

Analisis Kepatuhan Syari'ah Pada Mekanisme Transaksi E-Commerce Halal Di Indonesia : Studi Literatur Dan Fatwa DSN-MUI

Ali Achmad Muhajir¹, Dewi Anggriyani²

dewianggriyani45@gmail.com

¹Universitas Islam Bunga Bangsa Cirebon, Indonesia

²Universitas Islam Bunga Bangsa Cirebon, Indonesia

Info Article

| **Submitted:** 31 December 2025 | **Revised:** 11 May 2026 | **Accepted:** 19 May 2026

How to cite: Ali Achmad Muhajir, etc., "Analisis Kepatuhan Syari'ah Pada Mekanisme Transaksi E-Commerce Halal Di Indonesia : Studi Literatur Dan Fatwa DSN-MUI", *Benefits : Journal of Economics and Tourism*, Vol. 3 No. 1, May, 2026, PP. 44-69.

ABSTRACT

The rapid growth of the digital economy ecosystem in Indonesia, with a projected Gross Merchandise Value (GMV) reaching \$90 billion by 2024, has created a fundamental transformation in people's transaction patterns from conventional to digital. This phenomenon brings new urgency to Islamic law discussions, especially regarding the uncertainty (gharar) that arises due to the loss of physical interaction and the potential for usury in digital payment instruments. This study aims to critically analyze the transaction mechanisms on marketplace platforms in Indonesia to ensure their compliance with the principles of fiqh muamalah and the normative standards of the DSN-MUI Fatwa, specifically Fatwa No. 110/DSN-MUI/IX/2017 concerning Buying and Selling and Fatwa No. 116/DSN-MUI/IX/2017 concerning Electronic Money (National Sharia Council Fatwa No: 20/DSN-MUI/IV/2001 Concerning Guidelines for Implementing Investments for Sharia Mutual Funds, 2001). Using qualitative methods and a library research approach, this study analyzes Terms and Conditions documents and contemporary fiqh literature to test the validity of the contract. Key findings from this study indicate that the architecture of modern e-commerce transactions has inherently adopted the principle of Bai' as-Salam contracts, where the potential for gharar is mitigated through detailed and specific product descriptions. Furthermore, this study confirms that the digital ijab qabul mechanism through a click action ('buy' or 'checkout') is valid according to sharia as a mu'athah contract based on custom ('urf) and willingness. However, research also identified a critical area in e-wallet usage, where promotions in the form of discounts and cashback could potentially fall into usury if the underlying deposit contract is a loan (qardh) that requires additional benefits, unless it is purely a marketing strategy (ju'alah) without binding conditions. Finally, the dispute resolution and return features are identified as modern manifestations of the rights of khiyar 'aib and khiyar ru'yah, which guarantee the protection of Muslim consumers.

Keywords: E-Commerce, Sharia Compliance, DSN-MUI Fatwa, Salam Contract, E-Wallet.

ABSTRAK

Pertumbuhan ekosistem ekonomi digital di Indonesia yang sangat cepat, dengan proyeksi Gross Merchandise Value (GMV) mencapai \$90 miliar pada tahun 2024, telah menciptakan transformasi mendasar dalam pola transaksi masyarakat dari konvensional ke digital. Fenomena ini membawa urgensi baru dalam diskusi hukum Islam, terutama terkait ketidakpastian (gharar) yang muncul akibat hilangnya interaksi fisik dan potensi riba dalam instrumen pembayaran digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara kritis mekanisme transaksi pada platform marketplace di Indonesia untuk memastikan kesesuaiannya dengan prinsip fiqh muamalah dan standar normatif Fatwa DSN-MUI, khususnya Fatwa No. 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang Jual Beli dan Fatwa No.



This work is licensed under [CC BY-SA 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

116/DSN-MUI/IX/2017 tentang Uang Elektronik. Dengan menggunakan metode kualitatif dan pendekatan studi kepustakaan (library research), penelitian ini menganalisis dokumen Syarat & Ketentuan (Terms and Conditions) serta literatur fiqh kontemporer untuk menguji validitas akad. Temuan penting dari penelitian ini menunjukkan bahwa arsitektur transaksi e-commerce modern secara inheren telah mengadopsi prinsip akad Bai' as-Salam, di mana potensi gharar diredam melalui fitur deskripsi produk yang detail dan spesifik. Lebih lanjut, penelitian ini mengonfirmasi bahwa mekanisme ijab qabul digital melalui tindakan klik ('beli' atau 'checkout') adalah sah secara syar'i sebagai akad mu'athah yang berbasis pada kebiasaan ('urf) dan kerelaan. Namun, penelitian juga menemukan area kritis dalam penggunaan e-wallet, di mana promosi berupa diskon dan cashback dapat berpotensi jatuh pada praktik riba jika akad dasar penyimpanan dana adalah pinjaman (qardh) yang mensyaratkan manfaat tambahan, kecuali jika murni sebagai strategi pemasaran (ju'alah) tanpa prasyarat yang mengikat. Akhirnya, fitur penyelesaian sengketa dan retur barang diidentifikasi sebagai manifestasi modern dari hak khiyar 'aib dan khiyar ru'yah, yang menjamin perlindungan konsumen Muslim.

Kata kunci: *E-Commerce, Kepatuhan Syariah, Fatwa DSN-MUI, Akad Salam, E-Wallet.*

PENDAHULUAN

Indonesia telah mengalami pertumbuhan e-commerce yang luar biasa dalam dekade terakhir. Berdasarkan laporan e-Conomy SEA 2024 yang disusun oleh Google, Temasek, dan Bain & Company, ekonomi digital Indonesia mencapai Gross Merchandise Value (GMV) sebesar \$90 miliar pada tahun 2024, dengan pertumbuhan 13% dibandingkan tahun 2023, menjadikannya GMV terbesar di Asia Tenggara (Google, 2023). Sektor e-commerce tetap menjadi kontributor utama, tumbuh 11% dengan GMV mencapai \$65 miliar (APJII, 2024), dan diproyeksikan meningkat menjadi \$71 miliar atau 72% dari total GMV pada tahun 2025. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa nilai transaksi e-commerce Indonesia meningkat 40% pada tahun 2023 menjadi 2.295 triliun rupiah, menguasai 52% pasar ASEAN (BPS, 2025). Pertumbuhan ini didorong oleh peningkatan jumlah pengguna e-commerce dari 38,72 juta pada tahun 2020 menjadi 65,65 juta pada tahun 2024, mencerminkan peningkatan sebesar 69% (Lestari, 2025). Inovasi dari platform utama seperti Tokopedia, Shopee, dan Lazada terus menghadirkan fitur-fitur baru terutama video commerce yang meningkatkan pengalaman pengguna dan mendorong transaksi lebih lanjut. Seiring dengan pertumbuhan e-commerce, tren Halal Lifestyle juga merambah ke ranah teknologi digital melalui konsep "Halal Tech" yang mengintegrasikan sertifikasi halal, pelacakan digital, dan pembayaran syariah ke dalam ekosistem marketplace (Qizwini, 2025). Transformasi ini mencerminkan komitmen Indonesia untuk menjadi pemain utama dalam industri halal dunia, dengan memanfaatkan platform digital e-commerce untuk memasarkan produk tersertifikasi halal, implementasi sistem pembayaran digital syariah, dan penerapan teknologi blockchain untuk transparansi rantai pasokan halal.

Meskipun pertumbuhan e-commerce di Indonesia sangat cepat, pergeseran mendasar dari transaksi tatap muka (offline) ke transaksi digital (online) telah menimbulkan ketidakpastian hukum Islam yang signifikan, terutama terkait dengan keabsahan mekanisme akad. Dalam transaksi offline tradisional, ijab (penawaran) dan qabul (penerimaan) terjadi secara bersamaan dengan kejelasan mengenai barang dan pihak yang terlibat, sedangkan dalam transaksi online di marketplace, mekanisme akad berlangsung melalui sistem otomatis yang diatur oleh Syarat & Ketentuan (Terms and Conditions) platform, yang menciptakan beberapa problematika yang belum sepenuhnya terdefinisi dalam syariat. Pertanyaan penting yang muncul adalah apakah label "Halal" yang terdapat dalam fitur marketplace halal seperti Shopee Barokah dan Tokopedia Salam hanya berfungsi sebagai filter produk untuk kategori makanan, kosmetik, dan produk halal lainnya, atau apakah mekanisme transaksinya sendiri termasuk cara ijab qabul, pembayaran, dan pengiriman sudah terhindar dari praktik riba, gharar (ketidakpastian), dan penipuan sebagaimana yang diharapkan dalam fiqh muamalah (Vandawat et al., 2024). Tantangan spesifik yang dihadapi meliputi: keterbatasan informasi produk yang dapat menyebabkan asimetri informasi antara penjual dan pembeli. (Budiutono, 2023), potensi gharar terkait kejelasan barang, terutama dalam sistem pre-order atau mystery box di mana konsumen tidak dapat memverifikasi produk secara langsung (Vandawat et al., 2024), mekanisme pembayaran yang mungkin terlibat dalam praktik riba nasi'ah jika pembayaran dilakukan sebelum barang diserahkan atau melalui instrumen riba; dan kejelasan status akad jual beli online dalam perspektif fiqh muamalah kontemporer, apakah termasuk dalam kategori bai' assalam, bai' al-mu'athah, atau jenis akad lainnya (Hidarya et al., 2025).

