

BAB II

KONSEP TRANSAKSI *ONLINE*

A. Transaksi *Online*

1. Pengertian Transaksi

Transaksi adalah suatu kegiatan yang dilakukan seseorang yang menimbulkan perubahan terhadap harta atau keuangan yang dimiliki baik itu bertambah ataupun berkurang. Misalnya menjual harta, membeli barang, membayar hutang, serta membayar berbagai macam biaya untuk memenuhi sebuah kebutuhan hidup. Dalam transaksi terdapat sebuah administrasi transaksi.³⁴

Transaksi, berasal dari bahasa Inggris “*transaction*”. Dalam Bahasa Arabnya sering disebut sebagai *al-Mu‘amalat*. Dalam konteks ilmu fiqh, ilmu fiqh yang mempelajari tentang *al-Mu‘amalat* disebut fiqh *al-Mu‘amalat* dalam salah satu pengertiannya, mencakup bidang yang sangat luas yaitu mencakup hukum-hukum tentang kontrak, sanksi, kejahatan, jaminan, dan hokum-hukum lain yang bertujuan mengatur hubungan-hubungan sesama manusia, baik perorangan maupun kelompok.³⁵ Pengertian transaksi menurut Kamus

³⁴ Enceng Iip Syaripudin and others, ‘Prinsip-Prinsip Dan Kaidah Transaksi Dalam Ekonomi Syari’Ah’, *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah (JHESY)*, 1.2 (2023), pp. 284–94, doi:10.37968/jhesy.v1i2.359.

³⁵ Muhammad Dahri, Asaruddi Akbar, and Muhammad Arsyam, ‘Konsep Dasar Ekonomi Dan Transaksi Dalam Muamalah Islam’, *Osfpreprints*, Ddi, 2021.

Besar Bahasa Indonesia (KBBI) “Persetujuan jual beli dalam perdagangan antara pihak pembeli dan penjual.”³⁶

2. Pengertian *Online*

Online secara umum adalah mengacu pada keadaan di mana sesuatu terhubung atau tersedia melalui internet atau jaringan komputer. Istilah ini sering digunakan untuk menyatakan bahwa suatu aktivitas dilakukan melalui komputer atau perangkat lain yang terhubung ke internet, seperti berbelanja *online*, bermain game *online*, atau berkomunikasi melalui platform seperti email, media sosial, atau obrolan daring. Jadi, jika sesuatu dilakukan "*online*", itu berarti dilakukan melalui internet atau dalam jaringan komputer.³⁷

Ahli dalam bidang teknologi informasi mungkin mendefinisikan "*online*" sebagai keadaan di mana perangkat atau sistem terhubung ke internet atau jaringan komputer, memungkinkan pertukaran data dan informasi secara real-time. Ahli Komunikasi mengemukakan bahwa komunikasi, "*online*" mungkin merujuk pada interaksi atau komunikasi yang dilakukan melalui internet atau platform digital, seperti email, obrolan, atau media sosial. Ahli Bisnis mengemukakan bahwa, "*online*" sering diartikan sebagai aktivitas yang dilakukan melalui platform elektronik atau internet, seperti e-

³⁶ Robinson Robinson, ‘Dekonstruksi Makna Transaksi Dalam Akuntansi: Suatu Pendekatan Idealisme Syariah Islam’, *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 2.2 (2014), p. 27, doi:10.21043/bisnis.v2i2.5265.

