

KEABSAHAN *SHĪGHAT* AKAD PADA FITUR *CHECKOUT MARKETPLACE* (ANALISIS *MU'ĀTĀH* DALAM KITAB *FATHUL MU'IN*)

Maulidi Ahmad Samako¹, Roisul Adib²

Universitas Al-Qolam Malang^{1,2}

Email: makoahmad123@gmail.com¹, roisuladib@alqolam.ac.id²

Abstrak

Perkembangan *marketplace* telah mengubah mekanisme transaksi jual beli dari sistem konvensional menuju sistem digital yang tidak lagi menggunakan ijab dan qabul secara verbal. Dalam praktik *marketplace*, akad dilakukan melalui tindakan digital seperti menekan fitur *checkout* yang berfungsi sebagai konfirmasi transaksi. Kondisi ini menimbulkan persoalan hukum mengenai keabsahan *shīghat* akad dalam perspektif fikih mazhab Syafi'i, khususnya terkait kedudukan akad tanpa lafaz (*mu'āṭāh*). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konsep *shīghat al-'aqd* dalam kitab *Fathul Mu'in*, mengkaji konsep *mu'āṭāh* beserta batasan keabsahannya, serta menganalisis kedudukan fitur *checkout* sebagai bentuk *shīghat* akad digital. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode kepustakaan (*library research*) dan pendekatan normatif-fikih (*fiqhiyyah*). Data primer diperoleh dari kitab *Fathul Mu'in* beserta syarahnya, sedangkan data sekunder diperoleh dari jurnal dan kajian kontemporer terkait transaksi digital. Teknik analisis dilakukan secara deskriptif-analitis dengan pendekatan *qiyās* dan fikih muamalah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa esensi *shīghat* terletak pada fungsi *dalālah*, yaitu kemampuan menunjukkan adanya kerelaan dan kesepakatan para pihak. Dalam konteks ini, fitur *checkout* dapat dipahami sebagai bentuk persetujuan digital yang memiliki fungsi serupa dengan ijab dan qabul. Selain itu, mekanisme *checkout* memiliki kesamaan dengan konsep *mu'āṭāh* karena sama-sama menggunakan tindakan sebagai indikator kerelaan tanpa lafaz verbal. Oleh karena itu, fitur *checkout* dalam *marketplace* dapat diposisikan sebagai bentuk *shīghat* akad digital yang sah selama memenuhi unsur-unsur akad jual beli menurut syariat.

Kata Kunci: *shīghat akad*, *mu'āṭāh*, *checkout marketplace*, fikih muamalah, mazhab Syafi'i.

Abstract

The development of marketplaces has transformed the mechanism of buying and selling transactions from conventional systems into digital systems that no longer employ verbal ijab and qabul. In marketplace practices, contracts are conducted through digital actions such as pressing the checkout feature, which functions as transaction confirmation. This phenomenon raises legal questions regarding the validity of *shīghat al-'aqd* within the perspective of Shafi'i jurisprudence, particularly concerning the status of non-verbal contracts (*mu'āṭāh*). This study aims to analyze the concept of *shīghat al-'aqd* in *Fathul Mu'in*, examine the concept of *mu'āṭāh* along with its legal limitations, and analyze the position of the checkout feature as a form of digital contractual expression. This research is qualitative library research employing a normative-fiqh (*fiqhiyyah*) approach. Primary data were obtained from *Fathul Mu'in* and its commentaries, while secondary data were collected from journals and contemporary studies related to digital transactions. The data were analyzed descriptively and analytically using the approaches of *qiyās* and Islamic commercial jurisprudence. The results show that the essence of *shīghat* lies in its function as *dalālah*, namely the ability to

indicate mutual consent and agreement between the parties. In this context, the checkout feature may be understood as a form of digital consent that performs a function similar to ijab and qabul. Furthermore, the checkout mechanism shares similarities with the concept of mu'āṭāh, as both rely on actions rather than verbal expressions as indicators of consent. Therefore, the checkout feature in marketplaces may be regarded as a valid form of digital shīghat, provided that the other pillars and conditions of sale contracts in Islamic law are fulfilled.

Keywords: *shīghat al-'aqd, mu'āṭāh, marketplace checkout, Islamic commercial law, Shafi'i school.*

A. Pendahuluan

Kemajuan teknologi digital telah mengubah pola transaksi ekonomi masyarakat, terutama melalui penggunaan *marketplace* seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada.¹ Melalui platform tersebut, proses jual beli dapat dilakukan secara praktis tanpa pertemuan langsung antara penjual dan pembeli. Pemilihan barang, pemesanan, hingga pembayaran dilakukan melalui sistem elektronik yang tersedia dalam aplikasi.

Perubahan ini menimbulkan persoalan dalam kajian fikih muamalah, khususnya terkait pelaksanaan akad jual beli.² Dalam fikih klasik, akad umumnya diwujudkan melalui *shīghat* ijab dan qabul yang menunjukkan adanya kesepakatan para pihak. Namun, dalam transaksi *marketplace*, proses tersebut tidak lagi dilakukan secara verbal, melainkan melalui tindakan digital seperti memilih barang, memasukkannya ke keranjang, dan menekan tombol *checkout*.³

Shīghat memiliki kedudukan penting dalam akad karena berfungsi sebagai indikator lahiriah atas kerelaan para pihak. Meskipun kerelaan merupakan perkara batin, fikih mensyaratkan adanya tanda yang menunjukkan persetujuan tersebut. Dalam perkembangan transaksi modern, tanda tersebut tidak hanya berbentuk lafaz, tetapi juga dapat berupa tulisan, simbol, maupun tindakan elektronik.

Dalam khazanah fikih juga dikenal konsep *mu'āṭāh*, yaitu transaksi yang berlangsung melalui tindakan yang menunjukkan kesepakatan tanpa adanya lafaz ijab dan qabul secara eksplisit. Konsep ini membuka ruang untuk mengkaji apakah fitur *checkout* pada *marketplace* dapat diposisikan sebagai bentuk persetujuan yang memiliki fungsi serupa dengan *shīghat* akad dalam fikih.

Berbagai penelitian terdahulu telah mengkaji transaksi jual beli online dari perspektif hukum ekonomi syariah.⁴ Baik yang menitikberatkan pada keabsahan akad jual beli online secara umum, penerapan akad salam dalam *marketplace*, maupun

¹ Marcelino Danielo et al., "Jual Beli Online Menurut Pandangan Ekonomi Syariah ARTICLE INFO ABSTRACT," *Journal Of Economis and Business* 3, no. 2 (2025): 199–206, <http://jurnal.dokicti.org/index.php/ECONIS/index>.

² Adil Alfarizi Nst and Imsar Imsar, "Analisis Fiqih Muamalah Dalam Transaksi Jual Beli Online Menurut Perspektif Hukum Islam Dan Syariah," *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Akuntansi, Dan Pajak* 2, no. 3 (2025): 191–201, <https://doi.org/10.61132/jieap.v2i3.1543>.

