

Analysis of Indonesian E-Commerce Application Verification for Sellers and Buyers in the Perspective of Islamic Law and Law

Dina Fitria^{1*}, Ali Aminulloh², Fitri Rachmiati Sunarya³

^{1,2,3}Al-Zaytun Islamic Institute

Corresponding Author: Dina Fitria fit.din3@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords: E-Commerce, Law, Islamic Law

Received : 5 March

Revised : 23 April

Accepted: 25 May

©2025 Fitria, Aminulloh, Sunarya:
This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International.



ABSTRACT

This study aims to analyze the verification carried out by e-commerce application owners towards sellers and buyers from the perspective of Islamic Law and Law. This study is included in the category of legal research, namely research that focuses on the provisions applicable in e-commerce applications. The approach used is descriptive qualitative. The data obtained were analyzed through observations that connect the data with the problems studied. The results of the study indicate that e-commerce application owners only verify email addresses/telephone numbers and passwords on seller and buyer accounts, without verifying their personal identities. This practice is not in accordance with the provisions of Islamic Law and Law which require clarity of the identity of the transaction actors, so it can potentially lead to fraud by sellers

Analisis Verifikasi Aplikasi E-Commerce Indonesia Terhadap Penjual dan Pembeli dalam Perspektif Undang-Undang dan Hukum Islam

Dina Fitria^{1*}, Ali Aminulloh², Fitri Rachmiati Sunarya³

^{1,2,3}Institut Agama Islam Al-Zaytun

Corresponding Author: Dina Fitria fit.din3@gmail.com

ARTICLE INFO

Kata Kunci: E-Commerce, Undang-Undang, Hukum Islam

Received : 5 March

Revised : 23 April

Accepted: 25 May

©2025 Fitria, Aminulloh, Sunarya:
This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional.



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis verifikasi yang dilakukan oleh pemilik aplikasi e-commerce terhadap penjual dan pembeli dari perspektif Undang-Undang dan hukum Islam. Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian hukum, yaitu penelitian yang berfokus pada ketentuan-ketentuan yang berlaku dalam aplikasi e-commerce. Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Data yang diperoleh dianalisis melalui pengamatan yang menghubungkan data dengan permasalahan yang diteliti. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemilik aplikasi e-commerce hanya memverifikasi alamat email/nomor telepon dan kata sandi pada akun penjual dan pembeli, tanpa memverifikasi identitas pribadi mereka. Praktik ini tidak sesuai dengan ketentuan Undang-Undang dan hukum Islam yang menuntut kejelasan identitas pelaku transaksi, sehingga dapat berpotensi menimbulkan penipuan oleh penjual

INTRODUCTION

Pada hakikatnya, manusia adalah makhluk sosial yang membutuhkan interaksi dengan sesama untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Orang memerlukan bantuan dari orang lain dan orang lain juga membutuhkannya. Salah satu objek kehidupan manusia (Wardi, 2010) segala sesuatu yang secara langsung dibutuhkan dan diperoleh manusia dalam bentuk produk dan manfaat disebut sebagai kekayaan. Pernyataan ini menyiratkan bahwa segala sesuatu yang dimiliki manusia, termasuk emas, perak, rumah, dan tanah, adalah properti. atau barang bergerak seperti pakaian dan mobil. Orang harus bertransaksi bisnis dengan orang lain untuk menjadi kaya. Perjanjian jual beli adalah bentuk transaksi yang paling sering digunakan untuk memperoleh hak milik dari semua yang ada. Penelitian Novi Winda Sari dkk. (2022) dari UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu menegaskan bahwa dalam Islam, jual beli diperbolehkan sedangkan riba dilarang, sebagaimana tercantum dalam penafsiran QS. Al-Baqarah ayat 275 menurut Kementerian Agama RI.

Sementara itu, penelitian Ade Wahidin (2018) dalam jurnal Ad-Deenar membahas prinsip saling kerelaan dalam transaksi ekonomi Islam, mengacu pada QS. An-Nisa' ayat 29, yang menekankan larangan mengambil harta orang lain dengan cara yang tidak sah, kecuali melalui perniagaan yang dilakukan atas dasar saling ridha.

Perkembangan teknologi informasi yang bergerak begitu cepat di era globalisasi saat ini berdampak pada perubahan sistem bisnis. Sebelumnya, suatu transaksi hanya dapat diselesaikan jika pembeli dan penjual bertemu langsung untuk merundingkan syarat-syarat jual beli. Namun kini, jual beli ini juga bisa dilakukan tanpa bertemu langsung antara pembeli dan penjual. Hal ini berdampak pada pesatnya perkembangan teknologi informasi. Indonesia telah mengadopsi sistem perdagangan internet lebih sering perdagangan, penjualan, dan pembelian online menjadi lebih mudah dan efisien dalam beberapa tahun terakhir (Kristiana, 2021). Pada tahun 2019, Pusat Statistik Perdagangan Elektronik Finlandia melaporkan peningkatan yang cukup besar dalam jumlah pengguna e-commerce di Indonesia. Tahun-tahun mendatang diantisipasi untuk melihat peningkatan ini terus berlanjut. Statista memperkirakan 139 juta orang menggunakan e-commerce di Indonesia pada tahun 2017 pada tahun 2018, jumlah tersebut naik 10,8% menjadi 154,1 juta orang. Kemungkinan akan ada 168,3 juta pengguna tahun ini dan 212,2 juta pada 2023. Penetrasi pembelian online yang terus meningkat juga demikian. Pada 2023, diharapkan memiliki 75,3 persen dari target pasar. Segmen e-commerce yang paling menguntungkan adalah fesyen, yang diperkirakan akan mencapai 11,7 miliar pada tahun 2023 (Muttaqin, 2010).

Tingginya kesadaran masyarakat akan e-commerce memunculkan ide-ide baru dari para pengusaha yang mengembangkan program e-commerce berbasis pasar yang menyatukan UMKM di seluruh tanah air. Sebagai marketplace yang menghubungkan penjual dan pembeli, karena kemampuan aplikasi untuk menampilkan produk dari ribuan merchant yang terdaftar, tentunya akan lebih mudah bagi pelanggan untuk menemukan barang yang mereka cari (Nawawi & Naufal, 2012). Memodernisasi proses jual beli tidak diragukan lagi merupakan

angin segar bagi perusahaan dan UKM yang ingin berkembang serta sarana promosi diri yang terjangkau. Aplikasi perdagangan seluler berbasis pasar dari Indonesia seperti Shopee, Lazada dan Tokopedia adalah beberapa contoh dari program tersebut. Pembeli online menyukai program ini karena, selain proses checkout yang sederhana dan keamanan pembayaran, program ini juga menyediakan pengiriman gratis untuk pesanan yang memenuhi ambang minimum. Konsumen yang sering merasa dibatasi oleh ongkos kirim yang tinggi memiliki alternatif ini. Sementara itu, retailer yang ingin mendaftarkan barangnya di aplikasi Shopee, Lazada, dan Tokopedia cukup mengunduh, menginstal, dan mendaftarkan akun di aplikasi tersebut di smartphone mereka dan mendaftar untuk memverifikasi akun mereka (Noviana, 2021).