Penelitian ini memiliki signifikansi yang tinggi karena memberikan kepastian hukum bagi konsumen Muslim di Indonesia yang terus melakukan transaksi di marketplace dan memerlukan keyakinan bahwa aktivitas e-commerce mereka sejalan dengan prinsip-prinsip syariat Islam (Adil Alfarizi Nst & Imsar Imsar, 2025). Dengan bertambahnya platform marketplace yang menawarkan fitur halal seperti Shopee Barokah dan Tokopedia Salam, pemahaman yang mendalam mengenai mekanisme akad pada tingkat dokumen internal (Syarat & Ketentuan) menjadi semakin penting untuk memastikan kesesuaian dengan fatwa resmi dari Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI). Penelitian ini menggunakan pendekatan studi pustaka (library research) yang berfokus pada analisis mekanisme akad dan struktur transaksi, bukan pada survei kepuasan pengguna atau analisis perilaku konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini tidak berupaya untuk mencari persepsi subjektif pengguna, melainkan untuk mengidentifikasi elemen-elemen teknis akad dalam dokumen Syarat & Ketentuan

dan mengukurnya terhadap standar normatif yang ditetapkan oleh DSN-MUI. Pendekatan ini sejalan dengan metodologi fiqh muamalah kontemporer yang mengintegrasikan prinsip-prinsip syariat ke dalam konteks transaksi digital modern (Hidarya et al., 2025).

TINJAUAN PUSTAKA

Konsep Fiqh Muamalah dalam Jual Beli

Fiqh muamalah adalah cabang ilmu fiqh yang mengatur interaksi sosial-ekonomi antar individu dalam kegiatan sehari-hari, termasuk berbagai jenis transaksi keuangan dan perdagangan. Fiqh muamalah adalah cabang ilmu fiqh yang membahas aturan-aturan mengenai interaksi sosial-ekonomi, dengan fokus utama untuk memastikan bahwa setiap transaksi memenuhi prinsip-prinsip syariah (Adil Alfarizi Nst & Imsar Imsar, 2025). Dalam konteks jual beli modern, termasuk e-commerce, fiqh muamalah berperan sebagai dasar normatif yang mengatur keabsahan dan kepatuhan transaksi terhadap nilai-nilai Islam.

Definisi Al-Bai' (Jual Beli)

Al-bai' atau jual beli dalam istilah Islam didefinisikan sebagai pertukaran harta dengan harta untuk tujuan pengelolaan yang disertai dengan lafal ijab dan qabul sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan dalam syariat Islam. Dalam perspektif syariah, jual beli berdasarkan Al-Qur'an Surah Al-Baqarah : 275 yang menyatakan "Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba," menetapkan bahwa hukum asal dari aktivitas jual beli adalah mubah (boleh). Ini menunjukkan bahwa setiap umat Muslim memiliki kebebasan untuk melakukan akad jual beli atau tidak, tanpa adanya konsekuensi hukum negatif. Hukum yang permisif ini menjadi landasan bagi fleksibilitas Islam dalam menerima berbagai bentuk transaksi komersial, termasuk model perdagangan digital yang berkembang di era modern (Adil Alfarizi Nst & Imsar Imsar, 2025).

Rukun dan Syarat Sah Akad Jual Beli

Keabsahan suatu transaksi jual beli dalam Islam ditentukan oleh terpenuhinya rukun dan syarat akad yang telah ditetapkan oleh para ulama. Rukun akad jual beli terdiri dari empat unsur utama: (1) Al-'Aqidain (pihak-pihak yang berakad), yaitu penjual dan pembeli; (2) Shighat (pernyataan akad), berupa ijab dan qabul; (3) Ma'qud 'Alaih (objek transaksi); dan (4) Kesepakatan yang sah. Selain rukun, setiap unsur tersebut juga harus memenuhi syarat-syarat khusus agar akad dapat dinyatakan sah (shahih) (Ummah, 2019).

Pertama, 'Aqidain (pihak yang berakad) harus memenuhi persyaratan antara lain: pihak yang melakukan transaksi harus cakap bertindak (ahil), berakal sehat, baligh (telah mencapai usia kedewasaan), merdeka, dan memiliki kewenangan (wilayah) untuk melakukan transaksi atas barang yang dijual. Kecakapan bertindak

ini berarti kedua belah pihak harus mampu memahami ucapan orang-orang normal dan dapat membedakan antara yang menguntungkan dan merugikan.

Kedua, Ma'qud 'Alaih (objek transaksi) harus memenuhi beberapa persyaratan sebagai berikut: (a) obyek transaksi harus ada pada saat akad dilakukan atau dimungkinkan untuk dikemudian hari; (b) obyek harus berupa harta yang diperbolehkan syariah (mal mutaqawwim) dan dimiliki penuh oleh pemiliknya; (c) obyek transaksi dapat diserahkan, baik pada saat akad atau di kemudian hari; (d) terdapat kejelasan tentang obyek transaksi, mengenai jenis, kualitas, kuantitas, dan harga; serta (e) obyek harus suci dan bukan barang haram.

Ketiga, shighat (ijab dan qabul) adalah ungkapan yang mencerminkan kesepakatan dan kerelaan dari dua pihak untuk melakukan suatu transaksi. Syarat-syarat yang perlu dipenuhi dalam ijab qabul meliputi: (a) adanya kejelasan maksud antara kedua belah pihak; (b) kesesuaian antara ijab dan qabul; serta (c) adanya pertemuan yang berurutan dan terhubung antara ijab dan qabul. Dalam konteks transaksi online saat ini, shighat dapat diwujudkan melalui berbagai media, termasuk digital, asalkan menunjukkan kesepakatan yang jelas antara penjual dan pembeli (Adil Alfarizi Nst & Imsar Imsar, 2025).

Larangan Utama dalam Transaksi Jual Beli

Islam melarang beberapa praktik dalam jual beli yang dianggap melanggar prinsip keadilan dan merugikan salah satu pihak. Tiga larangan utama yang diuraikan dalam fiqh muamalah adalah:

Riba (bunga/tambahan batil): Riba merupakan tambahan yang tidak sah dalam transaksi utang-piutang atau pertukaran harta. Dalam konteks modern, riba mencakup semua bentuk penambahan nilai tanpa kompensasi yang sesuai, atau biaya tersembunyi yang tidak diinformasikan sejak awal transaksi. Larangan ini bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis yang secara tegas mengharamkan riba dalam segala bentuknya.

Gharar (ketidakjelasan): Gharar merujuk pada ketidakpastian atau ambiguitas dalam transaksi yang menyebabkan salah satu pihak meragukan atau tidak mengetahui substansi perjanjian. Ketidakjelasan ini dapat mencakup jenis, kualitas, kuantitas, harga, waktu penyerahan, atau spesifikasi barang. Gharar yang bersifat fahisy (berat) atau mutawassit (sedang) dapat mengakibatkan akad menjadi rusak atau batal (Lestari, 2025). Larangan terhadap gharar bertujuan untuk melindungi harta (hifzhul mal) serta mencegah eksploitasi ekonomi dan ketidakadilan dalam transaksi.

Maysir (perjudian/spekulasi): Maysir adalah suatu bentuk permainan atau transaksi yang mengandung unsur spekulasi berlebihan sehingga mirip dengan perjudian, di mana salah satu pihak akan meraih keuntungan dari kekalahan pihak lainnya. Dalam konteks e-commerce, maysir dapat muncul dalam transaksi yang

tidak jelas dasar nilainya atau melibatkan tingkat risiko yang tidak sebanding tanpa adanya nilai substansial yang dapat diidentifikasi .

Ketiga larangan ini menjadi kriteria penting dalam menilai keabsahan transaksi jual beli, termasuk dalam praktik e-commerce modern. Akad yang mengandung salah satu unsur terlarang ini dapat dianggap sebagai akad yang fasid (rusak) atau bathil (batal), sehingga tidak mengikat dan tidak menciptakan hak-hak yang sah bagi kedua belah pihak.

Akad-Akad dalam E-Commerce

1. Akad Salam

Akad as-salam (atau bai' as-salam) diartikan sebagai transaksi jual beli yang berbentuk pemesanan suatu barang dengan kriteria dan spesifikasi tertentu, di mana pembayaran dilakukan secara tunai pada saat akad berlangsung, sedangkan barang akan diserahkan di waktu yang akan datang. Fatwa DSN-MUI No. 110/DSN-MUI/IX/2017 mengenai Jual Beli menyatakan bahwa "Bai' al-salam adalah transaksi jual beli dalam bentuk pemesanan atas suatu barang dengan kriteria tertentu yang harganya harus dibayar tunai pada saat akad"(Ma'rifah, 2021).

Secara struktural, akad as-salam memiliki kesamaan yang signifikan dengan mekanisme transaksi e-commerce, di mana pembeli dapat melihat deskripsi, gambar, dan spesifikasi produk di platform daring, kemudian melakukan pembayaran di muka, sementara penjual akan mengirimkan barang di kemudian hari. (Adil Alfarizi Nst & Imsar Imsar, 2025) menyatakan bahwa "transaksi jual beli daring dapat dianggap sah selama memenuhi prinsip syariah, seperti keadilan, keterbukaan informasi, kejelasan barang, dan tidak mengandung unsur gharar, maysir, maupun riba." Penelitian terbaru menunjukkan bahwa transaksi e-commerce di platform seperti Shopee dan Tokopedia yang melibatkan pembayaran tunai di muka memenuhi kriteria kontrak salam, sehingga transaksi tersebut dapat dianggap valid secara syariah (Cindy Ainurrohman, Angga Aditya Cahyono, 2024).

