Jurnal El Rayyan : Jurnal Perbankan Syariah
Volume 4, Nomor 1, April 2025, 1 - 9
E-ISSN: 2829-2642
https://jurnal.insan.ac.id/index.php/jer

IMPLEMENTASI AKAD SALAM BERDASARKAN PSAK 103 PADA TRANSAKSI E-COMMERCE

PUTRI ULI NUR ALAMSYAH[1]; DWI NANSIKA PUTRI[2]; NURUL KARIMAH[3]; NAJWA MUGHNY AWWALIYAH[4]

Abstrak

Jual beli salam adalah akad jual beli barang pesanan di antara pembeli dan penjual. Spesifikais harga dan harga barang pesanan harus sudah disepakati diawal akad, sedangkan pembayaran dilakukan dimuka secara penuh. Jual beli salam merupakan akad jual beli yang diperbolehkan. Hal ini berdasarkan atas dalil-dalil yang terdapat dalam al quran. Rukun salam adalah penjual dan pembeli, ada barang dan uang, ada sighat (lafaz akad). Sedangkan syarat jual beli salam harus jelas, sifat objek jual beli salam harus jelas, kadar atau ukuran objek jual beli salam harus jelas, jangka waktu pemesanan objek jual beli salam harus jelas, asumsi modal yang dikeluarkan harus diketahui masing-masing pihak. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji elemen dasar dan persyaratan untuk merapkan kontrak salam dalam transaksi jual beli online memenuhi PSAK 103.

Kata Kunci: *Penjualan, akad salam, transaksi jual beli online, PSAK 103.*

Abstract

Bay-u salam is a contract of sale of goods orders between buyers and salers. Specification and price of ordered good to be agreed at the beginning of the contract, while the payment is made in at advance in full. Sale and purchase of *bay-u salam* and purchase agreement is allowed. Is it based on the arguments contained in quran. Rukun of *bay-u salam* is the saler and the buyer, there are goods and money, there *sighat* (lafaz contract). While the terms of buying and selling of *buy-u salam* according to the consensus of the scholars there are five, namely the type, grade, size,and nature of the object of sale and purchase of *buy-u salam* should be clear, booking period objecs and selling *bay-u salam* should be clear, assuming the capital cost should be known to each parties. The

[1] Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, putrifitri.panjaitan@gmail.com
[2] Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dwinansikaputri@gmail.com
[3] Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, nurulkarimah0902@gmail.com
[4] Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, najwamughny@gmail.com

purpose of this study is to eximine the basic elements and requiments for implementing a greeting contract in online buying and selling transcatition that comply with the PSAK 103.

Keywords: *Purchase, buy-u salam, online buying and selling transacation, PSAK 103*

A. PENDAHULUAN

Menurut Wardana dikutip (Gusti Susmanto et al., 2024) bahwa e-commerce yaitu singkatan dari Electronic Commerce yang berarti transaksi yang meliputi berbagai macam kegiatan bisnis mulai dari pembelian sampai penjualan yang dilakukan melalui media jaringan berbasis internet (Kurniawan et al., 2024). Ide salam dapat digunakan di aplikasi Shopee ketika pengguna melakukan pembelian prabayar dan kemudian menunggu pengiriman barang (Mei & Nazwari, 2024)

Akad dalam jual beli online atau disebut PO (Pre-Order). (Chandra Kurniawan et al., 2024) Menurut fatwa DSN-MUI (Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia) No.05/DSN-MUI/IV/2000 Jual salam adalah akad jual beli berupa perintah atau perjanjian untuk menghasilkan barang. oleh pemilik (pembeli, mustashni') dan penjual atau produsen (produsen, shani'). Salam akuntansi adalah salah satu jenis transaksi yang unik untuk perdagangan elektronik. Dalam perdagangan Islam, istilah "salam" mengacu pada praktik membayar di muka untuk barang yang akan dikirimkan kemudian (Terhadap, 2024).