Proses verifikasi/validasi akun yang dilakukan sebelum bergabung dengan aplikasi hanya mengharuskan penjual untuk mengisi formulir pendaftaran dengan alamat email dan nomor telepon yang dipersyaratkan, sehingga terjadi anomali dalam transaksi jual beli melalui aplikasi perantara ini. Perantara ini aplikasi digunakan sebagai perantara transaksi antara penjual dengan aplikasi. Hal ini jelas melanggar ketentuan kontrak karena selama prosedur verifikasi akun tidak ada pertanyaan mengenai identitas lengkap penjual yang menjual barangnya di aplikasi Shopee, Lazada, atau Tokopedia (Hediana, 2016).

Efek lain dari ketidakjelasan prosedur verifikasi adalah memberikan peluang bagi orang yang ceroboh untuk melakukan penipuan di Shopee, Lazada, dan Tokopedia (Budi, 2011). Pertimbangan munculnya penipu yang tampaknya menjual produk melalui perangkat lunak. Efek lainnya adalah meningkatnya penjual barang yang tidak jujur yang tidak sesuai dengan fitur dan foto yang dijelaskan pada deskripsi produk. Sayangnya, untuk menanggulangi akun bermasalah ini, pemilik aplikasi harus terlebih dahulu menerima pemberitahuan penipuan akun dari pengguna yang terkena dampak. Secara alami, ini tidak akan membantu masalah karena akun penjual yang tidak bertanggung jawab pasti akan muncul. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Munir Salim pada tahun 2017 mengenai jual beli online dalam perspektif hukum Islam, terdapat hadis yang diriwayatkan oleh Imam Muslim yang mengharamkan praktik jual beli yang mengandung unsur gharar, yaitu:

Artinya: "Bahwa Rasulullah SAW melarang menjual sesuatu yang tidak jelas (gharar)" (Ibn Al-Hajjaj).

Sejalan dengan penelitian Hafid, H. (2020). Subjek Pendidikan dalam Kajian Tafsir Al-Anfal. Qolamuna: Jurnal Studi Islam, 6(1), 37-54. Al-Quran surat Al- Anfal 58 yang berbunyi:

"Dan jika kamu khawatir akan ada penghianatan dari suatu golongan, maka kembalikanlah perjanjian itu kepada mereka yang jujur. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berkhianat" (QS. Al-Anfal 8: Ayat 58 oleh Kementerian Agama RI).

Verifikasi rekening penjual yang terlalu lugas dan minim informasi identitas penjual menjadi kendala pertama dalam tata cara transaksi menurut hukum Islam. Kedua, prosedur verifikasi akun yang tidak jelas membuka peluang bagi orang-orang yang ceroboh untuk menggunakan alat ini untuk

melakukan penipuan. Ketiga, perbedaan antara barang yang dipesan dan barang yang diseret (Heryadi, 2022).

Ini menunjukkan bahwa semua jenis jual beli yang ambigu (gharar) dilarang oleh Syariah. Sedangkan gharar sendiri mencakup berbagai kegiatan, termasuk menahan rincian mengenai model, ukuran, sifat, kualitas, dan harga barang yang sebenarnya serta ketepatan waktu pengiriman dan pembayaran untuk menipu konsumen dan menimbulkan kerugian (Fauzan et al, 2023). Menurut penilaian masalah sebelumnya, diperlukan lebih banyak penelitian untuk menjelaskan kasus-kasus ini. Seperti yang tertuang dalam judul, "Analisis Verifikasi E-Commerce Indonesia Terhadap Penjual dan Pembeli Perspektif Hukum Islam", penulis tertarik untuk mendalami topik ini karena alasan tersebut. Karena semakin banyak aplikasi serupa yang merasuki kehidupan kita sehari-hari, penting bagi kita untuk memahami hukum yang berkaitan dengan proses verifikasi online yang digunakan oleh banyak perusahaan e-commerce Indonesia.

LITERATURE RIVIEW

Verifikasi

Verifikasi diartikan sebagai pemeriksaan kebenaran laporan, tagihan, perhitungan keuangan, dan hal-hal lain dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Verifikasi kata sering digunakan dalam berbagai konteks, mulai dari pengaturan akademik hingga penggunaan media sosial online (KBBI, 2023).

Sederhananya, verifikasi adalah tindakan memastikan bahwa data yang dimasukkan valid untuk menurunkan kemungkinan kesalahan dan kesalahan lainnya. Verifikasi adalah proses menggunakan data yang dikumpulkan untuk menentukan apakah suatu teori atau fakta itu benar. Data biasanya akan diproses dan dievaluasi selama tahap verifikasi untuk diuji menggunakan data empiris dan untuk menghasilkan tanggapan yang akurat secara ilmiah. Proses membandingkan dua item atau lebih dengan tujuan menjamin kebenaran informasi merupakan cara lain untuk mendefinisikan verifikasi (Rahmadhani, 2022). Kata "verifikasi" digunakan di banyak bidang, termasuk pendidikan.

Istilah "verifikasi" tidak hanya digunakan dalam konteks penelitian tetapi juga dalam penggunaan media sosial. Salah satunya tersedia di sejumlah etalase online, antara lain Shopee, Lazada, dan Tokopedia. Saat pengguna e-niaga memperbarui akunnya, misalnya dengan menyetel kata sandi baru, verifikasi akan muncul. Verifikasi dilakukan untuk memastikan data yang dimasukkan konsisten dan bebas dari kesalahan (Rahmadhani, 2022).

E-Commerce

Pengertian Electronic Commerce, atau singkatnya E-Commerce, adalah sekumpulan inisiatif bisnis yang mempertemukan konsumen, produsen, distributor barang, dan orang pada umumnya dengan menggunakan internet dan jaringan terkait komputer lainnya. Penggunaan internet adalah salah satu contoh teknologi kunci yang dapat dikatakan menginformasikan setiap aspek usaha komersial (Khoiriyah, 2018).

Kondisi ini terjadi karena internet merupakan jaringan komputer global yang dapat diakses dari berbagai penjuru dunia, kapan saja dan di mana saja.

