

## **A. Judul Program**

Analisis Hukum Islam terhadap Pelaksanaan Jual Beli melalui e-commerce.

## **B. Latar Belakang Masalah**

Islam adalah sistem yang sempurna bagi kehidupan, baik kehidupan pribadi maupun kehidupan ummat, kehidupan dengan semua seginya seperti pemikiran, jiwa, dan akhlaq. Juga pada segi kehidupan ekonomi, sosial, budaya maupun politik. Ekonomi adalah bagian dari Islam. Ia adalah bagian yang dinamis dan bagian yang sangat penting, tetapi bukan asas dari bangunan Islam, bukan titik pangkal ajarannya, bukan tujuan risalahnya, bukan ciri peradabannya dan bukan pula cita-cita umatnya.

Ekonomi dalam pandangan Islam, bukanlah tujuan itu sendiri tetapi merupakan kebutuhan bagi ummat dan sarana yang lazim baginya agar bisa bertahan hidup dan bekerja untuk mencapai tujuan yang tinggi (dunia-akherat). Ekonomi merupakan sarana penunjang baginya dan menjadi pelayanan bagi akidah dan risalahnya.

Islam telah mengatur ekonomi secara spesifik, hal ini di-maksudkan agar umat-Nya yang beriman dalam melakukan kegiatan dibidang ekonomi tidak keluar dari aturan-aturan yang telah digariskan oleh Allah SWT. Bentuk dan jenis kegiatan ini bermacam-macam, diantaranya jual beli (*bai'*), membeli barang yang belum jadi dengan disebutkan jenis dan sifatnya (*salam*), gadai (*ar- rahn*), perseroan dagang (*syirkah*), pemindahan hutang (*al- hiwalah*), jaminan hutang (*ad-daman al-kafalah*), titipan (*al-wadi'ah*), pinjam meminjam (*al-'arriyah*), penggarapan tanah (*al-muzaro'ah al-musaqoh*), membuka lahan baru (*ihya al-mawat*) dan lain sebagainya.

Sejalan dengan kemajuan teknologi, kini ada cara yang lebih praktis yang dilakukan oleh para pelaku jual beli, dimana transaksi dapat dilakukan disemua tempat dan dalam waktu yang tidak terbatas, baik itu ditengah malam, hari libur, di kantor maupun di tempat tidur, bahkan didalam WC pun dapat dilakukan transaksi jual beli jika pelaku jual beli menenteng network komputer yang dilengkapi dengan media internet.

Internet adalah sumber daya informasi yang menjangkau seluruh dunia. Sumber daya informasi tersebut sangat luas dan sangat besar, sehingga tidak ada satu orang, satu organisasi atau suatu negara dapat menanganinya sendiri.

Selain itu internet adalah sebagai sumber daya informasi yang berorientasi pada manusia. Internet memberi kesempatan kepada pemakai diseluruh dunia untuk berkomunikasi dan memakai bersama sumber daya informasi. Kita dapat berkomunikasi dengan pemakai diseluruh dunia dengan mengirim atau menerima *electronic mail (e-mail)* atau membentuk *netgroup* yang dapat memasukkan pesan-pesan kedalam komputer pada anggota *e-group* atau bahkan dalam bentuk *teleponnet* (telepon melalui sambungan internet).

Belanja lewat internet memang disebut-sebut sebagai pola distribusi baru yang bakal menggusur model konvensional. Wajar jika muncul slogan “*e-commerce bisnis masa depan*”. Hal ini disebabkan fasilitas yang sangat memadai, juga ditunjang oleh sumber daya manusia yang kreatif dan gaya hidup masyarakat negara maju yang serba *instant*, serba cepat dan serba tepat waktu. Para toko penyelenggara (*merchant*) berusaha menawarkan layanan kemudahan guna memanjakan pelanggannya, sehingga kalau perlu pelanggan tidak perlu berdiri untuk mendapatkan barang pesannya, barang tersebut sudah diantar ke pelanggan.

