

## Framework E-Auction Berbasis Syariah untuk Membangun Kepercayaan Konsumen dalam Menggunakan Sistem Lelang

Reski Mai Candra<sup>1</sup>, Novriyanto<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Jurusan Teknik Informatika, Fakultas Sains dan Teknologi, UIN Sultan Syarif Kasim Riau  
Jl. HR. Soebrantas No. 155 Simpang Baru, Panam, Pekanbaru, 28293  
Email: reski.candra@uin-suska.ac.id, novriyanto@uin-suska.ac.id

(Received: 28 Desember 2015; Revised: 29 Januari 2016; Accepted: 27 Januari 2016)

### ABSTRAK

E-auction dirancang untuk mencapai proses pelelangan yang transparan, efisien, efektif dan terintegrasi. e-Bay.com salah satu contoh situs yang menggunakan sistem e-auction. Dengan menggunakan model e-Commerce tipe C2C Consumer to consumer (Konsumen-ke-Konsumen), eBay.com menciptakan ruang pasar di mana konsumen dapat melelang atau menjual barang secara langsung kepada konsumen lain. Hal ini bisa mendapatkan suatu masalah yang tidak sesuai dengan prinsip syariah Islam, karena ada unsur manipulasi, kolusi maupun permainan kotor lainnya, serta terdapat fitur yang dilarang seperti riba (bunga), maisir (judi) atau gharar (ketidakpastian). Untuk mengatasi masalah yang tidak sesuai dengan aturan Syariah, maka dirancang sebuah framework e-auction berbasis syariah yang bisa mengatasi permasalahan yang terjadi. Supaya konsumen percaya dan mau menggunakan e-auction berbasis syariah, maka hal yang perlu diperhatikan adalah suatu kepercayaan yang dapat meningkatkan keyakinan dan keinginan. Hasil dari penelitian ini, dapat menghasilkan 4 Faktor yang mempengaruhi yaitu tingkat kepercayaan pembeli, verifikasi bukti kepercayaan lelang, kepercayaan terhadap kepastian harga yang dilelang, dan kepercayaan terhadap sertifikat.

**Kata Kunci:** *Consumer to consumer, E-auction syariah, kepercayaan, sistem lelang.*

### ABSTRACT

*E-auction bidding process designed to achieve a transparent, efficient, effective and integrated. e-Bay.com one example of a site that uses the e-auction system. Using the models of e-Commerce Consumer to consumer-type C2C (Consumer-to-Consumer), eBay.com create a market space where consumers can auction off or sell goods directly to other consumers. It can get a problem that is not in accordance with the principles of Islamic law, because there are an element of manipulation, collusion or other foul play, and there are features that are prohibited such as riba (interest), gambling (gambling) or gharar (uncertainty). To overcome the problem that does not comply with the rules of Sharia, and then designed a framework of sharia-based e-auction that could overcome the problems occurred. So that consumers trust and want to use sharia-based e-auction, then the thing to note is a belief that can increase of confidence and desire. Results from this study, it can generate four factors that Affect the level of trust buyers, verification of proof of trust auctions, trust in the auction price certainty and confidence in the certificates.*

**Keywords:** *Consumer to consumer, e -auction sharia, system of auction, Trust*

---

#### Corresponding Author:

Reski Mai Candra  
Jurusan Teknik Informatika, Fakultas Sains dan Teknologi,  
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau  
Email: reski.candra@uin-suska.ac.id

---

## Pendahuluan

Saat ini kemajuan teknologi di bidang *e-commerce* semakin berkembang, dengan proses transaksi jual beli menggunakan internet. Hal ini membuat para konsumen lebih mudah untuk melakukan transaksi jual beli baik itu produk atau jasa. Dengan fasilitas teknologi *e-commerce* saat ini, bisa menciptakan sistem elektronik lelang (*e-auction*) yang bisa digunakan para konsumen untuk melakukan transaksi lelang jual-beli sebuah produk atau jasa dengan sistem lelang. *E-auction* dirancang untuk mencapai proses pelelangan yang transparan, efisien, efektif dan terintegrasi. Salah satu contoh situs yang menggunakan *e-auction* adalah *e-Bay*, dengan menggunakan tipe *e-commerce* C2C *Consumer to consumer* (Konsumen-ke-Konsumen) *eBay.com* menciptakan ruang pasar di mana konsumen dapat melelang atau menjual barang langsung kepada konsumen lain.