³⁷ Dewi Irmawati, ‘Pemanfaatan E-Commerce Dalam Dunia Bisnis’, *Orasi Bisnis*, VI.November (2011), pp. 95–112.

commerce atau pemasaran digital. Perspektif sosial, "online" bisa didefinisikan sebagai keadaan di mana individu terlibat dalam interaksi sosial, pembelajaran, atau aktivitas lainnya melalui internet atau media digital.³⁸

Berdasarkan penjelasan di atas bahwa transaksi *online* ialah salah satu produk internet yang merupakan sebuah jaringan personal komputer yang saling terhubung antara satu dengan yang lainnya. dalam satu jaringan tersebut ada satu rangkaian banyak terminal komputer yang bekerja dalam satu sistem komunikasi elektronik.³⁹ Transaksi *online* merupakan satu set teknologi dinamis, aplikasi, dan proses bisnis yang mengubungkan perusahaan, konsumen dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik berupa perdagangan jasa maupun informasi yang dilakukan melalui media elektronik. Dari cakupan pengertian di atas bisa disimpulkan bahwa transaksi online melalui media internet, melihat barang dengan tidak langsung melainkan hanya melihat gambar atau foto saja dan tanpa adanya pertemuan langsung tatap muka antara pembeli dan penjual baik ketika jual beli sampai transaksi yang dilakukan antara keduanya.⁴⁰

³⁸ Enceng Iip Syaripudin and Annisa Nurul Mustofa, 'Mekanisme Transaksi Gadai Perspektif Hukum Ekonomi Syari'Ah', *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah (JHESY)*, 1.1 (2022), pp. 128–35, doi:10.37968/jhesy.v1i1.169.

³⁹ Imam Mustofa, *Fiqih Mu'amalah Kontemporer*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2016), hlm. 30.

⁴⁰ Onno w Purbo dan Anang Arief Wahyudi, *Mengenal e-Commerce*, (Jakarta: Alex Media computendo, 2000), hlm. 13.

Perkembangan teknologi informasi saat ini telah menciptakan jenis-jenis dan peluang-peluang bisnis yang baru dimana transaksi-transaksi bisnis makin banyak dilakukan secara *online*. Transaksi berbasis *online* telah menjadi budaya di masyarakat, termasuk di Indonesia, karena kemudahan bertransaksi tanpa harus bertemu secara langsung dengan pihak lain. Transaksi *online* tidak memerlukan pertemuan dalam tahap negosiasi, sehingga jaringan internet ini dapat menembus batas geografis dan teritorial termasuk yuridiksi hukumnya. Transaksi online adalah jenis transaksi yang dilakukan melalui internet atau jaringan komputer. Ini melibatkan pertukaran barang, layanan, atau informasi antara penjual dan pembeli yang terhubung secara elektronik.⁴¹

B. Jenis-Jenis Transaksi *Online*

Jenis Transaksi *online* semakin dituntut untuk mengetahui lebih dalam mengenai proses, resiko serta keamanan dari sebuah transaksi *online*. Saat ini jenis transaksi *online* juga semakin beragam mulai dari jenis konvensional dimana pembeli dan penjual harus bertatap muka dalam melakukan proses transaksi hingga yang menggunakan proses transaksi otomatis tanpa harus

⁴¹ Riswandi, 'Transaksi On-Line (E-Commerce): Peluang Dan Tantangan Dalam Perspektif Ekonomi Islam', *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 13.April (2019), pp. 15–38.

bertatap muka. Terdapat beberapa jenis transaksi *online* yang biasa dilakukan, yaitu:⁴²

1. Transfer Antar Bank

Transaksi dengan cara transfer antar bank merupakan jenis transaksi yang paling umum dan populer digunakan oleh para pelaku usaha atau penjual *online*. Jenis transaksi ini juga memudahkan proses konfirmasi karena dana bisa dengan cepat di cek oleh penerima dana atau penjual. Prosesnya adalah pertama-tama konsumen mengirim dana yang telah disepakati lalu setelah dana masuk, maka penjual akan mengirimkan barang transaksi yang dijanjikan. Kekurangan transaksi antar bank adalah diperlukannya kepercayaan yang tinggi dari para pembeli sebelum memutuskan mengirim dana. Disini tidak jarang terjadi penipuan, setelah dana terkirim ternyata barang tak kunjung diterima.⁴³ Berikut contoh gambar 2.1 transfer melalui Mobile Banking:



⁴² Maxmanroe, "5 Jenis Transaksi Jual Beli Online Terpopuler di Indonesia", Blog Maxmanroe. <https://www.maxmanroe.com/2014/01/3-jenis-transaksi-jual-beli-online-terpopuler-diindonesia.html> (16 Maret 2018).