³ Ichwanudin Bq.Risqi Irhamni, "INTEGRASI DAN INTERKONEKSI USHUL FIQH DENGAN REALITAS SOSIAL DALAM PENETAPAN HUKUM TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE," *Journal Of Islamic Religious Education (JoIRE)* 2, no. 2 (2026): 88–97, <https://journal.ppmi.web.id/index.php/joire/article/view/3588/2348>.

⁴ Ubaid Aisyul Hana and Nur Mufidah, "Analisis Hukum Jual Beli Online Dalam Perspektif Syariat Islam," *Manajemen Dan Akuntansi* 5, no. 1 (2025).

kesesuaian praktik *e-commerce* dengan prinsip-prinsip muamalah Islam.⁵ Namun, penelitian-penelitian tersebut umumnya berfokus pada bentuk akad dan kesesuaian transaksi dengan prinsip syariah, tanpa mengkaji secara spesifik kapan akad dianggap terjadi dalam mekanisme transaksi *marketplace* modern.⁶ Padahal, dalam sistem *marketplace* seperti Shopee terdapat fitur *checkout* yang secara fungsional menjadi tahapan penting sebelum pembayaran dilakukan.

Oleh karena itu, masih terdapat kekosongan kajian mengenai kedudukan fitur *checkout* sebagai representasi *shighat* akad dan penentuan titik terjadinya akad jual beli dalam perspektif fikih mazhab Syafi'i. Penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut dengan menganalisis fitur *checkout* Shopee berdasarkan konsep akad dalam literatur fikih Syafi'iyah.

Penelitian ini menggunakan perspektif mazhab Syafi'i dengan rujukan utama Kitab *Fath al-Mu'in* karena memuat pembahasan sistematis mengenai akad dan jual beli yang relevan untuk dianalisis dalam konteks transaksi digital. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan menjelaskan konsep *shighat* dalam fikih mazhab Syafi'i, mendeskripsikan mekanisme fitur *checkout* pada *marketplace*, serta menganalisis keabsahan fitur tersebut sebagai bentuk akad digital. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan fikih muamalah kontemporer di tengah perkembangan transaksi elektronik yang semakin pesat.

B. Landasan Teori

Bab ini menguraikan beberapa konsep yang menjadi dasar dalam membahas status hukum praktik jual beli online yang dilakukan tanpa lafaz. Rujukan utama yang digunakan adalah kitab Fathul Mu'in beserta syarahnya. Apabila diperlukan, pembahasan juga akan merujuk pada kitab-kitab lain dalam mazhab yang sama.

Pembahasan disusun secara sistematis agar mudah dipahami. Diawali dengan konsep akad jual beli secara umum, dilanjutkan dengan pembahasan *shighat*, dan diakhiri dengan konsep *mu'ātah* yang akan dijadikan alat analisis dalam mengkaji praktik jual beli online.

Konsep Jual Beli

Pengertian jual beli dalam Fathul Mu'in dapat ditinjau dari dua sisi, yaitu secara bahasa dan secara istilah. Secara bahasa, jual beli diartikan sebagai tukar-menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain dalam bentuk pertukaran nyata (*mu'āwadah*).⁷

Adapun secara istilah fikih, jual beli didefinisikan sebagai pertukaran harta yang bernilai dengan cara tertentu.⁸ Definisi ini kemudian dijelaskan lebih lanjut oleh Abu Bakr Utsman bin Muhammad Syatha dalam kitab I'ānatut Thalibin sebagai akad yang mengandung pertukaran harta yang bernilai, bukan sekadar aktivitas saling menukar semata, tetapi juga mencakup unsur-unsur yang melekat dalam sebuah akad.⁹

⁵ Ahmad Muladi Amin and Andalusi Abbas Arby, "Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Transaksi Jual Beli Online Di Marketplace Shopee," *Alif* 4, no. 1 (2025): 8–14, <https://doi.org/10.37010/alif.v4i1.2086>.

⁶ Ahmad Ghazi Zhafirin, Zaini Abdul Malik, and Yayat Rahmat Hidayat, "Tinjauan Prinsip Muamalah Dalam Transaksi Jual Beli Di Marketplace Tokopedia," *Jurnal Riset Perbankan Syariah*, 2023, 1–8, <https://doi.org/10.29313/jrps.v2i1.1806>.

⁷ Zainuddin al-Malibari, *Fath Al-Mu'in* (Beirut: Dār Ibn Ashosoh, 2005). Hlm. 5, juz. 3.

⁸ al-Malibari. Hlm. 5, juz. 3.

⁹ Abu Bakr Utsman bin Muhammad Syatha, *I'ānat Al-Ṭālibīn* (Beirut: Dār Ibn Ashosoh, 2005). Hlm. 5, juz. 3.

Dari berbagai definisi yang ada, definisi yang lebih komprehensif adalah bahwa jual beli merupakan akad tukar-menukar yang menuntut adanya perpindahan kepemilikan suatu barang atau manfaat secara permanen dan tidak didasarkan pada tujuan ibadah.¹⁰ Definisi ini dinilai lebih representatif karena mencakup pertukaran manfaat, seperti hak melewati lahan atau hak membangun, yang tidak tercakup dalam definisi sederhana sebelumnya. Dengan demikian, setiap bentuk pertukaran, baik antara barang dengan uang, uang dengan uang, maupun barang dengan barang, dapat termasuk dalam kategori jual beli selama memenuhi ketentuan syariat.

Syariat Islam telah memberikan legitimasi terhadap praktik jual beli, sebagaimana disebutkan dalam Al-Qur'an surah Al-Baqarah ayat 275, serta hadis Nabi yang menyebutkan bahwa pekerjaan terbaik adalah usaha seseorang dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang baik, yaitu yang terbebas dari unsur penipuan dan manipulasi.¹¹

Secara umum, jual beli memiliki tiga komponen utama, yaitu *'āqid*, *ma'qūd 'alaih*, dan *shīghat*. Ketiga komponen ini dapat dirinci menjadi enam unsur: penjual dan pembeli sebagai bagian dari *'āqid*, barang dan harga sebagai bagian dari *ma'qūd 'alaih*, serta ijab dan qabul sebagai bagian dari *shīghat*.¹² Seluruh komponen tersebut harus terpenuhi agar akad jual beli dinyatakan sah menurut syariat.

1. *'Āqid*

'Āqid mencakup pihak-pihak yang melakukan akad, yaitu penjual dan pembeli, meskipun tidak selalu sebagai pemilik asli barang. Untuk dapat melakukan transaksi, keduanya harus memiliki kecakapan dalam bermuamalah (*ahliyyah*), yaitu berakal dan bukan anak kecil.¹³ Oleh karena itu, akad yang dilakukan oleh anak kecil atau orang yang tidak berakal dinilai tidak sah.