Mengingat hal ini, bisnis harus memastikan bahwa sistem akuntansi yang mereka terapkan dapat menangani berbagai jenis transaksi yang terjadi saat berbisnis online (Mei & Nazwari, 2024). Stanton dalam (Gusti Susmanto et al., 2024) mengatakan bahwa pemasaran (marketing) meliputi keseluruhan sistem yang berhubungan dengan kegiatan usaha, yang bertujuan merencanakan, menentukan harga, hingga mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa yang akan memuaskan kebutuhan pembeli (Terhadap, 2024).

.Herwanti dan Irwan dikutip (Gusti Susmanto et al., 2024) bahwa ajaran Islam tidak menghalangi manusia untuk memenuhi kebutuhan atau keinginannya, sepanjang pemenuhannya dapat meningkatkan harkat dan martabat manusia. Al-Quran & Hadist tentang Akad As-salam adalah firman Allah Ta'ala, yang artinya: "Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan (Olivia, 2019), hendaklah kamu menuliskannya." (QS. Al-Baqarah: 282). Ibnu Abbas radhiyallahu anhuma menyatakan bahwa ayat ini turun tentang jual beli salam. As-salam memiliki beberapa keunggulan

dibandingkan dengan akad jual beli lainnya, antara lain: 1) Menjaga kepercayaan antara penjual dan pembeli, 2) Memudahkan penjual untuk melakukan perencanaan produksi, 3) Melindungi penjual dari risiko kerugian (Gusti Susmanto et al., 2024)

B. KAJIAN TEORI

Kajian teori mengenai e-commerce dan akad jual beli dalam perspektif Islam menunjukkan pentingnya pemahaman mendalam tentang transaksi yang berlangsung di dunia digital. E-commerce, atau Electronic Commerce, didefinisikan sebagai berbagai transaksi bisnis yang dilakukan melalui jaringan berbasis internet, mencakup semua kegiatan dari pembelian hingga penjualan (Gusti Susmanto et al., 2024). Dalam praktiknya, platform seperti Shopee memfasilitasi transaksi prabayar, yang memerlukan kepercayaan antara penjual dan pembeli (Mei & Nazwari, 2024). Akad jual beli online, seperti Pre-Order (PO), memiliki tujuan penting, yaitu menjaga kepercayaan, memudahkan perencanaan produksi, dan melindungi penjual dari risiko kerugian (Chandra Kurniawan et al., 2024);

(Gusti Susmanto et al., 2024) Selain itu, dalam konteks perdagangan Islam, akad jual salam yang mengizinkan pembayaran di muka untuk barang yang akan dikirim kemudian dikenal sebagai praktik unik yang memerlukan sistem akuntansi yang memadai untuk menangani berbagai transaksi (Mei & Nazwari, 2024) Pemasaran dalam e-commerce juga menjadi kunci, mencakup seluruh aspek kegiatan usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (Gusti Susmanto et al., 2024). Ajaran Islam sendiri tidak menghalangi pemenuhan kebutuhan manusia, asalkan dilakukan dengan cara yang meningkatkan harkat dan martabat (Gusti Susmanto et al., 2024) Dalam hal ini, prinsip transparansi dan akuntabilitas, yang ditekankan dalam QS. Al-Baqarah: 282, menjadi esensial dalam transaksi non-tunai (Amalina & Trisnaningsih, 2023). Oleh karena itu, hipotesis yang dapat diajukan adalah bahwa implementasi akad jual salam dalam e-commerce dapat meningkatkan kepercayaan antara penjual dan pembeli, serta berkontribusi pada keberlanjutan bisnis dalam perspektif ekonomi Islam(Mei & Nazwari, 2024). Hipotesis ini dapat diuji lebih lanjut untuk menilai dampaknya terhadap kepuasan pelanggan dan kinerja penjual (Muhammad & Pramukti, 2024).