⁴³ Jasri Jasri and others, 'Persepsi Masyarakat Terhadap Penggunaan Dompot Digital Pada Transaksi Jual Beli', *Manajemen*, 1.1 (2021), pp. 110–15, doi:10.51903/manajemen.v1i1.197.

Gambar 2.1 Transfer Mobile Banking



Sumber: <https://id.pngtree.com/freepng/>

2. COD (*Cash On Delivery*)

Pada sistem COD sebenarnya hampir dapat dikatakan bukan sebagai proses jual beli secara online, karena penjual dan pembeli terlibat secara langsung, bertemu, tawar-menawar, dan memeriksa kondisi barang baru kemudian membayar harga barang. Keuntungan dari sistem ini adalah antara pelaku usaha dan konsumen lebih bisa leluasa dalam proses transaksi. Konsumen bisa melihat dengan detil barang yang akan dibeli. Jenis transaksi ini dipopulerkan oleh website jual beli seperti Tokobagus, Berniaga, dan lainnya. Kekurangan dari sistem ini adalah keamanan baik pelaku usaha maupun konsumen karena boleh jadi pihak yang akan ditemui pelaku usaha atau

konsumen adalah orang yang berniat jahat.⁴⁴ Berikut contoh gambar 2.1 melakukan *Cash On Delivery*:

Gambar 2.2 *Cash On Delivery*



Sumber: <https://www.indiamart.com/?back=1>

3. Kartu Kredit

Kartu kredit merupakan alat pembayaran yang semakin populer, selain memberikan kemudahan dana proses verifikasi, pembeli juga tidak perlu melakukan semua tahap transaksi. Akan tetapi karena tidak semua pembeli mempunyai kartu kredit sehingga cara pembayaran ini menjadi pilihan kedua. Bahkan pengguna dengan kartu kredit pun akan berusaha memastikan bahwa toko si pelaku usaha memiliki tingkat

⁴⁴ Rahman. Subha. dkk, 'Adz Dzahab ONLINE (SUATU KAJIAN UUPK , ETIKA BISNIS ISLAM DAN Adz Dzahab', *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5.2 (2020), p. h. 98-109.

keamanan yang tinggi guna menghindari tindakan pencurian data oleh pihak-pihak tertentu.⁴⁵

4. Rekening Bersama

Jenis transaksi ini disebut juga dengan istilah *escrow*. Cara pembayaran ini mempunyai perbedaan dengan proses pembayaran melalui transfer bank. Jika dalam transfer bank pihak ketiganya adalah bank, sedangkan dengan sistem rekening bersama yang menjadi pihak ketiga adalah lembaga pembayaran yang telah dipercaya baik oleh pihak pelaku usaha maupun konsumen. Prosesnya, yaitu pertama konsumen mentransfer dana ke pihak lembaga rekening bersama. Setelah dana dikonfirmasi masuk, lalu pihak rekening bersama meminta pelaku usaha mengirim barang yang sudah disepakati. Jika barang sudah sampai, baru dana tersebut diberikan pada si pelaku usaha. Dengan sistem ini dana yang diberikan oleh pembeli bisa lebih terjamin keamanannya karena dananya hanya akan dilepas jika barang benar-benar sudah sampai ditangan konsumen. Jika terjadi masalah pun dana bisa ditarik oleh sang konsumen. Sistem ini banyak digunakan pada proses jual beli antar member forum Kaskus.⁴⁶

⁴⁵ Muh Fahmi Hidayat, 'Transaksi Item Virtual Dalam Game Online Di Telkom Plasa Kota Parepare Analisis Hukum Ekonomi Islam', 2020, p. skripsi.

⁴⁶ Revita Sari and Muhsin Lambok, 'Analysis of Online Buying and Selling Viewed from an Islamic Economic Perspective (Case Study of the Onlineshop HB Store Medan)', *Asian Journal of Applied Business and Management*, 2.3 (2023), pp. 389–400, doi:10.55927/ajabm.v2i3.5776.