Dengan kata lain, internet beroperasi secara terus-menerus, atau 24 jam sehari, tujuh hari seminggu (24/7), sehingga memudahkan pengguna untuk mendapatkan informasi kapan saja dan dari lokasi manapun. Akses tanpa batas ini memberikan fleksibilitas yang tinggi, memungkinkan setiap orang untuk memperoleh informasi secara instan sesuai dengan kebutuhan mereka, tanpa terkendala oleh waktu atau tempat. Untuk memanfaatkan jaringan komputer ini, yang dikenal dengan nama internet, bisnis dan penyedia layanan internet didorong untuk melakukannya untuk mendapatkan keuntungan finansial yang signifikan.

Ketentuan-Ketentuan Penjualan Online Menurut UU ITE

Perdagangan elektronik, yang menggabungkan berbagai teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang terus berkembang, memainkan peran penting dalam menjembatani hubungan antara perusahaan, pelanggan, dan komunitas. Melalui transaksi elektronik, berbagai barang, layanan, dan informasi dapat dipertukarkan dengan mudah. Proses ini melibatkan interaksi yang sangat dinamis antara teknologi modern dan mekanisme bisnis, yang memungkinkan terjalannya komunikasi dan transaksi secara efisien. Menurut Kota (2000), sistem perdagangan elektronik ini tidak hanya melibatkan pertukaran barang dan jasa, tetapi juga mencakup distribusi informasi, di mana semua pihak yang terlibat – baik itu perusahaan, konsumen, atau komunitas tertentu – dapat terhubung dan berinteraksi satu sama lain dengan cara yang lebih praktis dan cepat, berkat kemajuan teknologi dan aplikasi yang ada.

1. Pembeli atau konsumen merujuk pada individu yang secara hukum diperbolehkan untuk melakukan transaksi jual beli atas produk yang ditawarkan oleh penjual atau pelaku usaha.
2. Pelaku usaha yang menawarkan produk secara online sebagai penjual, pedagang, atau pengusaha.
3. Bank bertindak sebagai perantara, mentransfer uang dari klien atau pelanggan ke mitra bisnis.
4. Penyedia sebagai penyedia layanan akses internet.

Salah satu regulasi terkait adalah UU Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), yang mengatur bahwa transaksi elektronik merupakan kegiatan sah yang dilakukan melalui komputer, jaringan komputer, dan media elektronik lainnya (UU RI No. 19 Tahun 2006). Platform seperti Google Playstore dan AppStore menjadi tempat bagi pengguna untuk mengunduh aplikasi yang digunakan dalam transaksi elektronik. Bagi pembeli dan penjual dalam e-commerce, UU ITE memberikan kepastian hukum, termasuk pengaturan hak dan kewajiban masing-masing pihak.

METHODOLOGY

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji norma-norma hukum positif yang berkaitan dengan e-commerce (Ibrahim, 2007). Jenis penelitian ini adalah penelitian kepustakaan, di mana teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara menganalisis literatur seperti buku, jurnal, dan publikasi ilmiah yang relevan. Pendekatan yang digunakan bersifat kualitatif, berlandaskan pada analisis fenomena sosial. Penelitian ini mengadopsi metode yuridis normatif,

berfokus pada telaah hukum tanpa melibatkan data empiris sebagai sumber utama.

Fokus utama penelitian adalah analisis kasus mengenai transaksi elektronik dan penerapannya dalam maqasid syariah menurut hukum Islam. Sumber data berasal dari tiga marketplace utama di Indonesia: Shopee, Tokopedia, dan Lazada, yang dipilih berdasarkan data tahun 2022 sebagai platform dengan jumlah pengguna terbanyak.



Gambar 1. Presentase E-Commerce terbanyak Tahun 2022

Keabsahan data dalam penelitian ini diukur melalui kredibilitas, yaitu tingkat kepercayaan terhadap data yang dikumpulkan. Kredibilitas data menunjukkan sejauh mana data mencerminkan kenyataan di lapangan. Untuk memastikan keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik pemeriksaan sebagai berikut (Moleong, 2001):

1. Perpanjangan keikutsertaan peneliti: Menjaga keterlibatan peneliti dalam konteks penelitian untuk memahami lebih mendalam.
2. Ketekunan pengamatan: Melakukan observasi secara mendalam untuk mendapatkan data yang komprehensif.
3. Triangulasi: Menggunakan sumber atau metode tambahan untuk memverifikasi dan membandingkan data guna meningkatkan akurasi temuan.

RESULT AND DISCUSSION

Ketentuan-Ketentuan dalam Verifikasi Beberapa Aplikasi Belanja E-Commerce di Indonesia

Verifikasi merupakan suatu proses evaluasi yang dilakukan secara sistematis, independen, dan terdokumentasi, dengan tujuan untuk memastikan bahwa langkah-langkah mitigasi yang telah diterapkan berjalan dengan baik. Proses ini dilakukan secara berkala setelah tindakan mitigasi dilaksanakan (ex-post) oleh seorang Verifikator untuk memastikan tercapainya tujuan mitigasi, termasuk penurunan emisi yang dihasilkan dari tindakan tersebut (Morse, 2002).

Proses verifikasi berfokus pada penilaian terhadap beberapa aspek penting, antara lain:

1. Menilai sejauh mana kriteria kelayakan yang telah ditentukan dalam metodologi yang digunakan untuk aksi mitigasi telah dipenuhi secara optimal;
2. Memastikan bahwa data yang tercantum dalam Lembar Pemantauan memiliki tingkat akurasi dan kredibilitas yang tinggi;
3. Mencegah terjadinya pendaftaran ganda yang dapat merusak integritas data;
4. Menyaring perubahan yang terjadi setelah pendaftaran aksi mitigasi yang dapat mempengaruhi kelayakan metodologi yang diterapkan, sehingga tidak menggugurkan hasil yang telah dicapai.

Verifikator bertanggung jawab untuk melakukan penilaian terhadap informasi yang disampaikan oleh Penanggungjawab atau Pelaksana Aksi. Dalam melaksanakan penilaiannya, Verifikator mengikuti prosedur verifikasi yang telah ditetapkan dalam pedoman ini. Meskipun demikian, proses verifikasi tersebut tidak terbatas hanya pada dua metode utama, yaitu:

1. Peninjauan dokumen, di mana Verifikator akan meneliti dan memeriksa dokumen-dokumen yang terkait untuk memastikan kesesuaian dan akurasi informasi yang diberikan oleh pihak yang bertanggung jawab; dan
2. Peninjauan lapangan, yang melibatkan pemeriksaan langsung di lokasi untuk memperoleh bukti fisik atau konfirmasi lebih lanjut mengenai pelaksanaan aksi yang telah dilakukan.