Kehadiran *e-commerce* jelas membawa angin segar bagi para pengusaha kecil menengah. Karena tidak hanya perusahaan besar saja yang dapat mengekspor barangnya keluar negeri tetapi para pengusaha kecil menengahpun bisa. Cara ini juga sangat menghemat waktu dan biaya. Bahkan para pedagang Sate Madura atau pedagang Loenpia Semarangpun bisa menawarkan produknya melalui situs. Sebagaimana Kentucky Fried Chicken dan Mc Donald’s yang telah menjadikan media internet sebagai sarana transaksi jual beli baik pemesanan ataupun hanya sekedar informasi untuk menarik pelanggannya.

Dalam uraian tersebut nampak jelas bahwa peranan internet atau dalam hal ini *e-commerce* cukup penting dalam menunjang pembangunan dan mewujudkan perekonomian kearah yang lebih maju.

Dalam keadaan perekonomian seperti sekarang ini, dapat dibayangkan betapa sulitnya apabila sebuah perusahaan yang menghasilkan produk harus menemui orang yang membutuhkan produk tersebut, apalagi sampai kenegara lain. Permasalahannya adalah keterbatasan informasi, siapa dan negara mana yang membutuhkan produk tersebut.

Dengan adanya *e-commerce*, seseorang atau perusahaan yang akan menawarkan produknya akan mudah sekalipun ke luar negeri dengan mengikuti aturan main *e-commerce* dapat dengan cepat diketahui konsumen di berbagai negara. Artinya hari ini ia menawarkan produknya hari ini pula tawarannya dapat diketahui oleh konsumen di seluruh dunia.

### **C. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan uraian tersebut diatas, maka dapat dirumuskan suatu permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana pelaksanaan transaksi dalam *e-commerce*.
2. Bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap pelaksanaan jual beli melalui *e-commerce*.

### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rincian masalah yang akan diteliti, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pelaksanaan jual beli melalui *e-commerce*
2. Untuk mengetahui tinjauan hukum Islam terhadap pelaksanaan jual beli melalui *e-commerce*

### **E. Luaran yang diharapkan**

Luaran yang diharapkan dengan adanya Program Kreativitas Mahasiswa Penelitian (PKMP) yang hendak dilaksanakan ini adalah menemukan hasil karya melalui penelitian pada bidang ilmu yang terkait berupa artikel yang dapat memberi informasi tentang pengaruh hukum islam terhadap pelaksanaan jual-beli melalui *e-commerce*.

## **F. Kegunaan Program**

### **a. Bagi Bisnis**

Perusahaan-perusahaan dapat menjangkau pelanggan diseluruh dunia. Oleh karena itu dengan memperluas bisnis mereka, sama saja dengan meningkatkan keuntungan. e-commerce menawarkan pengurangan sejumlah biaya tambahan. Sebuah perusahaan yang melakukan bisnis diinternet akan mengurangi biaya tambahan karena biaya tersebut tidak digunakan untuk gedung dan pelayanan pelanggan (customer service), jika dibandingkan dengan jenis bisnis tradisional.

### **b. Bagi Masyarakat**

- Electronic commerce memungkinkan orang untuk bekerja di dalam rumah dan tidak banyak keluar untuk berbelanja, akibatnya ini akan menurunkan arus kepadatan lalu lintas di jalan serta mengurangi polusi udara. Elctronic commerce memungkinkan sejumlah barang dagangan dijual dengan harga lebih rendah, sehingga orang yang kurang mampu bisa membeli lebih banyak dan meningkatkan taraf hidup mereka.
- Electronic commerce memungkinkan orang di negara-negara Dunia ketiga dan wilayah pedesaan untuk menikmati aneka produk dan jasa yang akan susah mereka dapatkan tanpa EC. Ini juga termasuk peluang untuk belajar berprofesi serta mendapatkan gelar akademik.
- Electronic commerce memfasilitasi layanan publik, seperti perawatan kesehatan, pendidikan, dan pemerataan layanan sosial yang dilaksanakan pemerintah dengan biaya yang lebih rendah, dan / atau dengan kualitas yang lebih baik. Layanan perawatan kesehatan, misalnya, bisa menjangkau pasien di daerah pedesaan.