Selain itu, akad harus dilandasi atas dasar kerelaan tanpa adanya paksaan. Dengan demikian, transaksi yang dilakukan di bawah tekanan atau paksaan tidak memenuhi syarat sahnya akad, karena tidak mencerminkan adanya pilihan bebas dari para pihak.¹⁴

2. *Ma'qūd 'Alaih*

Ma'qūd 'alaih merupakan objek dalam akad jual beli, baik berupa barang maupun harga. Dalam literatur fikih klasik, objek akad harus memenuhi beberapa persyaratan agar sah untuk diperjualbelikan. Dalam Tuhfat al-Muhtaj disebutkan bahwa terdapat beberapa syarat utama yang harus dipenuhi.¹⁵

Pertama, objek harus berupa sesuatu yang suci menurut syariat.

Kedua, objek harus memiliki manfaat yang diakui oleh syariat.

Ketiga, objek harus dapat diserahkan.

Keempat, penjual harus memiliki kepemilikan penuh atas barang yang diperjualbelikan.

¹⁰ Syatha.

¹¹ al-Malibari, *Fath Al-Mu'īn*. hlm. 6, juz. 3.

¹² Syatha, *I'ānat Al-Ṭālibīn*. hlm. 6, juz. 3.

¹³ Taqiyuddin Abu Bakr al-Husaini, *Kifāyat Al-Akhyār Fi Hall Ghāyat Al-Ikhtiṣār* (Surabaya: Assalam, n.d.).

¹⁴ al-Husaini.

¹⁵ Ahmad bin Muhammad Ibnu Hajar al-Haitami, *Tuhfat Al-Muhtāj Bi Syarh Al-Minhāj* (Beirut: Dār al-Kutub al-'Ilmiyyah, 2010). hlm. 89, juz 3.

Kelima, objek harus diketahui secara jelas, baik melalui penglihatan langsung maupun melalui deskripsi yang dapat menghilangkan ketidakjelasan.

Seluruh syarat tersebut harus terpenuhi agar akad jual beli dapat dinyatakan sah menurut ketentuan fikih.

3. *Shīghat*

Jual beli sah bilamana terdapat *shīghat* di dalamnya.¹⁶ Hal ini didasari oleh hadis Nabi yang berbunyi:

إنما البيع عن تراض

*Artinya: Sesungguhnya jual beli itu didasari kerelaan.*¹⁷

Karena rela adalah perkara yang samar, maka dibutuhkan lafaz yang menunjukkan kepadanya.¹⁸ Oleh karena itu diharuskan ada *shīghat*. Hal ini juga disebabkan indikasi yang dikeluarkan dari lafaz lebih kuat daripada indikator-indikator lain.¹⁹

Shīghat sendiri terdiri dari ijab dan qabul. Adapun ijab memiliki arti sesuatu yang menunjukkan kepada penyerahan kepemilikan dengan indikasi yang jelas.²⁰ Seperti ucapan “Aku jual barang ini kepadamu, dengan harga sekian.” Sedangkan qabul memiliki arti sesuatu yang menunjukkan kepada penerimaan kepemilikan dengan indikasi yang jelas.²¹ Seperti ucapan “Aku beli barang ini, dengan harga sekian.”

Shīghat jika ditinjau dari sudut pandang yang lain, yakni jelas dan samar arahnya dibagi menjadi dua. *Sorih* dan *kinayah*.²²

Shīghat sorih diartikan sebagai sesuatu yang menunjukkan terhadap adanya serah terima dengan indikasi yang jelas, yakni dari lafaz-lafaz yang terkenal dalam tataran syariat.²³ Seperti ucapan, “Aku jual kepadamu, aku terima kepemilikan barang ini darimu dengan harga sekian dan sebagainya.”

Sedangkan *shīghat kinayah* dalam jual beli adalah sesuatu yang memiliki kemungkinan diartikan sebagai jual beli dan selainnya.²⁴ Semisal ucapan, “Aku jadikan barang ini padamu dengan harga sekian.” Karena lafaz ini tidak secara tegas mengarah pada jual beli, melainkan bisa saja diartikan lain seperti pemberian.

Dalam konteks kontemporer, pembahasan mengenai *shīghat* menjadi relevan karena perkembangan transaksi digital tidak selalu menggunakan lafaz verbal. Persetujuan sering kali diwujudkan melalui tulisan, simbol, atau tindakan elektronik tertentu, seperti penggunaan fitur *checkout* pada *marketplace*. Oleh karena itu, perlu dianalisis apakah bentuk persetujuan digital tersebut dapat memenuhi fungsi *shīghat* sebagaimana yang dibahas dalam fikih klasik.²⁵

A. Ijab dan Qabul

¹⁶ al-Malibari, *Fath Al-Mu'In*. hlm. 6, juz. 3.

¹⁷ al-Malibari.

¹⁸ al-Malibari. hlm. 7, juz. 3.

¹⁹ Syatha, *I'ānat Al-Ṭālibīn*. hlm. 7, juz. 3.

²⁰ al-Malibari, *Fath Al-Mu'In*. hlm. 6, juz. 3.

²¹ al-Malibari. hlm. 7, juz. 3.

²² Syatha, *I'ānat Al-Ṭālibīn*. hlm. 6, juz. 3.

²³ Syatha.

²⁴ Syatha.

²⁵ Mersi Hayati et al., “Perkembangan Fikih Muamalah Konteks Transaksi Elektronik,” *Al-Fiqh* 2, no. 1 (2024): 18–28, <https://doi.org/10.59996/al-fiqh.v2i1.370>.

Seperti halnya *ma'qud alaih*, ijab dan qabul yang merupakan komponen pecahan dari *shighat* disyaratkan memenuhi beberapa syarat, supaya jual beli sah. Kitab *Fathul Mu'ien* sendiri menyebutkan empat syarat yang harus dipenuhi oleh kedua belah pihak yang berakad, jika ingin transaksinya sah.²⁶

1. Tidak boleh ada pemisah antara ijab dan qabul. Dengan pemisah berupa diam yang lama, berbeda halnya bila sebentar. Sekiranya pemisah tersebut dianggap sebuah isyarat yang memalingkan dari penerimaan. Dikutip dari *Ianatut Tholibin*, Al-Bujairami mengatakan pemisah itu diperkirakan sebatas masa yang mampu memutus bacaan surat Al-Fatihah, yakni, kadar yang melebihi diam saat bernapas.

2. Tidak adanya penggantungan baik itu dari sisi ijab maupun qabul. Misalkan ucapan seseorang “Jika Zaid mati, maka aku jual barang ini kepadamu.”

3. Tidak boleh ada limitasi waktu. Semisal ucapan “Aku jual barang ini kepadamu, satu bulan.” Karena ucapan tadi akan menafikan definisi jual beli yang menetapkan unsur permanen.