Dalam prinsip islam transaksi lelang tradisional diizinkan, Lelang tradisional dapat disebut sebagai *almuzayadah* (Zahari, 2006[1]). Lelang merupakan salah satu metode trading, sehingga aturan dianggap menuju pada prinsip perdagangan Syariah. Meskipun konsep lelang atau *al-muzayadah* pada umumnya diperbolehkan dalam Islam, namun perubahan lelang tradisional untuk pengaturan internet-enabled telah mengubah cara yang dilakukan, terutama dalam lingkungan *e-auction* yang menggunakan proxy dan agen perangkat lunak untuk tawar-menawar pada nama pengguna manusia. Menurut Suriati *et al.*, [2] beberapa lelang elektronik tidak sesuai Syariah maka pengguna Muslim terkena fitur yang dilarang seperti riba (bunga), maisir (judi) atau gharar (ketidakpastian). Dalam praktiknya, tidak jarang terjadi penyimpangan prinsip syariah seperti manipulasi, kolusi maupun permainan kotor lainnya.

Menurut Suriati *et al.*, [2] terdapat permasalahan yang terjadi pada sistem lelang tradisional/ konvensional, mereka menemukan delapan karakteristik yang tidak sesuai dengan prinsip Syariah, yaitu verifikasi identifikasi, deskripsi produk, metode pembayaran, biaya penawaran, periode penutupan, harga awal, biaya lelang dan pembayaran oleh pihak ketiga. Misalnya pada kasus lelang, dalam pematokan harga banyak trik-trik kotor berupa komplotan lelang (*auction ring*) dan komplotan penawar (*bidder's ring*) yaitu sekelompok pembeli dalam lelang yang bersekongkol untuk menawar dengan harga rendah, dan jika berhasil kemudian dilelang sendiri di antara mereka.

Banyaknya permasalahan yang terjadi pada sistem lelang tradisional/konvensional, maka membuat kepercayaan konsumen semakin kecil

untuk menggunakan *e-auction* yang tidak sesuai dengan aturan syariah. Karena memiliki banyak kecurangan dan tidak ada kejelasan. Untuk mengatasi masalah yang tidak sesuai dengan aturan Syariah, maka dibuat sebuah framework *e-auction* berbasis syariah yang bisa dijadikan pedoman dalam mengatasi permasalahan yang terjadi. Supaya konsumen percaya dan mau menggunakan *e-auction* berbasis syariah, maka hal yang perlu diperhatikan adalah suatu kepercayaan yang dapat meningkatkan keyakinan dan keinginan konsumen agar selalu menggunakan *e-auction* berbasis syariah.

Dengan menganalisis faktor – faktor yang dapat meningkatkan kepercayaan seorang konsumen agar mau menggunakan *e-auction* berbasis syariah sebagai sarana untuk lelang online. Karena kepercayaan merupakan salah satu faktor yang sangat signifikan dalam proses *e-auction*, untuk menjaga loyalitas para konsumen/pelanggan *e-auction* (Young dan Dan, [3]).

### Sistem e-auction (e-lelang)

*e-Auction* bagian dari *e-commerce*, merupakan lelang elektronik dilakukan secara online, di mana pembeli yang memilih untuk mengajukan tawaran untuk barang dilelang dapat melakukannya sesuai dengan spesifikasi. Elektronik Auction dapat mencakup berbagai tradings bisnis (barang, jasa, dan karya), dan semua komunikasi melibatkan pengajuan harga baru dan/atau nilai dengan pra-penawar harus seketika (elektronik). Hanya harga yang berharga dan elemen kualitas dapat dimasukkan dalam tahap lelang.