Ketentuan Verifikasi dalam Marketplace

Shopee

Shopee merupakan salah satu platform belanja daring terkemuka yang beroperasi di kawasan Asia Tenggara dan Taiwan (Hanum Ulfah Baiti, 2021). Didirikan pada tahun 2015, Shopee didesain khusus untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi pasar di berbagai wilayah. Dengan tujuan untuk menawarkan pengalaman berbelanja yang lebih mudah, aman, dan cepat bagi para penggunanya, Shopee menyediakan berbagai fitur yang mendukung kelancaran transaksi, mulai dari sistem pembayaran yang terpercaya hingga solusi logistik yang efisien. Hal ini menjadikan platform ini semakin populer di kalangan konsumen, karena kemampuannya untuk memberikan kenyamanan dalam proses berbelanja secara online dengan berbagai opsi pembayaran dan pengiriman yang fleksibel.

Syarat jika akan melakukan transaksi di Shopee terhadap pembeli:

1. Daftar/Masuk Aplikasi Shopee.
2. Isi data diri sesuai kartu identitas atau KTP memilih "Ya" pada setiap pilihan yang ditawarkan shopee agar dapat mengakses aplikasi shopee
3. Memilih produk yang akan dibeli
4. Memilih cara pembayaran. Cara pembayaran di shopee ada berbagai macam cara, seperti cara pembayaran di alfamart, indomart, bayar ditempat (cash on delivery), transfer dari ATM, dan bisa juga melalui shopeepay.
5. Sebelum menggunakan shopeepay, harus mengaktifkan shopeepay terdahulu, mengisi nomor handphone dan nomor rekening agar dapat menggunakan shopeepay.

6. Setelah memilih cara pembayaran, bisa check out dan menunggu pesanan di proses. Ketika pengguna shopee membayar pesanan sesuai total pesanan, uang yang dikirim oleh pengguna seharusnya sudah masuk dan pesanan segera dikirim oleh penjual di aplikasi shopee.

Tokopedia

PT Tokopedia adalah sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang perdagangan elektronik, yang lebih dikenal dengan sebutan toko daring. Didirikan pada tahun 2009, Tokopedia telah mengalami perkembangan yang pesat, dan kini menjadi salah satu perusahaan unicorn yang memiliki pengaruh besar, baik di Indonesia maupun di kawasan Asia Tenggara. Seiring dengan pertumbuhannya, Tokopedia telah berhasil mengembangkan platform yang menghubungkan berbagai penjual dan pembeli, serta menawarkan berbagai layanan yang mempermudah transaksi elektronik (Ariyani, 2019).



Gambar 2. Tampilan Proses Transaksi

PT. Tokopedia adalah perusahaan yang mengelola situs web www.tokopedia.com, platform untuk mencari toko dan produk dari penjual terdaftar. Syarat dan ketentuan merupakan suatu perjanjian yang menetapkan hak, kewajiban, serta tanggung jawab antara para pengguna (termasuk pembeli, penjual, dan pengunjung) dengan Tokopedia, yang juga mengatur prosedur penggunaan layanan di platform tersebut. Pembeli merujuk pada pengguna terdaftar yang melakukan pembelian barang dari penjual, sementara penjual adalah pengguna terdaftar yang membuka toko dan menawarkan barang untuk dijual melalui situs tersebut. Barang, dalam konteks ini, mengacu pada benda fisik yang dapat dikirimkan menggunakan jasa pengiriman. Sementara itu, rekening resmi Tokopedia adalah rekening bersama yang digunakan sebagai sarana transaksi jual beli antara pembeli dan penjual di platform tersebut.

Lazada

Marketplace adalah platform digital di mana berbagai pihak berkumpul untuk melakukan transaksi jual beli barang, dengan pembeli mencari produk dan penjual menawarkan barang (Rahmidani, 2015). Sebaliknya, online store adalah situs web di mana pembeli melakukan pembelian langsung dari satu penjual.

Contoh marketplace di Indonesia termasuk Shopee, Tokopedia, dan Lazada, sedangkan contoh online store adalah Matahari Mall, Zalora, Berry Benka, dan Groupon Indonesia (Rerung, 2018).

Penjual adalah pihak yang menawarkan barang atau jasa kepada konsumen, sedangkan pembeli adalah individu yang membeli barang yang ditawarkan tersebut. Prosedur verifikasi untuk beberapa aplikasi e-commerce dapat dilakukan dengan langkah-langkah berikut:

1. Akses aplikasi e-commerce yang diinginkan, lalu pilih menu utama.
2. Masukkan nomor telepon dan lakukan proses verifikasi melalui WhatsApp atau SMS.
3. Setelah itu, masukkan alamat lengkap dan akurat, yang akan digunakan oleh kurir untuk pengiriman barang. Pastikan untuk mengisi detail seperti nama jalan, nomor bangunan, RT/RW, kecamatan, serta kode pos dengan benar.
4. Klik tombol 'Simpan'.
5. Setelah semua data terverifikasi, Anda dapat melanjutkan untuk berbelanja sesuai keinginan.

Mekanisme transaksi jual beli melalui aplikasi ini berfungsi sebagai perantara antara penjual dan pembeli. Namun, terdapat ketidakjelasan mengenai akad antara penjual dan aplikasi sebagai perantara. Proses verifikasi akun sebelum penjual bergabung dalam aplikasi hanya mengharuskan penjual untuk mengisi data berupa alamat email dan nomor telepon. Proses ini dinilai belum memenuhi syarat perjanjian yang sah, karena tidak mencakup verifikasi identitas lengkap penjual yang akan menggunakan aplikasi tersebut (Shopee, 2021).

Permasalahan ini muncul karena proses verifikasi akun di marketplace terlalu sederhana, hanya menggunakan nomor telepon atau email, yang mudah dimanipulasi. Manipulasi ini memungkinkan pengguna untuk membuat beberapa akun palsu yang dapat digunakan untuk menjual barang fiktif. Peneliti bahkan menemukan adanya jasa pembuatan akun Shopee, Tokopedia, dan Lazada, lengkap dengan unggahan foto produk. Pengguna jasa ini tidak memiliki kendali atas barang yang dijual, padahal dalam hukum Islam, barang yang dijual harus berada dalam kuasa penjual (Baiti & Yanti, 2021).

Aplikasi tersebut tidak menyediakan kolom yang mewajibkan pengguna, khususnya penjual yang ingin memasarkan produk melalui platform marketplace, untuk mengisi informasi lengkap tentang identitas mereka. Padahal, identitas adalah elemen krusial dalam suatu perjanjian. Dalam konteks struktur sebuah akta kontrak, suatu perjanjian atau kontrak harus mencakup beberapa bagian penting, antara lain judul, pembukaan, komparasi yang memuat identitas para pihak yang terlibat, premis, isi kontrak, dan penutupan kontrak. Identitas para pihak ini memiliki peran penting dalam mengikat keduanya secara hukum (Rimanadi, 2022).