4. Harus ada kesesuaian antara ijab dan qabul dari segi makna, tidak harus dari segi lafaz. Maka tidak sah bila ada penjual yang berucap “Aku jual barang ini kepadamu, kontan.” Lalu pembeli membalas “Aku beli secara tempo.” Karena tidak adanya kesesuaian makna antara keduanya perihal kontan dan tempo.

B. Konsep Akad *Muatah*

Meskipun *shighat* dalam bentuk ijab dan qabul secara lafaz memiliki kedudukan penting dalam akad jual beli, para ulama juga membahas bentuk transaksi yang tidak menggunakan lafaz secara eksplisit, yang dikenal dengan istilah *mu'atāh*.

Dalam *Fathul Mu'in* dijelaskan bahwa akad pada dasarnya berlandaskan hadis Nabi yang menyatakan bahwa jual beli harus didasarkan atas kerelaan.²⁷ Namun, karena kerelaan merupakan perkara batin yang tidak dapat diketahui secara langsung, maka diperlukan indikator lahiriah berupa lafaz yang menunjukkan adanya persetujuan. Atas dasar ini, sebagian ulama dalam mazhab Syafi'i berpendapat bahwa *mu'atāh* tidak memenuhi syarat sahnya akad karena tidak adanya *shighat* secara eksplisit.²⁸

Adapun gambaran *mu'atāh* adalah ketika dua pihak telah bersepakat mengenai barang dan harga tanpa adanya pernyataan lafaz secara jelas dari keduanya. Dalam praktiknya, penjual menyerahkan barang kepada pembeli, dan pembeli menyerahkan harga kepada penjual, baik dalam keadaan keduanya diam, hanya salah satu yang berucap, maupun terdapat lafaz yang tidak secara tegas menunjukkan akad jual beli.²⁹

Dalam khazanah fikih, keabsahan *mu'atāh* menjadi perdebatan di kalangan ulama. Sebagian berpendapat bahwa akad tersebut tidak sah karena tidak terpenuhinya unsur *shighat* sebagai syarat utama akad. Namun, Imam al-Nawawi memilih pendapat yang mengakui keabsahan *mu'atāh* pada transaksi yang secara kebiasaan (*'urf*) dipahami sebagai jual beli.³⁰ Selain itu, terdapat pula pendapat yang membolehkan *mu'atāh* pada objek-objek yang dianggap remeh atau bernilai kecil, seperti roti dan sejenisnya.

²⁶ al-Malibari, *Fath Al-Mu'in*. Hlm. 9, juz. 3.

²⁷ al-Malibari. hlm. 7, juz. 3.

²⁸ al-Malibari.

²⁹ Syatha, *I'ānat Al-Ṭālibīn*. hlm. 8, juz. 3.

³⁰ Syatha.

Berdasarkan pendapat yang tidak mengesahkan *mu'āṭah*, objek yang diserahterimakan dipandang seperti hasil akad fasid dari sisi hukum lahiriah.³¹ Akan tetapi, dari sisi batin atau tanggung jawab di akhirat, tidak terdapat tuntutan karena adanya unsur kerelaan serta perbedaan pendapat di kalangan ulama.³²

Dengan demikian, *mu'āṭah* dapat dipahami sebagai bentuk akad yang terjadi melalui tindakan saling menyerahkan antara para pihak tanpa adanya lafaz ijab dan qabul secara eksplisit. Perbedaan pandangan ulama terhadap keabsahannya menunjukkan bahwa akad tidak selalu dipahami secara tunggal, melainkan dapat berkembang sesuai dengan indikator-indikator yang menunjukkan adanya persetujuan, termasuk kebiasaan yang berlaku dalam masyarakat.

C. Fitur *Checkout* dalam *Marketplace* sebagai Media Akad Digital

Perkembangan teknologi digital telah melahirkan transformasi signifikan dalam mekanisme transaksi jual beli, khususnya melalui kehadiran platform *marketplace*. Dalam sistem ini, proses transaksi tidak lagi bergantung pada pertemuan langsung antara penjual dan pembeli, melainkan berlangsung melalui sistem elektronik yang menghubungkan keduanya dalam satu platform digital.³³

Marketplace menyediakan berbagai fitur yang memudahkan pengguna dalam melakukan transaksi, mulai dari pencarian barang, perbandingan harga, hingga sistem pembayaran yang terintegrasi. Dalam rangkaian proses tersebut, terdapat satu tahapan yang memiliki posisi krusial, yaitu fitur *checkout*. Fitur ini merupakan tahap konfirmasi akhir yang menentukan berlanjut atau tidaknya suatu transaksi.

Secara mekanisme, pembeli terlebih dahulu memilih barang yang diinginkan, kemudian memasukkannya ke dalam keranjang belanja (*shopping cart*). Setelah itu, pembeli menekan tombol *checkout* yang menandakan keinginan untuk melanjutkan transaksi. Pada tahap ini, sistem biasanya menampilkan rincian pesanan, termasuk jenis barang, jumlah, harga, biaya pengiriman, serta total pembayaran yang harus dipenuhi. Pembeli kemudian memilih metode pembayaran yang tersedia dan menyelesaikan pembayaran sesuai dengan prosedur yang ditentukan oleh platform.

Dalam keseluruhan proses tersebut, tidak ditemukan adanya pernyataan ijab dan qabul secara verbal sebagaimana dikenal dalam praktik jual beli klasik. Persetujuan antara para pihak diwujudkan dalam bentuk tindakan digital, seperti menekan tombol, memilih opsi tertentu, atau memberikan tanda persetujuan melalui sistem elektronik. Hal ini menunjukkan adanya pergeseran bentuk ekspresi kehendak dari lafaz menuju tindakan simbolik berbasis teknologi.

Jika ditinjau dari perspektif fikih muamalah, fenomena ini menimbulkan persoalan mengenai bagaimana kedudukan tindakan digital tersebut dalam struktur akad. Dalam literatur fikih klasik, *shīghat* dipahami sebagai media yang menunjukkan adanya kerelaan (*tarāḍī*) antara para pihak, yang umumnya diwujudkan melalui lafaz ijab dan qabul. Lafaz dipandang sebagai indikator yang paling kuat dalam menunjukkan kehendak, karena memiliki kejelasan makna (*ṣarīḥ*) dan minim kemungkinan penafsiran yang menyimpang.

³¹ al-Malibari, *Fath Al-Mu'īn*. hlm. 8, juz. 3.

³² Syatha, *I'ānat Al-Tālibīn*. hlm. 8, juz. 3.

³³ Aisyul Hana and Mufidah, "Analisis Hukum Jual Beli Online Dalam Perspektif Syariat Islam."

Namun demikian, esensi utama dari *shīghat* sebenarnya terletak pada fungsi *dalālah*-nya, yaitu kemampuannya dalam menunjukkan adanya persetujuan dan kesepakatan para pihak, bukan semata-mata pada bentuk lafaz itu sendiri. Oleh karena itu, dalam konteks perkembangan transaksi modern, muncul pertanyaan apakah tindakan digital dalam fitur *checkout* dapat memenuhi fungsi tersebut sebagai indikator kerelaan.