Relevansi akad as-salam dalam e-commerce juga terlihat dalam perlindungan konsumen. Platform e-commerce modern telah menerapkan mekanisme yang memungkinkan pembeli untuk melaksanakan hak khiyar (pilihan untuk menerima atau menolak) berdasarkan jenis irregularitas yang teridentifikasi, sehingga amanah (kepercayaan) tetap terjaga dan keadilan dalam transaksi dapat diperkuat (Rozalina Mirwan et al., 2025).

2. Akad Wakalah

Akad wakalah, yang juga dikenal sebagai akad perwakilan dalam Islam, didefinisikan sebagai suatu perjanjian di mana satu pihak (muwakkil)

memberikan wewenang kepada pihak lain (wakil) untuk melakukan tindakan atas nama dan demi kepentingan pihak pertama. (Permana & Putria, 2022) menjelaskan bahwa "Akad Al-Wakalah adalah hasil inovasi dari pemikir ekonomi Islam untuk mempermudah pelaksanaan transaksi ekonomi di lembaga keuangan syariah." Dalam konteks e-commerce, wakalah memiliki relevansi khusus dalam menjelaskan fungsi dan status hukum rekening bersama atau escrow account.

Dalam mekanisme escrow, platform e-commerce berperan sebagai wakil (wakil amanah) yang menerima dana dari pembeli dan menyimpannya dalam rekening bersama hingga pembeli mengonfirmasi penerimaan barang sesuai dengan spesifikasi yang telah dijanjikan. Status rekening bersama ini, menurut fiqh muamalah, dapat dianalisis melalui konsep wakalah atau wadi'ah (titipan), tergantung pada apakah dana tersebut digunakan atau tidak oleh penyedia platform. Konsep ini sangat penting karena menentukan hak dan kewajiban pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi online.

Dalam praktik perbankan syariah, wakalah telah terbukti relevan dalam berbagai transaksi keuangan. Fatwa DSN-MUI No. 30/DSN/VI/2002 mengakui penggunaan akad wakalah dalam berbagai layanan keuangan, dan sejak saat itu wakalah telah menjadi akad yang sering digunakan dalam pemindahan dana, pengumpulan, transfer uang, dan layanan perbankan lainnya (Permana & Putria, 2022). Penerapan prinsip yang sama dalam rekening bersama e-commerce menunjukkan bahwa fiqh muamalah memiliki kapasitas untuk mengatur praktik-praktik transaksi digital modern.

Fatwa DSN-MUI

Fatwa No. 110/DSN-MUI/IX/2017 mengenai Jual Beli

Fatwa DSN-MUI Nomor 110 Tahun 2017 tentang Akad Jual Beli berfungsi sebagai instrumen regulatif yang menyeluruh untuk mengevaluasi keabsahan transaksi jual beli, termasuk dalam konteks elektronik. Fatwa ini memberikan definisi operasional yang tegas mengenai berbagai bentuk jual beli, termasuk akad salam yang relevan dengan e-commerce. Dalam pokok bahasannya, fatwa menetapkan bahwa "Akad Jual Beli adalah akad antara penjual dan pembeli yang mengakibatkan berpindahnya kepemilikan obyek yang dipertukarkan dan harga" (Inuddanis & Santika, 2024).

Poin-poin penting dalam Fatwa No. 110/DSN-MUI/IX/2017 yang berkaitan dengan e-commerce meliputi: (1) Pengakuan terhadap berbagai bentuk akad jual beli (musawamah, amanah, muzayadah, salam, istishna', murabahah, dan lainnya); (2) Penetapan syarat-syarat kejelasan barang, harga, dan spesifikasi produk untuk

menghindari gharar; (3) Pengaturan mengenai akad elektronik yang memungkinkan ijab-qabul dilakukan melalui media digital; dan (4) Penegasan tentang larangan praktik yang mengandung unsur riba, gharar, maysir, dan unsur-unsur haram lainnya.

Penelitian terbaru menunjukkan bahwa Fatwa No. 110/DSN-MUI/IX/2017 menegaskan bahwa konsep jual beli yang berlangsung melalui platform digital atau media elektronik dianggap sebagai "ittihad al-majlis" (dalam posisi satu majelis), sehingga akad dalam jual beli elektronik dapat dinyatakan sah sesuai dengan ketentuan fiqh muamalah (Ma'rifah, 2021). Fatwa ini juga mengakui bahwa akad elektronik memiliki keabsahan hukum yang setara dengan akad tradisional, selama memenuhi rukun dan syarat yang ditentukan dalam Islam.

Fatwa No. 116/DSN-MUI/IX/2017 mengenai Uang Elektronik (E-Money)

Fatwa DSN-MUI Nomor 116 Tahun 2017 mengenai Uang Elektronik Syariah mengatur pemanfaatan uang digital dalam transaksi e-commerce dan pembayaran digital. Fatwa ini menetapkan bahwa "Uang Elektronik adalah alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur: (a) Diterbitkan berdasarkan nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit; (b) Jumlah nominal uang disimpan secara elektronik dalam suatu media yang terdaftar; (c) Digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik" (Inuddanis & Santika, 2024).

Fokus utama dalam Fatwa No. 116/DSN-MUI/IX/2017 adalah penetapan jenis akad yang dapat diterapkan dalam penyelenggaraan uang elektronik syariah. Fatwa ini membedakan antara dua status dana yang ditempatkan oleh pengguna pada dompet digital:

Status Wadi'ah (Titipan): Apabila penerbit uang elektronik tidak memanfaatkan dana pengguna, maka dana tersebut berstatus wadi'ah (titipan). Dalam hal ini, "tidak boleh digunakan oleh penerbit, kecuali dengan izin pemegang uang elektronik. Jika digunakan, maka akad titipan berubah menjadi qardh" (Lintang Fitriana, 2025). Dalam status wadi'ah murni, penerbit tidak berhak memberikan diskon atau keuntungan dari pemanfaatan dana tersebut.

Status Qardh (Pinjaman): Jika penerbit memanfaatkan dana pengguna, status dana berubah menjadi qardh (pinjaman). Dalam hal ini, "penerbit dapat menggunakan uang utang dari pemegang kartu sesuai dengan cara yang halal dan legal, dan penerbit wajib mengembalikan jumlah pokok piutang pemegang uang elektronik kapan saja sesuai kesepakatan" (Ummah, 2019).

Aspek khusus yang diatur dalam Fatwa No. 116/DSN-MUI/IX/2017 mencakup ketentuan tentang diskon dan cashback dalam penggunaan uang elektronik. Berdasarkan analisis yang merujuk pada fatwa tersebut, diskon diperbolehkan dalam syariah jika memenuhi syarat-syarat berikut: "(a) digunakan

oleh penerbit dengan diskon yang diberikan atas inisiatif penerbit (tanpa syarat), dan (b) tidak digunakan oleh penerbit uang digital" (Ma'rifah, 2021).

Sebaliknya, "jika digunakan oleh penerbit, dengan diskon yang dipersyaratkan, maka menjadi riba." Ini berarti bahwa jika pengguna melakukan top-up dengan harapan mendapatkan diskon yang dijanjikan, dan penerbit memberikan diskon secara konsisten sebagai bagian dari akad, maka diskon tersebut termasuk dalam kategori riba karena melibatkan transaksi utang-piutang dengan penambahan nilai yang dipersyaratkan.

Fatwa ini juga menekankan bahwa "Penyelenggaraan dan penggunaan uang elektronik harus terhindar dari transaksi yang ribawi, gharar, maysir, tadlis, risywah, dan israf; serta transaksi atas objek yang haram atau maksiat." Selain itu, "Jumlah nominal uang elektronik yang ada pada penerbit harus disimpan di bank syariah; dan dalam hal kartu yang digunakan sebagai media uang elektronik hilang, jumlah nominal uang yang ada di penerbit tidak boleh hilang" (Ma'rifah, 2021).

Dalam era transformasi digital, penerapan prinsip keadilan dan transparansi menjadi semakin penting. (Inuddanis & Santika, 2024) menyatakan bahwa "Prinsip keadilan dalam hukum syariah memiliki dimensi yang luas. Para pihak yang terlibat harus melakukan transaksi dengan transparansi dan kejujuran untuk memastikan tidak ada yang dirugikan." Dalam konteks e-commerce, prinsip keadilan diterapkan melalui: (1) penetapan harga yang sebanding dengan kualitas barang; (2) transparansi informasi produk yang lengkap dan akurat; (3) kejelasan mengenai biaya tambahan atau ketentuan khusus; dan (4) perlindungan hak-hak konsumen melalui mekanisme khiyar (hak untuk membatalkan atau menerima).

Penelitian menunjukkan bahwa "prinsip-prinsip keadilan transaksional dalam Islam menuntut adanya kejelasan informasi, kerelaan dalam akad, kejujuran, dan perlindungan hak-hak konsumen" (Budiutono, 2023). Dalam praktik e-commerce yang kompleks, prinsip-prinsip ini harus diadaptasi untuk mengatasi risiko baru seperti algoritma yang tidak transparan, penggunaan data pribadi secara tersembunyi, dan kontrak baku yang memberikan keuntungan tidak seimbang kepada penyedia platform.

Fiqh muamalah telah menunjukkan sifat adaptif dan fleksibel dalam menghadapi perubahan zaman. (Adil Alfarizi Nst & Imsar Imsar, 2025) menekankan bahwa "Fiqh muamalah bersifat dinamis karena mampu beradaptasi dengan perkembangan zaman tanpa kehilangan substansi ajarannya." Dalam konteks ekonomi digital, fiqh muamalah memiliki relevansi yang tinggi karena: (1) dapat mengakomodasi berbagai bentuk akad baru yang muncul akibat inovasi teknologi; (2) memberikan prinsip-prinsip etika yang kuat untuk transaksi digital; (3) menyediakan mekanisme perlindungan konsumen melalui konsep hak pilih dan

khiyar; dan (4) mencegah praktik-praktik eksploitatif yang dapat muncul dari asimetri informasi dalam transaksi digital.

