

PERBANDINGAN MADZHAB SYAFI'I DAN HANAFI TENTANG KEABSAHAN AKAD JUAL BELI ONLINE

**Annisa Salsabila¹, Aida Husna Millatina², Ahnaful Arif³, Thuba Marisatul Choirot⁴,
Siyono⁵**

^{1,2,3,4,5}UIN Salatiga, Jawa Tengah, Indonesia

Email Koresponden: ansaabila@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola transaksi masyarakat dari jual beli tatap muka menjadi transaksi online yang dilakukan melalui platform e-commerce. Perubahan ini memunculkan persoalan fikih terkait keabsahan akad digital, terutama mengenai ijab-qabul yang tidak terjadi secara langsung, kejelasan objek transaksi, serta potensi gharar yang muncul akibat informasi produk yang tidak selalu akurat. Permasalahan utama penelitian ini adalah bagaimana perbedaan pandangan Mazhab Syafi'i dan Mazhab Hanafi dalam menetapkan keabsahan akad jual beli online, khususnya terkait rukun, syarat, dan mekanisme ijab-qabul digital yang berkembang di era modern. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif berbasis studi kepustakaan dengan menelaah kitab fikih klasik, artikel ilmiah, dan regulasi kontemporer yang relevan. Analisis dilakukan dengan membandingkan prinsip-prinsip akad kedua mazhab dan relevansinya terhadap praktik jual beli online saat ini. Hasil kajian menunjukkan bahwa kedua mazhab sama-sama membolehkan akad digital selama terpenuhi unsur kerelaan, kejelasan akad, dan keterbukaan informasi, meskipun Mazhab Syafi'i lebih menekankan ketegasan sighat, sedangkan Mazhab Hanafi memberikan ruang fleksibilitas melalui konsep kerelaan yang dapat dinyatakan lewat tulisan atau tindakan. Studi ini menyimpulkan bahwa jual beli online sah menurut syariah jika memenuhi rukun akad, bebas gharar, menjunjung kejujuran, serta menyediakan mekanisme perlindungan konsumen seperti khiyar. Dengan demikian, transaksi digital tetap dapat berjalan selaras dengan prinsip-prinsip muamalah Islam.

Kata kunci: *Jual Beli Online, Akad Digital, Mazhab Syafi'i, Mazhab Hanafi, Fiqh Muamalah*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi membuat jual beli *online* menjadi salah satu bentuk transaksi yang paling banyak digunakan dalam aktivitas ekonomi modern. Masyarakat kini dapat melakukan pembelian barang tanpa tatap muka, hanya melalui media elektronik seperti aplikasi belanja, pesan digital, atau situs *e-commerce*. Proses akad yang sebelumnya dilakukan dalam satu majelis secara langsung, kini bergeser menjadi akad jarak jauh yang dibuktikan melalui transfer, chat, atau bukti digital lainnya (Ayu & Syahfawi, 2025).

Perubahan pola transaksi ini juga menghadirkan sejumlah fenomena baru, seperti munculnya berbagai platform dagang daring, meningkatnya minat masyarakat dalam belanja jarak jauh, serta adanya kasus-kasus penipuan, ketidaksesuaian barang, dan ketidakjelasan informasi produk (Ma'ruf et al., 2024). Kondisi-kondisi ini menunjukkan bahwa praktik jual beli *online* telah menjadi bagian penting dalam kehidupan ekonomi masyarakat, namun juga memunculkan persoalan faktual terkait mekanisme akad dan kejelasan objek transaksi.

Melihat realitas transaksi jual beli *online* yang semakin meluas dan berbagai persoalan seperti ketidakjelasan barang, potensi penipuan, serta akad yang berlangsung tanpa tatap muka, maka secara normatif praktik jual beli daring seharusnya dilaksanakan sesuai prinsip-prinsip hukum Islam. Akad yang terjadi wajib memenuhi unsur kejelasan antara penjual dan pembeli, termasuk adanya ijab dan qabul yang sah meskipun disampaikan melalui media elektronik. Objek transaksi juga harus dijelaskan secara rinci agar terhindar dari unsur gharar. Sementara harga, metode

pembayaran, dan mekanisme pengiriman harus transparan serta bebas dari praktik yang dilarang seperti riba dan penipuan. Sejumlah kajian fiqh kontemporer menegaskan pentingnya penerapan prinsip kejujuran dan kepastian hukum dalam *e-commerce*, seperti yang dijelaskan Yuniar & Ngazizah (2019) mengenai perlunya kejelasan akad digital, serta penelitian Dedi (2022) yang menekankan syarat keterbukaan informasi produk dalam transaksi *online*. Selain itu, penelitian Wati (2024) menunjukkan bahwa platform dagang daring idealnya menyediakan sistem yang menjamin keamanan transaksi dan keadilan bagi konsumen, sedangkan Fauziah (2025) menekankan bahwa mekanisme pembayaran modern seperti *paylater* pun harus disesuaikan dengan kaidah fiqh muamalah. Dengan demikian, praktik jual beli *online* seharusnya mengikuti norma syariah yang menjamin kejelasan akad, keamanan transaksi, dan perlindungan bagi kedua belah pihak.

Berbagai penelitian tentang jual beli *online* umumnya membahas aspek hukum *e-commerce* secara umum, seperti kejelasan akad digital atau transparansi dalam jual beli *online* berdasarkan hadis-hadis Nabi, seperti hadis tentang kewajiban penjual jujur, larangan menyembunyikan cacat barang, serta pentingnya keterbukaan harga dan kondisi transaksi (Jamaludin, 2024). Namun belum banyak yang menelaah secara khusus perbedaan pandangan mazhab Syafi'i dan Hanafi dalam menilai keabsahan akad digital, padahal beberapa penelitian menunjukkan bahwa Mazhab Hanafi membolehkan jual beli *online* melalui sampel karena dianggap mewakili objek secara jelas, sedangkan Mazhab Syafi'i juga membolehkan jual beli *online* selama sampel atau deskripsi barang sesuai dengan kondisi sebenarnya. Meski kedua mazhab memberikan legitimasi, penelitian tersebut belum mengkaji secara komparatif bagaimana kedua mazhab memahami ijab-qabul elektronik, majelis akad, dan serah terima dalam transaksi digital modern (Iqbal, 2021). Karena masih terdapat kesenjangan penelitian berupa belum adanya kajian komparatif yang secara langsung menghubungkan metodologi kedua mazhab dengan praktik jual beli online masa kini, sehingga diperlukan penelitian yang mendalami perbedaan tersebut.