Tinjauan Undang-Undang dan Hukum Islam Terhadap Ketentuan dalam Verifikasi Beberapa Aplikasi Belanja E-Commerce di Indonesia

Tinjauan Undang-Undang

Dalam hukum positif Indonesia, transaksi jual beli diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, khususnya pada Buku III tentang Perikatan. Namun, regulasi ini hanya mencakup transaksi konvensional dan tidak mengatur

e-commerce. Meskipun belanja online mempermudah transaksi, potensi kejahatan tetap ada. Oleh karena itu, hukum Indonesia memberikan sanksi bagi pelaku penipuan online melalui Pasal 28 ayat (1) UU ITE dan Pasal 378 KUHP, yang mengatur penipuan dan penyebaran berita bohong dalam transaksi elektronik. Seiring berkembangnya e-commerce, pemerintah mengesahkan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan pada 11 Maret 2014, yang memberikan regulasi khusus untuk e-commerce dan menerapkan asas *lex specialis derogat legi generali*.

Pengaturan tersebut memberikan kepastian hukum terkait Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) dan melindungi baik penyelenggara PMSE maupun konsumen dalam transaksi elektronik. Selain itu, Indonesia juga memiliki Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) yang mengatur perlindungan masyarakat dalam transaksi elektronik.

Identitas diperlukan tidak hanya untuk menghindari tindakan curang, tetapi juga sebagai indikator bahwa pihak yang terlibat dalam transaksi memiliki kecakapan hukum. Sebagaimana diatur dalam Pasal 47 ayat 2 PP Nomor 82 Tahun 2012, kontrak elektronik dianggap sah apabila:

1. Ada kesepakatan antara pihak-pihak yang terlibat;
2. Dilakukan oleh subjek hukum yang cakap atau memiliki wewenang sesuai peraturan perundang-undangan;
3. Terdapat hal-hal tertentu yang disepakati; dan
4. Objek transaksi tidak bertentangan dengan peraturan, norma kesusilaan, serta ketertiban umum.

Identitas dalam transaksi elektronik sangat penting untuk menghindari penipuan dan mengevaluasi kapasitas hukum pihak-pihak yang terlibat. Pasal 47 ayat 2 dan Pasal 48 ayat 3 Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 menegaskan bahwa kontrak elektronik harus mencakup identitas pihak terkait, deskripsi objek, ketentuan transaksi, harga, prosedur pembatalan, dan pilihan hukum untuk penyelesaian sengketa. Kejelasan ini memastikan keamanan dan kepastian hukum dalam transaksi elektronik.

Pasal 48 tersebut mengatur bahwa identitas para pihak dalam kontrak elektronik harus dicantumkan dengan jelas. Namun, dalam kontrak elektronik yang ada di aplikasi Shopee, identitas tidak diminta secara rinci. Padahal, Pasal 48 ayat 3 Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 menyebutkan bahwa kontrak elektronik harus memuat identitas para pihak serta hal-hal lainnya. Menurut peneliti, kontrak elektronik dalam aplikasi Shopee kurang memenuhi ketentuan mengenai identitas para pihak. Meskipun demikian, Pasal 48 huruf b dan seterusnya telah dipenuhi dengan baik, seperti tercantum dalam syarat layanan aplikasi Shopee, yang mencakup persyaratan transaksi elektronik, prosedur pembatalan transaksi, dan pilihan hukum untuk penyelesaian transaksi elektronik.

Pasal 51 ayat 1 PP Nomor 82 Tahun 2012 berbunyi: "Dalam penyelenggaraan Transaksi Elektronik para pihak wajib menjamin":

1. Pemberian data dan informasi yang benar; dan
2. Ketersediaan sarana dan layanan serta penyelesaian pengaduan.

Penerapan pasal-pasal tersebut dalam konteks permasalahan ini masih belum maksimal, dikarenakan masih banyaknya tindakan kecurangan yang dilakukan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab. Kecurangan ini terjadi akibat adanya kelemahan dalam proses verifikasi akun yang memungkinkan manipulasi data, serta keterbatasan aplikasi dalam mendeteksi akun palsu atau penjual yang tidak jujur. Aplikasi Shopee hanya dapat mengambil langkah pemblokiran terhadap akun penjual palsu setelah menerima laporan dari pembeli yang merasa dirugikan.

Untuk mengurangi potensi terjadinya masalah, diperlukan langkah-langkah preventif, termasuk pemisahan proses verifikasi antara akun penjual dan pembeli. Verifikasi akun penjual harus lebih mendalam, mencakup identitas dan kejelasan produk yang dijual, guna memastikan keabsahan dan validitas akun penjual (Satriadin, 2018).

Berdasarkan UU No 19 Tahun 2016, pelaku transaksi elektronik wajib mematuhi peraturan hukum yang berlaku di Indonesia, termasuk UU Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Pasal 1 angka 2 UU ITE menjelaskan bahwa transaksi elektronik adalah tindakan hukum yang dilakukan menggunakan komputer, jaringan komputer, atau media elektronik lainnya (UU RI No. 19 Tahun 2006). Aplikasi untuk transaksi elektronik dapat diunduh melalui AppStore untuk iPhone atau Google Play Store untuk Android.

UU ITE memberikan kepastian hukum bagi pelaku bisnis e-commerce, baik penjual maupun pembeli, dengan mengatur hak dan kewajiban masing-masing pihak. Pasal 9 mengatur bahwa pelaku usaha wajib menyediakan informasi yang akurat dan lengkap terkait syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan.

Dalam konteks transaksi elektronik pada platform marketplace seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada, transaksi ini dilakukan melalui media elektronik, sesuai dengan penjelasan Pasal 1 angka 2 UU No. 19 Tahun 2016, yang menyatakan bahwa transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, atau media elektronik lainnya. Dengan adanya belanja online, transaksi menjadi lebih praktis dan efisien bagi banyak pihak.

Akan tetapi tetap saja, orang yang ingin bertindak jahat masih banyak di sekitar kita. Sehingga hukum Indonesia pun menyiapkan undang - undang untuk menjerat pelaku penipuan dalam jual beli online. Undang-undangn yang membahasnya adalah Pasal 28 ayat (1) UU ITE dan Pasal 378 KUHP. Pasal 378 KUHP mengatur penipuan (penjelasan mengenai unsur-unsur dalam Pasal 378 KUHP, dan Pasal 28 ayat (1) UU ITE mengatur mengenai berita bohong yang menyebabkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik.

Apabila penjual melakukan wanprestasi dalam perjanjian jual beli, terdapat peraturan yang mengatur wanprestasi dan akibat hukumnya. Dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata), Pasal 1243 dan Pasal 1480 mengatur mengenai ganti rugi akibat wanprestasi. Selain itu, UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, khususnya Pasal 16, Pasal 17, dan Pasal 18, mengatur akibat hukum dari wanprestasi dalam pembatalan perjanjian.