## G. Tinjauan Pustaka

### 1. Sistem Transaksi Jual-Beli melalui e-commerce

Transaksi dalam *e-commerce* berbeda dengan model transaksi konvensional, dimana antara penjual dan pembeli tidak harus bertemu (*face to face*) dalam satu ruangan sehingga antara penjual dan pembeli masing-masing pihak mendapat kemudahan baik dalam hal pelayanan maupun dalam hal jangkauan penjualan, dengan kata lain penjual dengan fasilitas internet tidak perlu banyak membuang waktu dan biaya untuk mempromosikan barang dagangannya, sedangkan pembeli tidak banyak membuang waktu dan biaya untuk datang ke sebuah toko hanya sekedar untuk mencari barang tertentu, meskipun toko tersebut berada di luar negeri.

Di Indonesia kini paling tidak terdapat 50 situs yang membuka warung online (*merchant*). Kehadiran situs-situs itu menandakan masuknya *era e-commerce* pada dunia usaha nasional. Konsumen cukup memilih situs dan semua bisa dilayani.

#### 1. Sistem *order* atau belanja.

Untuk dapat berbelanja di internet dengan baik diperlukan pengetahuan tentang sistem belanja yang berlaku di internet, sehingga baik pembeli (yang selanjutnya disebut konsumen) maupun penjual (yang selanjutnya disebut *merchant*) dapat mengetahui dan mengenal serta memutuskan cara belanja atau model apa yang akan digunakan dalam melakukan transaksi (belanja) di internet.

Adapun cara belanja yang ditawarkan dalam internet (*e-commerce*) adalah sebagai berikut :

##### a. Belanja dengan *order form*

Berbelanja dengan menggunakan *order form* merupakan salah satu cara belanja yang sering digunakan dalam bisnis *e-commerce*. Dengan cara ini toko penyelenggara (*merchant*) menyediakan daftar atau katalog barang (*product table*) lengkap dengan deskripsi produk/barang yang dijual.

b. Belanja dengan email

Belanja dengan menggunakan *e-mail* dapat dilakukan dengan cara yang mudah. Syarat utama, konsumen harus sudah mempunyai *e-mail address*. Selanjutnya sebelum konsumen melakukan transaksi, konsumen harus sudah mengetahui alamat toko online (*online store*) yang dituju, juga jenis barang serta jumlah yang akan dibeli. Kemudian konsumen menuliskan nama produk, jumlah barang, alamat dan nomor telepon. Konsumen selanjutnya akan menerima konfirmasi dari *merchant* mengenai barang yang dipesan dan konsumen diminta mengirimkan salinan dari informasi pembayaran (bukti transfer). Kemudian *acquirer* akan mengelurkan kartu untuk konsumen, jika dinyatakan sah konsumen akan menerima konfirmasi pengesahan dan dalam beberapa hari barang akan segera dikirim ke tujuan.

Dalam bisnis konvensional sehari-hari, biasanya seseorang melakukan pembayaran terhadap produk atau jasa yang dibelinya melalui berbagai cara. Cara yang paling umum adalah membayar langsung dengan alat pembayaran yang sah (uang) secara tunai (*cash*). Cara lain adalah dengan menggunakan kartu kredit (*credit card*), kartu debit (*debit card*), cek pribadi (*personal check*), atau antar rekening (*transfer*).

a. Metode pembayaran dengan perantara pihak ketiga.

Umumnya proses pembayaran ini menyangkut debit, kredit dan check. Ada beberapa metode pembayaran yang dapat digunakan, yaitu sistem pembayaran kartu kredit online dan sistem pembayaran check online.