Selain itu, perkembangan teknologi informasi telah merevolusi sektor perdagangan, menjadikan jual beli *online* sebagai pilar utama dalam ekonomi digital Indonesia, di mana transaksi tanpa tatap muka semakin mendominasi melalui platform *e-commerce* seperti Shopee dan Tokopedia.

Fenomena ini tidak hanya memudahkan akses pasar global bagi UMKM, tetapi juga menimbulkan tantangan dalam penerapan prinsip fiqh muamalah, seperti kejelasan akad dan objek transaksi, yang sering kali terganggu oleh ketidakpastian informasi produk (Nadhifah et al., 2024). Data dari survei terkini menunjukkan bahwa volume transaksi *e-commerce* di Indonesia mencapai triliunan rupiah per tahun, dengan pertumbuhan eksponensial didorong oleh adopsi *smartphone* dan internet cepat, meskipun disertai peningkatan kasus penipuan yang mencapai ribuan laporan ke lembaga perlindungan konsumen (Hana & Mufidah, 2025). Dalam konteks ini, transformasi akad dari majelis langsung ke jarak jauh melalui chat atau transfer digital memerlukan adaptasi hukum Islam untuk menjamin keabsahan, seperti penerapan ijab-qabul elektronik yang transparan (Z. Siregar et al., 2022).

Kajian fiqh kontemporer menekankan bahwa jual beli *online* sah selama memenuhi syarat halal, bebas gharar, dan riba, dengan implikasi pada perilaku penjual yang amanah untuk membangun kepercayaan masyarakat. Perubahan pola ini juga memunculkan inovasi seperti *dropshipping*, di mana penjual bertindak sebagai perantara tanpa memegang stok barang, yang dalam perspektif syariah diperbolehkan jika menggunakan akad wakalah dan menghindari penipuan (Fitria, 2017).

Namun, risiko ketidaksesuaian barang sering terjadi karena pembeli hanya mengandalkan deskripsi dan gambar, yang dapat dikategorikan sebagai *jahalab* atau *gharar fabisy* jika tidak ada verifikasi.

Laporan dari fatwa DSN-MUI No. 146/2021 menegaskan regulasi untuk transaksi digital, termasuk keharusan keterbukaan informasi dan perlindungan konsumen agar selaras dengan nilai syariah. Selain itu integrasi fitur seperti *paylater* harus disesuaikan dengan kaidah muamalah untuk menghindari riba, di mana prinsip kejujuran dan ridha menjadi landasan utama dalam membangun ekonomi digital berkelanjutan (Mujahidin & Hadi, 2023). Studi literatur menunjukkan bahwa *e-commerce* dapat dianalogikan dengan *bai' as-salam* jika syarat ukuran, bentuk, dan waktu pengiriman jelas, sehingga mencegah perselisihan (P. A. S. Siregar, 2019).

Kajian lebih lanjut tentang hadis Nabi SAW mengenai kejujuran penjual, seperti larangan menyembunyikan cacat barang, relevan untuk era digital di mana transparansi menjadi kunci keabsahan transaksi. Dalam perbandingan mazhab, Hanafi lebih fleksibel terhadap akad *mu'athab* via digital, sementara Syafi'i menuntut *sighat* yang ketat untuk mitigasi *gharar* (Hana & Mufidah, 2025). Kesenjangan penelitian ini menekankan perlunya studi komparatif mendalam, menghubungkan fiqh klasik dengan praktik modern untuk regulasi yang lebih kuat di Indonesia. Dengan demikian, pendekatan syariah tidak hanya memvalidasi *e-commerce* tetapi juga mendorong pertumbuhan ekonomi umat yang adil dan berkelanjutan, melalui pendidikan dan sinergi teknologi dengan norma Islam.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan jenis studi kepustakaan (library research). Pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan objek penelitian secara sistematis, faktual, dan mendalam berdasarkan informasi yang ditemukan dalam berbagai sumber tertulis. Sementara itu, pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami, menafsirkan, serta menjelaskan isi sumber berdasarkan konteks yang berkaitan dengan fokus penelitian. Melalui perpaduan kedua pendekatan tersebut, peneliti dapat menyusun uraian yang komprehensif tanpa melakukan pengukuran statistik maupun pengujian terhadap variabel tertentu.

Pelaksanaan studi kepustakaan dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu menentukan topik kajian, menelusuri sumber informasi, memilih referensi yang sesuai, membaca secara kritis, mencatat data penting, serta mengelompokkan informasi berdasarkan pokok pembahasan. Seluruh data disajikan sebagaimana adanya, tanpa manipulasi ataupun perlakuan khusus terhadap objek penelitian. Selanjutnya, data dianalisis secara deskriptif dengan membandingkan pendapat, konsep, dan hasil penelitian terdahulu. Proses tersebut bertujuan menemukan keterkaitan, persamaan, perbedaan, serta informasi yang dapat memperkuat argumentasi dalam pembahasan.

Sumber data utama penelitian berasal dari berbagai karya ilmiah terdahulu yang relevan dengan topik kajian. Sumber tersebut mencakup buku, artikel jurnal, laporan penelitian, prosiding, tulisan ilmiah di internet, serta sumber tertulis lain yang dapat dipertanggungjawabkan. Pemilihan referensi dilakukan dengan mempertimbangkan kesesuaian isi, kredibilitas penulis atau penerbit, serta keterbaruan informasi. Data dari berbagai sumber kemudian diverifikasi dan diseleksi untuk menjaga ketepatan serta keandalan hasil kajian. Langkah ini juga membantu peneliti menghindari penggunaan sumber yang kurang relevan sekaligus memastikan bahwa pembahasan memiliki landasan akademik yang kuat. Dengan demikian, studi kepustakaan tidak hanya mengumpulkan

teori, tetapi juga membangun pemahaman yang terstruktur sebagai dasar penarikan kesimpulan penelitian (Ridwan et al., 2021).

PEMBAHASAN/HASIL

Syarat dan Rukun Jual Beli Menurut Imam Syafi'i

Dalam kehidupan sehari-hari, transaksi jual beli menjadi bagian mendasar dari interaksi sosial dan ekonomi, karena melalui proses inilah manusia saling memenuhi kebutuhan hidupnya dengan cara yang teratur dan saling menguntungkan. Jual beli menurut pengertian bahasa adalah saling menukar (pertukaran), sedangkan menurut istilah adalah menukar barang dengan barang atau barang dengan uang dengan jalan melepaskan hak milik dari yang satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan (Pamungkas, 2021). Aktivitas jual beli tidak hanya dipahami sebagai pertukaran barang dan harga, tetapi juga sebagai mekanisme sosial yang mencerminkan nilai keadilan, kejujuran, dan keterikatan moral antara para pelaku transaksi.

