

Pemanfaatan Teknologi Internet Dalam Dunia Bisnis Menurut Hukum Islam

Hadiansyah Ma'sum, S.Pd., S.T., M.Kom.

Dosen Program Studi Manajemen Infomatika

Politeknik LP3I Bandung

Email : kanghadiansyah@gmail.com

Abstrak : Teknologi internet yang semakin canggih memungkinkan semakin banyak fungsi dari sebuah situs bukan lagi semata-mata untuk e-commerce. Situs bisa sebagai sarana interaksi manusia ataupun perusahaan, baik dengan pihak luar maupun hanya untuk kalangan sendiri. Situs juga bisa berfungsi untuk menggalang komunitas dan lain sebagainya.

Bagaimana e-commerce dalam perspektif hukum Islam?, sepias sepiasnya berbeda karena model transaksi e-commerce seluruh dokumen dan proses transaksinya dibuat dalam ruang maya (cyber space), sedangkan dalam perikatan Islam selama ini yang berkembang adalah layaknya transaksi konvensional lainnya yakni secara kontak fisik disertai beberapa syarat dan rukun yang harus terpenuhi dalam suatu akad perikatan.

Kata Kunci : Teknologi Internet, globalisasi, masyarakat digital, e-commerce dalam perspektif hukum Islam, transaksi dalam cyber space.

1. Pendahuluan

Internet merupakan jaringan yang besar yang dibentuk oleh interkoneksi jaringan komputer dan komputer tunggal di seluruh dunia, lewat saluran telepon, satelit, dan sistem telekomunikasi lainnya.

Pada awalnya, internet berasal dari ARPAnet, dibangun oleh Advanced Research Project Agency. ARPAnet merupakan jaringan riset dan pertahanan yang dibuat oleh Departemen Pertahanan AS pada awal 1970-an untuk riset system jaringan dan sarana komunikasi serta pertukaran data antar ilmuwan untuk proyek lainnya. Salah satu solusi atas inisiatif ini adalah pengembangan cara baru routing data lewat banyak jalur menggunakan unit data yang disebut packet; alamat tujuan setiap paket disertakan di dalam strukturnya. Metode ini menjadi standar yang dikenal sebagai Transmission Control Protocol/Internet Protocol (TCP/IP), dan membentuk bahasa internet yang sama yang memungkinkan berbagai jenis komputer yang berbeda dan jenis jaringan yang berbeda juga untuk saling berinteraksi.

The National Science Foundation (NSF) memperluas ARPAnet dengan NSFnet yang pada awalnya dirancang untuk mengkoneksikan universitas-universitas dan pusat riset. Koneksi ini kemudian juga digunakan untuk berkomunikasi antara

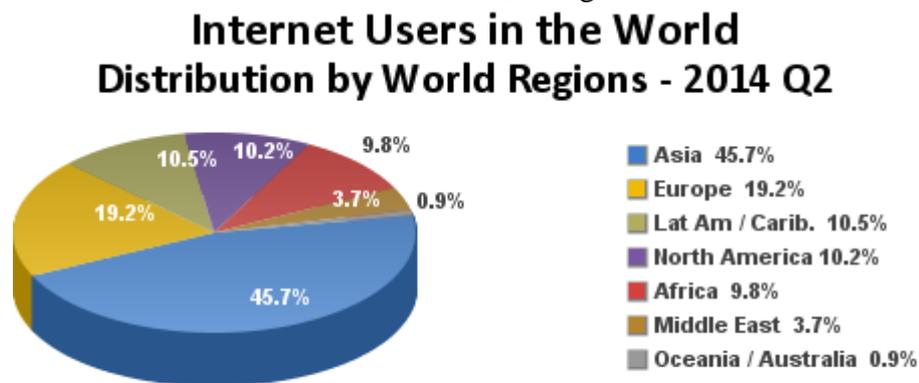
individu-individu di dalam institusi ini lewat e-mail, transfer file data, kelompok diskusi, dan penggunaan lain-lainnya. Dengan berkembangnya jaringan ini, sekarang dikenal dengan internet [1].