5. Potongan Pulsa

Metode pemotongan pulsa biasanya diterapkan oleh toko *online* yang menjual produk-produk digital seperti aplikasi, musik, ringtone, dan permainan. Transaksi ini masih didominasi oleh transaksi menggunakan perangkat seluler atau *smartphone*.⁴⁷ Transaksi *online* berkembang melalui situs seperti facebook, Instagram, twitter, whatsapp. Maupun situs belanja *online* seperti *bukalapak*, *tokopedia*, *lazada*, dan *shopee* untuk keperluan kebutuhan sehari-hari seperti kaos dan peralatan lainnya cepat terpenuhi tanpa mencarinya langsung di toko-toko, lazimnya dengan memesan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan kemudian melakukan pembayaran melalui transfer ke rekening. Transaksi *online* menimbulkan penawaran dan permintaan maupun pertemuan melalui transaksi *online* terhadap barang yang dikehendaki. Namun bertransaksi *online* ini menimbulkan masalah baru terutama dalam hal kepercayaan dari pembeli. Dalam hal ini masyarakat bisa saja merasa diuntungkan atau juga merasa dirugikan. Diuntungkan ketika barang tersebut sesuai dengan permintaan konsumen. Konsumen merasa dirugikan ketika barang yang dipesan tidak sesuai dan ternyata memiliki kecacatan. Hal ini sering terjadi antara pelaku usaha dan konsumen, hak konsumen ialah untuk

⁴⁷ Asep Dadan Ramdani and Rachmad Risqy Kurniawan, 'Jual Beli Online Dalam Islam', *Ulumul Qur'an: Jurnal Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir*, x (2023).

mendapatkan produk yang berkualitas dan kuantitasnya sesuai dengan apa yang telah diperjanjikan oleh pelaku usaha.⁴⁸

C. Aspek Dalam Transaksi Online

Teknologi informasi yang semakin maju membuat perubahan kebiasaan dalam bertransaksi jual beli. Sebelumnya kebiasaan masyarakat bertransaksi dengan cara jual-beli secara langsung atau adanya pertemuan antara penjual dan pembeli.⁴⁹ Sekarang transaksi itu menjadi transaksi *online*, tidak bertemunya penjual dan pembeli secara langsung namun melalui teknologi informasi yang di sambungkan dengan internet. Transaksi *online* sekarang dijadikan metode jual-beli yang sering dilakukan oleh masyarakat jaman sekarang di Indonesia. Berikut beberapa aspek dalam transaksi *online* yaitu:

1. Pertukaran Elektronik

Transaksi *online* melibatkan pertukaran elektronik dari informasi atau nilai antara pihak-pihak yang terlibat. Ini bisa mencakup pembelian barang atau layanan, transfer dana, pembayaran tagihan, atau kegiatan keuangan lainnya.⁵⁰

2. Melalui Platform Digital

Transaksi *online* biasanya dilakukan melalui platform digital seperti situs web *e-commerce*, aplikasi seluler, atau

⁴⁸ Maria Valina Madu Sarah Pikhani, Nanik Tri Lestari, 'Upaya Perlindungan Hukum Dalam Menangani Kasus Wanprestasi Atas Kerugian Konsumen Pada Transaksi Jual Beli Online', x.x (2023), pp. 1234–46.

⁴⁹ Robi Maula, 'Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Hak Informasi Dalam Transaksi Elektronik', *Seminar Nasional Hukum Dan Pancasila*, 01.04 (2022), pp. 18–32.

⁵⁰ Rachmadi Usman, 'Karakteristik Uang Elektronik Dalam Sistem Pembayaran', *Yuridika*, 32.1 (2017), p. 134, doi:10.20473/ydk.v32i1.4431.

sistem pembayaran elektronik. Pengguna dapat melakukan transaksi ini dari mana saja dengan koneksi internet.