Penelitian yang komprehensif menunjukkan bahwa "transaksi jual beli online dapat diterima selama substansi akad tetap sesuai dengan nilai-nilai syariah, sehingga fiqh muamalah mampu memberikan solusi praktis terhadap tantangan ekonomi digital modern" (Adil Alfarizi Nst & Imsar Imsar, 2025). Hal ini membuktikan bahwa Islam dan hukum syariah tidak menolak inovasi teknologi, melainkan memberikan pedoman dan panduan normatif agar transaksi tetap adil, jujur, dan berkah bagi semua pihak yang terlibat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan rancangan studi kepustakaan (library research) yang berfokus pada analisis teks dan dokumen. Berbeda dengan penelitian lapangan yang melibatkan subjek manusia sebagai obyek penelitian, studi kepustakaan memposisikan teks/dokumen sebagai obyek utama analisis. Menurut (Fahriana Nurrisaa, Dina Herminab, 2025), penelitian kualitatif studi kepustakaan dilaksanakan melalui penghimpunan sumber kepustakaan, baik primer maupun sekunder, yang kemudian diklasifikasi berdasarkan formula penelitian, diproses melalui pengutipan referensi, dan diinterpretasi hingga menghasilkan pengetahuan. Pendekatan ini dipandang sebagai metode yang tepat untuk menggali makna dan pemahaman mendalam tentang fenomena yang dikaji, tanpa memerlukan penelitian lapangan atau keterlibatan langsung dengan responden.

Penelitian kualitatif memiliki karakteristik khusus yang membedakannya dari penelitian kuantitatif. Sebagaimana dikemukakan oleh (Albar et al., 2024), penelitian kualitatif adalah metodologi untuk penyelidikan ilmiah yang menekankan kedalaman dan kekayaan konteks dalam memahami fenomena sosial. Penelitian ini bersifat konstruktif atau interpretatif, bertujuan mengungkap "apa," "mengapa," "kapan," "di mana," "siapa," dan "bagaimana" di balik suatu fenomena, bukan sekadar mengkuantifikasi kejadian. Dengan demikian, penelitian kualitatif studi kepustakaan memungkinkan peneliti untuk melakukan investigasi mendalam terhadap aturan, prinsip, dan nilai-nilai yang terkandung dalam dokumen tertulis tanpa harus meninggalkan ruang kerja.

Sumber Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data, yakni sumber primer dan sekunder. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah dokumen "Syarat dan Ketentuan" (Terms of Service) yang diunduh langsung dari website resmi platform marketplace terkemuka di Indonesia, seperti Tokopedia, Shopee, dan/atau marketplace lainnya. Dokumen ini dipilih karena mencerminkan komitmen

platform terhadap prinsip-prinsip transaksi dan perlindungan konsumen, serta mengatur hubungan kontraktual antara platform, penjual, dan pembeli dalam ekosistem e-commerce.

Sumber data sekunder meliputi: pertama, literatur akademik dalam bentuk buku teks Fiqh Muamalah dan literatur hukum ekonomi Islam yang membahas prinsip-prinsip transaksi, kontrak, dan etika bisnis dalam perspektif Syariah; kedua, jurnal ilmiah sejenis yang diterbitkan dalam lima tahun terakhir (2020-2025) yang membahas isu-isu terkait e-commerce, Fiqh Muamalah, analisis regulasi platform digital, dan kepatuhan Syariah terhadap transaksi online; ketiga, Fatwa DSN-MUI (Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia), khususnya Fatwa No. 144/DSN-MUI/XI/2021 tentang Murabahah dan Fatwa No. 146/DSN-MUI/XI/2021 tentang Online Shop Berdasarkan Prinsip Syariah (Fahriana Nurrisaa, Dina Herminab, 2025), yang menjadi acuan normatif dalam mengevaluasi kepatuhan aturan platform terhadap prinsip-prinsip Syariah. Penggunaan sumber sekunder ini memastikan bahwa analisis didukung oleh otoritas akademik dan religius yang terkemuka serta data terkini tentang perkembangan hukum ekonomi Islam dalam konteks digital.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui penelaahan kepustakaan yang mendalam dan sistematis. Tahapan pertama melibatkan identifikasi dan pengumpulan dokumen Syarat dan Ketentuan dari platform e-commerce yang dipilih, yang kemudian dikompilasi dan diorganisir berdasarkan tema dan topik penelitian (Bijker et al., 2024). Tahapan kedua adalah pengumpulan literatur sekunder melalui pencarian sistematis dalam basis data akademik, jurnal online, dan repositori resmi, dengan fokus pada publikasi dalam lima tahun terakhir yang relevan dengan Fiqh Muamalah, e-commerce, dan kepatuhan Syariah. Ketiga, pengumpulan fatwa DSN-MUI dan dokumen normatif lainnya yang berhubungan dengan transaksi digital dan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Strategi pencarian data dirancang untuk memastikan komprehensivitas dan relevansi terhadap pertanyaan penelitian, dengan menggunakan kata kunci yang spesifik dan terukur.

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan dua teknik analisis utama yang saling melengkapi untuk menghasilkan pemahaman yang komprehensif:

Content Analysis, analisis isi merupakan teknik analisis data yang digunakan untuk mengidentifikasi pola, tema, dan makna yang terkandung dalam dokumen. Menurut (Bijker et al., 2024), content analysis adalah metode sistematis yang berusaha meringkas dan mendeskripsikan pola dalam data tekstual, visual, atau audio, serta memfasilitasi pemahaman tentang konten dan makna data tersebut.

Dalam konteks penelitian ini, analisis isi diterapkan untuk menguraikan dan mengidentifikasi aturan-aturan, ketentuan-ketentuan, dan mekanisme yang berlaku dalam Syarat dan Ketentuan platform marketplace. Proses analisis ini melibatkan pembacaan cermat terhadap dokumen untuk mengidentifikasi satuan makna (*meaning units*), mengkodifikasi data berdasarkan tema yang relevan dengan Fiqh Muamalah, dan mengorganisir kode-kode tersebut ke dalam kategori-kategori yang diskret dan saling eksklusif.

Lebih lanjut, sebagaimana diuraikan oleh (Zahrah & Darmastuti, 2024)(Bijker et al., 2024), analisis isi dalam konteks penelitian kepustakaan bertujuan untuk mengidentifikasi pola dan tema dari teks, dengan fokus pada kolektif dan bukan pada interpretasi individual. Dalam hal ini, peneliti akan menganalisis bagaimana platform marketplace mengatur aspek-aspek penting seperti kesepakatan kontrak, hak dan kewajiban penjual serta pembeli, mekanisme pembayaran, pengiriman, penyelesaian sengketa, serta larangan dan pembatasan transaksi tertentu. Analisis ini juga mencakup identifikasi elemen-elemen yang mengandung risiko tidak sesuai dengan Syariah, seperti ketidakjelasan (*gharar*), kemungkinan riba, atau eksploitasi (*zulm*).

Comparative Analysis, analisis komparatif adalah teknik yang melibatkan perbandingan antara dua atau lebih fenomena, teks, atau sistem untuk mengidentifikasi kesamaan, perbedaan, dan pola relasional. Dalam penelitian ini, analisis komparatif digunakan untuk membandingkan aturan dan mekanisme yang berlaku dalam Syarat dan Ketentuan platform marketplace dengan prinsip-prinsip dan ketentuan yang terdapat dalam Fatwa DSN-MUI, literatur Fiqh Muamalah, dan norma-norma hukum ekonomi Islam (Fahriana Nurrisaa, Dina Herminab, 2025).

Proses analisis komparatif dilakukan secara sistematis melalui beberapa tahapan. Pertama, identifikasi aspek-aspek kunci dalam aturan platform yang akan dibandingkan dengan norma Syariah. Kedua, ekstraksi prinsip-prinsip Syariah yang relevan dari sumber sekunder, khususnya dari Fatwa DSN-MUI yang telah diterbitkan. Ketiga, pelaksanaan perbandingan secara paralel antara kedua kategori sumber untuk mengidentifikasi tingkat keselarasan (*conformity*), deviasi (*deviation*), atau kekosongan regulasi (*regulatory gap*). Keempat, interpretasi terhadap hasil perbandingan untuk menarik kesimpulan mengenai sejauh mana aturan platform marketplace telah mengadopsi dan mengimplementasikan prinsip-prinsip Syariah atau, sebaliknya, masih mengandung elemen-elemen yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam (Chand, 2025).

Penelitian kualitatif seperti ini memerlukan perhatian khusus terhadap kredibilitas dan validitas temuan. Upaya untuk memastikan *trustworthiness* dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan melalui triangulasi (menggabungkan berbagai metode pengumpulan data), validitas internal melalui interpretasi yang cermat,

dependabilitas (ketergantungan) melalui audit trail yang transparan, dan transferabilitas melalui penjelasan konteks yang jelas (Albar et al., 2024). Dalam penelitian ini, validitas diperkuat melalui: pertama, cross-referencing antara berbagai sumber sekunder untuk memverifikasi data yang dikumpulkan; kedua, systematic coding dan re-checking terhadap interpretasi data untuk meminimalkan bias peneliti; ketiga, penggunaan framework teoritis yang jelas dari Fiqh Muamalah dan hukum ekonomi Islam sebagai pedoman analisis (Ahmad Khaerul, Ahmad Khoirul Anam Assafi'i, Munawaroh, Naiela Nur Syarifah, Najwa Arsy Zahwara, Uma Mufida, 2024).