1. Sistem pembayaran dengan *e-checks*.

*E-checks* atau *electronic checks* merupakan sistem pembayaran online dimana seorang konsumen akan membayar atas barang dagangan yang dibelinya dengan menulis suatu *checks electronic* yang ditransmisikan secara elektronik melalui *e-mail*, fax, atau telepon. *Check* tersebut berisi informasi yang diperoleh berdasarkan apa yang tertera seperti *check* sesungguhnya hanya saja proses validasinya dilakukan dengan tanda tangan digital. Tanda tangan digital tersebut disandikan secara *entripsi* oleh

tombol kunci (password) dari konsumen. Sampai informasi tersebut diterima, *merchant* selanjutnya akan mengesahkan dengan menggunakan *password* (kunci pribadi). Ketika *check* tersebut diproses maka akan menghasilkan pesan yang di *encode* oleh pihak bank dengan menggunakan kunci rahasia (*password*). Setelah itu proses pembayaran selesai di-laksanakan.

## 2. Tinjauan Hukum Islam terhadap Pelaksanaan Jual-Beli melalui e-commerce

Ada sebuah hadits yang diriwayatkan Ibnu Hibban, yaitu :

*Artinya : “Dan dikeluarkan oleh Ibnu Hibban dan Ibnu Majjah dari Rasulullah SAW : sesungguhnya jual beli itu berdasarkan kerelaan”.*

Hadits tersebut menguraikan bahwa dalam jual beli yang penting adalah kerelaan dari kedua belah pihak (penjual dan pembeli), tanda dari adanya kerelaan adalah terlaksananya ijab dan qobul tersebut secara sempurna. Tanpa kerelaan ijab dan qobul tidak akan terjadi. Begitu juga dalam sistem e-commerce. Walaupun dalam e-commerce menganut perjanjian sepihak, dimana jika konsumen tidak menyetujui maka tidak ada transaksi dan sebaliknya, kerelaan ini terjadi (ijab-qobul) jika pembeli telah menyetujui dengan mengklik tombol order dan disertai dengan pembayaran atas barang yang akan dibelinya.

Dari uraian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa dalam jual beli yang penting adalah kerelaan dan kejujuran. Dengan kerelaan transaksi bisa dilangsungkan dengan cara apapun, termasuk dengan internet dalam sistem *e-commerce*, dengan kata lain tidak harus proses transaksi itu dilangsungkan secara tatap muka dalam satu majlis (satu tempat) sebagaimana dalam sistem jual beli konvensional. Terlebih lagi ulama' fiqh membolehkan adanya proses transaksi yang dilakukan dengan surat menyurat, dengan syarat orang yang melakukan akad (*'aqid* dan *ma'qud*) berjauhan tempatnya sehingga tidak memungkinkan kedua belah pihak itu melakukan komunikasi langsung. Proses transaksi tersebut bisa diibaratkan dengan proses transaksi melalui *e-commerce* dengan mengganti media yang ada (antara surat dengan komputer), sehingga melalui media ini proses transaksi bisa dilangsungkan kapan pun dan dimanapun tanpa terhalang jarak dan waktu.

Selain hadits diatas juga digunakan ijtihad sebagai sarana penetapan hukum atas e-commerce diantaranya adalah :

#### 1. Masalah Mursalah

Masalah Mursalah adalah memelihara maksud syara' dengan jalan menolak segala yang merusak atas mahluk atau dalam kata lain adalah pertimbangan yang bertumpu pada menarik manfaat dan menghindarkan madharat. Adapun maksud atau tujuan syara' atas segenap mahluk itu ada lima perkara yaitu :

- A. Memelihara agama
- B. Memelihara jiwa.
- C. Memelihara akal pikiran.
- D. Memelihara keturunan.
- E. Memelihara harta benda.