Dengan terus berkembangnya jaringan ini, pemahaman baru tentang penggunaan dan potensinya telah bergeser, khususnya setelah NSF mengakhiri perannya. Akses yang lebih banyak diciptakan lewat jaringan regional yang dihubungkan ke internet. Perubahan kebijakan oleh pemerintah, NSFnet, dan privatisasi berikutnya, memungkinkan penyelenggara layanan internet (ISP) komersial menawarkan bagian dari institusi kepada mereka yang bukan merupakan dari institusi atau organisasi pendidikan. Perubahan ini membuka peluang pertumbuhan dan komersialisasi internet begitu cepat.

2. Pengguna Internet

Internet terus mengalami pertumbuhan yang sangat pesat baik dalam hal jumlah pemakaian, jumlah komputer, maupun jumlah jaringan yang tersambung. Pertumbuhannya tiga tahun terakhir ini maupun meningkatnya komersialisasi telah menciptakan perubahan ekstern di internet.

Statistik pengguna internet sedunia sampai 30 Juni 2014 yang tercantum di <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>, sebagai berikut :



Source: Internet World Stats - www.internetworldstats.com/stats.htm
 Basis: 3,035,749,340 Internet users on June 30, 2014
 Copyright © 2014, Miniwatts Marketing Group

Gambar 1. Statistik pengguna internet sedunia.

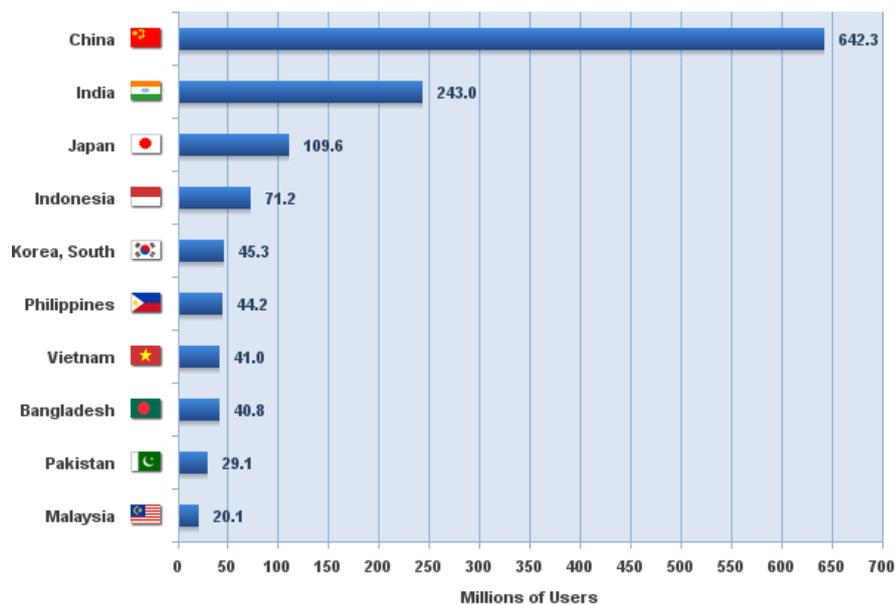
Berdasarkan statistik diatas bisa dilihat bahwa total semua pengguna sedunia sebagai berikut :

WORLD INTERNET USAGE AND POPULATION STATISTICS JUNE 30, 2014 - Mid-Year Update						
World Regions	Population (2014 Est.)	Internet Users Dec. 31, 2000	Internet Users Latest Data	Penetration (% Population)	Growth 2000-2014	Users % of Table
<u>Africa</u>	1,125,721,038	4,514,400	297,885,898	26.5 %	6,498.6 %	9.8 %
<u>Asia</u>	3,996,408,007	114,304,000	1,386,188,112	34.7 %	1,112.7 %	45.7 %

<u>Europe</u>	825,824,883	105,096,093	582,441,059	70.5 %	454.2 %	19.2 %
<u>Middle East</u>	231,588,580	3,284,800	111,809,510	48.3 %	3,303.8 %	3.7 %
<u>North America</u>	353,860,227	108,096,800	310,322,257	87.7 %	187.1 %	10.2 %
<u>Latin America / Caribbean</u>	612,279,181	18,068,919	320,312,562	52.3 %	1,672.7 %	10.5 %
<u>Oceania / Australia</u>	36,724,649	7,620,480	26,789,942	72.9 %	251.6 %	0.9 %
<u>WORLD TOTAL</u>	7,182,406,565	360,985,492	3,035,749,340	42.3 %	741.0 %	100.0 %

Dibawah ini statistis pengguna internet terbanyak se-Asia sampai bulan tahun 2014.

