers, sellers and couriers. Although *e-commerce* tries its best to be transparent in terms of payments such as money-back guarantees, cashback and returns, there are still errors in online buying and selling contracts caused by *human error*. This study tries to look comprehensively at the things behind the occurrence of miscommunication and distrust between customer buyers and couriers. Through qualitative research, this research tries to summarize some phenomena from digital media and several literature studies that collect the ethical arrangements of buyers and sellers in buying and selling contracts through *e-commerce* and look at the position of couriers in this regard. This research is expected to complement previous research related to the fiqh discourse in terms of muamalah.

Key Words: COD, *E-commerce*, Etic, Muamalah

A. PENDAHULUAN

Perubahan sosial telah menjalar ke berbagai lini kehidupan masyarakat, termasuk dalam hal jual beli. Masyarakat saat ini tergantung dari dunia digital, dalam hal jual beli hal ini telah mengambil cakupan yang cukup besar dalam perubahan paradigma masyarakat dalam hal pembelian dan penjualan barang. Menurut Risdaanti (Risdayanti, & Yunus, 2014), hal tersebut didukung oleh semakin majunya teknologi komunikasi dan informasi yang mendukung kemajuan bisnis jual beli menjadi begitu kompleks dan terjadi perubahan yang cukup signifikan.

Dari perubahan yang cepat tersebut, akses jual beli bisa dinikmati oleh hampir semua kalangan baik di desa maupun di kota, baik orang-orang berpendidikan maupun yang tidak, baik masyarakat menengah keatas maupun yang kebawah. Dalam hal ini memungkinkan adanya berbagai kesalahan pengguna (*human error*) sebab teknologi informasi dan komunikasi yang merata tidak menjamin berkurangnya tingkat *human error* dalam hal jual beli (Ruslang & Wahab, 2020). Besarnya arus informasi dan luasnya komunikasi-lah yang menjadi garis besar dari masalah yang terdapat dalam hal akad jual beli. Seringkali terjadi dalam hal *human error* pada jual beli dikarenakan barang tidak sesuai dengan tampilan gambar yang ditawarkan penjual, entah karena kualitas, spesifikasi, ukuran dan lain sebagainya. Dalam hal yang lebih luas, pembahasan tersebut masuk ke dalam etika bisnis.

Dalam hukum fiqh muamalah hal tersebut menjadi garis besar dalam pembahasan kepada landasan penentuan kenyamanan pembeli dan penjual. Keadilan dalam muamalah adalah hal yang menjadi titik tolak dari Islam, Islam melarang adanya kecurangan dan manipulasi dalam jual beli (Karim, 2015). Fenomena yang terjadi adalah banyaknya masalah yang justru berdampak pada kekerasan dan kekacauan komunikasi antara penjual, pembeli dan kurir. Kurir dalam sistem jual beli online seringkali menjadi korban dari konsumen yang tidak mengerti sistem jual beli online. Para kurir seringkali mendapatkan perlakuan tidak menyenangkan, seperti dimaki, direndahkan bahkan di Sumatera Selatan, seorang kurir harus menanggung penderitaan yang cukup serius karena ditikam oleh seorang konsumen (6/02/2023) (“Konsumen Tikam Kurir Gegara Tagih Uang COD Di Sumsel,” 2023). Tentunya, hal tersebut adalah akibat minimnya pengetahuan konsumen, penjual dan kurir dalam hal etika akad jual beli. Perbedaan yang

jelas antara penjual produk, penawar jasa dan konsumen harus lebih ditekankan dalam hal akad jual beli sistem COD. Dalam muamalah, sistem COD masuk ke dalam transaksi kaidah rukun *ma'qud 'alaih* (Abdurohman, Putra, & Nurdin, 2020). Jual beli dengan transaksi salam memiliki dua pandangan di kalangan ulama.

Pertama, kalangan ulama yang tidak memperbolehkannya karena ada indikasi *gharar* (spekulasi). Syarat dari transaksi salam harus dipertemukannya pembeli dan penjual secara langsung untuk melihat produk yang dimaksud oleh kedua belah pihak. Dalam hal ini, ulama tersebut mengharamkan transaksi COD sebab pelanggan belum pernah bertemu dan mengenal si pembeli, begitu pula sebaliknya.

Kedua, pandangan ulama mayoritas yang memperbolehkan transaksi salam atas dasar beberapa alasan dengan pertimbangan *dlarurah li hajati al-nas* (sangat penting dan dibutuhkan masyarakat). Maka, dalam hal menghindari spekulasi yang tak jelas sebagaimana pandangan pertama, transaksi salam harus memiliki karakter produk yang jelas, barang yang konstan sesuai dengan pesanan, menetapkan harga di awal transaksi dan ada pengembalian produk jika sewaktu-waktu tidak sesuai (“Halal-Haram Unsur Spekulasi Dalam Jual Beli Sistem COD,” 2022).