Menurut Gallagher proses model *e-auction* dibagi menjadi empat kategori (Gallagher, J. M, [4]):

1. *One seller, one buyer* (satu penjual, satu pembeli)
2. *One seller, many potential buyers* (Satu penjual, Banyak calon pembeli)
3. *Many sellers, many buyers* (Banyak Penjual, Banyak Pembeli)
4. *One Buyer, Many Potential Sellers* (Satu Pembeli, Banyak calon penjual)

### Karakteristik fitur e-auction

Menurut Jamalludin Suriati *et al.*, [2] menjelaskan bahwa dalam sistem *e-auction* terdapat Delapan karakteristik pada Fitur *e-auction*:

1. Verifikasi identitas
2. Deskripsi Produk
3. Metode Pembayaran
4. Biaya Lelang
5. Biaya Penawaran
6. Jangka Waktu Penutupan
7. Harga Awal
8. Layanan Pihak Ketiga

### Kepercayaan (Trust)

Kepercayaan adalah faktor yang sangat penting dalam kondisi ketidakpastian dan risiko (Che Hussin Razak *et al.*, [5]). Sebagai bentuk baru dari kegiatan komersial, belanja internet melibatkan ketidakpastian dan risiko yang lebih dibandingkan belanja tradisional (Lee dan Turban, [6]). Oleh karena itu Kepercayaan (Trust) merupakan hal yang terpenting dalam melakukan transaksi lelang, dengan adanya kepercayaan dari pelanggan dapat mempermudah proses transaksi dan saling menguntungkan antara penjual dan pembeli. Dalam hal kepercayaan, yang harus diperhatikan oleh penjual dan pembeli adalah memberikan jaminan dan Janji-janji yang telah diberikan kedua belah pihak dalam menyepakati penawaran terhadap barang yang telah di Lelang.

Menurut Kusuma dan Sari [7] Kepercayaan mempunyai hubungan bilateral yang melibatkan entitas yang mewujudkan kepercayaan yang disebut *trustor* (pihak yang mempercayai) dan entitas yang dipercaya yang disebut *trustee* (pihak yang dipercaya). Dalam sistem *e-auction*, modal utama untuk menjalin hubungan antara penjual dan pembeli adalah kepercayaan. Hal ini dikarenakan hampir seluruh transaksi yang ada dalam bisnis lelang ini tidak melibatkan interaksi *face to face* antara penjual dan pembeli (*end user*). Penanaman kepercayaan antara pihak-pihak yang terkait dalam *e-auction* terkadang tidak selalu berjalan mulus, ada kalanya terjadi pelanggaran antara hak dan kewajiban masing – masing pihak tersebut. Selain faktor internal antara masing – masing pihak, terkadang faktor eksternal yang mempengaruhi terganggunya hubungan tersebut, seperti adanya kasus: *cybercrime*, pembobolan nomor rekening, barang yang dikirim tidak sesuai dengan spesifikasi pada detail gambar dan lain-lain.

### Lelang (auction) dalam prinsip syariah islam

Jual beli secara umum adalah suatu perjanjian, dengan perjanjian itu kedua belah pihak antara pembeli dan penjual mengatakan dirinya untuk menyerahkan hak milik atas suatu barang dan pihak yang lain membayar harga yang telah dijanjikan. Perdagangan atau jual beli dapat dilakukan dengan langsung dan dapat pula dengan cara sistem lelang. Jual beli dalam Al-Qur'an merupakan bagian dari ungkapan perdagangan atau dapat juga disamakan dengan perdagangan. Pengungkapan perdagangan ini ditemui dalam tiga bentuk, yaitu *tijarah*, *bai'* dan *Syiraa'*. Kata *تراجت* adalah mashdar dari kata kerja ( *رجت رجتي ارجت و* ) *رجت رجتي ارجت* ( *قراجت* ) yang berarti ( *عاش و عاب* ) yaitu menjual dan membeli (Skripsi Malikh Zumrotul, [8]). Cara jual beli dengan sistem lelang yang dalam penjualan tersebut berbentuk perjanjian yang akan menghasilkan kata sepakat antara pemilik barang