Dalam perspektif hukum Islam, khususnya fikih muamalah, jual beli dipandang lebih luas sebagai akad yang harus memenuhi ketentuan tertentu agar sah dan terhindar dari unsur-unsur yang dilarang seperti gharar, penipuan, atau ketidakjelasan. Karena itu, ulama menetapkan adanya rukun dan syarat yang mengatur keabsahan suatu transaksi, dan ketentuan ini menjadi penting untuk dipahami mengingat praktik jual beli semakin berkembang dari bentuk tradisional hingga transaksi modern yang melibatkan teknologi. Dengan memahami konsep dasar tersebut, kajian mengenai rukun dan syarat jual beli menurut Imam Hanafi menemukan relevansinya sebagai landasan normatif dalam menilai keabsahan berbagai bentuk transaksi kontemporer.

Rukun secara bahasa adalah yang harus dipenuhi untuk sahnya suatu pekerjaan. Secara definisi, rukun adalah sesuatu yang merupakan bagian dari hakikat jual beli dan tidak akan terjadi jual beli tanpa terpenuhinya rukun tersebut. Sedangkan syarat adalah sesuatu yang mesti ada dalam jual beli tetapi tidak termasuk salah satu bagian dari hakikat jual beli itu sendiri. Islam telah mengatur rukun dan syarat jual beli sehingga jual beli dapat dikatakan sah (Kurniawan, 2019). Rukun jual beli dalam madzhab Imam Syafi'i hanya mencakup 3 hal:

a. *'Aqidain* (penjual dan pembeli)

Syarat antara penjual pembeli adalah:

- 1) Keduanya harus cakap hukum, yaitu berakal sehat.
- 2) Dengan kehendaknya sendiri, keduanya saling merelakan, bukan karena paksaan.
- 3) Dewasa/ baligh, anak kecil tidak boleh melakukan transaksi jual beli dengan orang dewasa, namun ini berlaku bagi anak-anak yang sudah dapat membedakan mana yang benar dan mana yang salah, tetapi belum melakukannya.

b. *Shighat* (ijab qabul)

Yaitu pernyataan antara kedua belah pihak saling setuju dan sepakat. bahasa interaktif dalam sebuah transaksi, yang meliputi penawaran (*ijab*) dan persetujuan (*qobul*). *Shighat* dalam transaksi jual beli disyaratkan sebagai berikut :

- 1) Muttashil, yakni ijab dan qobul, harus berkesinambungan. Artinya, tidak ada jeda waktu yang mencerminkan qobul bukan lagi sebagai respon dai ijab.
- 2) Muwafaqoh fi al ma'na (kesesuaian maksud) meskipun beda redaksi (lafadz)

- 3) Tidak terdapat ta'liq bi syarat (penangguhan pada syarat tertentu)
- 4) Tidak terdapat ta'qit (limitasi waktu kepemilikan)
- 5) *Maqud 'alaihi* (Barang yang dijual)

Barang yang dijual harus halal, bermanfaat dan bisa dimiliki sepenuhnya. Ma'qud alaih juga mempunyai syaratnya, yaitu bersih atau suci barangnya, ada manfaatnya, dapat dikuasai, milik sendiri, dan diketahui kadar barang atau benda dan harga itu (Pamungkas, 2021).

1. Rukun dan Syarat Jual Beli menurut Imam Hanafi

Menurut mazhab Hanafi, rukun jual beli hanya terdiri atas ijab dan kabul. Inti dari transaksi jual beli terletak pada adanya kerelaan kedua pihak yang melakukan akad (Arafat, 2021). Pendekatan ini mencerminkan fleksibilitas hukum Islam dalam merespons praktik muamalah yang berkembang di masyarakat, termasuk transaksi yang tidak selalu diucapkan secara verbal.

Namun, karena kerelaan merupakan aspek batin yang tidak dapat dilihat secara langsung, maka diperlukan tanda atau indikator (*qarinah*) yang dapat menunjukkan adanya kerelaan tersebut. Indikator itu dapat berupa ucapan, seperti pengungkapan ijab dan qabul atau berupa tindakan, yaitu proses saling menyerahkan barang dan menerima pembayaran sebagai bentuk persetujuan (Ajir, 2022). bahwa konsep qarinah dalam Mazhab Hanafi sangat relevan dengan praktik jual beli modern, khususnya transaksi online. Tindakan teknis seperti pembayaran, klik persetujuan, atau konfirmasi pesanan dapat dipahami sebagai representasi kerelaan yang sah, selama dilakukan secara sadar dan tanpa paksaan.

Imam Hanafi juga berpendapat bahwa antara ijab dan qabul boleh saja diantarai oleh waktu, yang diperkirakan bahwa pihak pembeli sempat untuk berfikir (Ajir, 2022). Maka dari itu, semakin menegaskan karakter rasional dan realistis Mazhab Hanafi dalam memahami akad. Adanya jeda waktu antara ijab dan kabul tidak serta-merta membatalkan akad, selama masih berada dalam konteks transaksi yang sama. Pendekatan ini memberikan ruang kehati-hatian bagi para pihak dan sangat sesuai dengan mekanisme transaksi digital yang umumnya tidak berlangsung secara simultan.

2. Keabsahan akad online tanpa tatap muka (ijab-qabul tulisan/digital)

Dalam kajian fikih muamalah, jual beli (*al-bay'*) dipahami sebagai aktivitas pertukaran harta yang memberi manfaat bagi kedua belah pihak. Secara bahasa, *al-bay'* berarti menjual atau menukar sesuatu, sedangkan menurut para ulama, seperti Imam Hanafi, Imam Nawawi, dan al-Syarbini, jual beli merupakan proses saling menukar harta melalui akad tertentu yang dilakukan atas dasar kerelaan antara penjual dan pembeli. Jual beli dapat dimengerti sebagai upaya memperoleh suatu barang dengan memberikan nilai pengganti yang sah dan disepakati bersama sesuai aturan syariat (Nadhifah, 2024). Dengan demikian, inti jual beli tidak hanya terletak pada pertemuan fisik, tetapi pada akad yang menunjukkan kesepakatan serta kerelaan kedua belah pihak terhadap objek dan nilai tukarnya, karena dalam hukum Islam, keberadaan ijab dan kabul dalam transaksi ekonomi menjadi unsur utama yang menentukan keabsahan suatu akad (Ridwan, 2017).