Atas dasar ini kemudian pandangan mengenai COD masuk ke dalam pandangan ulama kedua di atas. Namun, hal ini menjadi problematis ketika terjadi *human error* dari ketiga pihak, yaitu penjual, pembeli dan kurir. Maka, perlu ada penjelasan etika apa yang harus ada dalam e-commerce seperti Shopee, Lazada, Blibli, Tokopedia, Zalora dan lain sebagainya. Memang, e-commerce di atas telah menyediakan fitur-fitur yang jelas seperti karakter produk yang jelas, kesepakatan produk, barang yang konstan, penetapan harga di awal dan pengembalian produk serta garansi (Fitria, 2017). Namun, tetap aja ada fenomena jarak antara kepercayaan pembeli, penjual dan kurir.

B. KAJIAN PUSTAKA

Dalam penelitian ini, terdapat poin-poin yang dijelaskan terkait etika penjual, pembeli dan kurir dalam sistem transaksi COD yang di dalam sistem muamalah. Penelitian ini memiliki kerangka penjelasan yang bersumber dari literatur-literatur terdahulu baik dalam bentuk artikel jurnal maupun buku yang menyangkut pendefinisian dan penelitian terkait etika, akad salam dan transaksi.

1. Etika

Etika dalam muamalah atau bisnis termasuk ke dalam kategori akhlak, yang mana harus memiliki kesesuaian dengan nilai ajaran Islam. Menurut Karim (Karim, 2015) etika bisnis dalam Islam merujuk pada al-Quran dan Hadis, untuk menjaga manusia dari kecurangan, penipuan, manipulasi dan keuntungan yang tidak sesuai kaidah yang benar. Sehingga, seorang penjual, pembeli atau penawar jasa seperti kurir dalam kegiatan jual beli tidak perlu khawatir dengan jalannya roda ekonomi dalam bisnis.

Etika dalam transaksi di dalam Islam mencakup empat hal, yaitu: Tauhid, *Mizan*, *Maqashid Syariah* dan tanggungjawab. Nilai-nilai Tauhid dalam hal transaksi adalah bahwa bisnis dalam Islam harus menuju pada kebenaran yang absolut, artinya keuntungan tidak lain adalah untuk melengkapi diri sebagai manusia secara tepat bukan untuk memperkaya diri (Hardianti, 2021). *Mizan* adalah keseimbangan (*equilibrium*) dalam hal transaksi, ada kesetaraan dan ada persamaan posisi kepercayaan, harga, dan kesepakatan antara pembeli dan penjual (Mas'adi, 2002). *Maqashid Syariah* dalam hal ekonomi Islam adalah pemeliharaan agama, pemeliharaan jiwa, pemeliharaan keturunan, pemeliharaan harta dan pemeliharaan akal yang wajib dimiliki dalam melaksanakan atau terlibat dalam bisnis (Ruslang & Wahab, 2020). Sedangkan tanggungjawab juga bagian dari etika ekonomi Islam dalam hal mempertanggungjawabkan produk baik dari penjual yang menjual produk, pembeli yang memberikan uang/bayaran dan kurir dalam hal hal mengantarkan pesanan kepada pelanggan (Djakfar, 2013).

2. Jual Beli Online

Jual beli secara *online* adalah transaksi jual beli yang memiliki berbagai pandangan dari para ulama. Oleh karena itu, kesepakatan ulama mengenai transaksi online cukup ketat agar tidak terjadi adanya *spekulasi* barang dari pembeli. Jual beli bisa *online* bisa dikategorikan menjadi dua hal, pembayaran di muka dan pembayaran setelah produk sampai ke tangan pembeli (COD). Ada kesepakatan awal yang harus diketahui oleh berbagai pihak, agar salam sebagai transaksi diperbolehkan adanya berdasarkan dalil-dalil yang terdapat dalam Alquran (Al-Zuhaili, 2011). Rukun dari jual beli *online* ada dua, '*aqidani* (penjualan menggunakan sistem digital tanpa ada campur tangan manusia dalam akad) dan *ma'qud 'alaih* (Abdurohman et al., 2020), syarat utamanya adalah adanya penjual dan

pembeli, baik penjual produk maupun jasa, ada barang dan uang/alat pembayaran, ada *sighat* (lafaz akad). Sedangkan di sisi lain, ada pula syarat jual beli salam yaitu, objek produk atau jasa yang jelas, kadar dan ukuran produk atau jasa jelas, jangka waktu pemesanan produk dan jasa yang jelas, serta yang terakhir asumsi modal harus diketahui oleh berbagai pihak.