Secara umum, KUH Perdata mengatur wanprestasi secara rinci. Pasal 1238 KUH Perdata menjelaskan definisi wanprestasi dan akibat hukumnya, termasuk kelalaian. Kelalaian menurut Pasal 1243 KUH Perdata meliputi ketidakmampuan melaksanakan perjanjian sesuai yang disepakati, keterlambatan pelaksanaan, atau pelanggaran terhadap ketentuan dalam perjanjian. Aturan yang diterapkan oleh situs belanja online mengenai wanprestasi dan akibat hukumnya harus sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Misalnya, kelalaian oleh penjual yang tidak memenuhi komitmen akan mengakibatkan ganti rugi atau pembatalan perjanjian, sesuai dengan ketentuan dalam Pasal 1243 KUH Perdata serta Pasal 1480 KUH Perdata.

Salah satu penyebab wanprestasi adalah ketika pihak yang terlibat dalam perjanjian menyanggupi isi perjanjian tetapi gagal memenuhi komitmen tersebut dan lalai dalam melaksanakan perjanjian yang telah disepakati. Akibatnya, salah satu pihak merasa dirugikan. Untuk menciptakan keadilan, peraturan mengenai akibat hukum wanprestasi dibuat (Romdon, 2015). Penerapan peraturan perundang-undangan yang mengatur akibat hukum wanprestasi dianggap telah sejalan dengan peraturan yang diterapkan oleh situs belanja online saat ini. Penggantian rugi yang diberikan sesuai dengan harapan pembeli dan mengikuti prosedur dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku, sehingga tidak terdapat pertentangan dengan peraturan yang diberlakukan oleh situs belanja online.

Kaitan Fakta dan Teori:

1. Sesuai; Argumentasi penulis tentang kesesuaian disini karena setelah penulis teliti ternyata penulis banyak menemukan Undang-Undang, Peraturan Pemerintah, Ayat Al-Quran dan Hadits yang menjelaskan kesesuaian dalam proses verifikasi, juga jual beli dalam islam yang banyak diterapkan Marketplace-Marketplace yang ada di Indonesia salah satunya adalah Shopee, Tokopedia dan Lazada.
2. Tidak Sesuai; Argumentasi penulis tentang ketidaksesuaian disini karena penulis masih banyak menemukan celah-celah bagi orang yang tidak bertanggung jawab untuk menipu dalam melakukan proses verifikasinya maupun berpura-pura menjadi penjual juga ketidaksesuaian barang yang dipesan, walaupun banyak dan ada Undang-Undang yang mengatur tentang perlindungan konsumen, transaksi elektronik dsb.
3. Bertentangan; Argumentasi penulis tentang bertentangan disini karena penulis menemukan banyak kecurangan dan penipuan dalam marketplace karena dalam proses verifikasi di marketplace tersebut bertentangan dengan aturan yang ada, yang hanya mencantumkan No Hp dan sandi saja. Sehingga membuka celah bagi orang-orang yang tidak bertanggung jawab.

Pandangan Hukum Islam

E-commerce memiliki kesamaan dengan bai' as-salam dalam hal pembayaran yang dilakukan di muka dan penyerahan barang yang ditunda. Dalam transaksi e-commerce, setelah kesepakatan tercapai antara penjual dan pembeli, pembeli melakukan pembayaran sesuai dengan harga yang disepakati. Setelah pembayaran diterima, penjual akan mengirimkan barang yang diminta

oleh pembeli (Romdon, 2015). Islam mempermudah transaksi jual beli bagi umatnya, namun terdapat ketentuan yang harus diikuti dalam transaksi tersebut. Sebagaimana dijelaskan dalam penelitian Awaliyah (2022), Islam melarang transaksi yang mengandung unsur *riba'*, *gharar*, penipuan, paksaan, maisir, dan hal-hal haram lainnya, seperti yang tercantum dalam Al-Baqarah: 275.

Allah SWT menegaskan dalam Al-Qur'an bahwa jual beli diharamkan, sementara *riba* diharamkan. Hal ini menunjukkan bahwa transaksi jual beli secara umum sah dan diperbolehkan, sedangkan praktik *riba* dilarang. Dalam penelitian Muttaqin (2011), disebutkan bahwa transaksi e-commerce, meskipun dilakukan secara elektronik tanpa pertemuan fisik antara penjual dan pembeli, tetap sah menurut hukum Islam, karena prinsip-prinsip yang mendasarinya serupa dengan transaksi jual beli konvensional yang berlangsung di dunia nyata (Rerung, 2018).

Dalam Al-Qur'an, dijelaskan bahwa transaksi jual beli harus dilakukan dengan dasar kesepakatan bersama antara kedua belah pihak, tanpa ada unsur penipuan atau kerugian. Oleh karena itu, setiap pihak yang terlibat dalam transaksi harus memiliki pengetahuan yang cukup tentang mekanisme jual beli, serta melakukannya dengan kesadaran penuh. Transaksi yang melibatkan individu yang belum memahami konsep jual beli, seperti anak-anak, harus mendapat pengawasan dari orang tua, dan begitu juga dengan mereka yang mengalami gangguan jiwa, tidak seharusnya dipaksa untuk melakukan transaksi. Dengan demikian, jual beli harus dilakukan secara sukarela dan sesuai kebutuhan, agar tidak ada pihak yang dirugikan.

Dalam transaksi jual beli elektronik, setiap pihak memiliki hak dan kewajiban yang harus dipenuhi. Penjual bertanggung jawab untuk menawarkan produk melalui internet dan wajib memberikan informasi yang akurat dan transparan tentang barang yang dijual. Produk yang ditawarkan harus memenuhi ketentuan hukum yang berlaku, yaitu tidak melanggar peraturan, dalam kondisi baik, serta bebas dari cacat tersembunyi. Hal ini bertujuan agar transaksi jual beli berjalan dengan adil dan tidak merugikan pembeli (Rerung, 2018).

Jual beli elektronik dalam e-commerce telah menciptakan sistem ekonomi baru yang menghubungkan produsen, penjual, dan konsumen melalui teknologi, yang sebelumnya tidak pernah diterapkan. Transaksi antar negara melalui internet ini memunculkan pertanyaan terkait kesesuaiannya dengan hukum syariat Islam, terutama dalam hal jual beli dalam muamalat maliyah. E-commerce, yang tidak melibatkan interaksi fisik antara penjual dan pembeli, dianggap bertentangan dengan rukun dan syarat sah jual beli dalam fiqh klasik (Az-Zuhaili, 2011).