Seiring berkembangnya teknologi, mekanisme jual beli mengalami perubahan yang sangat signifikan. Transaksi yang dahulu membutuhkan pertemuan langsung antara penjual dan pembeli, kini dapat dilakukan melalui media digital seperti *marketplace*, aplikasi, maupun pesan elektronik atau disebut jual beli *online*. Jual beli *online* merupakan bentuk transaksi yang

memberikan kemudahan bagi kedua belah pihak, karena proses jual beli dapat dilakukan tanpa memerlukan pertemuan secara langsung (Fawaid, 2020). Dalam konteks ini, bentuk penyampaian ijab dan qabul tidak lagi terbatas pada ucapan lisan, tetapi dapat diwujudkan melalui tulisan, klik persetujuan, atau aktivitas digital lain yang menunjukkan adanya kerelaan dan kesepakatan. Selama unsur-unsur akad terpenuhi seperti kejelasan objek, harga, dan persetujuan kedua belah pihak, maka transaksi tersebut tetap dianggap sah menurut hukum Islam. Oleh karena itu, praktik jual beli *online* menjadi salah satu bentuk adaptasi akad yang relevan di era modern, tanpa menghilangkan prinsip-prinsip dasar syariah yang mengatur keadilan, transparansi, dan kejujuran dalam bermuamalah (Arangga et al., 2023).

3. Macam ijab qabul digital

Perkembangan transaksi berbasis *online* membuat bentuk penyampaian ijab dan qabul tidak lagi terbatas pada ucapan lisan sebagaimana praktik tradisional. Ijab dan qabul berfungsi sebagai bentuk pernyataan kehendak dan kerelaan dari kedua belah pihak terhadap isi akad yang mereka sepakati (Arangga et al., 2023). Dalam akad *online*, kesepakatan kedua belah pihak direpresentasikan melalui berbagai mekanisme digital yang tetap mengandung makna penawaran dan penerimaan. Berdasarkan kajian Ridwan dalam artikelnya terkait akad *online*, ijab-qabul digital dapat terwujud melalui beberapa bentuk, seperti komunikasi tertulis melalui pesan daring, email, atau fitur percakapan pada *marketplace*, yang secara hukum dipandang mampu menunjukkan adanya persetujuan antara penjual dan pembeli. Selain itu, sistem transaksi digital juga memungkinkan ijab-qabul dilakukan melalui tindakan teknis, seperti menekan tombol "*checkout*", "*buy now*", atau "setuju", yang secara fungsional dianggap sebagai qabul atas penawaran yang telah dijelaskan oleh penjual. Platform *e-commerce* bahkan menyediakan mekanisme otomatis yang menyusun rangkaian transaksi mulai dari pemilihan barang, pengisian data, hingga pembayaran sebagai representasi akad yang lengkap. Dalam beberapa konteks, ijab-qabul juga dapat dilakukan melalui tanda tangan elektronik atau verifikasi digital pada dokumen tertentu, yang berfungsi sama seperti akad tertulis dalam praktik konvensional. Berbagai bentuk ini bahwa substansi akad tetap terjaga meskipun media penyampaiannya menunjukkan berubah. Dengan demikian, ijab-qabul digital pada dasarnya sah selama memenuhi unsur kejelasan penawaran, penerimaan yang eksplisit, serta kerelaan para pihak, sehingga tetap sesuai dengan prinsip-prinsip dasar akad dalam hukum Islam (Ridwan, 2017)

4. Pandangan antar mazhab

Dengan berbagai bentuk ijab-qabul digital yang telah diuraikan tersebut, penting untuk melihat bagaimana para ulama mazhab klasik memandang keabsahan akad yang tidak dilakukan secara langsung atau lisan. Hal ini diperlukan agar pemahaman mengenai akad *online* tidak hanya bertumpu pada praktik kontemporer, tetapi juga memiliki landasan kuat dalam kerangka fiqh muamalah. Dalam hal ini, pandangan Mazhab Syafi'i menjadi salah satu rujukan utama. Menurut Syekh Muhammad ibn Qasim al-Ghazzi "Menurut syara, pengertian jual beli yang paling tepat ialah memiliki sesuatu harta (uang) dengan mengganti sesuatu atas dasar izin syara" sekedar memiliki manfaatnya saja yang diperbolehkan syara untuk selamanya, yang demikian itu harus dengan melalui pembayaran yang berupa uang." (Fawaid, 2020). Menurut Imam Syafi'i, jual beli memiliki dua pengertian pokok. Pertama, Allah membolehkan setiap transaksi jual beli yang dilakukan oleh dua pihak atas barang yang halal diperjualbelikan, selama dilakukan dengan prinsip saling rela. Kedua, Allah juga membolehkan praktik jual beli selama

objek transaksi tersebut tidak termasuk hal yang dilarang oleh Rasulullah SAW. Sesuai dengan rukun jual beli dalam Mazhab Asy-Syafi'i, suatu transaksi dianggap sah dan terikat dalam akad apabila ketiga rukun tersebut terpenuhi. Prinsip ini sejalan dengan ketentuan hukum di Indonesia yang menyebutkan bahwa transaksi elektronik yang dituangkan dalam kontrak elektronik memiliki kekuatan mengikat bagi para pihak. Suatu transaksi elektronik dinilai terjadi ketika penawaran yang dikirim oleh pihak pertama telah diterima dan disetujui oleh pihak kedua, dan bentuk persetujuan tersebut dinyatakan melalui instrumen elektronik. Dalam pandangan Mazhab Asy-Syafi'i, sahnya jual beli sangat bergantung pada kerelaan kedua belah pihak (Irsyadul, 2025). Al-Ghazali menyatakan bahwa penjual berhak atas uang hasil transaksi *mu'athab* apabila nilai barang sebanding dengan pembayaran yang diberikan. Jual beli online yang melibatkan jasa kurir atau pihak ketiga dapat dipandang sebagai bagian dari akad wakalah, sehingga hukumnya tetap diperbolehkan selama pihak yang mewakili memiliki kuasa yang sah dalam melakukan penyerahan barang. Dalam pelaksanaannya, transaksi elektronik perlu memperhatikan prinsip kehati-hatian, transparansi, akuntabilitas, dan kewajiban agar tidak keluar dari ketentuan syariat. Dengan demikian, pada intinya, transaksi jual beli *online* dapat dibenarkan menurut hukum Islam selama terpenuhi rukun dan syarat yang ditetapkan dalam fiqh, serta terbebas dari unsur yang merusak akad seperti riba, penipuan, atau kezhaliman dalam bentuk apa pun (Yasir, 2019).