3. Keamanan

Transaksi *online* sering dilakukan dengan menggunakan protokol keamanan, seperti enkripsi data, untuk melindungi informasi sensitif seperti rincian kartu kredit atau informasi pribadi. Ini bertujuan untuk mengurangi risiko penipuan dan pencurian identitas.⁵¹

4. Kemudahan Akses

Salah satu keunggulan transaksi online adalah kemudahan akses. Pengguna dapat melakukan pembelian atau transaksi lainnya kapan saja, dari mana saja, tanpa harus mengunjungi toko fisik atau lokasi tertentu. Transaksi online seringkali memiliki rekam jejak yang lengkap, memungkinkan pemantauan dan pelacakan transaksi untuk tujuan audit atau referensi di masa depan.

5. Pengiriman dan Penanganan

Transaksi *online* sering kali mencakup pengaturan pengiriman dan penanganan barang atau layanan yang dibeli. Ini bisa termasuk pemrosesan pesanan, pengiriman, dan dukungan pelanggan secara online.⁵²

⁵¹ Tri Ginjar Laksana and Sri Mulyani, 'Pengetahuan Dasar Identifikasi Dini Deteksi Serangan Kejahatan Siber Untuk Mencegah Pembobolan Data Perusahaan', *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 3.01 (2024), pp. 109–22, doi:10.56127/jukim.v3i01.1143.

⁵² Aly Akbar, 'Analisis Transaksi Akad Salam Dalam Jual Beli Online', *EKSISBANK: Ekonomi Syariah Dan Bisnis Perbankan*, 2.2 (2018), pp. 11–17, doi:10.37726/ee.v2i2.47.

D. Transaksi *Online* Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Dalam transaksi menggunakan internet, penyediaan aplikasi permohonan barang oleh pihak penjual di website merupakan ijab dan pengisian serta pengiriman aplikasi yang telah diisi oleh pembeli merupakan qabul. Adapun barang hanya dapat dilihat gambarnya serta dijelaskan spesifikasinya lengkap, dengan penjelasan yang dapat mempengaruhi harga jual barang. Setelah ijab qabul, pihak penjual meminta pembeli melakukan tranfer uang ke rekening bank milik penjual. Setelah uang diterima, si penjual baru mengirim barangnya melalui kurir atau jasa pengiriman barang. Jadi, Transaksi *online* mayoritas para Ulama menghalalkannya selama tidak ada unsur gharar atau ketidakjelasan, dengan memberikan spesifikasi baik berupa gambar, jenis, warna, bentuk, model dan yang mempengaruhi harga barang.⁵³ Langkah-langkah yang dapat ditempuh agar transaksi *online* diperbolehkan, halal, dan sah menurut syariat islam:

1. Produk Halal.

Kewajiban menjaga hukum halal-haram dalam objek perniagaan tetap berlaku, termasuk dalam perniagaan secara online, mengingat Islam mengharamkan hasil perniagaan barang atau layanan jasa yang haram, sebagaimana ditegaskan dalam hadis: “Sesungguhnya bila Allah telah mengharamkan atas suatu kaum untuk memakan sesuatu, pasti Ia

⁵³ Munir Salim, ‘Jual Beli Secara Online Menurut Pandangan Hukum Islam’, *Al Daulah : Jurnal Hukum Pidana Dan Ketatanegaraan*, 6.2 (2017), pp. 371–86, doi:10.24252/ad.v6i2.4890.

mengharamkan pula hasil penjualannya.” (HR Ahmad, dan lainnya). Boleh jadi ketika berniaga secara *online*, rasa sungkan atau segan kepada orang lain sirna atau berkurang. Tapi Anda pasti menyadari bahwa *Allah ‘Azza wa Jalla* tetap mencatat halal atau haram perniagaan.⁵⁴

2. Kejelasan Status.

Di antara poin penting yang harus diperhatikan dalam setiap perniagaan adalah kejelasan status. Apakah sebagai pemilik, atau paling kurang sebagai perwakilan dari pemilik barang, sehingga berwenang menjual barang. Ataukah hanya menawarkan jasa pengadaan barang, dan atas jasa ini mensyaratkan imbalan tertentu. Hanya sekadar seorang pedagang yang tidak memiliki barang namun bisa mendatangkan barang yang ditawarkan.⁵⁵

3. Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Barang.