Keunggulan metode penelitian ini terletak pada kemampuannya untuk menghadirkan analisis mendalam terhadap ekosistem e-commerce Indonesia dari perspektif hukum Islam tanpa memerlukan studi lapangan yang memakan waktu dan biaya. Penelitian kepustakaan ini memungkinkan peneliti untuk menggali makna substantif dari teks dan dokumen, mengidentifikasi konsistensi dan inkonsistensi antara praktik bisnis digital dengan norma Syariah, serta memberikan rekomendasi berbasis bukti untuk perbaikan regulasi dan kepatuhan Syariah di platform e-commerce (Albar et al., 2024). Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan kerangka kerja hukum ekonomi Islam yang responsif terhadap transformasi digital dan kepentingan konsumen Muslim di Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Mekanisme Transaksi

Mekanisme standar belanja online pada platform e-commerce, jika dilihat dari perspektif fiqh muamalah, pada dasarnya merupakan rangkaian akad yang saling terkait mulai dari tahap penawaran hingga penyelesaian pembayaran (settlement). Pola umum yang ditemukan di berbagai marketplace adalah sebagai berikut.

Pertama, pemilihan produk (display). Penjual menampilkan katalog barang melalui foto, deskripsi, spesifikasi teknis (warna, ukuran, bahan, varian), stok, serta harga. Pada tahap ini secara fiqh terjadi ijab dalam bentuk penawaran barang beserta syarat-syaratnya, sebagaimana ditegaskan dalam Fatwa DSN-MUI tentang Online Shop Berdasarkan Prinsip Syariah bahwa ijab terjadi ketika penjual menawarkan dan memasarkan barang/jasa melalui platform online (*Fatwa Dewan Syariah Nasional No: 20/DSN-MUI/IV/2001 Tentang Pedoman Pelaksanaan Investasi Untuk Reksa Dana Syariah*, 2001). Penekanan pada kejelasan objek akad (ma'qud 'alaih) – jenis, kualitas, kuantitas, dan harga – merupakan implementasi prinsip ma'lûm dalam fiqh muamalah untuk menghindari gharar (Cindy Ainurrohmah, Angga Aditya Cahyono, 2024).

Kedua, checkout dan pembayaran melalui pihak ketiga/aplikasi. Setelah memilih produk dan menyetujui harga serta ketentuan pengiriman, konsumen menekan tombol “beli”, “checkout”, atau “setuju”, kemudian memilih metode pembayaran: transfer bank, kartu, atau e-wallet. Dalam perspektif fiqh, tindakan klik tersebut dipandang sebagai qabul yang menyempurnakan akad, karena merupakan ekspresi kerelaan (antarāḍin) yang secara eksplisit diakui ulama kontemporer sebagai bentuk sighat non-verbal atau akad mu’āthah dalam konteks digital (Ulum & Mun, 2025). DSN-MUI menegaskan bahwa ijab qabul dalam online shop sah selama dilaksanakan dalam satu “majelis akad” virtual melalui sarana elektronik yang tersedia di platform (*Fatwa Dewan Syariah Nasional No: 20/DSN-MUI/IV/2001 Tentang Pedoman Pelaksanaan Investasi Untuk Reksa Dana Syariah*, 2001).

Ketiga, pengiriman dan penerimaan barang. Setelah pembayaran terkonfirmasi, penjual atau jasa logistik mengirimkan barang sesuai alamat dan estimasi waktu yang disepakati. Pada tahap ini, kewajiban penyerahan barang (taslīm al-mabī’) mulai dijalankan. Hasil penelitian tentang penerapan akad salam di marketplace (misalnya Shopee) menunjukkan bahwa mayoritas konsumen menilai barang yang diterima telah sesuai deskripsi dan spesifikasi yang dijanjikan, dengan tingkat kesesuaian mencapai lebih dari 80–90%, meskipun masih terdapat sebagian kecil kasus keterlambatan pengiriman atau ketidaksesuaian barang (Mohune et al., 2023).

Keempat, pelepasan dana ke penjual (settlement). Umumnya dana yang dibayarkan pembeli tidak langsung masuk ke rekening penjual, tetapi terlebih dahulu ditahan oleh platform sebagai rekening penampung (escrow). Dana baru disalurkan ke penjual setelah sistem mencatat barang “diterima” atau masa komplain berakhir. Skema ini secara fiqh dapat dipahami sebagai mekanisme penjagaan hak kedua belah pihak dan penguatan hak khiyar bagi konsumen, karena pembeli masih dapat mengajukan komplain atau retur ketika barang tidak sesuai, sebelum dana benar-benar “fixed” menjadi milik penjual (ANWAR, 2024).

Secara umum, rantai transaksi ini menunjukkan bahwa praktik e-commerce modern telah mengadopsi prinsip-prinsip dasar fiqh muamalah yang menekankan kejelasan objek, kerelaan para pihak, dan perlindungan konsumen, sebagaimana garis besar fiqh yang dijelaskan oleh tokoh-tokoh seperti Amir Syarifuddin, Ahmad Wardi Muslich, dan Hendi Suhendi mengenai ruang lingkup muamalah madiyah (kebendaan) dan adabiyah (tata cara akad)(Sutisna, 2020).

Kesesuaian Akad

Isu utama dalam jual beli online adalah: apakah transaksi sah ketika pembeli tidak melihat barang secara langsung dan barang belum ada di hadapan ketika akad terjadi?

Dalam fiqh klasik, kondisi ini sejalan dengan karakteristik akad salam, yaitu jual beli di mana pembayaran dilakukan di muka, sedangkan barang diserahkan kemudian pada waktu yang disepakati dan dengan spesifikasi yang jelas (Erizal, 2025). Penelitian-penelitian terkini (2020–2025) tentang penerapan akad salam dalam jual beli online menegaskan bahwa: salam adalah kontrak yang membolehkan pembayaran di awal dan penyerahan barang di kemudian hari, asalkan barang dapat dideskripsikan secara rinci (jenis, ukuran, kualitas, jumlah, dan waktu penyerahan yang pasti) (Rozalina Mirwan et al., 2025). Mayoritas ulama kontemporer membolehkan penerapan salam pada transaksi online dan pre-order sepanjang terpenuhi rukun dan syarat salam, terutama aspek kejelasan spesifikasi dan tenggat penyerahan (Akbar, 2018). Studi kasus di marketplace seperti Shopee menunjukkan bahwa kesesuaian barang dengan spesifikasi yang dideskripsikan di aplikasi relatif tinggi, sehingga potensi gharar menjadi minimal (Mohune et al., 2023).

Dalam literatur fiqh muamalah, syarat sah salam menuntut agar objek pesanan (al-muslim fih) harus ma'lūm dari segi jenis, kualitas, kuantitas, dan waktu penyerahan, sehingga ketidakpastian (gharar) dapat dihindari (Erizal, 2025). Buku-buku fiqh muamalah yang menjadi rujukan utama di Indonesia, seperti karya Hendi Suhendi dan Ahmad Wardi Muslich, menggarisbawahi bahwa kejelasan spesifikasi barang merupakan kunci legitimasi berbagai bentuk jual beli pesanan, termasuk salam dan istishna', selama tidak mengandung unsur penipuan dan ketidakjelasan yang berlebihan (Ningsih, 2021).

Dalam konteks e-commerce, fitur foto produk, deskripsi rinci, pilihan varian warna/ukuran, rating, dan ulasan konsumen berperan sebagai instrumen penghapus gharar, karena pembeli dapat mengetahui karakteristik barang dengan cukup jelas sebelum akad. Hal ini selaras dengan hasil kajian tentang salam dalam jual beli online yang menyimpulkan bahwa: kejelasan deskripsi produk di platform online dapat memenuhi syarat "ma'lūm al-shifah" dalam salam (Cindy Ainurrohman, Angga Aditya Cahyono, 2024). Selama harga, spesifikasi, dan waktu pengiriman telah disepakati di awal, maka akad sah dan tidak termasuk jual beli gharar yang dilarang (Reza et al., 2025).

Dengan demikian, jual beli online tetap sah meskipun pembeli tidak melihat barang secara fisik, selama: spesifikasi barang dijelaskan dengan rinci dan tidak menyesatkan, harga dan jumlah disepakati secara jelas, dan waktu penyerahan barang ditentukan. Prinsip ini sejalan dengan kerangka akad salam dan garis besar fiqh muamalah yang dijelaskan oleh Amir Syarifuddin dalam pembahasan rukun dan syarat jual beli yang menolak gharar namun memberi ruang bagi transaksi pesanan selama syarat kejelasan dipenuhi (Erizal, 2025).

Ijab Qabul Digital

Isu berikutnya adalah: apakah akad sah tanpa adanya ucapan lisan “saya jual” dan “saya beli”, ketika ijab qabul hanya dilakukan lewat klik tombol di aplikasi? Dalam fiqh klasik menempatkan ijab qabul sebagai ekspresi kerelaan dua belah pihak (ridha) yang dapat diwujudkan dalam bentuk lisan, tulisan, maupun isyarat bagi yang tidak mampu berbicara. Banyak ulama juga mengakui praktik akad al-mu’āthah, yaitu transaksi yang terjadi hanya dengan saling serah-terima tanpa lafaz lisan eksplisit, terutama untuk barang-barang yang secara adat biasa diperjualbelikan tanpa formalitas panjang (RIJANI et al., 2023).