Berbeda dengan Mazhab Asy-Syafi'i yang menekankan pemenuhan rukun dan kejelasan objek sebagai dasar utama sahnya akad, Mazhab Hanafi memiliki pendekatan yang lebih fleksibel dalam memahami mekanisme transaksi. Abu Hanifah dikenal sebagai Imam mazhab hukum yang sangat rasionalitas, ia memikirkan sesuatu mengenai keabsahan dan kesahihan kontrak jual beli dengan apa yang dikenal dengan *bay' al-salam* dan *al-murabahah* (Rosyidah, 2023). Dalam Mazhab Hanafi, keabsahan akad tidak bergantung pada bentuk lafaz ijab dan qabul secara lisan, melainkan pada adanya kerelaan dari para pihak yang bertransaksi. Ulama Hanafiyah menegaskan bahwa kerelaan dapat dinyatakan melalui ucapan, tulisan, maupun perbuatan, sesuai kaidah "*al-kitābah ka al-kiṭāb*" yang menyatakan bahwa tulisan memiliki kedudukan yang sama dengan ucapan. Oleh karena itu, transaksi yang dilakukan melalui tulisan, isyarat, atau tindakan yang lazim dipahami masyarakat sebagai bentuk persetujuan, termasuk jual beli *mu'āṭah*, tetap dianggap sah. Kebiasaan masyarakat yang sejak dahulu melakukan jual beli tanpa lafaz formal menjadi dasar kuat bahwa bentuk akad seperti ini diterima dalam syariat, selama mengandung tanda kerelaan dan tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip fiqh muamalah (Irsyadul, 2025).

5. Kejelasan Objek & Potensi Gharar Pada Jual Beli Online

Dalam perspektif hukum Islam, kejelasan objek (kejelasan objek) merupakan syarat utama dalam transaksi jual beli untuk memastikan validitas akad. Objek transaksi harus memiliki spesifikasi yang jelas, seperti ciri-ciri, kualitas, dan kondisi barang yang dapat diketahui oleh kedua belah pihak, sehingga menghindari ambiguitas yang dapat merugikan pembeli atau penjual. Dalam konteks jual beli online, kejelasan ini dicapai melalui deskripsi produk, foto, dan informasi tambahan di platform e-commerce, di mana pembeli tidak dapat memeriksa barang secara langsung, sehingga penekanan pada transparansi menjadi krusial untuk menjaga prinsip keadilan syariah (M. S. Y. Lubis & Harisman, 2022). Hal ini selaras

dengan larangan menjual barang yang tidak jelas atau samar-samar, seperti buah-buahan yang belum matang, karena dapat menimbulkan kerugian (Ningrum et al., 2023)

Kejelasan objek berperan penting dalam mencegah gharar, yang didefinisikan sebagai ketidakpastian atau spekulasi berlebih dalam akad yang dapat menyebabkan ketidakadilan (Azzahra et al., 2024). Dalam hukum Islam, transaksi harus transparan untuk melindungi hak dan kewajiban, sebagaimana ditegaskan dalam Al-Qur'an (Surah Al-Baqarah: 188) dan hadits yang melarang jual beli barang tidak ada atau tidak jelas. Pada jual beli online, ketidakjelasan objek seperti deskripsi ambigu atau foto yang tidak akurat dapat memicu gharar, sehingga platform seperti Shopee atau Tokopedia dianjurkan menyediakan fitur ulasan dan verifikasi untuk memastikan kejelasan sebelum transaksi (Afferro & Mustofa, 2024). Prinsip ini menekankan bahwa objek harus ada, halal, dan dapat dipindahkan kepemilikan secara pasti.

Potensi gharar dalam jual beli online muncul dari ketidakpastian objek, harga, atau waktu penyerahan, yang sering kali disebabkan oleh sifat transaksi jarak jauh tanpa pemeriksaan fisik. Gharar diartikan sebagai risiko tidak terukur yang dilarang karena dapat menimbulkan perselisihan dan eksploitasi, seperti dalam pre-order barang tanpa kepastian pengiriman atau penjualan item digital yang belum sepenuhnya dikuasai penjual (I. H. Lubis, 2024). Dalam perspektif syariah, gharar berat (gharar fahisy) dapat membatalkan akad jika objek transaksi tidak jelas, seperti barang yang deskripsinya tidak sesuai kenyataan, yang rentan terjadi di marketplace tanpa regulasi ketat (A et al., 2025). Hal ini bertentangan dengan hadits Nabi yang melarang jual beli mengandung unsur ketidakjelasan.

Contoh nyata gharar dalam jual beli online termasuk penjualan barang tanpa deskripsi lengkap, seperti ponsel yang diklaim asli tapi ternyata palsu, atau biaya tambahan pengiriman yang tidak diinformasikan sebelumnya, menyebabkan total harga ambigu (Syahputra & Yoesoef, 2020). Lainnya, transaksi dropship di mana penjual menawarkan barang belum diterima, mirip dengan larangan Rasulullah menjual makanan sebelum diterima penuh, yang dapat menimbulkan kerugian jika barang hilang atau rusak. Pada platform seperti Bukalapak, gharar dapat diminimalkan melalui sistem escrow, di mana pembayaran ditahan hingga barang sesuai deskripsi, tetapi tanpa itu, risiko penipuan meningkat. Contoh ini menunjukkan bagaimana ketidakjelasan objek langsung memicu gharar (Khatimah et al., 2025).

Untuk mengatasi potensi gharar dan memastikan kejelasan objek, penjual wajib memberikan informasi akurat dan lengkap, sementara konsumen disarankan memverifikasi melalui ulasan atau chat (Kusuma et al., 2024). Platform e-commerce dapat menerapkan regulasi syariah, seperti fitur refund dan verifikasi, untuk mendukung transaksi adil. Kesimpulannya, jual beli online sah secara Islam jika menghindari gharar melalui transparansi penuh, sebagaimana prinsip ridha dan kejujuran, sehingga menciptakan ekonomi berkelanjutan yang berorientasi kemaslahatan umat (Hasibuan et al., 2019). Pendidikan dan sinergi teknologi dengan hukum syariah menjadi kunci utama.