Dalam kajian kontemporer, sebagian sarjana hukum Islam mulai mengkaji transaksi elektronik sebagai bentuk akad modern yang memiliki karakteristik berbeda dengan akad klasik. Transaksi digital dinilai tetap dapat memenuhi unsur akad selama terdapat kejelasan pihak, objek, serta adanya bentuk persetujuan yang dapat dipahami secara umum sebagai tanda kesepakatan.³⁴

Dengan demikian, fitur *checkout* dapat dipahami sebagai bentuk representasi persetujuan dalam transaksi digital, yang berfungsi sebagai titik terjadinya akad antara penjual dan pembeli. Tindakan menekan tombol *checkout* bukan sekadar aktivitas teknis, melainkan mengandung makna hukum sebagai bentuk penerimaan atas penawaran yang telah ditampilkan oleh penjual dalam platform *marketplace*.³⁵

Apabila dianalisis lebih lanjut, mekanisme ini memiliki kemiripan dengan konsep *mu'āṭāh* dalam fikih, yaitu akad yang terjadi melalui tindakan tanpa lafaz eksplisit. Dalam kedua bentuk tersebut, indikator utama yang digunakan bukanlah ucapan, melainkan tindakan yang secara 'urf dipahami sebagai bentuk persetujuan. Oleh karena itu, keterkaitan antara fitur *checkout* dan konsep *mu'āṭāh* menjadi penting untuk dikaji lebih lanjut dalam rangka menentukan keabsahan akad dalam transaksi digital.

Berdasarkan uraian tersebut, pembahasan mengenai fitur *checkout* tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga memiliki signifikansi teoritis dalam menentukan apakah tindakan digital dapat diposisikan sebagai *shīghat* dalam akad jual beli. Hal ini menjadi landasan penting untuk melanjutkan analisis hukum pada bab berikutnya.

C. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode kepustakaan (*library research*), yaitu penelitian yang berfokus pada pengkajian sumber-sumber tertulis yang berkaitan dengan tema penelitian. Rujukan utama dalam penelitian ini adalah *Fathul Mu'in* beserta syarahnya, dengan didukung literatur lain dalam mazhab Syafi'i yang relevan.

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan normatif (*fiqhiyyah*), yaitu menelaah konsep *shīghat al-'aqd*, *mu'āṭāh*, dan ketentuan akad jual beli sebagaimana dijelaskan dalam literatur fikih klasik. Data penelitian terdiri atas sumber primer berupa kitab-kitab fikih mazhab Syafi'i, serta sumber sekunder berupa jurnal ilmiah, buku, dan kajian kontemporer yang membahas transaksi digital serta *marketplace*.

Teknik analisis data dilakukan secara deskriptif-analitis, yaitu dengan memaparkan konsep-konsep fikih yang berkaitan dengan akad, kemudian menganalisis

³⁴ Luqman Hakim, Jalaluddin Al Yamani, and Tasya Salsabila, "Transformasi Akad: Peran Platform E-Commerce Dalam Menjembatani Perdebatan Shighat Dan Mitigasi Gharar Pada Jual Beli Kontemporer," *EL-Uqud: Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah* 3, no. 2 (2025): 103–14, <https://doi.org/10.24090/eluqud.v3i2.14698>.

³⁵ Mu'adil Faizin et al., "Redefining Consent in Digital Contracts through Electronic Signatures in Islamic Law," *International Journal of Islamic Thought and Humanities* 4, no. 2 (2025): 384–93, <https://doi.org/10.54298/ijith.v4i2.637>.

relevansinya terhadap mekanisme fitur *checkout* pada *marketplace*. Selanjutnya, peneliti menggunakan pendekatan *qiyās* dan penalaran fikih muamalah untuk menilai apakah fitur *checkout* dapat diposisikan sebagai bentuk persetujuan yang memenuhi fungsi *shīghat* dalam akad jual beli.

Keabsahan data dalam penelitian ini diuji melalui teknik triangulasi sumber kepustakaan, yaitu dengan membandingkan dan mengonfirmasi pendapat yang terdapat dalam Fathul Mu'in dengan berbagai kitab fikih mazhab Syafi'i yang memiliki otoritas dalam menjelaskan konsep akad dan jual beli, seperti *I'ānatut Thalibin*, *Tuhfatul Muhtaj*, serta literatur fikih lainnya yang relevan. Serta hasil kajian ini juga akan dianalogikan dengan konsep *muatah* melalui metodologi *qiyas* yang disadur dari kitab *Syarah Al-Waraqat*, karya Jalaluddin Al-Mahalli. Selain itu, hasil analisis juga dikomparasikan dengan kajian kontemporer mengenai akad elektronik dan transaksi digital untuk memastikan relevansi penerapan konsep fikih klasik terhadap praktik *marketplace* modern. Dengan demikian, kesimpulan yang diperoleh tidak hanya bertumpu pada satu sumber, tetapi merupakan hasil sintesis berbagai referensi yang saling menguatkan.

D. Hasil dan Pembahasan

Bab ini menguraikan analisis terhadap konsep *shīghat* dalam akad jual beli menurut fikih mazhab Syafi'i dengan merujuk pada kitab *Fathul Mu'in*, serta mengaitkannya dengan praktik transaksi digital pada fitur *checkout* dalam *marketplace*. Pembahasan dilakukan secara bertahap, dimulai dari konsep dasar *shīghat*, dilanjutkan dengan konsep *mu'āṭah*, dan diakhiri dengan analisis terhadap fitur *checkout* sebagai bentuk akad digital.

A. Analisis Konsep *Shīghat* dalam *Fathul Mu'in*

Shīghat merupakan salah satu rukun penting dalam akad jual beli yang berfungsi sebagai indikator adanya kerelaan (*tarāḍī*) antara para pihak. Dalam fikih mazhab Syafi'i, *shīghat* umumnya diwujudkan dalam bentuk ijab dan qabul yang diungkapkan melalui lafaz yang jelas. Hal ini didasarkan pada pertimbangan bahwa kerelaan merupakan perkara batin yang tidak dapat diketahui secara langsung, sehingga membutuhkan indikator lahiriah yang dapat menunjukkan keberadaannya.

Lafaz dalam hal ini dipandang sebagai bentuk indikator yang paling kuat, karena memiliki kejelasan makna (*ṣarīḥ*) serta minim kemungkinan penafsiran yang menyimpang. Oleh karena itu, banyak ulama menekankan pentingnya keberadaan lafaz dalam akad sebagai bentuk kehati-hatian dalam menjaga kejelasan hukum.³⁶

Namun demikian, jika ditelaah lebih dalam, esensi utama dari *shīghat* tidak semata-mata terletak pada bentuk lafaznya, melainkan pada fungsi *dalālah*-nya, yaitu kemampuannya dalam menunjukkan adanya kesepakatan antara para pihak.³⁷ Dengan kata lain, yang menjadi tujuan utama adalah terwujudnya indikator yang secara jelas menunjukkan kehendak para pihak untuk melakukan akad.