**Asia Top Internet Countries
June 30, 2014**



Source: Internet World Stats - www.internetworldstats.com/stats3.htm
 3,035,749,340 Internet users in the World estimated for June 30, 2014
 Copyright © 2014, Miniwatts Marketing Group

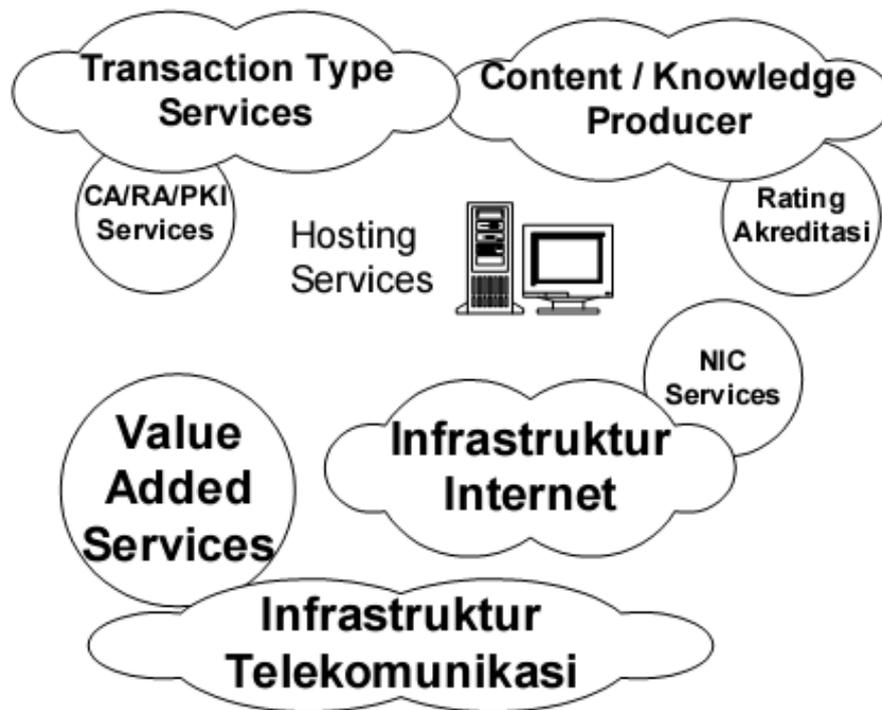
Gambar 2. Statistik pengguna internet terbanyak seasia sampai tahun 2009

Statistis se-Asia diatas menunjukkan bahwa negara paling tinggi adalah china, jepang, India, dan Indonesia peringkat ke empat.

Statistik tahun 2014 menunjukkan adanya peluang yang sangat besar untuk bisnis dengan menggunakan teknologi Internet.

3. Model Bisnis Di Internet

Untuk melihat berbagai kesempatan usaha yang ada di Internet ada baiknya melihat sebuah model sederhana dari bisnis / aplikasi Internet dan telekomunikasi.



Gambar 3. Model sederhana aplikasi internet

Pada model sederhana aplikasi internet yang digambarkan diatas, pada tingkat yang paling bawah Internet dibangun di atas jaringan fisik (physical infrastructure) yang biasanya terdiri dari kabel telepon dengan modem-nya, leased line, VSAT, fiber optik, kabel TV, komputer, UPS, WaveLAN, ISDN, Local Area Network, Ethernet dsb. Perangkat tersebut sebagian dioperasikan oleh operator telekomunikasi seperti PT. Telkom, PT. Indosat dan lain-lain, sebagian lagi dioperasikan secara pribadi di internal perusahaan misalnya penggunaan ethernet di LAN. Beberapa perangkat seperti penggunaan WaveLAN 2-11Mbps maupun Internet Satelit memungkinkan kita untuk memberikan akses telekomunikasi dan informasi yang murah bagi masyarakat.

Di atas infrastruktur fisik tersebut dioperasikan sambungan/hubungan secara logika menggunakan keluarga protokol Internet yaitu TCP/IP. Pada lapisan ini dikenal berbagai teknik yang biasanya hanya di mengerti oleh teknisi Internet seperti masalah routing, domain name system (DNS), e-mail, Web. Bentuknya semua perangkat di lapisan ini adalah perangkat lunak, sebagian sudah ada (built-in) dalam sistem operasi apakah itu menggunakan Windows atau UNIX (seperti Linux dan FreeBSD). Biasanya servis TCP/IP yang menjadi dasar dari Internet sudah menjadi bagian dari sistem operasi; yang perlu dilakukan hanyalah men-set servis TCP/IP tersebut supaya bisa beroperasi dengan baik jaringan komputer Internet tersebut. Sebagian lagi merupakan perangkat lunak tambahan di atas sistem operasi yang digunakan, misalnya Squid pada Linux / FreeBSD untuk cache server, Apache pada Linux / FreeBSD.