maupun orang yang akan membeli barang tersebut, baik berupa harga yang ditentukan maupun kondisi barang yang diperdagangkan. Cara jual beli dengan sistem lelang dalam fiqh disebut *Muzayyadah*.

Dalam prinsip Islam terhadap transaksi lelang tradisional atau disebut *almuzayadah* diizinkan. Namun, transformasi lelang tradisional ke dalam *e-auction* mengarah ke perubahan dalam aturan, fitur dan dengan demikian menjadi masalah dari sudut pandang Islam. Oleh karena itu isu *e-auction* dari Syariah perspektif dan isu-isu terkait mengenai legalitas *e-auction* Syariah harus diatasi dengan konsep syariah islam. Lelang merupakan salah satu metode trading, sehingga aturan yang dianggap menuju pada prinsip perdagangan Syariah. Selain itu Islam juga tidak diizinkan untuk ketidakpastian (*Gharar*), perjudian atau spekulasi (*maisir*) dan bunga (*riba* *Ribaor* atau *Mengambil dan Pengisian bunga*) terhadap trading activities termasuk lelang (Suriati *et al.*, [2]). Perjudian bertentangan dengan prinsip-prinsip dasar keadilan, kesetaraan, keadilan, etika dan moralitas, nilai-nilai yang wajib dalam Islam. Ketidakpastian mengacu untuk melakukan membabi buta tanpa pengetahuan yang cukup dan ada unsur risiko (Suziraha Dzilkepli dan Shofian Ahmad, [9]).

### Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan Metode Qualitative, dimana menggunakan teknik wawancara terbuka atau wawancara tidak terstruktur sebagai dasar dalam mendapatkan informasi dan data mengenai penelitian yang dilakukan. Wawancara dilakukan kepada salah seorang pakar di bidang syariah muamalah yang bernama Jhonny Ardan Mardan, LC, MA dan Wawancara kepada beberapa orang pengguna, yang telah pernah menggunakan sistem lelang lebih kurang 1-2 tahun. Peneliti juga mendapatkan data berdasarkan metode penelitian normatif yaitu suatu cara pengumpulan data yang bersumber dari bahan kepustakaan seperti Buku, Jurnal Ilmiah, Artikel-artikel yang ada di Internet. Pada penelitian ini, data yang didapat dari Jurnal Ilmiah yang ada di *Google Scholar* (cendekia) untuk mencari jurnal atau paper yang berkaitan dengan kata kunci "*e-auction* dan sistem lelang". Penelitian ini telah membahas 20 paper Jurnal yang digunakan untuk penelitian ini, dari tahun artikel semenjak 2001 keatas. Penelitian ini menggunakan FGD (Focus Group Discussion) untuk mendapatkan data dari Responden, dengan kategori yang pernah menggunakan sistem lelang jual beli.

## Hasil dan Pembahasan

Pada penelitian ini proses yang akan yang dilakukan adalah model C2C (Customer to Customer) yang artinya konsumen dapat menjual barang yang dilelang kepada konsumen lain.