Pemahaman ini membuka ruang interpretasi bahwa bentuk *shīghat* tidak harus selalu terbatas pada lafaz verbal, selama terdapat indikator lain yang dapat menunjukkan kerelaan secara jelas. Dalam konteks ini, *shīghat* dapat dipahami sebagai

³⁶ Syatha, *I'ānat Al-Ṭālibīn*. hlm. 7, juz. 3.

³⁷ al-Malibari, *Fath Al-Mu'īn*. hlm. 7, juz. 3.

media ekspresi kehendak, yang bentuknya dapat berkembang mengikuti perubahan praktik muamalah dalam masyarakat.³⁸

Pandangan ini sejalan dengan kajian kontemporer yang menyatakan bahwa akad dalam transaksi modern tidak selalu bergantung pada bentuk verbal, melainkan dapat diwujudkan melalui media lain yang memiliki fungsi serupa dalam menunjukkan persetujuan.³⁹

B. Analisis *Mu'āṭāh* dalam *Fathul Mu'in*

Mu'āṭāh merupakan bentuk akad jual beli yang dilakukan tanpa adanya lafaz ijab dan qabul secara eksplisit, melainkan melalui tindakan saling menyerahkan antara penjual dan pembeli. Dalam praktiknya, akad ini terjadi ketika kedua belah pihak telah saling memahami objek dan harga, kemudian melakukan pertukaran secara langsung tanpa pernyataan verbal.

Dalam fikih mazhab Syafi'i, keabsahan *mu'āṭāh* menjadi perdebatan di kalangan ulama. Sebagian ulama berpendapat bahwa akad tersebut tidak sah karena tidak memenuhi unsur *shīghat* dalam bentuk lafaz. Pendapat ini berangkat dari pemahaman bahwa lafaz merupakan syarat utama dalam menunjukkan kerelaan.

Namun, sebagian ulama lain memberikan kelonggaran dengan mempertimbangkan faktor kebiasaan (*'urf*). Seperti kutipan berikut ini;

إنما البيع عن تراض، والرضا خفي، فاعتبر ما يدل عليه من اللفظ، فلا ينعقد بالمعاطاة، لكن اختير الانعقاد بكل ما يتعارف البيع بها فيه: كالخبز، واللحم، دون نحو الدواب، والأراضي.

Artinya; Sesungguhnya jual beli itu harus dilakukan atas dasar kerelaan kedua belah pihak. Karena kerelaan (riḍā) merupakan sesuatu yang tersembunyi dan tidak dapat diketahui secara langsung, maka yang dijadikan ukuran adalah sesuatu yang menunjukkan kerelaan tersebut, yaitu lafaz (ungkapan akad). Oleh karena itu, akad jual beli tidak sah hanya dengan mu'āṭāh (serah-terima tanpa ijab dan kabul secara lafaz). Akan tetapi, dipilih pendapat bahwa akad jual beli tetap sah dengan segala bentuk yang secara adat telah dianggap sebagai jual beli, seperti pembelian roti dan daging, namun tidak untuk perkara-perkara seperti hewan ternak dan tanah.⁴⁰

Dalam pandangan ini, tindakan yang secara umum dipahami sebagai bentuk jual beli dapat dianggap sebagai indikator kerelaan, meskipun tanpa lafaz.

Imam An-Nawawi termasuk di antara ulama yang cenderung membolehkan *mu'āṭāh* berdasarkan kebiasaan yang berlaku di masyarakat. Hal ini didasarkan pada pertimbangan bahwa tidak terdapat dalil yang secara tegas mensyaratkan lafaz dalam setiap akad jual beli, sehingga dalam kondisi tertentu, tindakan dapat menggantikan fungsi lafaz sebagai indikator persetujuan.

Dengan demikian, *mu'āṭāh* menunjukkan bahwa keabsahan akad tidak semata-mata bergantung pada bentuk verbal, tetapi juga dapat didasarkan pada tindakan yang

³⁸ Alwani Alwani and Pujiono Pujiono, "Implementasi Akad Jual Beli Perspektif Madzhab Al-Syafi'i Dan Kontestualisasinya Pada Jual Beli Di Pasar Tirtayasa Serang," *An Nawawi* 2, no. 1 (2022): 35–42, <https://doi.org/10.55252/annawawi.v2i1.19>.

³⁹ Fuad Khasan, "Al-Ilmi : Journal of Islamic Education Volume 2 Nomor 1 Juni (2025) E-ISSN 3048-412X A Review of Fiqh Muamalah on Online Buying and Selling Practices in the Digital Era : A Case Study on E-Commerce Platforms Al-Ilmi : Journal of Islamic Education," *Al-Ilmi : Journal of Islamic Education* 2 (2025): 55–71.

⁴⁰ al-Malibari, *Fath Al-Mu'in*. hlm. 8, juz. 3.

memiliki makna yang jelas dalam konteks sosial. Bahkan *Fathul Mu'in* sendiri menegaskan akad ini tidak dikenai tuntutan di akhirat kelak.⁴¹

Pandangan ini diperkuat oleh kajian kontemporer yang menegaskan bahwa praktik *mu'āṭah* memiliki relevansi dalam transaksi modern, terutama dalam sistem perdagangan yang tidak memungkinkan penggunaan lafaz secara langsung.⁴²

C. Analisis Fitur *Checkout* sebagai *Shīghat Akad Digital*

1. Mekanisme Fitur *Checkout* dalam *Marketplace*

Dalam sistem *marketplace*, transaksi jual beli dilakukan melalui serangkaian proses yang terintegrasi dalam satu platform digital. Pembeli memilih barang, memasukkannya ke dalam keranjang, kemudian melanjutkan ke tahap *checkout* sebagai bentuk konfirmasi akhir.

Pada tahap ini, sistem menampilkan rincian pesanan secara lengkap, termasuk harga, jumlah, dan biaya tambahan lainnya. Pembeli kemudian menekan tombol *checkout* dan melanjutkan pembayaran sesuai metode yang dipilih.

Tindakan tersebut bukan sekadar aktivitas teknis, melainkan memiliki konsekuensi hukum, karena menandai kesediaan pembeli untuk terikat dalam transaksi.

2. Posisi *Checkout* dalam Struktur Akad

Jika dianalisis dalam kerangka fikih, maka penawaran barang yang ditampilkan oleh penjual dalam *marketplace* dapat diposisikan sebagai bentuk ijab. Sementara itu, tindakan pembeli dalam menekan tombol *checkout* dapat dipahami sebagai bentuk qabul.

Meskipun tidak menggunakan lafaz verbal, hubungan antara penawaran dan penerimaan tetap terwujud melalui sistem yang telah disepakati oleh para pihak.