Pada jaringan TCP/IP kita sering mengenal adanya hacker / cracker yang kadang-kadang membobol jaringan komputer yang kita miliki untuk maksud yang kurang baik. Untuk belajar TCP/IP yang paling efektif adalah dari Linux / FreeBSD dengan menginstall software tsb (yang umumnya gratisan), kemudian membaca berbagai dokumentasinya di direktori /usr/doc [2].

Pada lapisan infrastruktur Internet ini kita mengenal beberapa servis / jasa yang biasa di berikan kepada masyarakat seperti Internet Service Provider (ISP) dan yang berbentuk jual kembali akses Internet dari ISP adalah Warung Internet (warnet). Servis yang agak kontroversial di tingkat ini adalah Voice over Internet Protocol (VoIP) yang memungkinkan kita melakukan SLJJ dan SLI dengan pulsa lokal + Internet saja. Usaha WARNET bahkan praktis tidak memerlukan ijin dari POSTEL mereka cukup berlangganan akses warnet ke ISP yang ada.

Diantara bisnis yang bisa dilakukan dengan memanfaatkan teknologi internet, diantaranya sebagai berikut :

a. Warung Internet (WARNET)

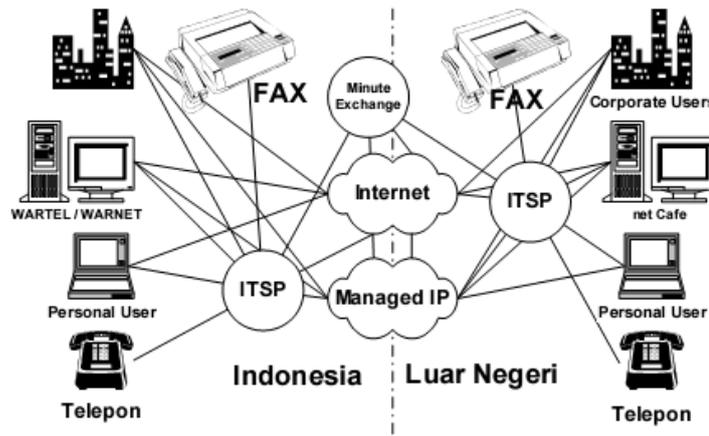
Warnet pada dasarnya merupakan proses jual kembali jasa Internet karena memang secara teknologi Internet menggunakan teknologi gotong royong. Dengan adanya kerjasama saling sambung (sambung menyambung) maka jaringan yang besar dapat di bentuk dengan mudah dan murah. Biaya akses Internet akan menjadi murah jika di tanggung oleh banyak orang sekaligus. Biaya akses Warnet masih sekitar Rp. 2.500 - Rp. 3.5000 / jam; teknologi warnet yang di implementasikan di pusat-pusat massa sebetulnya memungkinkan untuk memperoleh akses Internet yang sangat murah sekali.

Konsep WARNET sebetulnya tidak harus di batasi oleh ruang dan dinding warnet, beberapa ada juga yang mengembangkan konsep warnet menggunakan teknologi yang ada untuk mengkaitkan tetangga-tetangga, kompleks perkantoran, kompleks perumahan, gedung perkantoran, hotel, kampus network dan lain-lain. Pada akhirnya bukan mustahil kita mengenal RT/RW-Net, office-net, kecamatan-net, hotel-net dan lain-lain.

