

Tinjauan literatur akad salam dan analisa penerapannya pada penjualan laptop online di marketplace besar Indonesia

Mohamad Torik Langlang Buana, Sofyan Halim

Universitas Mercu Buana, Jakarta
E-Mail: m.torik@mercubuana.ac.id

Abstrak

Akad salam difatwakan pada awal beroperasinya bank syariah di Indonesia tahun 2000. Akad Salam diatur dengan PSAK 103 tahun 2007. Namun pada laporan SPS tahun-tahun terakhir, dilaporkan nihil, tidak digunakan oleh pelaku bisnis. Akad salam adalah pembayaran di muka dan pengantaran kemudian, di banyak referensi, dicontohkan untuk pembiayaan pertanian, sementara laporan Statistik Bank Syariah, pembiayaan sektor pertanian tidaklah nihil, justru meningkat. AAOIFI tidak menentukan secara tertulis akad salam hanya untuk barang pertanian. Secara prinsip, dapat digunakan pada sektor belanja online seperti laptop, yang dibayar dimuka oleh pembelinya, dan pengantaran kemudian, sehingga dapat menjadi objek akad salam. Tujuan penelitian ini untuk mengisi kelangkaan pilihan topik akad salam di Indonesia dan menjelaskan konsep akad salam yang dapat diaplikasikan pada operasional jual-beli laptop online. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pengumpulan data secara observasi. Temuan penelitian ini menunjukkan sedikitnya artikel akad salam sebagai topik penelitian pada bank syariah, penelitian ini dapat dijadikan tambahan pemahaman kegiatan jual-beli secara syariah yang dapat menggunakan akad salam.

Kata kunci: akad salam; belanja online syariah; e-commerce; PSAK 103

DOI: [10.20885/ncaf.vol4.art6](https://doi.org/10.20885/ncaf.vol4.art6)

PENDAHULUAN

Transaksi dengan akad salam tidak banyak diminati oleh bank Syariah, antara lain, menurut buku referensi yang banyak digunakan di Indonesia sejak sepuluh tahun yang lalu, disebabkan karena melekatnya pandangan dari bank konvensional bahwa uang sebagai komoditi, dimana setiap pengeluaran uang harus ada hasil berupa uang (Harahap et al., 2010). Berdasarkan pemaparan empiris pada konferensi internasional, disampaikan bahwa masalahnya antara lain karena kemungkinan potensi gagal panen dan kurangnya sosialisasi bagi petani dan salah satu solusinya adalah memodifikasi teori dan prinsip yang ada (Ningsih & Wardayati, 2016). Juga pada buku dengan terbitan tahun yang masih relatif baru, menuliskan bahwa akad salam adalah merupakan suatu hal yang masih sulit untuk diaplikasikan dan mengharapkan bantuan dari pemerintah untuk pelaksanaannya (Prasetyo, 2019). Sejalan dengan kutipan tsb, pada laporan bulan OJK tiga tahun terakhir, Statistik Perbankan Syariah 2018-2020, transaksi dengan akad salam dilaporkan nihil, sementara angka pembiayaan sektor pertanian tetap ada, selama tahun tiga tahun terakhir, angka menunjukkan Rp. 11,5 milyar di 2018, Rp. 11,7 milyar di 2019 dan mencapai Rp. 16 miliar pada tahun 2020 (OJK, 2020).

Pada tahun 2019, transfer bank dan kartu kredit sebanyak 37%. Jenis barang yang paling banyak dijual adalah jenis makanan 28%, pakaian 22% sedangkan gadget sebesar 4.85% (Hp, computer) (BPS, 2019). Situs belanja yang paling banyak di kunjungi pada tahun 2019 adalah Tokopedia, diikuti oleh Shopee, Bukalapak, keempat dan seterusnya adalah Lazada, Blibli, JD.ID, Orami, Bhinneka, Sociolla dan Zalora (CNN Indonesia, 2020). Saat ini, kaum muda banyak memilih pembelian online karena salah satunya adalah faktor kemudahan yang ada (Fitri & Wulandari, 2020). Dan ketentuan yang berlaku pada pembelian laptop secara online memenuhi syarat dasar menurut abu hanifah (Nisa et al., 2020).

Perbankan Syariah dapat memformulasikan strategi untuk meningkatkan market share di Indonesia, dengan purchase intention dan brand awareness dengan trust (Sidharta et al., 2018), yaitu menurut penulis, dengan menyediakan atau mengambil kesempatan dalam penerimaan dana

pembayaran pembelian barang secara on-line ini. Tinjauan awal pada salah satu toko online, terdapat satu toko online dengan pilihan bank syariah sebagai penerima pembayaran bagi pembeli.