3. Transaksi Jual Beli

Dalam hal ini, transaksi adalah hal yang cukup mendasar, pada umumnya e-commerce hanya menyediakan medium untuk jual beli sedangkan transaksi dilakukan oleh penjual dan pembeli entah hal itu produk atau jasa. Dalam tinjauan ekonomi Islam, kegiatan transaksi harus sesuai dengan kaidah Alquran dan Hadis dalam hal mengikuti perintah Allah agar kegiatan bisnis memiliki manfaat bagi keutuhan spiritualitas manusia (Djakfar, 2013). Transaksi dalam Islam lebih mengutamakan keadilan dan kemaslahatan untuk tetap berada pada jalan yang benar untuk tidak merugikan orang lain. Dalam sistem transaksi Islam ada dua jenis transaksi, yaitu transaksi yang dilarang dan diperbolehkan.

Transaksi yang dilarang di dalam Islam ada berbagai jenis, yaitu; *riba* yaitu keuntungan berlebih yang ditetapkan oleh penjual jasa dan produk, *gharar* termasuk transaksi yang dilarang dengan cara untung-untungan yang disebut dengan *ijon*, *maysir* berupa perjudian, *ikrah* (pemaksaan transaksi) dengan memaksakan kehendak pada satu pihak baik pihak penjual jasa dan produk atau pembeli (Rozalina, 2016).

C. DATA DAN METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yakni dengan pengumpulan data yang bersumber dari penelaahan literatur (*liteature review*). Referensi yang dikumpulkan berupa penelitian dari artikel jurnal, prosiding, buku-buku ilmiah dan beberapa fenomena yang terdapat dalam media masa baik digital maupun cetak (Zed, 2004). Dengan metode tersebut, penelitian ini memiliki cakupan tujuan untuk menghasilkan paparan terhadap teori relevansi atau tafsiran dari fenomena yang ada sesuai dengan apa yang terdapat dalam diskursus muamalah dalam hal akad salam pada e-commerce jual beli online.

Spesifikasi artikel yang menjadi rujukan dalam penelitian berkisar pada implementasi etika dalam ekonomi Islam yang tersusun dalam akad salam. E-commerce di Indonesia saat ini menjadi sorotan karena banyaknya fenomena yang memicu konflik dalam hal

transaksi jual beli online. Pengumpulan referensi dari studi pustaka yang dimaksud dalam penelitian ini mencakup beberapa tahapan yang metodis (Sugiyono, 2012), diantaranya dengan pencarian data-data dari artikel jurnal yang terbit dari tahun 2019-2023 yang menggunakan kata kunci berupa ‘*transaksi online*’, ‘etika jual beli dalam ekonomi Islam’, dan ‘etika terapan dalam bisnis *e-commerce*’ yang dinilai mampu mewakili isi penelitian yang relevan dan sesuai dengan topik penelitian ini. Setelah mengumpulkan data-data tersebut, penelitian ini melakukan uji analisis terkait struktur penelitian yang mencakup kesesuaian topik, perbandingan dan penyegaran atas penelitian-penelitian terdahulu guna menambah ketajaman pembahasan dan hasil penelitian (Moleong, 2004).

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam jalannya transaksi pada ekonomi Islam, etika bisnis adalah hal yang amat fundamental. Etika dalam hal ini, bertujuan untuk memudahkan proses kegiatan jual beli, terlebih lagi di era ini banyak sekali jenis transaksi dengan medium yang berbeda-beda. *E-commerce* di Indonesia adalah contoh dari berkembangnya medium transaksi jual beli. Kehadiran *e-commerce* setarik nafas juga melahirkan berbagai masalah yang ada, terkait etika dalam transaksi yang seringkali menimbulkan berbagai polemik di masyarakat. *E-commerce* memang harus bertanggungjawab terhadap *human error* yang terjadi, namun masalah etika memang harus dibentuk dari dasar yakni bagaimana agama mengatur hal tersebut untuk menghindari kegiatan transaksi akan hal-hal yang tidak diinginkan.

Pelanggan, pembeli dan jasa kurir diindikasikan kurang menerapkan etika transaksi yang baik, mulai dari ketidaktransparanan akses, keadilan penetapan harga, manipulasi sampai ketidaktahuan sistem akad yang selama ini dijalankan oleh masyarakat (Prasetyo, 2020). *E-commerce* memang sangat berperan penting dalam memenuhi kebutuhan belanja masyarakat, transaksi juga sangat mudah dilakukan dengan gawai (*smartphone*) yang dimiliki oleh hampir semua kalangan. Bukan hanya dari segi umur, pengguna *e-commerce* juga bersumber dari orang yang memiliki kecakapan dalam komunikasi dengan pendidikan yang baik dan yang tidak, terlebih lagi dengan budaya transaksi yang berbeda-beda di masyarakat.