Mari kita lihat beberapa pusat massa yang saya pikir akan sangat potensial. Jika kita lihat kondisi hari ini maka jumlah wartel ada 150.000 wartel dengan potensial anggota Internet melalui wartel 3-6 juta orang; warnet 1000+ dan berkembang sangat pesat dengan potensial jumlah anggota 200-400.000 orang; lembaga pendidikan tinggi 1300 buah dengan potensial pengguna 3-5 juta orang bahkan mungkin lebih; sekolah menengah kejuruan (SMK) 4000 sekolah dengan potensi jumlah pengguna 3-4 juta orang dan sekolah menengah umum (SMU) sekitar 10.000 buah dengan potensi jumlah pengguna 5-7 juta orang. Jika kita jumlahkan massa yang berada di pusat konsentrasi massa ini maka angka 20 juta orang Indonesia di Internet bukanlah angka yang mustahil.

b. Internet Telepon

Internet telepon atau sering juga di kenal sebagai Voice over Internet Protocol (VoIP) adalah salah satu aplikasi yang termasuk kontroversial di lapisan Internet ini. Hukum yang sedang di kembangkan VoIP tidak perlu memerlukan ijin jika dilakukan tanpa melalui Public Switch Telepon Network (PSTN) yaitu jaringan milik Telkom. Artinya VoIP yang dilakukan dari komputer, dari PABX, dari Warnet sebetulnya sah-sah saja untuk di lakukan tanpa perlu meminta ijin kepada POSTEL. Detail peraturan yang mengatur tentang VoIP dapat dibaca di <http://www.postel.go.id>.



Gambar 4. Interaksi VoIP, FoIP dan Internet telepon.

Dalam gambar diperlihatkan modul-modul yang akan saling berinteraksi dalam usaha VoIP, FoIP dan Internet telepon. Satu sama lain sebetulnya bersifat modular dan bisa berdiri sendiri – satu sama lain akan berinteraksi dalam variasi yang sangat lebar sehingga agak sulit mengategorikan satu dengan lainnya.

Jika kita melihat gambar di atas maka sebetulnya secara umum dapat dibagi tiga kategori besar, yaitu:

1. Resaler / End User.
 - Wartel / Warnet / RT-RW-Net / Kecamatan-Net (resaler)
 - Corporate user (bisa merupakan resaler).
 - Personal PC user (dial-up lewat ISP).
 - Telepon (dial-up lewat ITSP).
 - FAX (dial-up lewat ITSP).
2. Gateway / Akses Provider / Internet Telepon Service Provider (ITSP).
3. Backbone / Infrastruktur.
 - Managed IP (disini Quality of Service infrastruktur di atur).
 - Internet biasa.
 - Minute Exchange (kira-kira sama dengan Internet Exchange di Internet-nya).

c. Aplikasi Jaringan Internet

Setelah ada jaminan bahwa antar komputer dalam jaringan dapat berkomunikasi secara reliable menggunakan keluarga protokol TCP/IP. Maka kita dapat menjalankan berbagai aplikasi di atas jaringan Internet.

d. Mailing List dan Pembangunan Komunitas Maya

E-mail merupakan alat yang paling sederhana dan paling murah untuk berpartisipasi di Internet. Bagi veteran internet, umumnya akses e-mail menjadi lebih penting dibandingkan akses Web karena dengan e-mail kita bisa berinteraksi langsung dengan teman-teman di seluruh dunia dan membangun komunitas dan masyarakat yang sangat penting artinya bagi pergerakan masyarakat internet di seluruh dunia.

e. Aplikasi Knowledge Management

Pada sisi yang lain aplikasi internet yang lebih kepada menjadikan seseorang / institusi / perusahaan menjadi pemimpin di bidangnya. Di dunia Internet dikenal sebagai *knowledgable leader* - pemimpin di Internet biasanya orang yang pandai bukan orang yang mempunyai kekuasaan / power. Di *old economy* memang pemimpin di tentukan oleh orang yang memiliki kekuasaan / power maka tidak heran kalau banyak pemimpin dimasa lalu mempunyai attachment yang cukup kuat dengan pihak tentara. Di *k-economy*, pemimpin adalah orang pandai.

Untuk mengarah pada kepemimpinan di *k-economy* (*knowledge economy*) yang perlu di putar secara cepat adalah informasi dan pengetahuan. Hanya orang / institusi / perusahaan yang mampu memutar informasi dan pengetahuan secara cepat yang akan mampu menjadi pemimpin di *k-economy*. Pada tingkat yang sederhana biasanya yang di putar secara cepat hanyalah informasi, kita kemudian mengenal media online yang pada dasarnya memutar informasi secara cepat. Beberapa pemimpin media online di Indonesia yang kita kenal adalah *kompas.com* dan *detik.com*. *Kompas* agak bias karena mempunyai nama besar di media cetaknya, *detik.com* yang menarik karena telah berhasil membuktikan keberhasilannya hanya bertumpu pada media online saja di dunia maya. Perpustakaan informasi terasa cepat, dari yang biasanya 24 jam atau hari untuk memperoleh berita / informasi menjadi jam, menit dan detik saja.