Dalam hal ini (masalah mursalah) berpendapat bahwa transaksi jual beli melalui *e-commerce* diperbolehkan karena pertimbangan mashlahah mursalah, yaitu pemeliharaan harta benda. Dimana pemeliharaan harta benda berarti bahwa setiap orang yang terkait bisa menjaga keamanan dari harta mereka. Seperti seorang konsumen yang menghendaki suatu barang, jika menyuruh orang diawatirkan orang yang disuruhnya itu membuat suatu konspirasi untuk menipu dirinya, misalnya *mark-up* harga dan lain-lain, maka dengan bertransaksi sendiri ia bisa memastikan harga yang sesungguhnya serta bisa menerima langsung barang yang dimaksud melalui biro pengiriman.

Dari uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa transaksi jual beli yang terdapat di dalam *e-commerce* dipandang boleh (mubah) oleh hukum Islam. Dengan syarat adanya perubahan sistem keamanan pada sistem e-commerce terutama yang internet banking dan credit card, sehingga orang-orang yang terkait terutama merchant dan konsumen tidak mendapat kerugian dari transaksi yang mereka lakukan, karena kasus yang selama ini terjadi merupakan oknum yang sebenarnya berada di luar sistem itu sendiri. Dan sebenarnya sistem transaksi ini tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip mu'amalah, terhapusnya unsur gharar didalam *e-commerce*, telah memenuhi syarat dan rukun jual beli dalam Islam bahkan dapat diqiaskan dengan salam.



Selain itu pertimbangan masalah mursalah dalam sistem jual beli melalui *e-commerce* dipandang boleh selama tidak menimbulkan kemaslahatan berbagai pihak, justru sistem jual beli melalui *e-commerce* membawa manfaat bagi manusia untuk menghemat waktu dan tenaga, mempercepat pemerataan hasil-hasil kemajuan teknologi yang menghendaki agar harta tidak hanya dikuasai oleh segelintir orang saja serta membuka kesempatan dan peluang kerja yang lebih luas.

### 3. Peneliti sebelumnya

Membahas tentang *e-commerce* pada dasarnya adalah membahas tentang transaksi jual beli melalui internet, bertujuan untuk mempermudah gerak manusia. Seseorang tidak hanya memperoleh informasi yang diinginkan tetapi juga memperoleh kemudahan-kemudahan dalam memenuhi kebutuhan hidupnya.

Meskipun di Indonesia *e-commerce* masih tergolong asing dan baru kalangan tertentu yang memanfaatkannya sebagai media dalam perdagangan bukan berarti pembahasannya masih berskala kecil. banyak buku-buku yang menyajikan seluk beluk *e-commerce*, diantaranya adalah buku karangan Onno W. Purbo dan Aang Arif Wahyudi "*Mengenal e-commerce*". Didalam buku ini diterangkan gambaran umum tentang *e-commerce*, dari pengertian, aplikasi-aplikasi yang digunakan dalam *e-commerce*, model pembayaran hingga perkembangan *e-commerce* di Indonesia.

Selain itu kita bisa mengetahui *e-commerce* melalui buku buah karya Anastasia Diana dengan bahasa yang berbeda tapi bermakna sama yaitu "*Mengenal E-Business*". Sebagai bidang kajian yang relatif masih baru dan akan terus berkembang, *e-business* atau dalam kata lain *e-commerce* akan terus berkembang pada praktek bisnis, setidaknya dalam hal penyempurnaan *direct marketing* dan *transformasi organisasi*. Karyanya juga berusaha mengupas berbagai dampak transformasional dan aplikasi *e-business*, seperti pergeseran dari *marketplace* menuju *marketspace*, *e-tailing*, *internet market research*, *business to business e-commerce* (B2B).

Buku "*Apa dan Bagaimana e-Commerce*" yang disusun Tim Peneliti dan pengembangan Wahana Komputer Semarang yang diterbitkan Andi Offset Yogyakarta mengkaji beberapa masalah penting tentang *e-commerce* dimulai dari pengenalan *e-*

*commerce*, mekanisme transaksi online, cara pembayaran hingga bagaimana proses belanja online atau dalam kata sederhana bagaimana kita bisa berbelanja lewat internet yang lazim disebut *e-commerce*.