Kajian-kajian fiqh muamalah kontemporer tentang jual beli online dan akad elektronik menunjukkan beberapa poin penting: jual beli online menegaskan bahwa ijab qabul dalam transaksi elektronik dapat dilaksanakan melalui tulisan, formulir digital, atau tindakan klik “setuju/checkout” selama hal itu dalam ‘urf (kebiasaan) dipahami sebagai persetujuan dan kerelaan (Arangga et al., 2023). Imam An-Nawawi dan sejumlah ulama Syafi’iyah membenarkan jual beli mu’āthah selama dalam kebiasaan masyarakat tindakan tersebut dimaknai sebagai jual beli, tanpa mensyaratkan lafaz tertentu (Latifah & Suadi, 2025).

Penelitian tentang transformasi akad jual beli syariah pada bisnis modern menegaskan bahwa pergeseran dari sighat verbal ke bentuk non-verbal dan digital (klik “checkout”, “I agree”) dianggap sah oleh mayoritas ulama kontemporer berdasarkan kaidah ‘urf dan prinsip kerelaan (antaraḍin) (Mada & Indonesia, 2025).

Fatwa DSN-MUI tentang Online Shop Berdasarkan Prinsip Syariah bahkan secara eksplisit menyatakan bahwa: Ijab terjadi ketika pedagang menawarkan dan memasarkan barang/jasa melalui platform. Qabul terjadi saat pelanggan menyatakan pembelian, yang dalam konteks digital dapat berbentuk klik pada tombol pemesanan/pembelian. Ijab qabul dilakukan dalam satu majelis akad melalui sarana yang tersedia di platform online shop (majelis virtual) (*Fatwa Dewan Syariah Nasional No: 20/DSN-MUI/IV/2001 Tentang Pedoman Pelaksanaan Investasi Untuk Reksa Dana Syariah*, 2001).

Dengan demikian, tombol “beli”, “checkout”, atau persetujuan terhadap syarat dan ketentuan (terms & conditions) dapat dianalisis sebagai Bentuk akad mu’āthah digital, karena kerelaan kedua pihak diketahui dari tindakan nyata (klik, pengisian data, konfirmasi) (Ulum & Mun, 2025). Bentuk sighat tertulis/elektronik yang sah, karena fiqh tidak membatasi ijab qabul hanya pada lafaz lisan tertentu; tulisan dan perbuatan yang secara adat dipahami sebagai penerimaan juga diakui sepanjang memenuhi unsur kerelaan dan tidak mengandung penipuan (Rizki, 2024).

Dengan landasan ini, ketiadaan kalimat lisan “saya jual” “saya beli” tidak membatalkan akad. Syarat sah akad terpenuhi jika: Platform menampilkan informasi barang dan harga secara jelas (ijab). Pengguna secara sadar dan sukarela menekan tombol “setuju/checkout” dan melakukan pembayaran (qabul). Tidak

ada unsur paksaan, tadlis (penipuan), atau gharar yang berlebihan dalam prosesnya (RIJANI et al., 2023). Analisis ini konsisten dengan karakter fiqh muamalah yang bersifat ta'aqquliyah (rasional) dan terbuka terhadap perubahan media akad sepanjang substansi kerelaan, kejelasan, dan keadilan terjaga, sebagaimana ditekankan dalam buku-buku fiqh muamalah kontemporer dan teks pengantar fiqh muamalah (Hariman Surya Siregar, 2019).

E-Wallet dan Isu Riba

Bagian paling krusial dari transaksi modern adalah sistem pembayaran digital, khususnya penggunaan e-wallet yang sering disertai diskon, cashback, dan promo bebas ongkir. Pertanyaannya: apakah diskon atau cashback e-wallet berpotensi riba?

Fatwa DSN-MUI No. 116/DSN-MUI/IX/2017 tentang Uang Elektronik Syariah menjadi rujukan utama dalam menjawab isu ini. Fatwa tersebut menjelaskan bahwa: Uang elektronik dapat menggunakan akad wadi'ah (titipan) jika saldo tidak digunakan oleh penerbit; atau qardh (pinjaman) jika saldo digunakan oleh penerbit (Izzan & Piandi, 2022). Bila akadnya qardh, maka penerbit berkewajiban mengembalikan pokok utang dan tidak boleh memberikan tambahan (manfaat) yang disyaratkan karena termasuk riba (Firdiyanti, 2021).

Penelitian-penelitian terbaru (2020–2024) tentang diskon dan cashback e-wallet mengembangkan analisis sebagai berikut: Studi tentang diskon dan cashback GoPay menunjukkan bahwa jika dana konsumen diposisikan sebagai titipan murni (wadi'ah) dan tidak digunakan penerbit, maka diskon yang diberikan oleh penerbit atau merchant dapat dipandang sebagai ju'alah (bonus/promosi) yang halal, selama tidak disyaratkan atas dasar pinjaman dan tidak mengandung kewajiban mengembalikan dengan lebih (Firdiyanti, 2021).

Pendapat lain, seperti penelitian tentang keabsahan akad Go-Pay dalam perspektif fiqh muamalah, menyimpulkan bahwa struktur dompet digital tertentu lebih dekat kepada akad qardh. Dalam kerangka ini, pemberian diskon atau potongan harga yang dijanjikan karena menggunakan saldo Go-Pay dipandang bermasalah, karena menyerupai tambahan manfaat atas pinjaman yang termasuk riba (Ferly et al., 2024).

Analisis fikih terhadap cashback e-commerce menegaskan pembedaan antara diskon di muka (pengurangan harga langsung dari penjual/merchant) dan cashback di belakang (pengembalian dalam bentuk saldo digital/point). Diskon yang murni strategi harga dari merchant – tidak terkait sifat utang–dapat dikategorikan sebagai ju'alah dan dibolehkan. Namun bila promo dikaitkan dengan status saldo mengendap sebagai pinjaman kepada penerbit, maka berpotensi riba (Firdiyanti, 2021).

Pandangan pakar seperti Oni Sahroni (DSN-MUI) tentang dompet elektronik syariah menggarisbawahi beberapa batasan penting: Diskon, cashback, dan bebas ongkir idealnya diberikan oleh merchant, bukan sebagai imbalan atas dana mengendap yang dipinjam penerbit. Jika dana pengguna disimpan di bank syariah dan promo dikonstruksi sebagai strategi pemasaran (budget marketing) dari merchant atau penerbit tanpa syarat tambahan atas pinjaman, maka transaksi dapat terhindar dari riba dan dikategorikan sebagai ju'alah.

Berdasarkan sintesis temuan tersebut, posisi analitis yang dapat dirumuskan adalah berpotensi riba, apabila: Struktur e-wallet secara substantif adalah akad qardh (saldo dipakai penerbit), diskon/cashback diberikan dengan syarat konsumen menyimpan atau meminjamkan saldo dalam jumlah dan periode tertentu, tambahan manfaat tersebut diposisikan sebagai keistimewaan karena status "pemberi pinjaman", sehingga secara substansi mirip "pinjam Rp X, dapat tambahan Rp Y" (Ferly et al., 2024).

Cenderung halal sebagai ju'alah/marketing, apabila: Promo adalah murni strategi pemasaran yang tidak dikaitkan dengan imbalan atas utang, diskon berasal dari merchant (atau dari anggaran promosi penerbit) tanpa hubungan sebab-akibat dengan kewajiban mengembalikan lebih, pengguna bebas memanfaatkan atau tidak memanfaatkan saldo tanpa konsekuensi imbalan wajib tertentu (Rizki, 2024).

Oleh karena itu, peneliti dan praktisi perlu sangat cermat membaca klausul Terms & Conditions (T&C) promosi e-wallet. Jika T&C secara eksplisit menghubungkan promo dengan status saldo sebagai pinjaman (misalnya syarat saldo mengendap minimal X untuk mendapat tambahan Y yang bersifat kompensasi atas penggunaan dana), maka indikasi riba menjadi kuat. Bila T&C menegaskan bahwa promo adalah insentif transaksi (price discount) tanpa ikatan pinjaman – misalnya diskon hanya berlaku saat pembayaran, tidak terkait lamanya saldo mengendap – maka lebih dekat pada ju'alah yang dibolehkan.

Pendekatan hati-hati ini sejalan dengan kaidah fiqh muamalah bahwa pada dasarnya semua muamalah mubah kecuali yang secara tegas dilarang, namun setiap pola pemberian manfaat yang melekat pada pinjaman wajib dihindari karena berpotensi riba, sebagaimana digariskan dalam buku-buku fiqh muamalah klasik dan kontemporer (Hariman Surya Siregar, 2019).

Perlindungan Konsumen (Khiyar)

Aspek terakhir yang penting dalam jual beli online adalah perlindungan konsumen, khususnya melalui fitur "komplain/retur", "refund", atau "pengembalian barang". Dalam fiqh muamalah, mekanisme ini berkaitan erat dengan hak khiyar, terutama khiyar 'aib (hak pembatalan karena cacat barang) dan khiyar ru'yah (hak setelah melihat barang).