Konsep-konsep lain yang juga berkembang adalah konsep pendidikan jarak jauh, konsep belajar mandiri melalui Internet, konsep kepakaran yang terdistribusi dan lain-lain. Pada tingkat yang lebih lanjut, kita akan mengenal *k-commerce* (*knowledge commerce*) yang hanya mungkin dilakukan dan di menangkan jika institusi / perusahaan tersebut mempunyai *knowledge management* yang baik.

f. E-commerce

E-commerce (perniagaan elektronik) pada dasarnya merupakan dampak dari berkembangnya teknologi informasi dan telekomunikasi.

Peter Fingar mengungkapkan bahwa :

Pada prinsipnya e-commerce menyediakan infrastruktur bagi perusahaan untuk melakukan ekspansi proses bisnis internal menuju lingkungan eksternal tanpa harus menghadapi rintangan waktu dan ruang (*time and space*) yang selama ini menjadi isu utama. Peluang untuk membangun jaringan dengan berbagai institusi lain harus dimanfaatkan karena dewasa ini persaingan sesungguhnya terletak

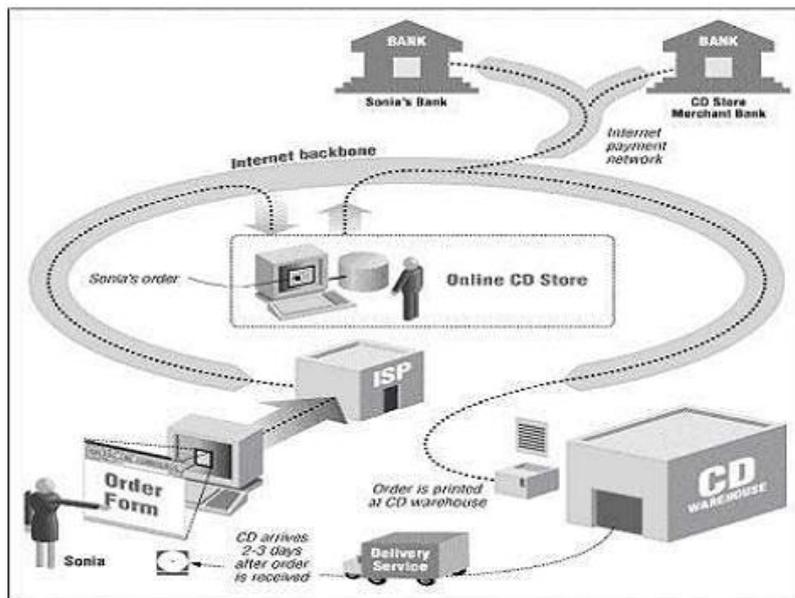
bagaimana sebuah perusahaan dapat memanfaatkan e-commerce untuk meningkatkan kinerja dalam bisnis inti yang digelutinya [4].

Beragam pendapat yang dikemukakan oleh para pakar teknologi informasi dan praktisi bisnis dalam mendefinisikan apa itu e-commerce, David Baum mendefinisikan “E-commerce is a dynamic set of technologies, applications, and business process that link enterprises, consumers, and communities through electronic transactions and the electronic exchange of goods, services, and information”. e-commerce merupakan satu set dinamis teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, jasa, dan informasi yang dilakukan secara elektronik.

Proses yang ada dalam E-commerce adalah sebagai berikut :

1. Presentasi elektronik (website) untuk produk dan jasa yang dijual/ditawarkan;
2. Pemesanan secara langsung dan tersedianya tagihan
3. Otomasi dan otorisasi account pelanggan secara aman (baik no rekening ataupun kartu kredit)
4. Pembayaran dilakukan secara langsung (online).

Alur proses E-commerce :



Gambar 5. Contoh Alur proses E-commerce :
Pembelian CD dengan Kartu Kredit

Pihak-pihak yang terkait dalam transaksi jual beli via internet.

1. **Penjual** atau **merchant** yang menawarkan sebuah produk melalui Internet sebagai pelaku usaha.
2. **Pembeli** yaitu setiap orang tidak dilarang oleh undang-undang, yang menerima penawaran dari penjual atau pelaku usaha dan berkeinginan melakukan transaksi jual beli produk yang ditawarkan oleh penjual.