6. Pelaksanaan *Khiyar* Dalam Transaksi Jual Beli Online

Jual beli dalam Islam membebaskan yang membelinya atau akan melakukan akad jual beli mempunyai hak untuk melanjutkan jual beli dan membatalkan jual beli, pada dasarnya prinsip dalam jual beli ini yaitu atas dasar suka sama suka, sehingga mempunyai hak *khiyar* (melanjutkan jual beli atau membatalkan jual beli) (Harahap & Islam, 1997). Dalam proses transaksi jual beli *online* besar kemungkinan terjadi resiko-resiko yang Tidak diinginkan dari pihak penjual maupun pihak pembeli oleh karena itu hak *khiyar* atau hak Opsi sangat penting.

Khiyar bukanlah rukun dan syarat yang harus ada dalam jual beli. *Khiyar* Atau pilihan adalah hak yang diberikan kepada pembeli dan penjual apakah akan melanjutkan Atau membatalkan transaksi mereka (Amiruddin, 2016). Tujuan *khiyar* adalah untuk memastikan bahwa ada pemikiran yang pasti Signifikan bagi kedua belah pihak sebelum mulai menegosiasikan penjualan. Ini Untuk mengurangi kerugian yang dialami oleh dua organisasi pendukung Keesokan harinya. Oleh karena itu, tujuan hak *khiyar* dalam Islam ini adalah Untuk menegakkan integritas dan timbal balik bagi individu yang melakukan Transaksi tertentu (Khoir, 2022).

Mazhab Hanafi tidak mengakui keberadaan *khiyar majlis*, sehingga akad dianggap mengikat setelah ijab dan qabul selesai dilakukan. Dalam konteks jual beli online, akad dipandang sah dan mengikat sejak pembeli melakukan konfirmasi pesanan atau checkout. Berbeda dengan itu, mazhab Syafi'i mengakui *khiyar majlis*, yakni hak membatalkan akad selama kedua pihak masih berada dalam satu majelis. Ulama kontemporer menafsirkannya sebagai majelis digital, yaitu selama transaksi belum dikonfirmasi sepenuhnya oleh sistem. Hal ini sejalan dengan fitur "batal sebelum diproses" pada berbagai *marketplace*, sehingga relevan dengan praktik jual beli *online* saat ini (Rifai, 2022).

Selain itu, *khiyar syarat* yang memberikan hak pembatalan kepada salah satu pihak dalam jangka waktu tertentu juga diterima oleh kedua mazhab, dengan syarat batas waktu harus jelas dan disepakati sejak awal. Fitur seperti "cancel order dalam 1 jam" atau pembatalan otomatis sebelum barang dikirim merupakan implementasi modern dari *khiyar syarat*. Hanafi maupun Syafi'i menganggap mekanisme ini sah selama tidak menimbulkan gharar dan memenuhi unsur kesepakatan (Asnawi, 2017).

Dalam jual beli online, *khiyar aib* menjadi salah satu hak yang sangat penting karena pembeli tidak melihat barang secara langsung. Kedua mazhab memberikan hak kepada pembeli untuk membatalkan akad atau meminta pengurangan harga apabila ditemukan cacat yang mempengaruhi manfaat barang. *Marketplace* modern menyediakan fasilitas *refund*, *return*, dan komplain barang rusak atau tidak sesuai deskripsi yang secara fikih berkesesuaian dengan konsep *khiyar aib* pada kedua mazhab tersebut (Suhendi, 2002).

Terakhir, *khiyar ghabn* sebagai perlindungan dari penipuan harga atau informasi yang menyesatkan juga terjadi dalam praktik digital. Kedua mazhab mengakui keberadaannya, dengan Hanafi yang lebih ketat dalam pembuktian unsur penipuan dan Syafi'i yang lebih longgar apabila ditemukan indikasi ketidakwajaran harga atau deskripsi menipu. Kasus-kasus barang palsu, foto yang tidak sesuai, atau harga tidak wajar di *marketplace* dapat dianalisis menggunakan prinsip *khiyar ghabn* (Hs & Soemitra, 2022).

Dengan demikian, seluruh jenis *khiyar* dalam fikih klasik tetap relevan dan dapat diterapkan secara proporsional dalam jual beli *online* modern. Analisis perbandingan mazhab Hanafi dan Syafi'i menegaskan bahwa mekanisme pembatalan, pengembalian barang, dan perlindungan konsumen di *marketplace* saat ini memiliki dasar fikih yang kuat dalam kedua mazhab.

KESIMPULAN

Perbedaan pandangan antara Mazhab Syafi'i dan Mazhab Hanafi dalam menetapkan rukun dan syarat jual beli menunjukkan adanya variasi pendekatan dalam menilai keabsahan suatu akad. Mazhab Syafi'i menegaskan bahwa sahnya jual beli ditentukan oleh terpenuhinya rukun yang

meliputi pihak-pihak yang berakad, sighat ijab dan qabul, serta objek transaksi, dengan penekanan khusus pada kejelasan lafaz, kesinambungan akad, dan kesesuaian antara pernyataan dan maksud akad. Sebaliknya, Mazhab Hanafi lebih menitikberatkan pada substansi akad, yaitu adanya kerelaan antara penjual dan pembeli, yang dapat diekspresikan tidak hanya melalui ucapan, tetapi juga melalui tulisan dan perbuatan, sehingga memberikan ruang fleksibilitas yang lebih luas terhadap dinamika praktik muamalah.

Dalam praktik jual beli online, kedua mazhab pada prinsipnya membenarkan pelaksanaan akad tanpa adanya pertemuan fisik antara para pihak. Bentuk ijab dan qabul yang disampaikan melalui sarana digital, seperti komunikasi tertulis, konfirmasi sistem, maupun tindakan teknis pada platform e-commerce, dapat dipandang sah selama mampu menunjukkan adanya kesepakatan yang jelas, dilakukan secara sadar, serta mencerminkan prinsip ridha antara penjual dan pembeli.

Keabsahan transaksi jual beli online juga sangat dipengaruhi oleh tingkat kejelasan objek yang diperjual belikan. Ketidak lengkapan informasi terkait spesifikasi barang, harga, maupun mekanisme dan waktu penyerahan dapat menimbulkan unsur gharar yang berpotensi merusak akad. Oleh karena itu, prinsip keterbukaan, kejujuran, dan transparansi informasi menjadi syarat utama agar transaksi digital tetap berada dalam koridor syariah.