3. Analisis *Dalālah* dalam *Checkout*

Dalam fikih muamalah, kekuatan *shīghat* tidak semata-mata terletak pada bentuk lafaz, melainkan pada fungsi *dalālah*-nya dalam menunjukkan adanya kerelaan (*riḍā*) dan kesepakatan para pihak. Dalam konteks transaksi digital, fitur *checkout* memenuhi fungsi tersebut karena dilakukan secara sadar oleh pengguna, menunjukkan pilihan yang jelas, serta menimbulkan konsekuensi hukum terhadap transaksi yang dilakukan.

Oleh sebab itu, tindakan *checkout* dapat dipahami sebagai bentuk ekspresi kehendak (*al-ta'bīr 'an al-irādah*) yang merepresentasikan persetujuan dalam akad. Kajian kontemporer juga menunjukkan bahwa persetujuan dalam transaksi elektronik dapat diwujudkan melalui tindakan digital selama memenuhi unsur kejelasan, kesadaran, dan kesepakatan para pihak.⁴³

4. *Qiyās* terhadap *Mu'āṭah*

Untuk menentukan kedudukan fitur *checkout* dalam transaksi *marketplace*, penelitian ini menggunakan metode *qiyās* sebagaimana dijelaskan oleh Imam Jalaluddin al-Maḥallī dalam *Syarḥ al-Waraqāt*. Menurut beliau, *qiyās* terdiri atas empat unsur pokok, yaitu *aṣl*, *far'*, *ḥukm al-aṣl*, dan *'illah*.⁴⁴ Melalui empat unsur

⁴¹ al-Malibari.

⁴² Rizky Rosa Nur Fadilla, "PRAKTIK JUAL BELI DENGAN MENGGUNAKAN PERBUATAN (BA'I AL-MU'ATHAH) PADA SUPERMARKET MENURUT PERSPEKTIF 'URF," *Jurnal Magister Hukum Ekonomi Syariah* 6, no. 1 (2022): 440–53.

⁴³ Faizin et al., "Redefining Consent in Digital Contracts through Electronic Signatures in Islamic Law."

⁴⁴ Jalāl al-Dīn Muḥammad ibn Aḥmad al-Maḥallī, *Syarḥ Al-Waraqāt* (Mesir: Dār al-Fath, 2022). Hlm.

tersebut dapat dianalisis apakah fitur *checkout* dapat dipersamakan dengan bentuk akad yang telah dikenal dalam fikih klasik.

Dalam penelitian ini, jual beli *mu'āṭāh* ditempatkan sebagai *aṣl*. *Mu'āṭāh* merupakan transaksi yang berlangsung tanpa ijab dan kabul secara lafaz, melainkan melalui tindakan yang menunjukkan adanya kesepakatan antara para pihak. Dalam mazhab Syafi'i terdapat pendapat yang dipilih yang mengakui keabsahan *mu'āṭāh* pada transaksi yang menurut kebiasaan masyarakat lazim dilakukan tanpa lafaz.

Sementara itu, fitur *checkout* pada *marketplace* ditempatkan sebagai *far'* karena merupakan bentuk transaksi kontemporer yang tidak ditemukan secara eksplisit dalam literatur fikih klasik. Dalam praktiknya, pembeli cukup memilih barang yang diinginkan, kemudian menekan tombol *checkout* untuk melanjutkan proses transaksi tanpa adanya ijab dan kabul secara verbal.

Adapun *ḥukm al-aṣl* dalam kasus *mu'āṭāh* adalah sahnya akad jual beli menurut pendapat yang mengakuinya. Keabsahan tersebut didasarkan pada adanya indikator kerelaan (*riḍā*) yang dapat dipahami melalui tindakan para pihak. Dengan kata lain, yang menjadi pertimbangan utama bukanlah bentuk tindakan itu sendiri, melainkan kemampuannya dalam menunjukkan adanya persetujuan dan kehendak untuk berakad.

Berdasarkan hal tersebut, dapat ditemukan *'illah* yang sama antara *mu'āṭāh* dan fitur *checkout*, yaitu adanya tindakan yang secara umum dipahami sebagai ekspresi kerelaan untuk melakukan transaksi. Pada *mu'āṭāh*, kerelaan ditunjukkan melalui tindakan fisik berupa penyerahan barang dan pembayaran. Adapun pada transaksi *marketplace*, kerelaan ditunjukkan melalui tindakan digital berupa pemilihan barang dan penekanan tombol *checkout*. Meskipun media yang digunakan berbeda, keduanya memiliki fungsi yang sama, yaitu sebagai indikator persetujuan para pihak yang diakui oleh kebiasaan (*'urf*).

Karena *'illah* yang menjadi dasar keabsahan *mu'āṭāh* juga ditemukan pada fitur *checkout*, maka hukum *far'* mengikuti hukum *aṣl*. Dengan demikian, berdasarkan metode *qiyās*, fitur *checkout* dapat dipandang sebagai bentuk kontemporer dari *mu'āṭāh* yang berfungsi sebagai indikator kerelaan para pihak dalam akad jual beli. Oleh karena itu, *checkout* dapat dijadikan sebagai media terjadinya akad selama terpenuhi syarat dan ketentuan lain yang ditetapkan dalam hukum jual beli.

Tabel 1. Analisis *Qiyās* Fitur *Checkout* terhadap Jual Beli *Mu'āṭāh*

Unsur <i>Qiyās</i>	<i>Mu'āṭāh (Aṣl)</i>	<i>Checkout Marketplace (Far')</i>
<i>Aṣl/Far'</i>	Jual beli <i>mu'āṭāh</i>	Fitur <i>checkout</i> pada <i>marketplace</i>
<i>Ḥukm al-Aṣl</i>	Akad dinilai sah menurut pendapat yang mengakui <i>mu'āṭāh</i>	Mengikuti hukum <i>aṣl</i>
<i>'Illah</i>	Tindakan yang menunjukkan kerelaan para pihak untuk berakad	Tindakan digital yang menunjukkan kerelaan para pihak untuk berakad
Dasar	Kerelaan dipahami melalui tindakan	Kerelaan dipahami melalui tindakan

Unsur <i>Qiyās</i>	<i>Mu‘āṭāh (Aṣl)</i>	<i>Checkout Marketplace (Far‘)</i>
Persamaan	yang diakui oleh ' <i>urf</i>	yang diakui oleh ' <i>urf</i>
<i>Natijah</i>	<i>Mu‘āṭāh</i> dinilai sah	<i>Checkout</i> dapat dipandang sebagai media terjadinya akad jual beli

Sumber: Diolah penulis berdasarkan konsep *qiyās* dalam *Syarḥ al-Waraqāt* karya Jalaluddin al-Maḥallī.