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Ketika suatu situasi masih belum jelas, pendekatan kualitatif digunakan, menurut (Chandra Kurniawan et al., 2024) Studi kasus adalah metode kualitatif yang mempelajari kehidupan aktual melalui sejumlah contoh sambil mengumpulkan informasi menyeluruh dari berbagai sumber , termasuk observasi, wawancara, bahan audio-visual, peneliti, dan pengumpulan berbagai jenis laporan (Chandra Kurniawan et al., 2024)

Untuk menggambarkan informasi hasil dengan benar dan untuk menawarkan wawasan tentang contoh spesifik atau perbandingan kasus, yang terbaik adalah menyajikan hasil secara deskriptif. Akad yang sering digunakan dalam transaksi jual beli online, dengan sistem pre-order atau pemesanan dalam perspektif akuntansi syariah menjadi topik penelitian. Pemilihan informan untuk penelitian ini dilakukan dengan menggunakan seperangkat standar. Untuk mencatat jual beli online serta pelaksanaan akad salam, penting untuk memilih informan dengan hati-hati. Tujuan dari pendekatan purposive sampling adalah untuk memilih informan dengan menentukan kriteria yang sesuai sebagai berikut:

a. Penjual online yang sudah memiliki produk sendiri (bukan *reseller* atau *dropshipper*),
b. Telah menjadi pelaku bisnis online selama lebih dari dua tahun,
c. Pelaku bisnis online melakukan pencatatan keuangan secara tertib,
d. Pembeli online secara rutin melakukan transaksi pembelian setiap bulannya,
e. Pembeli sudah melakukan transaksi online dengan sistem pre order.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada etika bisnis islam yang baik akan mewujudkan kemudahan dalam setiap proses kegiatan transaksi bisnisnya, terlebih pada era yang semakin canggih ini seseorang yang membutuhkan perlengkapan apapun telah di sediakan oleh beberapa *e-commerce* popular yang ada di negara Indonesia. Dalam istilah fiqh muamalah, transaksi salam sama dengan transaksi *e-commerce*. Jual beli salam didefinisikan sebagai transaksi jual beli di mana harga produk dibayar pada saat akad dilakukan, dan produk yang dibeli belum ada pada saat itu, namun spesifikasi, jenis, ukuran, lokasi penyerahan, waktu penyerahan, dan syarat-syarat lainnya disebutkan pada saat itu. Apabila keluar dari pertimbangan publik dan pertimbangan kepentingan umum, transaksi online adalah sah jika sesuai dengan hukum Syariah dalam akad dan tata cara transaksi serta tidak merugikan pihak manapun, karena menyatakan bahwa transaksi online *e-commerce* Indonesia dilakukan melalui hukum Islam. Dalam sistem transaksi *e-commerce* seluruh transaksi secara elektronik, baik masalah

dana, sistem manajemen inventaris, sistem pengumpulan data dan pertukeran datanya. Implementasi Pengelolaan *e-commerce* berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat telah menerapkan berbagai strategi *e-commerce* untuk memasarkan produk mereka. Strategi yang paling umum digunakan adalah:

Membuat toko online: UMKM membuat toko online di platform *e-commerce* seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada. Toko online ini digunakan untuk menampilkan produk, menerima pesanan, dan melakukan transaksi pembayaran.

Menggunakan media sosial: UMKM menggunakan media sosial seperti Facebook, Instagram, WhatsApp dan Tiktok untuk mempromosikan produk mereka dan berinteraksi dengan pelanggan.

Iklan online: UMKM menggunakan iklan online di platform seperti Google Ads dan Facebook Ads untuk menjangkau target pasar yang lebih luas.

Program promosi: UMKM menawarkan program promosi seperti diskon, potongan harga, dan bundling untuk menarik pelanggan.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa implementasi pengelolaan *e-commerce* telah memberikan dampak positif terhadap strategi pemasaran. Dampak positif tersebut antara lain:

Peningkatan jangkauan pasar: E-commerce memungkinkan UMKM untuk memasarkan produk mereka ke pasar yang lebih luas, tidak hanya di wilayah lokal mereka.

Peningkatan penjualan: *E-commerce* memungkinkan UMKM untuk meningkatkan penjualan mereka dengan menjangkau lebih banyak pelanggan potensial.