## **H. Metode Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian pustaka (*library research*), yaitu dengan mengumpulkan data-data, melalui peninggalan tertulis terutama berupa buku-buku, makalah, pendapat, teori-teori, hukum-hukum dan lainnya yang berhubungan dengan masalah penelitian.

### **1. Sumber data**

Sumber data yang dijadikan penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu, data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data yang langsung berkaitan dengan masalah yang diteliti (obyek research). Seperti buku-buku dan karya tulis ilmiah, diantara buku-buku tersebut adalah, *Mengenal e-commerce* karya Onno W. Purbo dan Aang Arif Wahyudi, *Apa dan bagaimana e-commerce* karya Tim peneliti dan pengembangan Wahana Komputer Semarang, *E-commerce kiat dan strategi bisnis di dunia maya* karya Dr. Ir. Richardus Eko Indrajit, M.Sc., M.B.A., *Mengenal e-business* karya Anastasia Diana, *Fiqih Mu'amalah* karya T. Hasbi Assyiddieqi, *Subulus Salam* karya M. Ibnu Ismail dan *Fiqih sunnah* karya Sayid Sabiq.

Data sekunder yaitu data yang mendukung obyek penelitian, mendukung data primer dan sebagai pelengkap data primer. Seperti buku-buku umum, Koran, Majalah, Jurnal, Tabloit dan lain sebagainya yang mendukung data primer.

### **2. Teknik pengumpulan data**

Teknik yang dipakai dalam pengumpulan data yang berhubungan dengan penelitian kualitatif bersumber pada bahan bacaan dilakukan dengan tehnik studi kepustakaan, yaitu dengan langkah-langkah sebagai berikut :

- a. Melakukan inventarisasi judul-judul bahan pustaka yang berhubungan dengan masalah penelitian.

- b. Melakukan pemilihan isi dalam bahan pustaka tersebut. Hal ini dapat dilakukan dengan cara pemilihan topik dalam daftar isi atau sub bab judul dalam masing-masing bahan.
  - c. Melakukan penelaahan pada sisi tulisan dalam bahan pustaka tersebut. Penelaahan ini dengan cara pemilihan unsur-unsur informasi terutama konsep dari teori dan metodologi yang berhubungan dengan masalah penelitian.
  - d. Melakukan pengelompokan hasil bacaan yang telah ditulis tersebut sesuai dengan rumusan yang tercantum dalam masalah dan pertanyaan penelitian.
3. Analisis Data

Proses selanjutnya setelah pengolahan data adalah analisis data. Tujuan analisa ini adalah untuk menyederhanakan, sehingga mudah ditafsirkan. Ada dua cara yang digunakan dalam menganalisa data yaitu, analisis non-statistika dan analisis statistika.

Analisis non-statistika adalah analisis yang tidak dilakukan melalui perhitungan statistik. Kegiatan analisis dengan cara ini dilakukan dengan cara membaca data yang telah diolah. Sedangkan analisa statistika adalah analisis yang dilakukan melalui perhitungan ststistika untuk membaca data yang telah diolah. Namun pada penelitian ini menggunakan analisis non-statistika karena hal ini sesuai dengan penelitian yang bersifat kualitatif.

Sedangkan untuk metode analisis, menggunakan metode analisis dokumen yang disajikan secara deskriptif, yaitu menganalisis data-data, dokumen-dokumen resmi yang tersedia yang berguna dibidangnya masing-masing. Di dalam analisis dokumen data yang diungkapkan belum terlalu lama sehingga belum dikelompokkan sebagai peninggalan sejarah. Di karenakan menggunakan analisis non statistik maka disajikan secara deskriptif berupa uraian-uraian yang bertujuan untuk mempertegas hipotesa-hipotesa yang akhirnya dapat membantu dalam pembentukan teori baru.