E. Penutup

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, fitur *checkout* dalam *marketplace* dapat diposisikan sebagai bentuk *shīghat* akad digital yang sah. Hal ini karena tindakan tersebut telah memenuhi fungsi utama *shīghat*, yaitu menunjukkan adanya kerelaan dan kesepakatan antara para pihak. Selain itu, fitur *checkout* juga memiliki kesesuaian dengan konsep *mu‘āṭāh* dalam fikih, yang mengakui tindakan sebagai indikator persetujuan berdasarkan kebiasaan yang berlaku. Dengan demikian, praktik jual beli melalui *marketplace* dapat dinilai sah selama memenuhi unsur-unsur lain dalam akad jual beli menurut syariat dan mengikuti pendapat ulama yang mengakui keabsahan jual beli *mu‘āṭāh*.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya berfokus pada analisis fitur *checkout* sebagai titik terjadinya akad dalam transaksi *marketplace* dengan menggunakan perspektif *Fathul Mu'in* dan beberapa literatur pendukung dalam mazhab Syafi'i. Oleh karena itu, penelitian ini belum mengkaji aspek-aspek lain yang juga memiliki keterkaitan dengan transaksi digital, seperti mekanisme pembayaran elektronik, sistem rekening bersama (*escrow*), hak *khiyār* dalam transaksi daring, serta implikasi hukum dari pembatalan transaksi setelah *checkout* dilakukan.

Berdasarkan keterbatasan tersebut, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji berbagai fitur lain dalam ekosistem *marketplace* yang berpotensi memengaruhi keabsahan akad jual beli digital. Selain itu, penelitian komparatif dengan perspektif mazhab lain maupun pendekatan fikih kontemporer juga perlu dilakukan guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai perkembangan akad dalam transaksi elektronik.

DAFTAR PUSTAKA`

- Adil Alfarizi Nst, and Imsar Imsar. "Analisis Fiqih Muamalah Dalam Transaksi Jual Beli Online Menurut Perspektif Hukum Islam Dan Syariah." *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Akuntansi, Dan Pajak* 2, no. 3 (2025): 191–201. <https://doi.org/10.61132/jieap.v2i3.1543>.
- Aisyul Hana, Ubaid, and Nur Mufidah. "Analisis Hukum Jual Beli Online Dalam Perspektif Syariat Islam." *Manajemen Dan Akuntansi* 5, no. 1 (2025).
- al-Haitami, Ahmad bin Muhammad Ibnu Hajar. *Tuhfat Al-Muhtāj Bi Syarh Al-Minhāj*. Beirut: Dār al-Kutub al-‘Ilmiyyah, 2010.
- al-Husaini, Taqiuddin Abu Bakr. *Kifāyat Al-Akhyār Fi Hall Ghāyat Al-Ikhtiṣār*. Surabaya: Assalam, n.d.
- al-Malibari, Zainuddin. *Fath Al-Mu‘īn*. Beirut: Dār Ibn Ashosoh, 2005.
- Alwani, Alwani, and Pujiono Pujiono. "Implementasi Akad Jual Beli Perspektif Madzhab Al-Syafi’i Dan Kontestualisasinya Pada Jual Beli Di Pasar Tirtayasa Serang." *An Nawawi* 2, no. 1 (2022): 35–42. <https://doi.org/10.55252/annawawi.v2i1.19>.
- Amin, Ahmad Muladi, and Andalusi Abbas Arby. "Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Transaksi Jual Beli Online Di Marketplace Shopee." *Alif* 4, no. 1 (2025): 8–14. <https://doi.org/10.37010/alif.v4i1.2086>.
- Bq.Risqi Irhamni, Ichwanudin. "INTEGRASI DAN INTERKONEKSI USHUL FIQH DENGAN REALITAS SOSIAL DALAM PENETAPAN HUKUM TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE." *Journal Of Islamic Religious Education (JoIRE)* 2, no. 2 (2026): 88–97. <https://journal.ppmi.web.id/index.php/joire/article/view/3588/2348>.
- Danielo, Marcelino, Dadhillah Mutiara Vonny, Nabila maharani, Rizki Anugrah Kadir, Ricky Randiko, and Article History. "Jual Beli Online Menurut Pandangan Ekonomi Syariah ARTICLE INFO ABSTRACT." *Journal Of Economis and Business* 3, no. 2 (2025): 199–206. <http://jurnal.dokicti.org/index.php/ECONIS/index>.
- Faizin, Mu’adil, Souad Ezzerouali, Abubakar Muhammad Jibril, and Raha Bahari. "Redefining Consent in Digital Contracts through Electronic Signatures in Islamic Law." *International Journal of Islamic Thought and Humanities* 4, no. 2 (2025): 384–93. <https://doi.org/10.54298/ijith.v4i2.637>.
- Hakim, Luqman, Jalaluddin Al Yamani, and Tasya Salsabila. "Transformasi Akad: Peran Platform E-Commerce Dalam Menjembatani Perdebatan Shighat Dan Mitigasi Gharar Pada Jual Beli Kontemporer." *El-Uqud: Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah* 3, no. 2 (2025): 103–14. <https://doi.org/10.24090/eluqud.v3i2.14698>.
- Hayati, Mersi, Dea Mitra Ayu, Ewit, Nurva, Marinda, and Sulastri. "Perkembangan Fikih Muamalah Konteks Transaksi Elektronik." *Al-Fiqh* 2, no. 1 (2024): 18–28. <https://doi.org/10.59996/al-fiqh.v2i1.370>.
- Jalāl al-Dīn Muḥammad ibn Aḥmad al-Maḥallī. *Syarḥ Al-Waraqāt*. Mesir: Dār al-Faṭḥ, 2022.
- Khasan, Fuad. "Al-Ilmi : Journal of Islamic Education Volume 2 Nomor 1 Juni (2025) E-ISSN 3048-412X A Review of Fiqh Muamalah on Online Buying and Selling Practices in the Digital Era : A Case Study on E-Commerce Platforms Al-Ilmi : Journal of Islamic Education." *Al-Ilmi : Journal of Islamic Education* 2 (2025): 55–71.
- Rizky Rosa Nur Fadilla. "PRAKTIK JUAL BELI DENGAN MENGGUNAKAN PERBUATAN (BA’I AL-MU’ATHAH) PADA SUPERMARKET MENURUT PERSPEKTIF ‘URF." *Jurnal Magister Hukum Ekonomi Syariah* 6, no. 1 (2022): 440–53.
- Syatha, Abu Bakr Utsman bin Muhammad. *I‘ānat Al-Ṭālibīn*. Beirut: Dār Ibn Ashosoh, 2005.
- Zhafiirin, Ahmad Ghazi, Zaini Abdul Malik, and Yayat Rahmat Hidayat. "Tinjauan Prinsip Muamalah Dalam Transaksi Jual Beli Di Marketplace Tokopedia." *Jurnal Riset Perbankan*

Syariah, 2023, 1–8. <https://doi.org/10.29313/jrps.v2i1.1806>.