Penelitian ini menunjukkan bahwa *e-commerce* dapat menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan strategi pemasaran UMKM (Gusti Susmanto et al., 2024) Ecommerce memungkinkan UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan penjualan, dan meningkatkan citra merek (Gusti Susmanto et al., 2024)

Penggunaan akad as-salam dalam *e-commerce* dapat membantu para pengusaha mendapatkan modal usaha dan konsumen untuk mendapatkan produk yang dipesan dengan cara yang sesuai dengan syariat Islam.Dalam akad as-salam, pengusaha bertindak sebagai pembeli dan konsumen bertindak sebagai penjual. Pengusaha memesan suatu produk kepada konsumen dan memberikan uang muka (salam) sebagai tanda jadi. Konsumen kemudian berjanji untuk menyerahkan produk tersebut pada waktu yang telah ditentukan.

Al-Quran & Hadist tentang Akad As-salam adalah firman Allah Ta'ala, yang artinya: "Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya." (QS. Al-Baqarah: 282). Ibnu Abbas radhiyallahu anhuma menyatakan bahwa ayat ini turun tentang jual beli salam.Ibnu Abbas radhiyallahu anhuma mengatakan, yang artinya: "Aku bersaksi bahwa salaf (transaksi salam) yang dijamin hingga waktu yang ditentukan telah dihalalkan oleh Allah azza wa jalla. Allah telah mengizinkannya". Setelah itu Ibnu Abbas menyebutkan firman Allah Ta'ala (yang artinya), "Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya." (QS. Al-Baqarah: 282)

Penggunaan akad as-salam dalam transaksi *e-commerce* terbukti mampu meningkatkan kepercayaan konsumen dan meminimalisir risiko finansial (Akuntansi et al., 2023). Akad as-salam merupakan akad jual beli di mana pembeli memesan dan membayar produk terlebih dahulu, sedangkan penjual berjanji untuk menyerahkan produk di waktu yang telah ditentukan. Akad ini memberikan kepastian kepada pembeli bahwa mereka akan mendapatkan produk yang mereka pesan, dan memberikan jaminan kepada penjual bahwa mereka akan menerima pembayaran di muka.Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa e-commerce memiliki dampak positif terhadap kinerja

UMKM. Penggunaan e-commerce terbukti dapat meningkatkan penjualan, keuntungan, dan pangsa pasar UMKM.

Namun, penelitian ini juga menemukan beberapa hambatan dalam implementasi *e-commerce* dan akad as-salam di kalangan pengusaha. Hambatan tersebut antara lain: 1) Kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan platform *e-commerce*, 2) Keterbatasan akses internet, 3) Kepercayaan yang rendah terhadap akad as-salam.

Databoks 2023:Indonesia

Pengguna E-commerce			Penetrasi Pengguna E-Comerce
No.	Tahun	Persen	Jiwa
1	2017	52,5	139.000.000
2	2018	57,6	154.100.00
3	2019	62,2	168.300.000
4	2020	66,3	181.500.000
5	2021	69,9	193.200.000
6	2022	72,9	203.500.000
7	2023	75,3	212.200.000

Sumber data: (https://databox.katadata.com.id.2019)

E. KESIMPULAN

Hukum jual beli online diperbolehkan, hal ini didasarkan pada metode maslahah dan muslahah, yaitu bagaimana menemukan hukum untuk sesuatu yang tidak ditentukan dalam AlQur'an atas dasar pertimbangan kepentingan umum. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dalam konsep jual beli online, semua unsur jual beli telah memenuhi semua persyaratan. Jika ada unsur transaksi yang bertentangan dengan syariat Islam, maka sistem jual beli online tidak akan selaras dengan pengertian salam. Perdagangan online adalah makruh jika tidak memberikan keuntungan atau ketidaknyamanan kepada penggunanya, dan belanja online diperbolehkan selama tidak melanggar ajaran agama atau larangan hukum. Perdagangan online adalah ilegal jika bertentangan dengan nilai-nilai standar (AlQuran, sunnah, dan nilai-nilai normatif lainnya), seperti transaksi perjudian online. Kesaksian informan menunjukkan bahwa karena pemilik usaha dan pembeli tidak mematuhi peraturan PSAK Syariah 103, akuntansi salam belum digunakan dalam penjualan online dan offline.