Dalam jual beli *online*, kerap kali kita jumpai banyak pembeli merasa kecewa setelah melihat pakaian yang telah dibeli secara *online*. Kualitas kainnya, ataukah ukuran yang ternyata tidak pas dengan badan. Mempertimbangkan benar apakah harga yang ditawarkan telah sesuai dengan kualitas

⁵⁴ Fitri Wulandari and Sohrah Sohrah, ‘Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Akad Salam Di Kelurahan Doping Kecamatan Penrang Kabupaten Wajo’, *Qadauna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Keluarga Islam*, 2.2 (2021), pp. 424–35, doi:10.24252/qadauna.v2i2.16780.

⁵⁵ Zahida I’tisoma Billah and Wahyu Nuril Khotimah, ‘Jual Beli Online Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada Mahasiswa FEBI UNZAH’, *Asian Journal of Philosophy and Religion*, 1.1 (2022), pp. 1–14, doi:10.55927/ajpr.v1i1.423.

barang yang akan dibeli. Sebaiknya juga meminta foto real dari keadaan barang yang akan dijual.⁵⁶

4. Kejujuran.

Berniaga secara *online*, walaupun memiliki banyak keunggulan dan kemudahan, namun bukan berarti tanpa masalah. Berbagai masalah dapat saja muncul pada perniagaan secara *online*. Terutama masalah yang berkaitan dengan tingkat amanah kedua belah pihak. Bisa jadi ada orang yang melakukan pembelian atau pemesanan. Namun setelah barang dikirim kepadanya, tidak melakukan pembayaran atau tidak melunasi sisa pembayarannya. Bila sebagai pembeli, bisa jadi setelah melakukan pembayaran, atau paling kurang mengirim uang muka, ternyata penjual berkhianat, dan tidak mengirimkan barang.⁵⁷

E. Kelebihan dan Kekurangan Transaksi *Online*

Transaksi *online* yang semakin berkembang di kalangan masyarakat menyebabkan seseorang lebih memilih transaksi *online* karena lebih mudah dan cepat. Namun memiliki kelebihan dan kekurangan tersendiri dengan hadirnya digitalisasi sehingga menyebabkan masyarakat terkadang lebih memilih transaksi

⁵⁶ Rita Defriza, 'Aspek Perlindungan Hukum Perjanjian Dalam Jual Beli Online Menurut Fiqh Kontemporer', *Islamic Circle*, 1.1 (2020), pp. 125–49, doi:10.56874/islamiccircle.v1i1.103.

⁵⁷ Munir Salim, "Jual Beli Secara Online Menurut Pandangan Hukum Islam", *Al- Daulah* Vol. 6 / No. 2 / Desember 2017

online dan juga memilih secara *offline*. Terdapat beberapa kelebihan transaksi *online* bagi pelaku usaha, yaitu:⁵⁸

1. Dapat digunakan sebagai lahan untuk menciptakan pendapatan yang sulit atau tidak dapat diperoleh melalui cara konvensional, seperti memasarkan langsung produk atau jasa, menjual informasi, iklan, dan sebagainya;⁵⁹
2. Jual beli dapat dilakukan tanpa terikat pada tempat dan waktu tertentu. Jual beli *online* merupakan bisnis yang dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun, selama tersedia fasilitas untuk mengakses internet;
3. Akses pasar yang lebih luas. Dengan adanya akses pasar yang lebih luas, potensi untuk mendapatkan pelanggan baru yang banyak semakin besar, Penggunaan internet sekarang semakin luas, pasar internet merupakan salah satu pasar modern yang diterapkan sekarang, dengan hadirnya seperti *zalora*, *berniaga.com*, *olx* dll. Membuktikan bahwa pasar *online* telah terbuka bebas;
4. Pelanggan (konsumen) lebih mudah mendapatkan informasi yang diperlakukan dengan *online*. Komunikasi antara pelaku usaha dan konsumen akan menjadi lebih mudah, praktis, dan lebih hemat waktu serta biaya. Banyaknya *website* yang menyediakan layanan transaksi *online* memungkinkan untuk

⁵⁸ Arip Purkon, *Bisnis Online Syariah: Meraup Harta Berkah dan Berlimpah Via Internet* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014), 20.