### Kepercayaan pada sistem online auction

Kepercayaan merupakan kunci dalam proses pembelian dengan pelanggan, dengan kepercayaan membuat pelanggan serius lebih tertarik dan tidak mengalami resiko dalam bertransaksi lelang secara online di dunia Internet. Dengan adanya kepercayaan yang dilakukan oleh kedua belah pihak antara penjual dengan pelanggan memberikan minat untuk membeli ulang barang atau menambah barang yang sama pada proses lelang, pada website yang menyediakan sebuah kepercayaan dalam sistem e-auction yang telah di terapkan. Oleh karena itu, suatu kepercayaan yang diberikan pembeli kepada penjual dalam usahanya untuk memenuhi janji-janji yang telah diberikan kepada pembeli, begitu juga ada *feedback* (umpan balik) dari pembeli untuk memberikan janji berupa pembayaran yang telah disekapati antara kedua belah pihak dalam menawarkan sebuah harga pada barang yang di lelang. Pada e-auction atau *online auction* (lelang online) terdapat beberapa ketidakpastian pada sistem keamanan dan teknis dalam memberikan Informasi pada sebuah transaksi lelang yang dilakukan secara online dengan menggunakan media Internet. Dengan ketidakpastian atau ketidakjelasan dalam memberikan sebuah kesalahan pada sistem teknik dan keamanan pada sistem lelang, membuat kepercayaan pelanggan menjadi berkurang atau tidak mempercayai sama sekali pada website yang memberikan ketidakpastian pada transaksi yang tidak memberikan kejelasan Informasi.

Pada *e-auction* atau elektronik lelang konvensional terdapat beberapa permasalahan yang terjadi yang dapat merugikan dalam transaksi jual beli yang tidak sesuai dengan Syari'at Islam diantaranya yaitu:

1. Dalam kegiatan ekonomi tidak bisa dipungkiri ada segelintir penjual yang sengaja menimbun dan menahan barangnya pada suatu waktu dengan tujuan untuk mendapatkan harga yang lebih tinggi di waktu mendatang.
2. Pada Syari'at tidak melarang segala jenis penawaran, selagi tidak ada penawaran di atas penawaran orang lain ataupun menjual atas barang yang telah dijual pada orang lain.
3. Berupa komplotan lelang (*auction ring*) dan komplotan penawar (*bidder's ring*) yaitu sekelompok pembeli dalam lelang yang bersekongkol untuk menawar dengan harga

rendah, dan jika berhasil kemudian dilelang sendiri diantara mereka.

4. Penawaran curang seperti itu disebut penawaran cincai (*collusive bidding*). Pembatasan harga terendah juga dilakukan untuk mencegah permainan curang antara Penjual Lelang (Kuasa Penjual) dan Pembeli yang akan merugikan pemilik barang.
5. Ketidakpastian pada sistem, disebabkan oleh masalah sekuritas dan teknis dalam sistem, dan ketidakpastian transaksi yang mana dijelaskan oleh informasi yang tidak berhubungan mengenai proses transaksi tersebut.
6. Najash dapat terjadi jika seseorang datang dan tawaran sampai harga item, tapi dia tidak berniat untuk membeli item, bukan dia hanya ingin menaikkan harga untuk pelanggan berniat untuk menipu pembeli.

Dengan semakin banyak website yang menyediakan layanan dalam menawarkan barang secara lelang dapat menyebabkan resiko terhadap penipuan yang dilakukan oleh orang yang menawarkan barangnya kepada layanan website tersebut. Dengan makin banyak permasalahan yang terjadi, maka tingkat kepercayaan pelanggan dalam menggunakan sistem lelang semakin berkurang dan tidak ada lagi proses transaksi yang terjadi selama lelang tersebut berlangsung. Hal ini dapat mengakibatkan tidak ada minat pengguna dalam bertransaksi online.

### e-Auction Berbasis Syariah

Menurut Ustadz Jhonny Ardan Mardan, LC, MA yang menjelaskan hukum lelang dalam syariah islam dibolehkan. Menurut Ibnu Abdi Dar dalam kitab Subulus salam disebutkan, "Sesungguhnya tidak haram menjual barang kepada orang dengan adanya penambahan harga (lelang), dengan kesepakatan di antara semua pihak (Skripsi Malikh Zumrotul, 2012). Dalam praktik riba, tambahan yang haram hukumnya dan tidak boleh dilakukan dalam sistem e-auction adalah tambahan yang tidak diperjanjikan dimuka dalam akad pinjam-meminjam uang atau barang yang bersifat riba lainnya.