Selain itu, keberadaan konsep khiyār (hak pembatalan) dalam transaksi jual beli online memiliki peran strategis dalam melindungi hak dan kepentingan para pihak. Meskipun terdapat perbedaan pendapat antara Mazhab Syafi'i dan Mazhab Hanafi terkait keberlakuan khiyār majlis, keduanya sepakat bahwa khiyār aib, khiyār syarat, dan khiyār ghabn tetap relevan untuk diterapkan dalam transaksi online. Penerapan hak khiyār tersebut berfungsi sebagai mekanisme pengendalian agar transaksi berlangsung secara adil, meminimalkan potensi kerugian, serta mewujudkan kemaslahatan dalam praktik jual beli di era digital.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa praktik jual beli online pada dasarnya dapat dinilai sah menurut hukum Islam apabila dilaksanakan dengan memenuhi rukun dan syarat akad, menjunjung prinsip kerelaan, kejujuran, serta kejelasan objek transaksi sesuai dengan pandangan Mazhab Syafi'i dan Mazhab Hanafi.

DAFTAR PUSTAKA

- A, Nurfadilla, Syarifa Raehana, dan Hassana Lawang. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pada Jual Beli Online Pre-Order di Aplikasi Facebook dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syaiah (Studi Kasus di Desa Salulino Kec.Walenrang Utara Kab. Luwu)." *Media Hukum Indonesia (MHI)* 3, no. 3 (2025): 863–73. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.16735616>.
- Affero, Muhammad Izzam, dan Imron Mustofa. "Dinamika Konsep Gharar dalam Transaksi Keuangan Perspektif Ulama Fikih Klasik." *Ma'mal Jurnal Laboratorium Syari'ah dan Hukum* 5, no. 5 (2024): 478–97. <https://doi.org/DOI>: <https://doi.org/10.15642/mal.v5i5.383>
Abstract:
- Amiruddin, Muhammad Majdy. (2016) "Khiyār (Hak Untuk Memilih) Dalam Transaksi On-Line : Studi Komparasi Antara Lazada , Zalara Dan Blibli" 1, *jurnal ekonomi syariah* no. 1: 47–62.
- Arafat, M. (2021). *Jual Beli Fasid Menurut Imam Abu Hanifah*. 4(2).

- Arangga, F., Firmansyah, M. A., & Mangkurat. (2023). Akad Dan Hukum Jual Beli Online Pada Transaksi. *Jurnal Religion: Jurnal Agama, Sosial Dna Budaya*, 1, 1024–1037.
- Ayu, Kemala, dan Syahfawi. “Mekanisme Transaksi E-Commerce (Jual Beli Online) Menurut Perspektif Ekonomi Syariah Studi Kasus Masyarakat Muslim.” *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial* 2, no. 1 (2025): 719–22. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.15710213> Mekanisme.
- Azzahra, Muthia, Lara Dwi Alma, Intan Nuraini Azzahra, dan Wismanto. “Gharar Konsep Memahami dalam Fiqih : Definisi dan Implikasinya dalam Transaksi.” *Hikmah: jurnal Studi Pendidikan Agama Islam* 1, no. 4 (2024): 145–52. <https://doi.org/https://doi.org/10.61132/hikmah.v1i4.265>.
- Dedi. “E-Commerce Online Buying and Selling Transactions in the Perspective of Islamic Law.” *International Journal Of Artificial Intelegence Research* 6, no. 1 (2022). <https://doi.org/https://doi.org/10.29099/ijair.v6i1.365>.
- Eva Rosyidah, K. R. (2023). Implementasinya Pada Akad Jua Beli Dalam Pemikiran Ekonomi Abu Hanifah. *Jurnal Impresi Indonesia*, 2(11), 1015–1028. <https://doi.org/https://doi.org/10.58344/jii.v2i11.3760>
- Fauziah, Samrotul Ai. “Analysis of Online Sales Contracts Using Shopee Paylater in the Perspective of Fiqh Muamalah.” *Studi Multidisipliner: Jurnal Kajian Keislaman* 12, no. 1 (2025): 235–48. <https://doi.org/https://doi.org/10.24952/multidisipliner.v12i1.15182>.
- Fawaid, F. (2020). Perspektif Madzhab Syafi ' i Terkait Jual Beli Online. *Tabayir*, 1(2).
- Fitria, Tira Nur. “Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) Dalam Hukum Islam Dan Hukum Negara.” *JURNAL ILMIAH EKONOMI ISLAM* 3, no. 1 (2017): 52–62.
- Hana, Ubaid Aisyul, dan Nur Mufidah. “Analisis Hukum Jual Beli Online dalam Perspektif Syariat Islam.” *Jurnal BANSI (Bisnis, Manajemen dan Akuntansi* 5, no. 1 (2025).
- Harahap, Sofyan Safri. Akuniansi Islam,. “Penerapan Khiyar Dalam Jual Beli.” *Jurnal Ilmiah Al-Syir' Ah*, 2016. doi:10.30984/AS.V2I2.220. Jakarta: Bumi Aksara, 1997
- Hasibuan, Sri Julianti, Eldin H Zainal, dan Tetty Marlina. “Hukum Jual Beli On-line Dengan Kode Sebagai Harga Perseptif Yusuf Al-Qaradhwawi (Studi Kasus: On-line Shop @FAMAS.STUFF).” *Islamic Bussines Law Review* 1, no. 1 (2019): 32–54.
- Hastuty, w and Soemitra a. (2022) “Fiqh Muamalah Sharia Pawnshop” 1, *International Journal of Economics, Social Science, Entrepreneurship and Technology* no. 3 : 250–61.
- Iqbal, Muhammad. “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sampel,Dalam Jual Beli Online.” *fawaid* 3, no. Vol. 3 No. 1 (2021): Fawaid: Sharia Economic Law Review (2021): 61–72.
- Irsyadul, I. (2025). *Studi komparatif pendapat ulama mazhab hanafi dan syafi'i tentang hukum akad jual beli melalui media online skripsi*.
- Jamaludin. “Analysis Of The Hadith On The Principle Of Transparency In Buying And Transactions And Its Application In E-commerce.” *nabawi* 5 (2024): 271–305.
- Khatimah, Husnul, Nuradi, Sinta Amalia, Faizah Kamilah, dan Humairah Az-zahra. “Analisis Bay' Gharar Dalam Aplikasi Tiktok.” *Iqtisad: Journal of Islamic Economic & Civillization* 1, no. 1 (2025): 1–12. <https://doi.org/https://doi.org/10.61630/irjiec.v1i1.1> iqtisad.crjis.com.
- Khoir, Fatihul. (2022) “Ekoosiana : *Jurnal E Konomi Syari ' Ah*, Al-Khiyar Dalam Proses Jual Beli Sistem Online,” 127–38.
- Kudus, Asnawi. *Jawab Sualipun Mu'taqod*. Surabaya: Balai Buku, 2017 n.d.
- Kurniawan, D. (2019). Prespektif Hukum Islam Tentang Jual Beli Pakaian Bekas. *TAWAZUN: Journal of Sharia Economic Law*, 2(1), 87. <https://doi.org/https://doi.org/10.21043/tawazun.v2i1.5640>