Masalah yang timbul bagi penjual dalam *e-commerce* seringkali menjumpai polemik seperti pelanggan yang memberikan rating buruk di akun *e-commerce* tertentu sehingga menimbulkan kerugian pada citra penjual, begitu pula para pembeli seringkali

mendapatkan barang yang tidak sesuai deskripsi yang ditawarkan, jasa pengiriman yang lambat dan lain sebagainya. Maka, etika transaksi memang harus diperlukan meski sebaik apapun *e-commerce* menyusun sistem, manusia sebagai subjek transaksi juga harus menerapkan etika yang sesuai sehingga mampu menjadi satu kebijakan bagi *e-commerce* yang bersangkutan.

Perkembangan jumlah *e-commerce* di Indonesia berkembang cukup pesat, kehadiran *e-commerce* memperbesar pangsa pasar dalam hal pembuatan produk dan ketersediaan tenaga kerja. *E-commerce* sendiri dibentuk melalui sistem yang menuju pada kelancaran transaksi agar efisien dan efektif dengan teknologi (Hardianti, 2021). Produk suatu barang juga memiliki persaingan yang ketat, pertimbangan para pembeli seringkali berkisar pada minimalisir biaya sehingga harga objek lebih terjangkau, kualitas barang harus ditingkatkan tanpa harus menurunkan kuantitas barang (Ruslang & Wahab, 2020).

E-commerce di Indonesia cukup beragam dengan platform-platform yang menawarkan sistem COD dengan keunikan tersendiri seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, Bukalapak dan Blibli. Beberapa *platform e-commerce* di atas bersaing dengan harga jual dengan cara meningkat kuantitas produk meskipun dengan membuat produk-produk tandingan yang murah agar dapat menyesuaikan keuntungan dan sesuai dengan keinginan pelanggan agar ongkos kirim tidak terlalu mahal. Kesesuaian harga juga harus dilihat dari bagaimana proses transaksi berlangsung. Dalam sistem transaksi Islam, ada beberapa hal yang harus dipertimbangkan ketika melakukan transaksi.

1. REKOMENDASI FIQH DALAM MELAKUKAN TRANSAKSI DIGITAL

Transaksi digital melalui *e-commerce* dalam beberapa rekomendasi ulama ada beberapa tahap. *Pertama*, telah melakukan kontrak di awal atau disebut dengan *al-Ta'qut*. Dalam kontrak tersebut kedua belah pihak antara penjual produk dan pembeli memiliki kesepakatan mengenai harga produk dan ongkos kirim melalui pelayanan jasa dari *e-commerce*. Sehingga kontrak perjanjian pembelian dalam hal ini ada pada berbagai sisi, penjual produk dan pembeli produk, penyedia jasa kirim dengan pemilik produk dan penyedia jasa dengan pembeli produk. Penyesuaian harga dan penetapan durasi ongkos kirim telah disepakati lebih awal dalam hal ini disebut sebagai serah terima (*ijab qabul*) antara ke tiga pihak. *Kedua*, melakukan validasi atas kontrak yang telah diyakini. Transaksi yang telah dilakukan, meskipun telah menemu kesepakatan bersama, sebaiknya

dilakukan tanpa memiliki tendensi hal-hal yang diharamkan seperti *Maysir*, *Gharar* dan *Riba* (Karim, 2015).

Ketiga, proses *nafath* atau pembayaran yang dilakukan oleh pembeli setelah memulai kesepakatan penjualan. *Keempat*, sesi *Ilzham* yakni setelah barang dibayar dan disepakati maka tidak boleh ada pembatalan yang dilakukan, sebab akan merugikan beberapa pihak. Hal tersebut dilakukan agar adanya transparansi dalam sistem penjualan, penjual produk dan kurir telah melakukan tugasnya dengan biaya pengeluaran yang telah ditetapkan.

Terakhir, setelah terjadi kesepakatan maka penjual juga harus mengikuti keinginan pembeli sesuai dengan selera dan pilihan pembeli (Amiruddin, 2016). Rekomendasi di atas adalah bagian dari transaksi non-COD (Cash on Delivery), namun untuk sistem pembayaran di tempat setelah produk sampai ke tangan pembeli, maka prosedurnya bisa berbeda. Akad disampaikan di awal, dalam hal ini terjadi akad salam yaitu pemesanan yang lebih duluan dilakukan ketimbang membayar pesanan tersebut.