3. **Bank** sebagai pihak penyalur dana dari pembeli atau konsumen kepada penjual atau pelaku usaha/merchant, karena transaksi jual beli dilakukan secara elektronik, penjual dan pembeli tidak berhadapan langsung, sebab mereka berada pada lokasi yang berbeda sehingga pembayaran dapat dilakukan melalui perantara dalam hal ini yaitu Bank.
4. **Provider** sebagai penyedia jasa layanan akses Internet [5].

4. E-commerce dalam Perspektif Hukum Islam

Islam bukanlah agama yang rigid dan beku, namun ajarannya selalu berkembang dinamis mengikuti perkembangan zaman, ilmu dan teknologi, tidak terbelenggu oleh ruang dan waktu. Keuniversalnya akan tampak jelas terutama dalam bidang muamalah, karena bidang muamalah bukan saja cakupannya luas dan dinamis, bahkan tidak memberikan special treatment bagi muslim dan tidak membedakannya dari non muslim.

Suatu perniagaan/jual beli dapat dikatakan sah apabila telah memenuhi rukun dan syarat yang telah ditentukan oleh syara'. Mengenai rukun dan syarat perniagaan/jual beli, para ulama berbeda pendapat, namun menurut pendapat jumur ulama rukun jual beli ada empat, yakni:

1) Orang yang berakad (penjual dan pembeli);

Secara umum al-'aqid (pelaku) disyaratkan harus ahli dan memiliki kemampuan untuk melakukan akad atau mampu menjadi pengganti orang lain jika ia menjadi wakil.

Dalam transaksi e-commerce perintah pembayaran melalui beberapa pihak selain dari pembeli (cardholder) dan penjual (merchant) juga melibatkan payment gateway, acquirer dan issuer. Masing-masing pihak yang terlibat dalam transaksi harus memenuhi ketentuan-ketentuan untuk validitas transaksi itu sendiri. Pembeli dan penjual harus memenuhi ketentuan memiliki kecakapan yang sempurna dan mempunyai wewenang untuk melakukan transaksi.

Yang penting dalam melaksanakan transaksi online adalah kedua pihak harus mengerti tentang pengoperasian komputer dan internet, dan hal ini tidak mungkin dilakukan oleh orang yang tidak memiliki kecakapan yang sempurna. Jadi dengan demikian, transaksi e-commerce telah memenuhi rukun di atas.

2) Sighat (lafal ijab dan qabul);

Dalam hukum perikatan Islam, pernyataan ijab dan qabul dapat dilakukan secara lisan, tulisan/surat menyurat, atau isyarat yang memberi pengertian dengan jelas tentang adanya ijab dan qabul, dan dapat juga berupa perbuatan yang telah menjadi kebiasaan dalam ijab dan qabul.

Pada dasarnya pernyataan kesepakatan pada transaksi e-commerce sama dengan pernyataan kesepakatan sebagaimana transaksi dalam perikatan Islam, pernyataan

kesepakatan dapat dilakukan dengan berbagai cara dan melalui berbagai media, namun substansinya adalah pernyataan tersebut dapat dipahami maksudnya oleh kedua pihak yang melakukan transaksi, sehingga dapat dijadikan manifestasi dari kerelaan kedua pihak.

3) Obyek transaksi (barang yang diperjualbelikan);

Dalam transaksi Islam, ma'qud 'alaih (barang) harus ada/tampak ketika terjadi akad. Obyek yang dijadikan komoditi dalam transaksi e-commerce tidak berbeda dengan transaksi yang digariskan dalam hukum perikatan Islam sejauh obyek transaksi tersebut berupa komoditi yang halal, mempunyai nilai dan manfaat bagi manusia dan memiliki kejelasan baik bentuk, fungsi dan keadaannya serta dapat diserahkan pada waktu dan tempat yang disepakati.

4) Ada nilai tukar pengganti barang.

Para ulama sepakat bahwa nilai tukar pengganti barang dalam transaksi harus dapat ditentukan dan diketahui oleh pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi. Ketentuan ini dimaksudkan untuk menghilangkan ketidakjelasan yang dapat menimbulkan perselisihan dikemudian hari, misalnya pembayaran dilakukan dengan uang, harus dijelaskan jumlah dan mata uang yang digunakan, atau apabila dengan barang, maka harus dijelaskan jenisnya, kualitasnya dan sifatnya.