Penelitian-penelitian terkini (2020–2025) tentang khiyar dan perlindungan konsumen dalam e-commerce menunjukkan beberapa poin utama. Studi tentang hak khiyar dalam belanja online produk elektronik menegaskan bahwa misinformasi produk, ketidaksesuaian deskripsi, dan kurangnya transparansi kebijakan retur sering merugikan konsumen. Karena itu, penegakan hak khiyar sangat penting untuk menjaga kepercayaan dan keadilan transaksi di era digital (M. Widiastuti, 2024). Artikel-artikel tentang perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce perspektif hukum Islam menyatakan bahwa konsumen memiliki hak untuk mengembalikan barang yang tidak sesuai deskripsi, mengganti, atau menerima kompensasi, sejalan dengan konsep khiyar dalam fiqh (Rizki, 2024). Penelitian mengenai sistem retur dalam jual beli perspektif fiqh muamalah menilai bahwa retur sebenarnya adalah bentuk praktis dari khiyar 'aib; pembeli berhak mengembalikan atau menukar barang cacat dalam jangka waktu yang disepakati, demi mewujudkan keadilan dan kemaslahatan dalam transaksi (Safera, 2025).

Fiqh klasik memformulasikan beberapa jenis khiyar yang sangat relevan dengan fitur-fitur e-commerce:

Khiyar majelis: hak membatalkan akad selama para pihak masih dalam satu majelis. Dalam konteks digital, sejumlah peneliti mengadaptasikannya sebagai masa diskusi/konfirmasi sebelum transaksi dianggap final, misalnya sebelum menekan tombol “konfirmasi penerimaan barang” (M. Widiastuti, 2024).

Khiyar syarat: hak pembatalan dalam jangka waktu tertentu yang disepakati di awal. Ini tercermin dalam kebijakan “7 days return”, “15 days refund”, dan sejenisnya yang ditetapkan platform atau penjual (Devica, 2023).

Khiyar ru'yah: hak membatalkan setelah melihat barang jika tidak sesuai ekspektasi wajar. Relevan dengan pola belanja online, karena pembeli baru benar-benar “melihat” barang setelah diterima (Nurjannah et al., 2023).

Khiyar 'aib: hak membatalkan atau meminta penggantian bila barang ternyata cacat atau tidak sesuai deskripsi. Hal ini identik dengan menu “komplain”, “refund”, atau “return” dalam aplikasi, ketika pembeli menemukan barang rusak/cacat atau berbeda dari yang dijanjikan (Safera, 2025).

Laporan-laporan penelitian tentang praktik retur di marketplace menunjukkan bahwa, platform yang menyediakan sistem retur dan pengembalian dana dengan prosedur jelas lebih sejalan dengan prinsip khiyar dalam fiqh, karena memberi ruang bagi pembeli untuk memilih antara melanjutkan atau membatalkan akad saat menemukan cacat atau ketidaksesuaian barang (Vandawat et al., 2024). Sebaliknya, praktik penolakan retur secara sepihak oleh penjual, atau pembatasan hak komplain tanpa alasan yang sah, dipandang bertentangan dengan prinsip perlindungan konsumen dalam fiqh muamalah dan membuka peluang kezhaliman (Devica, 2023).

Dari sisi regulasi syariah kontemporer, kajian tentang fatwa DSN-MUI No. 146/DSN-MUI/IX/2021 tentang Online Shop menegaskan bahwa penjual wajib memberikan informasi yang benar dan tidak menutup-nutupi cacat barang, serta wajib menyediakan mekanisme penyelesaian sengketa yang adil dalam hal ketidaksesuaian barang (Safitri & Suparmin, 2025). Hal ini sejalan dengan karakter fiqh muamalah sebagaimana diuraikan Hendi Suhendi dan Ahmad Wardi Muslich, yang menempatkan jujur, amanah, dan tidak merugikan pihak lain sebagai asas etika bisnis Islam (Ningsih, 2021).

Dengan demikian, fitur komplain/retur di aplikasi e-commerce pada dasarnya merupakan implementasi nyata dari konsep khiyar dalam fiqh, khususnya khiyar 'aib dan khiyar ru'yah. Semakin kuat dan jelas pengaturan fitur ini (prosedur jelas, batas waktu wajar, bukti mudah diunggah, pilihan ganti barang atau refund), semakin tinggi pula tingkat kesesuaian praktik e-commerce tersebut dengan prinsip perlindungan konsumen dalam Islam.

PENUTUP

Berdasarkan analisis yang mendalam mengenai struktur transaksi e-commerce yang dipadukan dengan prinsip fiqh muamalah serta Fatwa DSN-MUI, penelitian ini menyimpulkan bahwa mekanisme jual beli online di Indonesia pada dasarnya memiliki dasar syariah yang kuat melalui konstruksi akad Bai' as-Salam. Keabsahan transaksi ini tidak diragukan lagi selama platform dapat menghilangkan unsur ketidakjelasan (gharar) dengan menyajikan informasi spesifikasi barang – seperti jenis, kualitas, dan kuantitas – secara transparan dan akurat. Hal ini menegaskan bahwa ketiadaan fisik barang di hadapan pembeli saat akad berlangsung (majlis akad) tidak membatalkan transaksi, asalkan kriteria barang telah terdefinisi dengan jelas sesuai dengan yang diatur dalam Fatwa DSN-MUI No. 110/DSN-MUI/IX/2017 (Erizal, 2025).

Dalam aspek kontraktual, transformasi ijab qabul dari lisan ke digital telah memperoleh legitimasi hukum yang kuat. Penelitian menyimpulkan bahwa interaksi antarmuka pengguna berupa klik tombol "beli", "checkout", atau konfirmasi pesanan merupakan bentuk sighat atau pernyataan kehendak yang sah. Validitas ini didasarkan pada konsep akad mu'athah (saling memberi dan menerima tanpa lafaz verbal) atau isyarat yang dipahami secara 'urf (adat kebiasaan) dalam ekosistem digital. Esensi utama dari keabsahan ini terletak pada adanya indikator kerelaan (antarāḍin) yang jelas dari kedua belah pihak, sehingga transaksi tetap mengikat secara syariah meskipun tanpa tatap muka atau ucapan lisan (Arangga et al., 2023). Namun, perhatian khusus perlu diberikan pada aspek pembayaran yang menggunakan uang elektronik (e-wallet), yang memiliki implikasi hukum ganda tergantung pada akad yang mendasarinya.

Kesimpulan dari analisis menunjukkan bahwa diskon, cashback, atau promo bebas ongkir dapat termasuk dalam kategori riba yang diharamkan jika pemberian manfaat tersebut disyaratkan berdasarkan akad pinjaman (qardh) – di mana pengguna meminjamkan dananya (saldo mengendap) kepada penerbit e-wallet. Sebaliknya, manfaat tersebut dianggap halal jika sepenuhnya merupakan inisiatif pemasaran (ju'alah) dari merchant atau penerbit tanpa adanya causa utang-piutang yang mengikat. Oleh karena itu, batasan antara strategi promosi yang halal dan riba terselubung sangatlah tipis dan ditentukan oleh klausul perjanjian pengguna (Firdiyanti, 2021).

Terakhir, mekanisme perlindungan konsumen dalam ekosistem e-commerce melalui fitur "Pusat Resolusi", "Pengajuan Pengembalian Dana", atau "Retur Barang" dinilai telah sejalan dengan semangat syariah, khususnya dalam penerapan konsep khiyar. Fitur-fitur ini merupakan implementasi kontemporer dari khiyar 'aib (hak opsi karena cacat) dan khiyar ru'yah (hak opsi setelah melihat barang), yang berfungsi untuk menjamin keadilan dalam transaksi. Keberadaan mekanisme ini sangat penting untuk mencegah kezaliman dan memastikan bahwa konsumen tidak dirugikan akibat ketidaksesuaian barang yang diterima, sehingga menjaga prinsip kemaslahatan dalam muamalah (Safera, 2025).

SARAN

Sebagai konsekuensi dari temuan di atas, disarankan agar konsumen Muslim meningkatkan pemahaman mereka tentang literasi syariah digital, terutama dalam memperhatikan Syarat & Ketentuan promosi e-wallet untuk menghindari jebakan riba yang mengharuskan pengendapan saldo. Untuk penyedia platform e-commerce, sangat dianjurkan untuk tidak hanya menggunakan label "Halal" sebagai filter kategori produk, tetapi juga mengintegrasikannya ke dalam transparansi akad pembayaran dan keseluruhan alur transaksi. Selain itu, regulator seperti DSN-MUI dan pemerintah perlu memperkuat edukasi publik mengenai batasan-batasan fiqh dalam transaksi digital, khususnya mengenai perbedaan yang jelas antara bonus promosi yang halal dan manfaat ribawi dalam fitur keuangan digital.