Dalam transaksi e-commerce, penawaran dilakukan oleh penjual melalui website. Penjual menyediakan storefront yang memuat katalog produk dan layanan yang ditawarkan. Pengguna yang mengunjungi website tersebut dapat melihat barang-barang yang dijual, harga, rating produk, serta spesifikasi dan informasi terkait lainnya. Proses penawaran dilakukan melalui komunikasi menggunakan media internet, seperti email atau chatting, untuk memesan barang yang diinginkan (Ariyani, 2019).

Menurut sistem operasinya, belanja online dapat dianggap sebagai alat, lingkungan, metode, atau instrumen teknis (wasilah) dalam fikih kontemporer yang fleksibel, dinamis, dan dapat disesuaikan dengan aturan syariah. Ini termasuk aspek-aspek teknis global yang relevan bagi umat Islam dalam kerangka syariah untuk mengelola dan menanggapi perkembangan zaman demi kesejahteraan bersama (Ariyani, 2019).

Menurut Wahbah Zuhaili, prinsip dasar dalam transaksi muamalah dan syarat-syarat yang terkait dengannya diperbolehkan selama tidak bertentangan dengan syariat atau dalil. Oleh karena itu, perdagangan elektronik dapat diterima dengan prinsip masalah, yang berupaya memenuhi kebutuhan manusia dalam menghadapi perkembangan teknologi, asalkan langkah-langkah diambil untuk mengatasi kelemahan teknis dan menjaga kesesuaian dengan hukum syariah. Meskipun mekanisme yang dibuat oleh manusia tidak sempurna, selama sistem tersebut relatif aman dan dilengkapi dengan perlindungan yang memadai, hal ini dianggap sah menurut prinsip toleransi syariah dalam muamalah dan fikih, yaitu bahwa kerusakan harus dihindari (*adh-dhararu yuzal*).

Dalam hukum Islam, transaksi jual beli harus memenuhi syarat dan rukun yang telah ditetapkan syariat agar dinyatakan sah. Setiap transaksi yang tidak memenuhi ketentuan tersebut dianggap cacat atau bahkan batal, yang pada akhirnya berdampak pada tidak sahnya kepemilikan atas barang atau harta yang diperjualbelikan. Larangan yang ditetapkan oleh syariat (*nash syar'i*) menunjukkan bahwa transaksi tersebut tidak dibenarkan secara hukum Islam. Dengan demikian, barang atau harta yang diperoleh melalui jual beli yang tidak sah, atau melalui akad yang mengandung unsur yang diharamkan (*ghairu al-masyru'*), tidak dapat diakui sebagai hak milik yang sah menurut ketentuan syariat. Prinsip ini menegaskan pentingnya menjaga keabsahan akad jual beli, agar harta yang diperoleh benar-benar halal dan sesuai dengan tuntunan agama (Noviana, 2021)

Berlandaskan ajaran Islam, setiap individu wajib berusaha menaati hukum yang berlaku demi mencegah terjadinya kerugian pada pihak lain. Oleh sebab itu, aktivitas bisnis harus tetap sejalan dengan ketentuan syariat Islam maupun peraturan yang berlaku di negara tersebut. Transaksi yang merugikan atau melanggar hukum dapat dikenakan sanksi, sedangkan dalam Islam, transaksi semacam itu dianggap batal (Hasan, 2009). Untuk menilai keabsahan transaksi e-commerce, terdapat lima tahapan yang perlu dipenuhi.

Pengajuan Kontrak (At-Ta'aqud)

Tahap awal ini melibatkan pemeriksaan terhadap empat pilar kontrak, yakni *ijab qabul*, para pihak yang bertransaksi, objek jual beli, dan bentuk kesepakatan. Dalam konteks e-commerce, bila pemilik produk tidak hadir, agen wajib memastikan keberadaan dan keabsahan perusahaan. Selain itu, barang yang diperdagangkan harus tersedia secara nyata di pasar global.

Validasi Kontrak (Shiha)

Kontrak harus bebas dari unsur yang diharamkan seperti *riba*, *gharar* (ketidakpastian), penipuan, pemaksaan, maupun unsur perjudian (*maisir*), agar sah menurut syariat.

Pelaksanaan (Nafadz dan Ilzaam)

Pada tahap ini, penjual harus benar-benar memiliki hak penuh atas barang tersebut, serta barang harus bebas dari sengketa atau utang. Sebelum menandatangani kontrak, pembeli dianjurkan memverifikasi keabsahan perusahaan dan produk, mengingat keterbatasan dalam mengecek barang secara fisik. Salinan kontrak perlu disimpan untuk menghindari manipulasi.

Pengiriman Barang dan Pembayaran

Barang dan pembayaran harus diserahkan sesuai kesepakatan. Karena pembayaran e-commerce sering menggunakan kartu kredit, Muslim perlu menghindari transaksi berbasis riba dan memilih alternatif yang sesuai syariat, seperti transfer bank tanpa bunga. Setelah menerima barang, konsumen harus memverifikasi kesesuaiannya dan menggunakan hak khiyar bila diperlukan (Misyuraidah, 2013).

Mekanisme Pembayaran

Dalam Islam, pembayaran harus lunas sebelum jatuh tempo agar menghindari bunga. Masalah timbul jika hanya sebagian kecil harga dibayar di awal, lalu sisanya dikenai bunga bulanan oleh bank. Sebagai solusinya, syariat Islam menawarkan skema seperti murabahah untuk menjaga keabsahan transaksi.

Secara umum, meskipun transaksi e-commerce dilakukan tanpa pertemuan langsung, praktik ini tetap sah menurut hukum Islam, selama memenuhi syarat dan rukun jual beli serta tidak merugikan salah satu pihak (Minuriha, 2018). Hal ini sejalan dengan pandangan MT. Hasbi Ash-Shiddieqy (1997) yang menyatakan bahwa jual beli merupakan pemindahan hak atas barang berdasarkan kerelaan kedua belah pihak.

Sebagaimana tercermin dalam Q.S. An-Nisa' ayat 29, Allah memerintahkan agar transaksi dilakukan atas dasar suka sama suka dan melarang pengambilan harta secara batil, serta menegaskan pentingnya menjaga hak dan keselamatan antar sesama.

Dalam Islam, jual beli harus dilandasi prinsip saling ridha untuk menghindari kerugian salah satu pihak. Segala bentuk penipuan, baik dalam jual beli maupun muamalah lainnya, diharamkan, dan umat Islam diwajibkan berlaku jujur sebagai wujud keikhlasan beragama yang lebih utama daripada keuntungan duniawi (Qardawi, 2007).

Syariat melarang praktik curang seperti mengurangi timbangan, mengambil keuntungan berlebihan, serta tindakan lain yang merusak persaingan usaha. Pelaku kecurangan diancam kehinaan di hari kiamat. Namun, praktik tidak jujur ini masih banyak ditemukan di pasar-pasar tradisional, seperti penjualan barang rusak atau penyampaian informasi yang menyesatkan, yang tidak hanya merugikan pembeli, tetapi juga merusak integritas perdagangan.