Dalam transaksi e-commerce melalui internet, sebelum proses pembayaran dilakukan masing-masing pihak telah menyepakati mengenai jumlah dan jenis mata uang yang digunakan sebagai pembayaran/harga serta metode pembayaran yang digunakan, misalnya dengan kartu kredit/debit. Pada waktu kedua belah pihak mencapai kesepakatan, kemudian diikuti dengan proses pembayaran, yang melibatkan dua bank perantara/wakil dari masing-masing pihak yaitu issuer dan acquirer.

Pembayaran segera dilakukan sesuai dengan jumlah dan mata uang yang telah disepakati setelah proses otorisasi berhasil dilaksanakan. Berbagai cara biasanya dilakukan oleh perusahaan maupun bank untuk membuktikan kepada consumer bahwa proses pembayaran telah dilakukan dengan baik, seperti pemberitahuan melalui e-mail atau situs terkait yang berisi "berita acara" jual beli dan kuitansi pembelian yang merinci jenis produk atau jasa yang dibeli berikut detail mengenai metode pembayaran yang telah dilakukan atau pencatatan transaksi pembayaran oleh bank yang laporannya akan diberikan secara periodik pada akhir bulan.

Pembayaran/harga dalam transaksi e-commerce pada prinsipnya telah memenuhi ketentuan-ketentuan yang ada dalam sistem perikatan Islam. Pembayaran/harga dalam transaksi e-commerce merupakan sesuatu yang bernilai dan bermanfaat. Uang yang digunakan sebagai instrument pembayaran pengganti barang dapat ditentukan dan diketahui oleh pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi dan dibayarkan segera sesuai kesepakatan setelah semua proses otorisasi selesai dilaksanakan.

5. Kesimpulan

Teknologi internet terus mengalami pertumbuhan yang sangat pesat baik dalam hal jumlah pemakaian, jumlah komputer, maupun jumlah jaringan yang tersambung.

Dengan perkembangan teknologi internet yang begitu signifikan, maka banyak pula kesempatan bisnis yang bisa diciptakan diantaranya membangun usaha warnet, internet telepon (VoIP), Mailing List dan Pembangunan Komunitas Maya, sharing Knowledge Management, dan e-commerce.

Perniagaan secara elektronik melalui internet (e-commerce) sebagai basis transaksinya pada dasarnya hampir sama dengan perniagaan yang dilakukan secara konvensional, hanya yang membedakan adalah medianya melalui ruang maya (cyber space).

Sepanjang perniagaan secara elektronik memenuhi jiwa dari ketentuan-ketentuan sistem Islam, baik rukun dan syarat-syaratnya maka perdagangan semacam itu adalah sah-sah saja dan tidak bertentangan dengan perniagaan yang mendasarkan pada sistem Islam secara konvensional.

Daftar Pustaka

- [1] Riyeke Ustadiyanto, SE – Silvia Ratna Ariani, SE, Strategi Serangan Internet Marketing, Penerbit Andi Yogyakarta 2001
- [2] Onno W Purbo, Garis Besar Model Usaha di Internet, Artikel Populer IlmuKomputer.Com, Juni 2003
- [3] Bob Julius Onggo, Cyber Branding Through Cyber Marketing (Siasat dan Motivasi Sukses Promosi, Penjualan, Branding dan Pemasaran Online), Elex Media Komputindo, Jakarta, 2005.
- [4] Ricardus Eko Indrajit, E-commerce Kiat dan Strategi di Dunia Maya, PT Elek Media Komputindo, Jakarta, 2001.
- [5] Edmon Makarim, Kompilasi Hukum Telematika, PT Gravindo Persada Jakarta 2000.
- [6] Indrajit, Richardus Eko. 2001. E-Commerce: Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- [7] Asnawi, Haris Faulidi. 2004. Transaksi Bisnis E-Commerce Perspektif Islam. Yogyakarta:Magistra Insania Press.
- [8] Dewi, Gemala dkk. 2005. Hukum Perikatan Islam di Indonesia. Jakarta: Prenada Media.
- [9] Suhartono, TRANSAKSI E-COMMERCE SYARIAH ? (Suatu Kajian Terhadap Perniagaan Online dalam Perspektif Hukum Perikatan Islam).