2. ETIKA MUAMALAH DALAM JUAL BELI ONLINE

Dalam transaksi CoD yang memiliki rukun atau syarat *ma'qud 'alaih*. Syarat transaksi *muslam fih (ma'qud 'alaih)* memiliki sembilan kriteria yang harus dijalankan (Amiruddin, 2016; A'yun, Chusma, Aulia, & Latifah, 2021), yaitu; *pertama*, barang jelas secara fisik tersedia. *Kedua*, tidak bercampur dengan jenis barang yang lain, apa yang dipesan harus sesuai dengan yang dikirimkan kepada pembeli. *Ketiga*, barang jelas dalam hal kualitas, kuantitas dan dimensi-dimensi yang melekat pada barang yang pesan. *Keempat*, tidak ada unsur *illat* atau *riba fadhhal*, dalam hal ini dapat berlangsung dengan ketentuan barang memiliki kriteria tertentu yang disebut dengan *al-qimiyah*. *Kelima*, mengirimkan barang pesanan pelanggan setelah akad selesai dilakukan. *Keenam*, tidak ada unsur *khiyar* dalam akad yang berlangsung. *Ketujuh*, menyediakan penjelasan mengenai ongkos di luar produk seperti ongkos kirim, ongkos perawatan dan lain sebagainya. *Kedelapan*, memberikan pengaturan tentang sifat barang yang dipesan, jika barang berupa hal-hal yang perlu memiliki hal-hal khusus seperti penyediaan packing kayu. *Terakhir*, barang adalah tanggungan dari penjual produk atau penyedia jasa.

Ketentuan dalam rukun *ma'qud 'alaih* di atas, berkisar pada hal-hal teknis yang mesti dimiliki oleh kedua belah pihak yang melakukan transaksi. Syarat yang ditentukan

dengan ketentuan metode pembayaran yang jelas antara beberapa pihak yaitu pembeli, penjual dan kurir. Ada pula kejelasan yang terperinci seperti tentang mata-uangnya (nilai barang), kondisi fisik dan sesuai dengan kesepakatan awal. Namun, jika ketentuan salam tidak dapat terpenuhi, maka transaksi salam dinilai batal (Abdurohman et al., 2020).

Penentuan dari berakhirnya transaksi salam dalam sistem muamalah adalah hal-hal teknis terkait objek transaksi tidak menemu kesepakatan, barang yang dikirim cacat atau tidak sesuai dengan spesifikasi pembeli, kuantitas barang berubah dari kesepakatan, kualitas barang tidak sesuai dengan proses ijab qabul, dinyatakan selesai meskipun pembeli menerima dan pelanggan telah menerima pesanan (Abdurohman et al., 2020). Akan tetapi, pembatalan dan berakhirnya transaksi di dalam sistem COD seringkali berakhir pada kualitas barang yang tidak sesuai spesifikasi pembeli dan perubahan kuantitas dan kualitas barang yang menyebabkan adanya ketidaksepahaman pada kedua belah pihak yang tidak sedikit menimbulkan konflik.

3. ETIKA MUAMALAH SISTEM COD

Untuk kejelasan dari sistem transaksi jual beli online COD, etika dalam hal ini menjadi hal diterapkan. Bukan dalam hal-hal teknis, transaksi jual beli memiliki panduan etika yang bersumber dari Alquran dan Hadis. Muamalah adalah sistem hukum perdata dalam Islam yang secara umum mencakup hal-hal yang berada di luar ibadah. Oleh karena itu, pengaturannya terkait etika cukup kompleks. Ada delapan belas prinsip etika dalam muamalah yang juga diterapkan dalam sistem transaksi jual beli online (A'yun et al., 2021), yaitu; 1) asas kebolehan, 2) kemaslahatan hidup, 3) kebebasan dan kesukarelaan, 4) menolak mudharat dengan cara mengutamakan manfaat, 5) adanya kebajikan, 6) kesetaraan, 7) adil, 8) mendahulukan kewajiban bagi penjual dan pembeli, 9) larangan merugikan pihak lain, mengikuti tuntutan maqashid syariah, 10) kemampuan berbuat dalam transaksi, 11) kebebasan berusaha, 12) mendapatkan hak upah atas peroduk dan jasa yang ditawarkan, 13) perlindungan hak pada konsumen, penjual dan penyedia jasa, 14) hak milik berfungsi sebagai bagian dari struktur sosial, 15) memiliki niat baik dan harus dilindungi secara etika hukum dan moral, 16) resiko dari transaksi dibebankan kepada pada harta dan objek transaksi, 17) memberikan pengaturan dan petunjuk yang jelas dalam transaksi, 18) tertulis atau terdata dengan baik. Dari uraian di atas, dalam sistem

COD memang semestinya memiliki berbagai unsur yang lebih mengarah pada persoalan etika.