Pada sistem lelang penawaran sesuatu yang sudah ditawarkan orang lain dapat diklasifikasi, bila terdapat pernyataan eksplisit dari penjual persetujuan harga dari salah satu penawar, maka tidak diperkenankan bagi orang lain untuk menawarnya tanpa seizin penawar yang disetujui tawarannya dan bila tidak ada indikasi persetujuan maupun penolakan tawaran dari penjual, maka tidak ada larangan syariat bagi orang lain untuk menawarnya maupun menaikkan tawaran pertama. Bila ada indikasi persetujuan dari penjual terhadap

suatu penawaran meskipun tidak dinyatakan secara eksplisit, maka tidak diperbolehkan untuk ditawarkan orang lain. Maka peneliti dapat menganalisa bahwa dalam Syariat Islam tidak melarang segala jenis penawaran selagi tidak ada penawaran di atas penawaran orang lain ataupun menjual atas barang yang telah dijual pada orang lain. Karena di dalam Islam tidak boleh penawaran di atas penawaran orang lain ataupun menjual atas barang yang telah dijual pada orang lain.

Secara umum harga yang adil ini adalah harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan sehingga merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak yang lain. Harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualnya secara adil, yaitu penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkannya (Skripsi Malikh Zumrotul, 2012). Nilai limit diartikan harga minimal barang yang akan dilelang dan ditetapkan oleh Penjual/Pemilik Barang. Harga limit bisa berupa Nilai Pasar Lelang (NPL) atau Nilai Minimum Lelang (NML). Dengan tujuan untuk mencegah adanya trik-trik kotor dalam menggunakan dan menjalankan transaksi pada sistem e-auction.

#### Framework e-Auction Berbasis Syariah

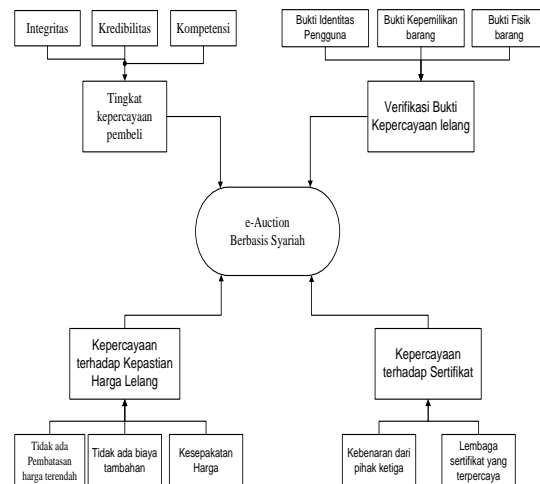
Berdasarkan hasil analisa permasalahan yang ada pada e-auction konvensional tersebut dan didasarkan pada konsep *auction* (lelang) syariah, maka terdapat 4 factor penting yang digunakan untuk membangun e-auction syariah yang terdiri dari: Tingkat kepercayaan pembeli, Verifikasi bukti kepercayaan lelang, Kepercayaan terhadap kepastian harga lelang dan Kepercayaan terhadap sertifikat. Keempat faktor tersebut didapat berdasarkan hasil wawancara dari pakar bidang syariah muamalah dan pengguna yang pernah menggunakan sistem lelang jual beli. Hasil dari analisa keempat faktor tersebut dapat digambarkan dengan framework e-auction berbasis syariah pada Gambar 1:

4 (Empat) faktor *framework e-auction* berbasis syariah dapat dijelaskan:

##### 1. Tingkat Kepercayaan Pembeli

Dengan semakin tingginya tingkat kepercayaan pembeli, maka tingkat anggapan akan resiko akan dapat dikurangi. Indikator-indikator yang mempengaruhi tingkat kepercayaan pembeli yaitu Integritas, Kredibilitas, Kompetensi; dapat dilihat dengan meningkatnya mutu transaksi pada sebuah sistem e-auction dalam mendapatkan kepercayaan dari pembeli. Hal ini akan berdampak pada layanan yang akan diberikan, dengan Indikator Integritas, Kredibilitas, dan Kompetensi akan dilihat kualitas, kuantitas dan banyaknya pengunjung

dalam melakukan sebuah transaksi jual beli secara lelang (*Auction*).



Gambar 1. Framework e-auction berbasis syariah

##### 2. Verifikasi Bukti Kepercayaan Lelang

Faktor yang akan mempengaruhi atau membangun kepercayaan pembeli/konsumen yaitu dengan adanya sebuah verifikasi bukti kepercayaan lelang. Dengan Indikator-indikator mempengaruhi bukti kepercayaan lelang yaitu Bukti Identitas Pengguna (dengan menunjukkan kebenaran bahwa dengan melihat sebuah Identitas Digital atau ID dalam pengguna, misal seperti e-KTP dll). Bukti Kepemilikan Barang (apakah benar barang yang mau dilelang tersebut, benar-benar milik pribadi atau milik orang lain tapi dia yang menjualkan) hal ini bisa dilihat dengan menunjukkan sertifikat barang, seperti sertifikat tanah, PBKB Mobil atau Motor dll. Bukti kepemilikan barang ini bisa dimasukkan pada Item yang tertera pada gambar barang yang akan dilelang. Bukti Fisik Barang (bukti fisik barang digunakan untuk melihat kebenaran gambar dengan bentuk fisik yang sebenarnya, dengan menggunakan sebuah dokumentasi yang berdasarkan kesesuaian gambar dengan bentuk fisik). Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan kepada konsumen sesuai dengan syariah Islam yaitu "Amanah" yang berarti *jujur* atau *dapat dipercaya*.

##### 3. Kepercayaan Terhadap Kepastian Harga Lelang

Faktor ketiga yang dapat membangun Kepercayaan pengguna yaitu kepercayaan terhadap kepastian harga yang dilelang. Dengan kebenaran harga lelang dapat meningkatkan atau mempengaruhi konsumen agar selalu melakukan transaksi lelang pada sistem e-auction tersebut.

Indikator-indikator yang mempengaruhi Kepercayaan terhadap Kepastian Harga lelang yaitu: Tidak ada pembatasan harga terendah, hal ini sangat mempengaruhi supaya tidak ada kecurangan yang dilakukan salah satu pihak. Selanjutnya tidak ada tambahan biaya lelang, hal ini dilakukan agar konsumen tidak tertipu dan membayar harga lelang sesuai dengan harga yang telah ditetapkan. Makanya Indikator pada kesepakatan harga harus dilaksanakan sesuai dengan procedure yang berlaku pada sistem e-auction berbasis syariah.

#### 4. Kepercayaan Terhadap Sertifikat

Kepercayaan terhadap sertifikat ini, dilakukan demi melihat keaslian dan bersifat resmi pada sebuah website yang menjalankan sistem e-auction. Untuk melihat keaslian dari sertifikat bisa dilihat dengan meminta pihak ketiga, dengan adanya pihak ketiga maka bisa adanya perantara yang menghubungkan antara penjual dan pembeli. Dengan meletakkan Indikator kebenaran pihak ketiga, maka dapat memberikan kepercayaan kepada kedua belah pihak baik penjual atau pembeli barang lelang tersebut. Indikator selanjutnya yaitu dengan dibuatnya sebuah lembaga sertifikat yang terpercaya dalam menangani masalah sistem e-auction dapat membuat kepercayaan kepada konsumen. Dengan meletakkan sebuah lembaga yang terpercaya di pihak ketiga dapat membantu dalam melaksanakan sebuah transaksi tanpa harus takut atau curiga akan tertipu.