DAFTAR PUSTAKA

Adil Alfarizi Nst, & Imsar Imsar. (2025). Analisis Fiqih Muamalah dalam Transaksi Jual Beli Online Menurut Perspektif Hukum Islam dan Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Akuntansi, Dan Pajak*, 2(3), 191–201. <https://doi.org/10.61132/jieap.v2i3.1543>

Ahmad Khaerul, Ahmad Khoirul Anam Assafi'i, Munawaroh, Naiela Nur Syarifah,

- Najwa Arsy Zahwara, Uma Mufida, W. M. (2024). *FIQH MUAMALAH DI ERA DIGITAL: TANTANGAN, TRANSFORMASI, DAN SOLUSI DALAM KONTEKS EKONOMI ISLAM MODERN*.
- Akbar, A. (2018). Analisis Transaksi Akad Salam Dalam Jual Beli Online. *EKSISBANK: Ekonomi Syariah Dan Bisnis Perbankan*, 2(2), 11–17. <https://doi.org/10.37726/ee.v2i2.47>
- Albar, K., Misbach, I., & Muin, R. (2024). *Value Theory in Islamic Economics : Implications for Market Structures and Pricing Mechanisms*. 08(2), 233–244.
- ANWAR, K. (2024). *PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN PADA PEMBELIAN MISTERY BOX DI E-COMMERCE PERSPEKTIF FATWA DSN MUI*. 4(1), 9–15.
- APJII. (2024). *Laporan survei presentasi & prilaku internet indonesia 2024*.
- Arangga, F., Firmansyah, M. A., & Mangkurat, U. L. (2023). Akad dan Hukum Jual Beli Online Pada Transaksi Digital dalam Perspektif Islam. *Jurnal Religion: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 2(4), 1027.
- Bijker, R., Merkouris, S. S., Dowling, N. A., & Rodda, S. N. (2024). ChatGPT for Automated Qualitative Research: Content Analysis. *Journal of Medical Internet Research*, 26. <https://doi.org/10.2196/59050>
- BPS. (2025). *Cerita data statistik untuk indonesia* (Vol. 2, Issue 9).
- Budiutono, S. (2023). Analisis Asimetris Informasi: Perilaku Konsumen Pada Pasar Online. *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, VII, 645–658.
- Chand, S. P. (2025). *Methods of Data Collection in Qualitative Research : Interviews , Focus Groups , Observations , and Document Analysis Triangulation in qualitative research Interviews in qualitative research*. 6(1), 303–317. <https://doi.org/10.25082/AERE.2025.01.001>
- Cindy Ainurrohman, Angga Aditya Cahyono, I. T. L. (2024). Penerapan Akad Salam Dalam Transaksi Jual Beli Online: Antara Syariah Dan Praktik Bisnis. *Jurnal Kajian Islam Dan Sosial Keagamaan*, 2(2), 382–386. <https://jurnal.ittc.web.id/index.php/jkis/index>
- Devica, F. S. (2023). Sistem Retur dalam Jual Beli Perspektif Fikih Muamalah (Studi Kasus Toko Fabillo Collection Situbondo). *Journal of Islamic Business Law*, 7(4), 62–73. <https://doi.org/10.18860/jibl.v7i4.3949>

- Erizal, E. (2025). Akad Jual Beli Salam Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Al-Mizan*, 12(1), 1–16. <https://ejournal.unisai.ac.id/index.php/jiam/article/view/977>
- Fahriana Nurrisaa, Dina Herminab, N. (2025). Pendekatan Kualitatif dalam Penelitian : Strategi , Tahapan , dan Analisis Data. *Jurnal Teknologi Pendidikan Dan Pembelajaran (JTPP)*, 02(03), 793–800.
- Fatwa Dewan Syariah Nasional No: 20/DSN-MUI/IV/2001 tentang Pedoman Pelaksanaan Investasi untuk Reksa Dana Syariah. (2001).
- Ferly, B., Melinda, R., & Jasmit, R. E. (2024). Analysis of The Validaty of The Go-Pay Contract in The Perspective of Muamalah Fiqh. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keislaman*, 11, 71–80.
- Firdiyanti, S. I. (2021). Hukum Islam Pemberian Cashback Pada Transaksi Jual-Beli Online. *Jurnal Eksyar (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 08(02), 340–361.
- Google, T. & B. (2023). *Reaching new heights: Navigating the path to profitable growth*. 124.
- Hariman Surya Siregar, K. K. (2019). Fikih Muamalah Teori dan implemenTasi Penulis: In *PT REMAJA ROSDAKARYA Bandung*.
- Hidarya, I., Salsabila Noor, R., Nanongsudarna, & Ramdhoni, I. (2025). Transformasi Akad Jual Beli Di Era Digital Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Pada Transaksi Di Toko Modern. *Sharia: Jurnal Kajian Islam*, 2(1), 77–90. <https://doi.org/10.59757/sharia.v1i2.74>
- Inuddanis, & Santika, A. (2024). Implementasi Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia Nomor: 116/DSN-MUI/IX/2017 Tentang Uang Elektronik (E-Money). *At-Tasharruf "Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Syariah"*, 6(1), 55–67. <https://doi.org/10.32528/at.v6i1.1772>
- Izzan, A., & Piandi, A. (2022). Konsep Uang Digital Di Aplikasi Dana Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah (JHESY)*, 1(1), 215–220. <https://doi.org/10.37968/jhesy.v1i1.199>
- Latifah, L., & Suadi, A. (2025). ' Urf Tentang Jual Beli Mu ' athoh Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus di Mini Market Najma Mart Lombok Timur). 4(3), 7576–7584.
- Lestari, W. P. (2025). Estimasi nilai transaksi e-commerce di indonesia tahun 2021-2025. In *USNI* (pp. 1–13).

- Lintang Fitriana, N. (2025). Penerapan Akad Jual Beli Dalam Bisnis Modern Menurut Hukum Ekonomi Syariah. *Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik*, 2(2), 194–204. <https://doi.org/10.61722/jmia.v2i2.4272>
- Ma'rifah, N. (2021). Analisis Fatwa DSN-MUI no. 110/DSN-MUI/IX/2017 terhadap akad Khiyār Dalam Jual Beli Online Sistem Cod Di Toko Online Shop Vy. Shopcollection. In *Skripsi* (Issue 110).
- Mada, U. G., & Indonesia, Y. (2025). *Transformasi Akad Jual Beli Syariah pada Bisnis Modern : Tinjauan Hukum dan Sengketa yang Muncul*. 3.
- Mohune, S., Toloh, V. V., & Pilomonu, M. S. (2023). Analisis Kesesuaian Barang dalam Transaksi Akad Salam Di Marketplace Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa PMM Batch 3 Inbound Universitas Muhammadiyah *Jurnal Mahasiswa Akuntansi*, 2(3), 359–369. <https://jamak.fe.ung.ac.id/index.php/jamak/article/view/116%0Ahttps://jamak.fe.ung.ac.id/index.php/jamak/article/download/116/99>
- Ningsih, P. K. (2021). Fiqh Muamalah. In *Rajawali Pers*.
- Nurjannah, Fadel, M., & Asti, M. J. A. J. (2023). EKSISTENSI HAK KHIYAR PADA JUAL BELI SEBAGAI PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM ISLAM. *Al-Kajraj*, 3(1).
- Permana, I., & Putria, U. (2022). Implementation of Akad Al-Wakalah in Economic Transactions in Sharia Financial Institutions. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 6(2), 201–213. <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v6i2.8462>
- Qizwini, J. (2025). Inovasi Teknologi dan Transformasi Industri Halal di Indonesia. *Perbanas Journal of Islamic Economics and Business*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.56174/pjieb.v5i1.282>
- Reza, M., Nasrullah, S., & Zaibi, N. (2025). Konsep Akad Salam pada Jual Beli Pre Order Online Shop dalam Perspektif Hukum Islam Islam sebagai agama mayoritas yang ada di Indonesia memiliki dampak yang besar pada pola hidup masyarakatnya . Setiap tindakan dari umat Islam tidak terlepas dari pedoman. *Tasyri' Journal of Islamic Law*, 4(1), 417–434.
- RIJANI, A., AFRIZA, M. S., & ARKANSYAH, M. J. (2023). JUAL BELI ONLINE DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM DAN MADZHAB ASY-SYAFI'I. *LPM Jurnal Kampus*.

- Rizki, D. (2024). Dampak Era Digital Terhadap Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. *Jurnal AL-MAQASID: Jurnal Ilmu Kesyariahan Dan Keperdataan*, 10(2), 246–261.
- Rozalina Mirwan, Titin Suprihatin, & Nandang Ihwanudin. (2025). Analisis Akad Salam pada Transaksi Jual Beli Melalui E-Commerce. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 7(7), 2025–2042. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v7i7.6838>
- Safera, N. (2025). Implementasi Khiyar ‘Aib Pada Transaksi Jual Beli Produk Fashion Muslim di Butik Inayah Menurut Hukum Islam. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 4(1), 62–68. <https://doi.org/10.37968/jhesy.v4i1.1280>
- Safitri, M., & Suparmin, S. (2025). Perlindungan Konsumen atas Penggantian Produk tanpa Kesepakatan di Marketplace Shopee Perspektif Fatwa DSN-MUI No. 144/DSN-MUI/XII/2021. *Al-Sulthaniyah*, 14(2), 434–445. <https://doi.org/10.37567/al-sulthaniyah.v14i2.4180>
- Sutisna, D. (2020). *Panorama Maqashid syariah*.
- Ulum, M., & Mun, A. (2025). *Akad Bisnis dalam Platform Digital E-Commerce : Perspektif Kitab Fathul Qorib*. 3(October), 99–106.
- Ummah, M. S. (2019). Potensi dan Tantangan Implementasi Akad Wakalah bil Ujrah pada Transaksi Bisnis Syariah Modern. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Vandawat, Z., Chumiada, B., S, S. A., Silvia, F., Sabrie, H. Y., & Agustin, E. (2024). *Perlindungan Konsumen Pada Industri Halal Di Era Digital Marketing Bagi Masyarakat Di Desa Ngadi , Kabupaten Kediri*. 6, 588–592.
- Widiastuti, M. (2024). *MISINFORMASI PRODUK ELEKTRONIK HAK KHIYAR: DAN PERLINDUNGAN KONSUMEN BELANJA ONLINE DI ERA DIGITAL*.
- Widiastuti, N., & Arifin, F. (2021). Sharing Economy sebagai Tren Baru di Era Digital: Studi Kasus pada Startup Berbasis Teknologi. *Jurnal Manajemen Inovasi*, 9(4), 67–80.
- Zahrah, A., & Darmastuti, S. (2024). Inklusivitas Ekonomi Digital di Kawasan Asia

Tenggara pada Kepemimpinan ASEAN 2023. *Arus Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 4(3), 1289-1302.