1) *Maslahat*

Delapan belas prinsip muamalah di atas sebagian besar adalah persoalan yang berkisar pada etika dalam transaksi. Pada proses jual beli dengan menggunakan sistem COD dengan rukun *ma'qud 'alaih* hukumnya dalam Islam adalah mubah (boleh) dengan mengutamakan kemaslahatan subjek yaitu transaksi yang sehendaknya memberikan kebaikan, memudahkan manusia dan tidak memberikan masalah (Pujiyanti & Wahdi, 2020). Kebaikan dalam sistem COD mengutamakan kemudahan pada pelanggan, membeli barang dan jasa dengan mudah dan dekat. Hal ini menguntungkan pada beberapa subjek yang melakukan transaksi, sehingga jika kemaslahatan ini dapat terjalin dengan baik dalam sistem COD maka sistem transaksi yang demikian diperbolehkan dan harus dipertahankan.

2) *Kebebasan*

Kebebasan melahirkan kesukarelaan, hal tersebut menjadi kunci dalam penerapan etika jual beli sistem COD. Sistem COD semestinya tidak memberatkan satu pihak, tidak ada paksaan dari penjual atau pembeli (Amiruddin, 2016). Penjual tidak bisa memaksakan pembeli untuk melakukan pembelian sistem COD agar mendapatkan keuntungan lebih, pun pembeli tidak bisa memaksakan sistem COD kepada penjual untuk keuntungan pribadi dan hasrat tersendiri dari pembeli.

3) *Egaliter*

Dalam sistem COD semestinya menjaga persamaan antara berbagai belah pihak. Penjual produk, penyedia jasa dan pembeli memiliki tingkat derajat yang sama dalam muamalah. Hal yang sering terjadi adalah, pembeli merasa memiliki kuasa penuh dengan menilai dan bersikap pada penjual produk dan penyedia jasa kurir. Kesamaan derajat adalah hal yang juga harus dijamin oleh penyedia e-commerce untuk dipahami pelanggan/pembeli sehingga tidak terjadi anggapan bahwa kehendak pembeli, penjual atau penyedia jasa lebih tinggi daripada subjek yang lain dalam sistem transaksi COD.

4) Adil dan Seimbang

Muamalah dalam Islam menyangkut etika yang adil sesuai takaran dan seimbang sebagaimana kesepakatan subjek dalam transaksi COD. Unsur bagian ini adalah unsur kemanusiaan, bahwa dalam melakukan transaksi uang dan produk yang beli bukanlah hal yang utama, hal yang diutamakan dalam transaksi adalah asas kekeluargaan sehingga menyediakan keamanan dalam berbelanja dan memberi kepercayaan kepada subjek-subjek yang lain dalam transaksi (Hardianti, 2021). Terkait keadilan dan keseimbangan dalam transaksi, asas muamalah dengan ini mengambil dari surah Almaidah ayat lima yang menyatakan manusia berasal adalah makhluk sosial yang memiliki relasi yang seimbang (satu keluarga).

5) Mendahulukan kewajiban

Dalam sistem muamalah, termasuk pada sistem COD. Kewajiban setiap subjek yang terlibat adalah; yang pertama harus dijalankan oleh subjek yang melakukan transaksi. Penjual harus lebih dulu menyelesaikan kewajibannya dalam hal memberikan produk atau layanan jasa kepada pelanggan atau pembeli untuk kemudian mendapatkan bayaran yang pantas dan sesuai (Rozalina, 2016). Begitupula dari sisi pembeli, harus membayar terlebih dahulu untuk menerima secara utuh produk dan pelayanan jasa yang diberikan kepada pembeli. Hal ini menjadi acuan yang mesti diketahui oleh berbagai subjek, sehingga konflik yang terjadi seperti waktu pengiriman paket yang tidak sesuai kesepakatan dan produk yang tidak sesuai harapan harus dibenahi lebih dahulu karena hal tersebut adalah kewajiban bagi penyedia jasa dan penjual produk. Di sisi lain, pembeli juga harus membayar sesuai dengan kesepakatan awal jika barang yang dikirim telah sampai ke tangan pembeli. Kesepakatan awal dalam sistem COD tertulis secara lengkap sebelum barang dikirimkan kepada pembeli, hal ini harus disepakati secara bersama agar terjalin tugas masing-masing subjek transaksi dalam melaksanakan kewajibannya.

6) Perlindungan Hak

Setelah menjalankan kewajiban sebagai subjek transaksi, hak subjek juga mesti dilindungi. Hal ini sebagai bentuk hubungan dua arah antara hak dan kewajiban. Hak ada pada milik subjek transaksi yang melakukan sistem COD, penyedia jasa harus dipahami haknya sebagai kurir dan perlu pembayaran atas jasanya (Abdurohman et al., 2020).