## I. Jadwal Penelitian

No	Keterangan	Bulan				
		I	II	III	IV	V
1	Persiapan					
2	Pelaksanaan					
	a. Pengumpulan Data					
	b. Pengolahan Data					
3.	Analisis Data					
4.	Penyusunan Laporan					

## J. Biaya

### 1. Biaya Habis Pakai

No	Jenis Kebutuhan	Jumlah	Satuan	Harga /Unit(Rp)	Biaya(Rp)
1.	Pembuatan Proposal	1	Paket	300000	300000
2.	Pembuatan Laporan	1	Paket	300000	300000
3.	Kertas	5	Rim	50000	250000
4.	Catridge(hitam dan warna)	2	Buah	400000	800000
5.	Tinta(hitam dan warna)	4	Buah	50000	200000
6.	Internet	100	Jam	5000	500000
7.	Flashdisk 8Gb	2	Buah	120000	240000
8.	CD Blank	10	buah	8000	80000
9.	Pena	1	kotak	30000	30000
10.	Pengetikan	100	Jam	3000	300000
<b>Total</b>					<b>3000000</b>

### 2. Biaya Perjalanan

No	Jenis Kebutuhan	Jumlah	Satuan	Harga /Unit (Rp)	Biaya (Rp)
1.	Transportasi (4 Orangx10)	40	frekuensi	50000	2000000
2.	Biaya Makan (4 Orangx10)	40	frekuensi	50000	2000000
<b>Total</b>					<b>4000000</b>

Rekapitulasi Rincian Biaya Penelitian :

1. Biaya Habis Pakai	Rp. 3.000.000,00	
2. Biaya Perjalanan	Rp. 4.000.000,00	+
<b>Jumlah Total</b>	<b>Rp. 7.000.000,00</b>	

## K. Lampiran

### 1. Nama dan biodata ketua serta anggota

#### 1. Ketua Pelaksana Kegiatan

- a. Nama lengkap : Arum Kusumaningtyas
- b. NIM : A23.2009.00458
- c. Fakultas /Program studi : IlmuKomputer / Teknik Komputerisasi  
Akuntansi D3
- d. Perguruan Tinggi : Universitas Dian Nuswantoro
- e. Waktu untuk kegiatan PKMK : 5 Jam / Minggu

Semarang, 25 Juli 2011  
Ketua Pelaksana Kegiatan

Arum Kusumaningtyas  
NIM. A23.2009.00458

#### 2. Anggota Pelaksana 1

- a. Nama lengkap : Ari Destiana
- b. NIM : B12.2008.01231
- c. Fakultas /Program studi : Ekonomi / Akuntansi S1
- d. Perguruan Tinggi : Universitas Dian Nuswantoro
- e. Waktu untuk kegiatan PKMK : 5 Jam / Minggu

Semarang, 25 Juli 2011  
Anggota Pelaksana Kegiatan I

Ari Destiana  
NIM. B12.2008.01231

3. Anggota Pelaksana 2

- a. Nama lengkap : Deasy Permata Sari
- b. NIM : A12.2010.04110
- c. Fakultas /Program studi : Ilmu Komputer /Sistem Informasi – S1
- d. Perguruan Tinggi : Universitas Dian Nuswantoro
- e. Waktu untuk kegiatan PKMK : 5 Jam / Minggu

Semarang, 25 Juli 2011  
Anggota Pelaksana Kegiatan 2

Deasy Permata Sari  
NIM. A12.2010.04110

2. Nama dan Biodata Dosen Pembimbing

- 1. Nama Lengkap dan Gelar : Zaenal Arifin, S.E., M.Kom.
- 2. Golongan/Pangkat : III D
- 3. NIP : 0686.11.1993.041
- 4. Jabatan Fungsional : Lektor
- 5. Jabatan Struktural : Kabid Pengabdian Masyarakat
- 6. Fakultas/Program Studi : Fakultas Ilmu Komputer
- 7. Perguruan Tinggi : Universitas Dian Nuswantoro
- 8. Bidang Keahlian : Ekonomi Manajemen
- 9. Waktu untuk kegiatan PKM : 5 jam / Minggu

Semarang, 25 Juli 2011  
Dosen Pembimbing

Zaenal Arifin, S.E., M.Kom  
NIP. 0686.11.1993.041

## **DAFTAR PUSTAKA**

Indrajit, Richardus Eko, Dr., Ir., *E-commerce Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya*, Jakarta : Elex Media Komputindo, Cet. ke-1, 2001.