- Kusuma, Atik Devi, Lidya Zanti, Wan Elnayla Azzahra, dan Windi Alya Ramadhani. "Gharar dalam Transaksi Ekonomi : Analisis Hukum Islam dan Implikasinya." *Jurnal Kajian dan Penelitian Umum* 2, no. 6 (2024): 140–52. <https://doi.org/10.47861/jkpu-nalanda.v2i6.1413>.
- Lubis, Ihsan Helmi. "Jual Beli Mystery Box Dalam E-marketplace Ditinjau Dari Perpektif Hukum Ekonomi Syariah Ihsan." *Yurisprdentia: jurnal Hukum Ekonomi* 10, no. 2 (2024): 266–87.
- Lubis, M Syukran Yamin, dan Harisman. "Jual beli online ditinjau dari hukum islam." *Jural Notarius: Program Studi Kenotariatan Pascasarjana UMSU* 1, no. 1 (2022): 52–62.
- Ma'ruf, Mohammad Miftachul, Achmad Fahim, dan Moh Ya'kub. "Pemanfaaaatan Teknologi Diigntal Untuk Meningkatkan Penjualan Kambing Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam." *Jurnal Kajian Ekonomi Syariah* 7, no. 2 (2024): 34–39. <https://doi.org/10.58293/esa.v7i2.147>.
- Mujahidin, Irfan, dan Susilo Hadi. "Transaksi E-commerce (Jual Beli Online) Dalam Perspektif Ekonomi Syariah." *International Journal Mathala'ul Anwar Of Halal Issues* 3, no. 1 (2023): 78–89.
- Nadhifah, Tuti, Heni Risnawati, dan Dian Rosita. "Jual beli online dalam perspektif hukum islam." *Jurnal Megister Ekonomi Syariah* 3, no. 1 (2024): 125–34.
- Ningrum, Erni Widya, Ardiyan Darutama, dan Ria Anisatus Sholihah. "Pemahaman konsep gharar dimasyarakat dalam jual beli online." *Jurnal Sahmiyya* 2, no. 2 (2023): 472–80.
- Pamungkas, M. W. (2021a). *STUDI KOMPARASI PEMIKIRAN IMAM ASY-SYA>FIT> DAN IMAM MALIK TENTANG BAI' 'AL >INAH DALAM KITAB AL UMM DAN AL MUWATTA.*
- Program Pasca Sarjana Hukum Islam UIN Imam Bonjol Padang, & Ajir, D. (2022a). Fikih Perbandingan Tentang Syarat Dan Rukun Jual Beli serta Relevansinya dengan Jual Beli Modern. *Risalah Iqtisadiyah: Journal of Sharia Economics*, 1(1), 35–46. <https://doi.org/10.59107/ri.v1i1.16>
- Program Pasca Sarjana Hukum Islam UIN Imam Bonjol Padang, & Ajir, D. (2022b). Fikih Perbandingan Tentang Syarat Dan Rukun Jual Beli serta Relevansinya dengan Jual Beli Modern. *Risalah Iqtisadiyah: Journal of Sharia Economics*, 1(1), 35–46. <https://doi.org/10.59107/ri.v1i1.16>
- Ridwan, M., Am, S., Ulum, B., & Muhammad, F. (2021). Pentingnya Penerapan Literature Review pada Penelitian Ilmiah. *Jurnal Masobi*, 2(1), 42. <https://doi.org/10.36339/jmas.v2i1.427>
- Ridwan. (2017). Rekontruksi Ijab dan Kabul Dalam Transaksi Ekonomi Berbasis Online. *Al Manahij*, 11(40).
- Rifai, Awal.(2022). Implementasi Qawā'id Fiqhiyyah dalam Ekonomi Syariah "AL-KHIYAR : *Jurnal Bidang Muamalah Dan Ekonomi Islam* " 2, no. 1: 102–13. <https://doi.org/10.36701/al-khiyar.v2i1.540>.
- Siregar, Padian Adi Salamat. "Keabsahan Akad Jual Beli Melalui Internet Ditinjau Dari Hukum Islam." *Jurnal EduTech* 5, no. 1 (2019): 57–65.
- Siregar, Zulfikar, Khoirul Ikhsan, Nurul Muhairina, dan Riski Adelina. "Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) Dalam Hukum Islam." *Dalihan Na Tolu: Jurnal Hukum, Politik dan Komunikasi Indonesia* 1, no. 01 (2022): 9–14. <https://jurnal.seaninstitute.or.id/index.php/Jhu>.
- Suhendi, H H. *Fiqh Muamalah*. RajaGrafindo Persada, 2002. <https://books.google.co.id/books?id=ANnWNwAACAAJ>.

- Syahputra, Angga, dan Yoesrizal M. Yoesoef. "Praktek Gharar Pada Endorsment Produk Di Media Sosial Instagram." *Al-Musthafa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Islam* 5, no. 2 (2020): 117–26.
- Tuti Nadhifah, H., Risnawati, D., & Rosita. (2024). Jual beli online dalam perspektif hukum islam. *Jurnal Magiser Ekonomi Syariah*, 3(1), 125–134.
- Ulama Wahbah Az-Zuhaili and Agustin Hanapi. n.d. "Kalam," *Fiqh Islam Wa Adillatuhu*, Ter. Abdul Hayyie Al Kattani, dkk. (Jakarta: Gema Insani, 2011), 181.
- Universitas Maria Ulfa (2023). "Akad Jual Beli Transaksi Online Pada Aplikasi Shopee Food Dalam Perspektif Fikih Muamalah" *jurnal ekonomi syariah dan studi islam*, 1, no. 1 : 81–93.
- Wati, Tri Widia. Buying And Selling On Shopee In The Perspective Of Sharia Economic Law : An Analysis Of Contracts And." *SAQIFAH: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 9, no. 2 (2024): 21–32.
- Yasir, L. (2019). Transaksi Jual Beli Online Dalam Perspektif Mazhab Syafi'i. *Jurnal Pendidikan Dan Kajian Aswaja*, 6(1), 56–75.
- Yuniar, Anisa, dan Inna Fauziatal Ngazizah. "Online Buying and Selling Agreements from an Islamic Law Perspective." *ICCoLaSS: International Collaboration Conference on Law, Sharia and Society* 2, no. 1 (2019).