Penjual dan penyedia jasa adalah subjek dalam transaksi yang juga harus mendapatkan keuntungan, keuntungan adalah hak bagi penjual dan pelayanan jasa.

7) Resiko dalam Transaksi Ada Pada Produk, Bukan Pekerja

Hal ini yang menjadi permasalahan dalam sistem COD, resiko barang selalu diarahkan kepada penjual produk atau penyedia jasa. Jika produk tidak sesuai diserahkan kepada penjual untuk melakukan penukaran, akan tetapi yang terjadi adalah produk yang tidak sesuai justru penjual dan penyedia jasa kurir yang menjadi korban dari penjual. Hal ini adalah yang patut dihindari dari sistem salam, barang adalah objek yang harus dilihat sebagai benda (A'yun et al., 2021). Sedangkan pekerja jasa kurir adalah pengantar, penjual juga memiliki kewajiban untuk menjual produk, jika produk tidak sesuai maka kesepakatan awal atau data akad dalam e-commerce harus dilihat secara lebih rinci dan dipahami terlebih dahulu.

8) Mengatur dan Memberi Petunjuk

Untuk menghindari dari human error dalam transaksi COD, semestinya ada petunjuk yang jelas diberikan terkait spesifikasi produk, jangka waktu pengiriman, potongan harga, bagaimana prosedur pengiriman, perlindungan pada produk selama dalam perjalanan, cara pemakaian dan bagaimana cara mengklaim garansi dari produk-produk yang telah sampai kepada pembeli. Hal ini memang telah tersedia dalam e-commerce yang tersebar di Indonesia, ada penjelasan yang mengatur bagaimana spesifikasi barang, jangka waktu pengiriman klain garansi dan lain sebagainya. Hal ini memang cukup baik mengingat muamalah dalam Islam menginginkan adanya transparansi dalam transaksi COD. Namun, yang harus dipahami dari asas ini adalah bahwa pengaturan tidak hanya berkisar pada bagaimana produk dikemas dan dikirim, tetapi juga memberikan petunjuk yang jelas mengenai kewenangan setiap subjek transaksi. Apa peran penjual di e-commerce adalah sebagai penjual dan pengemas produk, peran kurir adalah mengantarkan pesanan yang telah dikemas oleh penjual dan peran pembeli adalah memeriksa produk yang disampaikan oleh kurir dan membayar kepada kurir. Kurir bukan pemilik produk, pembayaran melalui kurir akan disampaikan kepada penyedia produk. Hal ini harus jelas diterangkan dalam e-commerce, sehingga pembeli tidak menyalahkan kurir dalam

kesalahan pengiriman produk, pun dalam hal ini diharapkan e-commerce lebih terbuka pada sistem transaksi COD.

9) Tertulis/Terdata

Hal ini termasuk dalam etika pada pelaksanaan sistem COD. E-commerce menyediakan dua jenis data, data dari *market place* yang ada di e-commerce dan data yang tersedia pada penyedia jasa. Dalam hal tersebut hal ini mengikat subjek transaksi dengan kesepakatan yang telah dilakukan di awal transaksi (Karim, 2015).

Dari berbagai syarat dan ketentuan pada pelaksanaan COD yang sesuai dengan rukun *ma'qud 'alaih* yang dianjurkan dalam Islam, transparansi adalah hal yang dipegang teguh. Guna menjaga transaksi yang bersih dan tidak merugikan berbagai subjek, pelaksanaan akad salam pada sistem COD harus disokong oleh pendekatan yang komprehensif untuk menjamin kemaslahatan.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

Saat ini, *e-commerce* menyediakan berbagai fitur pembelian disertai dengan jaminan pada para pembeli, dari hasil pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa *e-commerce* seperti Shopee, Lazada, Tokopedia, Blibli, Zalora dan lain sebagainya menggunakan sistem COD atau dalam sistem *fiqh* disebut sebagai salam. Jual beli dalam sistem salam adalah pembayaran yang dilakukan di awal. Namun, sistem COD justru sebaliknya, pembayaran di bayar setelah produk telah sampai kepada pembeli. *Jumhur* ulama memang mengakui bahwa dalam akad salam ada spekulasi, terlebih lagi akad salam dalam sistem COD merupakan hal yang baru dalam Islam, namun hal ini diperbolehkan dengan rukun *ma'qud alaih*.

Dalam hal ini, akad COD diperbolehkan untuk menjamin produk yang dijual oleh penjual kepada pembeli. Untuk menjaga transaksi yang aman maka diterapkan unsur etika di dalamnya, yaitu; mengutamakan *masalahat*, kebebasan, *egaliter*, adil, mendahulukan kewajiban, perlindungan hak, resiko dalam transaksi ada pada produk bukan pada pekerja, mengatur dan memberi petunjuk, tertulis/terdata. Hal ini guna menghindari transaksi COD dari konflik antara subjek-subjek yang melakukan transaksi.