### Kesimpulan

Berdasarkan analisa yang sudah dilakukan pada penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa framework yang telah dirancang berdasarkan hasil dari analisa permasalahan pada e-auction konvensional dengan berbasis konsep syariah Islam. Framework ini dapat dimanfaatkan untuk perbaikan pada sistem e-auction konvensional, dengan tujuan dapat memberikan kepercayaan (*Trust*) kepada pengguna sistem e-auction. Berdasarkan data yang di peroleh terdapat 4 (Empat) komponen framework e-auction berbasis syariah yang dapat di implementasikan; Tingkat kepercayaan pembeli, Verifikasi bukti kepercayaan lelang, Kepercayaan terhadap kepastian lelang, dan Kepercayaan terhadap Sertifikat. Penelitian ini dapat dikembangkan lagi, dalam hal implementasi kepada pembuatan sistem e-auction yang berbasis syariah ini, berdasarkan Framework yang telah dibuat agar dapat di uji tingkat kepercayaan pengguna dalam bertransaksi jual beli secara lelang online.

### Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kami ucapkan kepada pihak Fakultas Sains dan Teknologi UIN Suska Riau yang telah memberikan bantuan dana dalam melakukan penelitian ini. Tidak lupa juga kami ucapkan terima kasih kepada Jurusan Teknik Informatika UIN Suska Riau yang telah mensupport penelitian kami ini.

### Daftar Pustaka

- [1] Zahari, Zalmimazura. (2006). *Perniagaan Internet Halal atau Haram*. Majalah i. keluaran bulan October.
- [2] Suriati Jamalludin., Norleyza Jailani., Shofian Ahmad., Salha Abdullah., Muriati Mukhtar., Marini Abu Bakar., Mariani Abdul Majid., Mohd Rosmadi Mokhtar., and Zuraidah Abdullah. (2011). *A Syariah Compliant e-Auction Framework. International Conference on Electrical Engineering and Informatics 17-19 July 2011, Bandung, Indonesia. 978-1-4577-0752-0/11 IEEE*.
- [3] Young Hoon Kim and Dan J. Kim. (2005). A Study of Online Transaction Self efficacy, Consumers Trust, and Uncertainty Reduction in Electronic Commerce Transaction. Department of Telecommunication Michigan State University.
- [4] Gallagher, J. M. (2002). E-Commerce and the Undulating Distribution Channel. *Communications of the ACM*. 89-95.
- [5] Che Hussin Razak, AB., Mohamed Dahlan, Halina., and Bahari Mahadi. (2009). *A Consumer Perception Trust Model for E-commerce*. Research Management Center under the vot 78196 Universiti Teknologi Malaysia.
- [6] Lee, K.O. Matthew and Turban, E. (2001). *A Trust Model for Consumer Internet Shopping*. *International Journal of Electronic Commerce/ Fall 2001, Vol. 6, No. 1, pp. 75-91*.
- [7] Kusuma, Hadri dan Sari, Marina Silvia. (2012). *Membangun Kembali Kepercayaan Masyarakat Pasca Pelanggaran dalam Business to Consumer (B2C) e-commerce: Studi Empiris di Jogyakarta*. *Jurnal Management Teknologi*, Volume 11 Number 2.
- [8] Skripsi Malikhah Zumrotul. (2012). *Konsep Harga Lelang Dalam Perspektif Islam*, Semarang: IAIN Walisongo,
- [9] Suziraha Dzilkepli, S., Majid, M.A & Shofian Ahmad, S. (2009). *Lelangan dalam Islam (Muzayadah): Teori dan Aplikasi*. Seminar Muamalat, Ekonomi & Kewangan Islam, Universiti Kebangsaan Malaysia, 20-21 Oktober.