Islam juga menetapkan larangan terhadap jenis jual beli tertentu, seperti jual beli gharar, yaitu transaksi yang diliputi ketidakjelasan atau spekulasi tinggi, serta jual beli yang dilakukan di bawah paksaan, seperti talji'ah, yang dinyatakan tidak sah (Fauzan et al., 2023).

Menurut ulama fikih, gharar dalam jual beli mencakup beberapa bentuk, seperti ketidakmampuan penjual menyerahkan barang saat akad, menjual barang yang belum dikuasai, ketidakjelasan pembayaran, sifat, jumlah harga, atau waktu penyerahan barang, ketidakpastian kondisi barang sesuai kesepakatan, serta keterpaksaan dalam akad (Saputra, 2024).

Larangan terhadap jual beli gharar diberlakukan karena mengandung unsur penipuan yang berpotensi menimbulkan sengketa di kemudian hari. Risiko gharar juga meningkat apabila identitas penjual atau pembeli tidak jelas dalam pelaksanaan akad.

CONCLUSIONS AND RECOMMENDATIONS

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan dianalisis secara menyeluruh, dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu sebagai berikut:

Ketentuan yang ditetapkan oleh pihak e-commerce terkait pendaftaran akun penjual dan pembeli hanya mencakup pengisian alamat email, nomor ponsel, dan kata sandi. Namun, proses pendaftaran ini tidak memerlukan data diri yang lebih rinci, seperti nama lengkap, alamat rumah, atau nomor identitas resmi. Hal ini menimbulkan kekhawatiran terkait validitas dan keamanan transaksi, karena identitas pengguna tidak diverifikasi secara menyeluruh. Tanpa data diri dan nomor identitas yang jelas, risiko penipuan dan penyalahgunaan akun dapat meningkat, mengingat minimnya pengawasan terhadap identitas asli pengguna. Dengan demikian, ada kebutuhan untuk memperketat prosedur pendaftaran agar lebih transparan dan aman, memastikan bahwa setiap akun yang terdaftar benar-benar valid dan dapat dipercaya.

Berdasarkan ketentuan Undang-Undang No. 11 Tahun 2012 juncto Peraturan Pemerintah No. 82 Tahun 2012 serta hukum Islam, identitas pelaku akad harus jelas. Namun, verifikasi yang dilakukan oleh pihak e-commerce tidak memenuhi persyaratan yang ditetapkan oleh undang-undang maupun hukum Islam yang menghendaki kejelasan identitas pelaku akad. Akibatnya, akad tersebut dapat dianggap sebagai jahalah. Kondisi ini berpotensi membuka peluang terjadinya penipuan oleh pihak penjual, karena pembeli tidak dapat melacak identitas penjual dengan tepat.

REFERENCES

- Ariyani, W. (2019). Pengaruh Harga, Keragaman produk, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Pakaian secara Online pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan (Skripsi, IAIN Pekalongan).
- Fauzan, H. N., Iswandi, I., & Satria, A. (2024). Tinjauan Hukum Islam Dan Hukum Positif Pada Praktik Jual Beli Online dengan Metode Kerjasama Dropship. *Journal of Islamic Studies*, 1(3), 356-367.
- Hediana, Runto & Ahmad Dasuki Aly, 2016. *Transaksi Jual Beli Online Perspektif Ekonomi Islam*. Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah Vol. 3 No. 2. Cirebon: Pass Sunyaragi.
- Heryadi, F. L. (2022). *Hukum Layanan Kta Kilat Aplikasi Pinjamanonline Akulaku Dalam Perspektif Hukum Islam* (Bachelor's thesis, Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Ibrahim, J., & Sewu, L. (2007). *Hukum Bisnis Dalam Persepsi Manusia Modern*, ctk. Kedua, Bandung: Refika Aditama.

- KBBI (2023). Kamus Besar Bahasa Indonesia. Dapat diakses di <https://kbbi.web.id/verifikasi>
- Khoiriyah, U. (2018). E-Commerce Dalam Hukum Islam: Studi Analisis Atas Pandangan Abdul Halim Barkatullah Dan Teguh Prasetyo. *Istidlal: Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam*, 2(2), 120-135.
- Kristiana, A. (2021). Tinjauan Yuridis Terhadap Transaksi Perbankan Melalui Internet Banking Di Pt Bank Mandiri (PERSERO) TBK Cabang Solo (Skripsi, Universitas Islam Sultan Agung Semarang).
- Minuriha, D. A. (2018). Tinjauan hukum Islam terhadap jual beli dalam marketplace online shopee di kalangan mahasiswa Uinsa Surabaya (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya).
- Muttaqin, A. (2009). *Transaksi E-Commerce Dalam Tinjauan Hukum Islam*. Malang: Lembaga Penelitian Universitas Muhammadiyah.
- Muslich, Ahmad Wardi, 2010. *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Amzah
- Nawawi, I., & Naufal, Z. A. (2012). *Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer: Hukum Perjanjian, Ekonomi, Bisnis, dan Sosial*. Ghalia Indonesia
- Noviana, W. (2021). Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap jual beli Online dengan sistem Cash On Delivery pada aplikasi Marketplace dihubungkan dengan UU No 08 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Thesis, UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Nur Baiti, H. U., & Yanti, F. (2021). Relevansi Iklan Shopee COD: Sebuah Kajian Tabasa: *Jurnal Bahasa, Sastra Indonesia, Dan Pengajarannya*, 2(1), 49-72.
- Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.
- Samsul, A., & Syariah, H. P. (2010). *Studi Tentang Teori Akad dalam Fikih Muamalah*. Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada.
- Saputra, R. (2024). Analisis Gharar Dalam Gadai Buah Cengkih (Studi Kasus Desa Kramat Kecamatan Taliabu Barat Kabupaten Pulau Taliabu Provinsi Maluku Utara) (Doctoral dissertation, IAIN Kendari).
- Sari, N. W., Wahyuni, E. S., & Harpepen, A. (2022). Pola Perilaku Konsumtif Mahasiswa Akibat Penggunaan Online Shop Ditinjau Dari Etika Konsumsi Islam. *Journal Economy And Currency Study (JECS)*, 4(2), 12-18.
- Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- Undang-Undang Nomor 19 tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Washil, F. M. (2009). Nasir dan Abdul Aziz Muhammad Azzam. *Qawa'id Fiqhiyyah*. Jakarta: AMZAH.
- Wahidin, A. (2018). Prinsip Saling Rela dalam Transaksi Ekonomi Islam (Tafsir Analitis Surat An-Nisaâ€™[4] Ayat 29). *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2(02), 110-134.