Keberadaan bank syariah adalah untuk menyediakan jasa keuangan pada berbagai sektor perdagangan, dan pada berbagai jenis transaksi perdagangan. Kekosongan akan penggunaan akad salam pada bank syariah ditinjau secara prinsip dapat digunakan untuk transaksi pada industri jual beli online yang mensyaratkan bayar di muka untuk pembelian barang-barang tertentu.

Bagaimanakah penelitian terdahulu mengenai akad salam? Apakah metode jual beli secara daring yang banyak digunakan pada masa kini dapat menggunakan akad salam?. Tujuan penelitian ini adalah untuk meninjau tulisan terdahulu terkait akad salam dan melakukan analisa akan penggunaan akad salam dari bank Syariah untuk digunakan pada jual beli online, dengan pemilihan produk berupa laptop. Hasil penelitian ini diharapkan akan menambah pustaka yang lebih luas terkait akad salam pada gugusan penelitian yang ada terkait operasional pada industri keuangan syariah di Indonesia, sehubungan dengan salah satu rencana pemerintah dalam meningkatkan industri keuangan syariah, khususnya pada bagian literasi keuangan syariah.

TINJAUAN LITERATUR

Penelitian Terdahulu Tentang Akad Salam

S-penelitian di bawah ini adalah jual beli pada media daring sudah sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang disyaratkan sebagai syarat akad salam.

Tabel 1. Penelitian Akad Salam pada Belanja Daring

No.	Peneliti, Tahun	Judul	Jurnal
1	Lingga et al. (2016)	Analisis penerapan akad salam dalam jual beli sepatu sistem online pada pusat grosir Gedebage Bandung	Prosiding Keuangan dan Perbankan Syariah, UNISBA 2016
2	Darmawansyah dan Polindi (2020)	Akad As-salam dalam sistem jual beli online (studi kasus online shopping di Lazada.co.id)	Jurnal Aghinya STIESNU Bengkulu, Vol.3, 1, 2020
3	Akbar (2018)	Analisis transaksi akad salam dalam jual beli online	EKSISBANK, Vol.2, 2, Des 2018
4	Sulistiyowati dan Muammar (2018)	Transaksi jual-beli online melalui media instagram @PPSShop88 dengan akan Salam	Justisia Ekonomika, Vol.2, 1, 2018
5	Anam (2019)	Transaksi Jual Beli-Online Melalui Media Instagram dengan Akad Salam	Momentum, Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial dan Keagamaan, 2019

Statistik Penjualan pada *Marketplace*

Pembahasan berikutnya adalah, menganalisa potensi penggunaan akad salam di marketplace, dimana banyaknya para pembeli yang bersedia melakukan pembayaran dimuka atau di awal, sebelum menerima barang.

Tahun 2018, *e-commerce* di Indonesia, Tokopedia adalah yang terbesar sebanyak 168 juta kunjungan, diikuti oleh Bukalapak sebanyak 116 juta, Shopee dan Lazada, lalu Blibli (techno.okezone.com, 2019). Pada tahun 2019, Tokopedia paling banyak dikunjungi dengan pengunjung mencapai 1,2 miliar dari desktop/laptop dan mobile. Disusul oleh Shopee dengan jumlah pengunjung sebanyak 837.1 juta dan ketiga adalah Bukalapak dengan pengunjung 823.5 juta (CNN Indonesia, 2020), dan diikuti oleh Lazada, Blibli dan Zalora pada urutan kesepuluh dengan pengunjung sebanyak 44,5 juta. Dan pada tahun 2020, diberitakan terdapat beberapa marketplace yang berguguran seperti Mataharimall.com dan hanya jawara-jawara besar yang mampu bertahan dan mengeruk keuntungan, Mereka adalah Tokopedia, Bukalapak, Lazada dan Blibli. Tiga teratas mampu menarik

lebih dari 800 juta pengunjung selama 2019 (Kompas TV, 2020). Selanjutnya, di awal tahun 2020 nilainya mencapai Rp. 23,2 triliun dan sempat melonjak di awal pandemik, pada Maret 2020 nilai transaksinya menyentuh angka Rp. 26.4-9 triliun, hingga mencapai angka Rp. 25.5-1 triliun pada Juli 2020 (Kompas TV, 2020). Sehingga dapat disimpulkan pada tahun-tahun terakhir pra-penelitian, marketplace ecommerce urutan teratas adalah: Tokopedia, Lazada, Shopee dan Bukalapak. Keempat marketplace ecommerce ini, untuk selanjutnya digunakan sebagai bahan penelitian.