Purbo, Onno W. dan Wahyudi, Aang Arif, *Mengenal E-commerce*, Jakarta : Elex Media Komputindo, Cet. ke-1, 2001.

Rofiq, Ahmad, Drs., MA., *Hukum Islam di Indonesia*, Jakarta : Raja Grafindo Persada, Cet. ke-2, 1997.

Diana, Anastasia, *Mengenal E-business*, Yogyakarta : Andi Offset, Cet. ke-1, 2001.



### PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA

1. Judul Kegiatan : Analisis Hukum Islam terhadap Pelaksanaan Jual-Beli melalui e-commerce
2. Bidang Kegiatan :  PKM-P  PKM-K  
(Pilih salah satu)  PKM-T  PKM-M
3. Bidang Ilmu :  Kesehatan  Pertanian  
(Pilih salah satu)  MIPA  TeknologidanRekayasa  
 Sosial Ekonomi  Humaniora  
 Pendidikan
4. Ketua Pelaksana Kegiatan / Penulis Utama
  - a. NamaLengkap : Arum Kusumaningtyas
  - b. NIM : A23 . 2009 . 00458
  - c. Jurusan : Teknik Komputerisasi Akuntansi– D3
  - d. Universitas /Institut/ Politeknik : Universitas Dian Nuswantoro
  - e. Alamat Rumahdan No Tel./HP : Jalan Muradi Raya No.7 Semarang
  - f. Alamat email : arum\_tyas@rocketmail.com
5. Anggota Pelaksana Kegiatan / Penulis : 2 orang
6. Dosen Pendamping
  - a. Nama Lengkap dan Gelar : Zaenal Arifin, M.Kom
  - b. NIP : 0686.11.1993.041
  - c. Alamat Rumah dan No Tel./HP : Elang Sari Timur No. 12 Rt 06/05 Kel. Mangunharjo Kec. Tembalang  
Telp. 08157621869
  - d. BiayaKegiatan Total : Rp 6.000.000,00
    - a. Dikti : Rp 6.000.000,00
    - b. Sumber lain (sebutkan . . . ) : Rp -
7. Jangka Waktu Pelaksanaan : 5 bulan

Semarang, Juli 2011

Menyetujui

KetuaJurusan/Program Studi/Departemen/  
Pembimbing Unit KegiatanMahasiswa

Ketua Pelaksana Kegiatan

Achmad Wahid K, S.Si., M.Kom

NIP. 0686.11.1995.067

ArumKusumaningtyas

NIM. A23. 2009.00458

PembantuatauWakilRektorBidang  
Kemahasiswaan/DirekturPoliteknik/  
Ketua Sekolah Tinggi,

Dosen Pendamping

Ahmad Zaenul Fanani, S.Si., M.Kom

NIP.0686.11.1996.0101

Zaenal Arifin, S.E., M.Kom

NIP. 0686.11.1993.041



PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA  
JUDUL PROGRAM

“Analisis Hukum Islam terhadap Pelaksanaan Jual-Beli melalui e-commerce”

BIDANG KEGIATAN:  
PKM – P

Diusulkan oleh :

Arum Kusumaningtyas	( A23.2009.00458 )
Ari Destiana	( B12.2008.01231 )
Deasy Permata Sari	( A12.2010.04110 )

UNIVERSITAS DIAN NUSWANTORO  
SEMARANG  
2011