F. SARAN

Demikianlah artikel yang kami buat ini, semoga bermanfaat dan menambah pengetahuan bagi para pembaca. Kami mohon maaf apabila ada kesalahan dalam penulisan maupun ejaan yang kami tulis serta kalimat yang tidak jelas dalam artikel ini. Kami hanyalah manusia biasa yang tidak luput dari kesalahan dan kami sangat mengharapkan saran dan kririk dari para pembaca artikel kami demi kesempurnaan artikel yang telah kami buat agar dapat dibaca oleh banyak orang diluar sana.

G. UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji syukur kita panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat-Nya, kami dapat menyelesaikan artikel ini. Kami ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua teman sekelompok yang telah berkontribusi dalam mempersiapkan artikel ini. Terutama kepada Ibu Dr. Hastuti Olivia S.E., M.Ak., yang telah memberikan bimbingan dan dukungan selama proses penulisan; pengetahuan dan wawasan Anda sangat berharga bagi kami. Kami juga ingin menyampaikan terima kasih kepada penulis-penulis sebelumnya yang telah menjadi sumber sitasi dalam artikel ini, karena kontribusi mereka sangat membantu dalam memberikan dasar yang kuat pada materi PSAK 103 tentang implementasi akad salam. Semoga kerja sama ini dapat terus berlanjut di masa depan. Terima kasih.

H. DAFTAR PUSTAKA

Akuntansi, J., Ekonomi, F., & Andalas, U. D. (2023). *Analisis Persepsi Pemahaman Mahasiswa Terhadap Psak 103 Akuntansi Salam (Studi Empiris Pada Mahasiswaakuntansi Universitas Dharma Andalas Padang)*. *01*(03), 199–210.

Amalina, N. N., & Trisnaningsih, S. (2023). Pengaruh Leverage, Likuiditas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Financial Distress. *Jambura Economic Education Journal*, *5*(2), 88–99. https://doi.org/10.37479/jeej.v5i2.19313

Chandra Kurniawan, Hasbullah Eka Saputra, Yulia Dwi Safitri, & Ersi sisdianto. (2024). Analisis Akad Salam (PSAK Syariah 103) Pada Transaksi Jual Beli Online. *Jurnal Pemimpin Bisnis Inovatif*, *1*(2), 14–23. https://doi.org/10.61132/jpbi.v1i2.72

Gusti Susmanto, F., Mutiah, R., & Damayanti Rusmana, F. (2024). Implementasi Pengelolaan E-Commerce Terhadap Strategi Pemasaran Keripik Pisang Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia (JESI)*, *3*(1), 34–49. https://doi.org/10.57171/jesi.v3i1.29

Kurniawan, C., Saputra, H. E., & Safitri, Y. D. (2024). *Analisis Akad Salam (PSAK Syariah 103) Pada Transaksi Jual Beli Online*. *1*(2).

Mei, N., & Nazwari, F. (2024). *ANALISIS PENERAPAN AKUNTANSI SALAM PADA JUAL BELI*. *1*(2), 29–35.

Muhammad, W., & Pramukti, A. (2024). *YUME : Journal of Management Jual Beli Dalam Praktek Affiliate Marketing Pada E-Commerce Perspektif Akuntansi*

Syariah (Studi Kasus Pada Perusahaan Shopee Indonesia). *7*(1), 293–306.

Olivia, H. (2019). Penerapan Analisis Roi (Retrun On Investment) Untuk Memprediksi Pendapatan Perusahaan. *Kitabah*, *3*(2), 211–218.

Terhadap, I. P. E. (2024). *ISLAM maupun sumber daya alam yang beragam , sehingga banyak sekali hidup dengan cara mengelola dari bahan yang belum jadi menjadi*. *3*(1), 1–3.