Terkait laporan khusus tentang notebook, tidak ditemukan informasi publik yang memuat angka-angka mutlak, beberapa informasi yang didapat antara lain berupa: (1) Pada tahun 2019, Lenovo rebut 25,2% di Indonesia, Asus 41,8% (Kabarbisnis.com, 2019). (2) Pangsa pasar penjualan laptop di Indonesia, 60% adalah laptop gaming. Selama tahun 2020 akan tumbuh 12,3%, pengiriman tahun 2019 sebanyak 38,6 juta unit (Kabarbisnis.com, 2020). (3) Penjualan laptop naik di saat pandemic corona, salah satu kiatnya adalah dengan menggandeng marketplace (kontan.co.id, 2020).

Pilihan Bank Syariah

Terkait penelitian tentang akad salam, yang tidak lepas dari pembahasan tentang bank syariah, pada keempat marketplace ini, bank syariah merupakan suatu pilihan yang sedikit, Pilihan untuk membayar dengan bermacam cara, untuk laptop, bisa memilih transfer, virtual account, kartu debit, bayar tunai melalui minimarket, cicilan bank, kartu kredit, uang elektronik, tetapi tidak ada COD (cash on delivery).

Pada satu market place, hanya ada pilihan satu bank syariah saja, sementara marketplace tsb menyediakan sepuluh bank non syariah sebagai pilihan; satu marketplace lainnya hanya menyediakan pilihan tiga bank konvensional, tanpa bank syariah, lain halnya dengan satu marketplace yang menyediakan tiga bank syariah dan terakhir, satu marketplace menyediakan tiga bank syariah yang sejak Februari 2021 merger menjadi satu bank syariah saja. Pilihan bank syariah tsb, baik debit atau transfer merupakan satu syarat dalam akad salam, yaitu pembayaran di muka.

Bank Syariah pada Transaksi Salam

Dimanakah posisi bank syariah pada jual-beli dengan akad Salam? Pada PSAK 103, tentang Pernyataan Akuntansi Salam, dinyatakan pada paragraf 2, Pernyataan PSAK 103 diterapkan untuk: a.Lembaga Keuangan Syariah b.Pihak yang melakukan transaksi salam dengan Lembaga Keuangan Syariah. Lebih lanjut, Paragraf 6 menyatakan bahwa Lembaga Keuangan Syariah dapat bertindak sebagai pembeli dan atau penjual dalam transaksi salam. Jika bertindak sebagai penjual kemudian memesan kepada pihak lain untuk menyediakan barang pesanan, disebut salam parallel.

Syarat untuk Lembaga Keuangan Syariah melakukan transaksi salam paralel adalah akad antara pembeli dan produsen terpisah dari penjual dan pembeli akhir dan tidak saling bergantung. DSN-MUI No. 5 tahun 2000, menyatakan bahwa pembayaran harus dilakukan saat kontrak disepakati, barang jelas spesifikasinya, penyerahan dilakukan kemudian

PEMBAHASAN

Terdapat perbedaan pada pembahasan pada konteks bank syariah bertindak sebagai marketplace, dalam pembahasan di beberapa contoh di buku-buku referensi perkuliahan, dimana bank bertindak sebagai pembeli dan penjual. Walaupun pada referensi tentang akad salam bank dapat bertindak sebagai penjual, apakah memungkinkan bila seandainya kondisi seperti pada pembahasan diatas, bank memfokuskan instansinya pada penjualan dan pengantaran?. Bahkan secara paralel juga bertindak sebagai pembeli?. Penulis melihatnya mungkin saja, dalam tujuan meningkatkan penerimaan dana pembeli atau mengambil porsi dari pangsa marketplace yang ada.

SIMPULAN

Sehingga, akad jual beli dengan metode pembayaran di awal pada marketplace adalah sudah sesuai dengan syarat untuk pemenuhan akad salam. Akan tetapi, pilihan dalam menggunakan bank syariah tidak banyak tersedia. Saat pembeli memilih bank syariah sebagai pilihan, bank syariah akan bertindak sebagai penerima dana dari pembeli saat melakukan pemesanan dan memindahkannya ke rekening bank

penjual setelah barang diterima oleh pembeli. Pembeli memesannya di marketplace dan penjualnya juga menjualnya di marketplace. Bank syariah dapat berlaku sebagai penjual juga sebagai pembeli, menurut pernyataan pada PSAK 103.