⁵⁹ Misra Isra, Wulandari Diah, and Rahma Ely, *Manajemen Pemasaran: Konsep Dan Teori, Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 2024.

dapat mengakses dengan mudah spesifikasi barang yang ingin dibeli.⁶⁰

5. Meningkatkan efisiensi waktu, terutama jarak dan waktu dalam memberikan layanan kepada konsumen selaku pembeli;
6. Penghematan dalam berbagai biaya operasional. Beberapa komponen biaya seperti transportasi, komunikasi, sewa tempat, gaji karyawan dan yang lainnya akan lebih hemat. Dengan adanya penghematan biaya dalam berbagai komponen tersebut, secara otomatis akan meningkatkan keuntungan.
7. Pelayanan ke konsumen lebih baik. Melalui internet pelanggan bisa menyampaikan kebutuhan maupun keluhan secara langsung sehingga pelaku usaha dapat meningkatkan pelayanannya.

Selain beberapa kelebihan tersebut, transaksi *online* ini juga mempunyai kekurangan, yaitu:⁶¹

1. Masih minimnya kepercayaan masyarakat pada bentuk transaksi *online*. Masih banyak masyarakat khususnya di Indonesia yang belum terlalu yakin untuk melakukan transaksi *online*, apalagi berkenaan dengan pembayaran. Biasanya mereka lebih suka transaksi secara langsung walaupun dengan orang sudah dikenal. Contohnya, konsumen yang memilih datang

⁶⁰ Dahri, Akbar, and Arsyam.

⁶¹ Ibid 20

langsung berbelanja ke toko dibandingkan dengan *online shopping* karena takut terjadinya penipuan;⁶²

2. Masih minimnya pengetahuan tentang teknologi informasi, khususnya dalam pemanfaatan untuk bisnis sehingga menimbulkan banyak kekhawatiran.
3. Adanya peluang penggunaan akses oleh pihak yang tidak berhak, khususnya yang bermaksud tidak baik, misalnya pembobolan data oleh para hacker yang tidak bertanggung jawab, pembobolan kartu kredit, dan rekening tabungan.
4. Adanya gangguan teknis, misalnya kesalahan dalam penggunaan perangkat komputer dan kesalahan dalam pengisian data. Hal ini bisa terjadi, khususnya bagi yang belum mahir menggunakan teknologi informasi. Contohnya, pelaku usaha yang salah menuliskan alamat konsumen sehingga barang yang dibeli konsumen tidak sampai kepada konsumen karena pengiriman barang kepada alamat yang salah;
5. Penyebaran reputasi di dunia maya dapat dilakukan dengan cepat, baik reputasi baik, maupun buruk. Disatu sisi, hal ini bisa berdampak negatif, apalagi digunakan oleh pihak tertentu yang tidak bertanggung jawab dan bermaksud merusak reputasi seseorang. Tetapi, hal ini dapat berdampak positif apabila yang disebarkan adalah reputasi baik.⁶³

⁶² Fitroh Frahyanti, M. Aris Syafi'i, and Happy Sista Devi, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Menyebabkan Konsumen Memilih Belanja Online Store Daripada Offline Store', *Jurnal Sahmiyya*, 3.1 (2024), pp. 42–49.

⁶³ Y S RIDWAN, 'Analisis Kepercayaan Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Keputusan Pembelian Produk Melalui Situs Online', *Digilibadmin.Unismuh.Ac.Id*, 2019
<https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/8642-Full_Text.pdf>.