F. Ucapan Terima Kasih

Penelitian ini berjalan atas dukungan berbagai pihak yang telah membantu menyediakan data-data berupa buku, jurnal terbaru dan arahan yang cukup membantu

dalam menyelesaikan artikel penelitian ini. Tanpa dukungan yang berarti dari berbagai pihak yang ikut andil, sulit sekali rasanya untuk menyelesaikan penelitian ini. Dengan demikian, penelitian ini juga seyogyanya menjadi bagian dari penyumbang ilmu pengetahuan dalam rumput ilmu ekonomi dan bisnis Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurohman, D., Putra, H. M., & Nurdin, I. (2020). Tinjauan Fiqih Muamalah Terhadap Jual Beli Online. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam Jurnal Ecopreneur*, 1(2), 35–48.
- Al-Zuhaili, W. (2011). *Fiqih Islam Wa Adillatuhu*. Jakarta: Gema Insani.
- Amiruddin, M. (2016). Khiyār (hak untuk memilih) dalam *Transaksi On-Line: Studi Komparasi antara Lazada, Zalara dan Blibli*. *FALAH: Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(1), 47–62.
- A'yun, Q. A., Chusma, N. M., Aulia, Ci. N., & Latifah, F. N. (2021). Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online pada e-commerce Populer di Indonesia. *Jurnal Perbankan Syariah Darussalam (JPSDa)*, 1 (2), 166–181.
- Djakfar, M. (2013). *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*. Jakarta: Penebar Plus.
- Fadila, C. T., Farlian, T., & Ramly, A. (2020). The Influence of Halal Label, Product Quality, and Price on Purchasing Decisions. *Journal of Finance and Islamic Banking*, 3(1), 95–133.
- Fitria, T. N. (2017). Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) Dalam Hukum Islam Dan Hukum Negara. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 3(01), 52.
- Halal-Haram Unsur Spekulasi Dalam Jual Beli Sistem COD. (2022, December 22). Retrieved January 11, 2023, from <https://islam.nu.or.id/ekonomi-syariah/halal-haram-unsur-spekulasi-dalam-jual-beli-sistem-CoD-GIApf>
- Hardianti, N. (2021). Etika Bisnis Rasulullah SAW Sebagai Pelaku Usaha Sukses dalam Perspektif Maqashid Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 513.
- Karim, A. (2015). *Gharar dan Kaidah-kaidah Ekonomi Syariah*. Jakarta: Rajawali Press.
- Konsumen Tikam Kurir Gegara Tagih Uang COD di Sumsel. (2023, June 2). Retrieved January 11, 2023, from Detik News website: <https://www.detik.com/sumut/hukum-dan-kriminal/d-6554959/konsumen-tikam-kurir-gegara-tagih-uang-CoD-di-sumsel-ditangkap>
- Mas'adi, G. (2002). *Fiqh Mu'amalah Kontekstual*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Moleong, L. J. (2004). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosda karya.
- Prasetyo, B. (2020). *Revolusi Industri 4.0 Dan Tantangan Perubahan Sosial*. 0(05), 22–27. IPTEK Journal of Proceedings Series.
- Pujiyanti, S., & Wahdi, A. (2020). Transaksi Bisnis Online dalam Perspektif Islam. *SERAMBI: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis Islam*, 2(2), 91–102.
- Risdayanti, F. S., & Yunus, M. (2014). *Tinjauan Fikih Muamalah terhadap Wanprestasi Marketplace Online Shopee*. 494–499. Prodising Hukum Ekonomi Syariah.
- Raml, A. R. (2017). Analisisjual Beli Modern Dalam Islam. *Jurnal Akad*, 1(1).
- Ramly, A. R. (2017). Prinsip dan Strategi Ukuran Investasi. *AT-TASYRI': JURNAL ILMIAH PRODI MUAMALAH*, 137-148.

- Ramly, A. R., & Mursyida, J. (2018). The Model and Strategy Improved of Empowering Economic Community Based on Village Fund Allocation: Empirical Study in Kuala Sub District, Nagan Raya District. *Advanced Science Letters*, 24(1), 362-364.
- Rozalina. (2016). *Fiqih Ekonomi Syariah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Ruslang, R. K., & Wahab, A. (2020). *Etika Bisnis E-Commerce Shopee Berdasarkan Maqashid Syariah Dalam Mewujudkan Keberlangsungan Bisnis*. 4(3), 665–674.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Zed, M. (2004). *Metode Penelitian Kepustakaan*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.