Penelitian terbatas pada informasi-informasi dan data-data yang tersedia pada publikasi sekunder, penelitian akan dilakukan lebih dalam lagi, menyangkut kepada ketentuan hukum perusahaan dan strategi bank syariah, bila akan dilakukan uji coba apakah memang efektif bila bank syariah berlaku sebagai penjual dan pembeli.

DAFTAR REFRENSI

- Akbar, A. (2018). Analisis transaksi akad salam dalam jual beli online. *EKSISBANK: Ekonomi Syariah Dan Bisnis Perbankan*, 2(2), 11–17.
- Anam, M. H. (2019). Transaksi jual beli on-line (instagram) dengan akad salam. *Momentum, Jur Nal Ilmiah Ilmu Sosial Dan Kea Gamaan*, 8(1), 1.
- Badan Pusat Statistik. (2019). *Statistik E-Commerce 2019*. <https://www.bps.go.id/publication/2019/12/18/fd1e96b05342e479a83917c6/statistik-e-commerce-2019.html>
- CNN Indonesia. (2020). *Daftar Toko Online yang Paling Menguasai Pasar RI Selama 2019*. diakses dari www.cnnindonesia.com/teknologi/20200124205259-206-468540/daftar-toko-online-yang-paling-menguasai-pasar-ri-selama-2019.
- Darmawansyah, T. T., & Polindi, M. (2020). Akad As-salam dalam sistem jual beli online (studi kasus online shopping di Lazada.co.id). *Jurnal Aghinya STIESNU Beng Kulu*, 3(1), 20–39.
- Fitri, R. A., & Wulandari, R. (2020). Online purchase intention factors in Indonesian millennial. *International Review of Management and Marketing*, 10(3), 122–127.
- Harahap, S. S., Wiroso, & Yusuf, M. (2010). *Akuntansi Perbankan Syariah* (4th ed.). Jakarta. LPFE Usakti.
- Kabarbisnis.com. (2019). *Lenovo klaim rebut 25,2% pangsa pasar laptop di Indonesia*. diakses dari <https://www.kabarbisnis.com/read/2893389/lenovo-klaim-rebut-25-2-pangsa-pasar-laptop-di-indonesia>.
- Kabarbisnis.com. (2020). *Penjualan laptop melonjak 18,6 persen di masa pandemi Covid-19*. diakses dari <https://www.kabarbisnis.com/read/28101401/penjualan-laptop-melonjak-18-6-persen-di-masa-pandemi-covid-19>.
- Kompas TV. (2020). *Ini Dia Nilai Transaksi Marketplace Indonesia 2020*. Di akses dari <https://www.kompas.tv/article/107064/ini-dia-nilai-transaksi-marketplace-indonesia-2020>
- kontan.co.id. (2020). *Penjualan laptop naik di saat pandemi corona (Covid-19)*. Diakses dari <https://industri.kontan.co.id/news/penjualan-laptop-naik-di-saat-pandemi-corona-covid-19>
- Lingga, A. B., Hidayat, A. R., & Bayuni, E. M. (2016). Analisis penerapan akad salam dalam jual beli sepatu sistem online pada pusat grosir Gedebage Bandung. *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, 2(2).
- Ningsih, W. F., & Wardayati, S. M. (2016). Modification Finance of Salam and the Implications for Salam Accounting Treatment in Indonesia. *3rd Global Conference on Business and Social Sciences (GCBSS-2016) on "Contemporary Issues in Management and Social Sciences Research."*
- Nisa, H. K., Nurhayati, N., & Ihwanudin, N. (2020). Analysis of Abu Hanifah thought about salam contract and its practices in Sharia financial institute. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 8(5), 434–441.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2020). *Statistik Perbankan Syariah*. diakses dari <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---Desember-2020.aspx>

- Prasetyo, A. (2019). *Akuntansi Keuangan Syariah Teori, Kasus, & Pengantar Menuju Praktik*. Yogyakarta. Andi.
- Sidharta, R. B. F. I., Sari, N. L. A., & Suwandha, W. (2018). Purchase intention pada produk bank Syariah ditinjau dari brand awareness dan brand image dengan trust sebagai variabel mediasi. *Mix Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(3), 562–578.
- Sulistyowati, I. N., & Muammar, A. (2018). Transaksi jual-beli online melalui media instagram @PPSShop88 dengan akan Salam. *Jurnal Justisia Ekonomika Magister Hukum Ekonomi Syariah*, 2(1), 1–12.
- Techno.okezone.com. (2019). Ini Peta Persaingan E-Commerce Indonesia Q4 2018. diakses dari <https://techno.okezone.com/read/2019/01/30/207/2011416/ini-peta-persaingan-e-commerce-indonesia-q4-2018>